

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO  
**PODJETNIŠKA AKTIVNOST ŠTUDENTOV EKONOMSKE FAKULTETE UNIVERZE  
V LJUBLJANI**

Ljubljana, julij 2012

PETRA GLIŠIČ

## IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisana Petra Glišič, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtorica magistrskega dela z naslovom Podjetniška aktivnost študentov Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, pripravljene v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Teo Petrin.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
  - poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
  - pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisala;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis avtorice: \_\_\_\_\_

# KAZALO

UVOD .....	1
1 Definicija podjetništva .....	3
2 Raziskava GEM Slovenija .....	6
2.1.1 Motivacija za podjetništvo .....	7
2.1.2 Demografske značilnosti slovenskega podjetništva .....	8
3 Dejavniki, ki vplivajo na izkoriščanje podjetniške priložnosti.....	12
3.1 Nepsihološki dejavniki .....	12
3.1.1 Oportunitetni stroški .....	12
3.1.2 Poročen/delovni zakonec .....	13
3.1.3 Izobrazba .....	13
3.1.4 Delovne izkušnje .....	13
3.1.5 Starost.....	13
3.1.6 Socialni položaj .....	14
3.2 Psihološki dejavniki .....	14
3.2.1 Ekstravertiranost .....	14
3.2.2 Potreba po dosežku .....	15
3.2.3 Nagnjenost k tveganju .....	15
3.2.4 Želja po neodvisnosti .....	16
3.2.5 Lokus nadzora .....	16
3.2.6 Samo-učinkovitost .....	17
3.2.7 Prevelika samozavest .....	17
3.2.8 Reprezentativnost .....	18
3.2.9 Intuicija .....	18
4 Socialni kapital .....	18
4.1 Viri socialnega kapitala .....	20
4.1.1 Omrežja .....	21
4.1.2 Norme .....	21
4.1.3 Prepričanja.....	21
4.1.4 Pravila .....	22

4.1.5	Zaupanje .....	22
4.2	Dimenzije socialnega kapitala .....	23
4.2.1	Strukturne dimenzije socialnega kapitala .....	23
4.2.2	Relacijske dimenzije socialnega kapitala.....	24
4.2.3	Kognitivne dimenzije socialnega kapitala .....	24
4.3	Strukturne luknje .....	25
4.4	Mreženje.....	27
5	Raziskava o podjetniški aktivnosti študentov Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani .....	28
5.1	Opredelitev problema in ciljev raziskave .....	28
5.2	Metodologija .....	28
5.3	Oblikovanje in sestava ankete .....	29
5.4	Izvedba anketiranja in vzorec .....	30
5.5	Obdelava podatkov in analiza rezultatov .....	30
6	Rezultati raziskave.....	31
6.1	Demografske značilnosti anketirancev.....	31
6.1.1	Spol.....	31
6.1.2	Starostna struktura .....	31
6.2	Študijske značilnosti.....	32
6.2.1	Študijski program .....	32
6.2.2	Leto začetka študija.....	33
6.2.3	Leto dokončanja dodiplomskega študija.....	34
6.2.4	Smer študija na Ekonomski fakulteti.....	34
6.2.5	Odgovori na vprašanje »Zakaj ste se odločili za študij na Ekonomski fakulteti?« .....	35
6.3	Podjetniške značilnosti študentov .....	36
6.3.1	Število študentov podjetnikov .....	36
6.3.2	Število študentov podjetnikov glede na smer študija .....	37
6.3.3	Odgovori na vprašanje »Ali vas je študij na izbrani smeri spodbudil k razmišljanju o samostojni podjetniški poti?«.....	39
6.3.4	Odgovori na vprašanje »Zakaj ste se odločili za podjetniško pot?« in »Kaj vas je najbolj motiviralo k ustanovitvi podjetja?«.....	39

6.3.5	Odgovori na vprašanje »Ali načrtujete ustanoviti svoje podjetje?« .....	40
6.3.6	Odgovori na vprašanje »Ali izhajate iz družine, ki ima svoje podjetje?« in »Kako aktivni ste v podjetju svoje družine?« .....	41
6.4	Psihološke značilnosti študentov .....	42
6.4.1	Potreba po dosežku .....	42
6.4.2	Lokus nadzora .....	43
6.4.3	Nagnjenost k tveganju .....	44
6.4.4	Samo-učinkovitost .....	46
6.5	Mreženje študentov .....	47
6.5.1	Odgovori na vprašanje »Koliko vaših sorodnikov ima podjetje?« .....	50
6.5.2	Odgovori na vprašanje »Koliko vaših prijateljev ima podjetje?« .....	50
6.5.3	Odgovori na vprašanje »Koliko vaših kolegov s fakultete ima podjetje?« ....	51
	SKLEP.....	52
	LITERATURA IN VIRI .....	55

## KAZALO SLIK

<i>Slika 1: Prikaz strukturne luknje .....</i>	25
<i>Slika 2: Strukturni kazalniki nepotrebnosti .....</i>	26

## KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov ter ustaljenih podjetnikov po starosti v Sloveniji v letu 2010 .....</i>	9
<i>Tabela 2: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo v Sloveniji v letu 2010 .....</i>	10
<i>Tabela 3: Opredelitve pojma socialni kapital glede na avtorje .....</i>	19
<i>Tabela 4: Struktura anketirancev po spolu (v %).....</i>	31
<i>Tabela 5: Struktura anketirancev glede na letnico rojstva .....</i>	32
<i>Tabela 6: Struktura anketirancev glede na študijski program (v %) .....</i>	33
<i>Tabela 7: Leto začetka študija dodiplomskih in podiplomskih študentov na Ekonomski fakulteti UL .....</i>	33
<i>Tabela 8: Leto dokončanja dodiplomskega študija .....</i>	34
<i>Tabela 9: Pregled odgovorov glede smeri študija na Ekonomski fakulteti UL .....</i>	34
<i>Tabela 10: Prikaz odgovorov na vprašanje »Zakaj ste se odločili za študij na Ekonomski fakulteti?« .....</i>	35
<i>Tabela 11: Pregled odgovorov »Drugo« pri vprašanju »Zakaj ste se odločili za študij na Ekonomski fakulteti?« .....</i>	36
<i>Tabela 12: Pregled odgovorov o trenutni podjetniški aktivnosti študentov na Ekonomski fakulteti UL .....</i>	37
<i>Tabela 13: Usmeritve na dodiplomskem študijskem programu in programi na podiplomskem študijskem programu .....</i>	37
<i>Tabela 14: Pregled odgovorov na vprašanje »Ali trenutno imate svoje podjetje?« glede na smer študija .....</i>	38
<i>Tabela 15: Pregled odgovorov na vprašanje »Ali vas je študij na izbrani smeri spodbudil k razmišljanju o samostojni podjetniški poti?« .....</i>	39
<i>Tabela 16: Pregled odgovorov na vprašanje »Zakaj ste se odločili za podjetniško pot?« ..</i>	40
<i>Tabela 17: Prikaz odgovorov na vprašanje »Ali načrtujete ustanoviti svoje podjetje?« ....</i>	40
<i>Tabela 18: Prikaz odgovorov na vprašanje »Kako aktivni ste v podjetju svoje družine?« ..</i>	41
<i>Tabela 19: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri psihološki značilnosti potreba po dosežku .....</i>	43
<i>Tabela 20: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri psihološki značilnosti lokus nadzora .....</i>	43
<i>Tabela 21: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri psihološki značilnosti nagnjenost k tveganju .....</i>	44

<i>Tabela 22: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri psihološki značilnosti samo-učinkovitost.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabela 23: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri mreženju študentov .</i>	<i>49</i>
<i>Tabela 24: Prikaz odgovorov na vprašanje »Koliko vaših sorodnikov ima podjetje?« .....</i>	<i>50</i>
<i>Tabela 25: Prikaz odgovorov na vprašanje »Koliko vaših prijateljev ima podjetje?« .....</i>	<i>51</i>
<i>Tabela 26: Prikaz odgovorov na vprašanje »Koliko vaših kolegov s fakultete ima podjetje?« .....</i>	<i>52</i>
<i>Tabela 27: Število podjetij v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010 .....</i>	<i>1</i>
<i>Tabela 28: Delež podjetij v odstotkih v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010 (v %) .....</i>	<i>2</i>
<i>Tabela 29: Število zaposlenih v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010 .....</i>	<i>2</i>
<i>Tabela 30: Delež zaposlenih v odstotkih v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010 (v %) .....</i>	<i>2</i>
<i>Tabela 31: Delež zaposlenih v odstotkih v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010 .....</i>	<i>3</i>
<i>Tabela 32: Prikaz odgovorov na trditev »Imam veliko več energije kot večina kolegov na fakulteti.«.....</i>	<i>12</i>
<i>Tabela 33: Prikaz odgovorov na trditev »Ko sodelujem pri projektu, sem rad(a) pobudnik/pobudnica za začetek le-tega.« .....</i>	<i>12</i>
<i>Tabela 34: Prikaz odgovorov na trditev »Po navadi sem jaz »gonilna sila« med prijatelji.« .....</i>	<i>12</i>
<i>Tabela 35: Prikaz odgovorov na trditev »Pri projektih imam rad(a) postransko vlogo.« ...</i>	<i>13</i>
<i>Tabela 36: Prikaz odgovorov na trditev »Ko dobim tisto, kar sem si želel(a), je to po navadi zato, ker sem trdo delal(a) za to.« .....</i>	<i>13</i>
<i>Tabela 37: Prikaz odgovorov na trditev »Navadno je na meni, da zaščitim svoj osebni interes.« .....</i>	<i>13</i>
<i>Tabela 38: Prikaz odgovorov na trditev »Ko delam načrte sem skoraj prepričan(a), da jih bom tudi dosegel(a)« .....</i>	<i>14</i>
<i>Tabela 39: Prikaz odgovorov na trditev »Koliko prijateljev imam, je predvsem posledica sreče.« .....</i>	<i>14</i>
<i>Tabela 40: Prikaz odgovorov na trditev »Varnost je na prvem mestu.« .....</i>	<i>14</i>
<i>Tabela 41: Prikaz odgovorov na trditev »Ne igram se s svojim zdravjem.« .....</i>	<i>15</i>
<i>Tabela 42: Prikaz odgovorov na trditev »Tveganjem se raje izognem.« .....</i>	<i>15</i>
<i>Tabela 43: Prikaz odgovorov na trditev »Redno tvegam.« .....</i>	<i>15</i>
<i>Tabela 44: Prikaz odgovorov na trditev »Ne maram, ko ne vem, kaj se bo zgodilo.« .....</i>	<i>16</i>
<i>Tabela 45: Prikaz odgovorov na trditev »Po navadi na tveganje gledam kot na izziv.« .....</i>	<i>16</i>

<i>Tabela 46: Prikaz odgovorov na trditev »Vedno uspem rešiti težave, če se le dovolj potrudim.«</i> .....	16
<i>Tabela 47: Prikaz odgovorov na trditev »Tudi kadar mi kdo nasprotuje, najdem načine in poti, da dosežem to, kar želim«</i> .....	17
<i>Tabela 48: Prikaz odgovorov na trditev »Z lahkoto ostajam pri svojih namerah in dosegam svoje cilje.«</i> .....	17
<i>Tabela 49: Prikaz odgovorov na trditev »Prepričan(a) sem, da se znam učinkovito spoprijeti z nepričakovanimi dogodki.«</i> .....	17
<i>Tabela 50: Prikaz odgovorov na trditev »Zaradi svoje iznajdljivosti se znam spoprijeti z nepredvidljivimi situacijami.«</i> .....	18
<i>Tabela 51: Prikaz odgovorov na trditev »Lahko razrešim večino problemov, če si za to dovolj prizadevam.«</i> .....	18
<i>Tabela 52: Prikaz odgovorov na trditev »Ko se soočam s težavami, lahko ostanem miren(a) zato, ker se znam obvladati.«</i> .....	18
<i>Tabela 53: Prikaz odgovorov na trditev »Kadar imam problem, lahko običajno poiščem več rešitev.«</i> .....	19
<i>Tabela 54: Prikaz odgovorov na trditev »Če sem v težavah, se zmeraj lahko spomnim kakšne rešitve.«</i> .....	19
<i>Tabela 55: Prikaz odgovorov na trditev »Karkoli mi pride na proti, obvladam brez večjih naporov.«</i> .....	19
<i>Tabela 56: Prikaz odgovorov na trditev »Razvijam neformalne vezi s kolegi na fakulteti z namenom odkrivanja podjetniške priložnosti.«</i> .....	20
<i>Tabela 57: Prikaz odgovorov na trditev »Nove stike za odkrivanje podjetniške priložnosti navezujem tudi s kolegi z drugih fakultet.«</i> .....	20
<i>Tabela 58: Prikaz odgovorov na trditev »S posamezniki, ki mi lahko pomagajo pri realizaciji podjetniške priložnosti, se redno družim.«</i> .....	20
<i>Tabela 59: Prikaz odgovorov na trditev »Kontaktiram tudi profesorje, ki mi lahko nudijo nasvete pri realizaciji podjetniške priložnosti.«</i> .....	21
<i>Tabela 60: Prikaz odgovorov na trditev »Dobro sem seznanjen(a), kdo od mojih kolegov je že podjetniško aktiven (ima podjetje, je v procesu ustavljanja).«</i> .....	21
<i>Tabela 61: Prikaz odgovorov na trditev »Posebej negujem stike s kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni.«</i> .....	21
<i>Tabela 62: Prikaz odgovorov na trditev »S kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni, izmenjujem poslovne izkušnje.«</i> .....	22
<i>Tabela 63: Prikaz odgovorov na trditev »Zame so pomembni tudi stiki s poslovneži izven fakultete, s katerimi imam redne stike.«</i> .....	22
<i>Tabela 64: Prikaz odgovorov na trditev »K realizaciji moje podjetniške ideje so bistveno prispevali stiki s fakultete.«</i> .....	22



<i>Tabela 65: Prikaz odgovorov na trditev »Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s kolegi.«</i> .....	23
<i>Tabela 66: Prikaz odgovorov na trditev »Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s profesorji.«</i> .....	23
<i>Tabela 67: Prikaz odgovorov na trditev »Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem z drugimi poslovniki.«</i> .....	23
<i>Tabela 68: Prikaz odgovorov na trditev: »Aktivno sodelujem v večini socialnih omrežij (Facebook, Twitter, LinkedIn itd.)«</i> .....	24



## UVOD

Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani (UL) s svojim izobraževalnim procesom vsako leto sprejme veliko število novih študentov, ki se za študij na omenjeni fakulteti odločajo iz različnih razlogov. Med temi novimi študenti in posledično tudi starejšimi študenti je veliko takih, ki po tihem razmišljajo o svoji karierni poti v prihodnosti ali pa že imajo svoje podjetje oziroma so aktivni v okviru družinskih podjetij. Prihajajo iz različnih okolij, ki različno vplivajo na posameznika kot osebo, vendar pa imata prav okolica in posameznik sam velik vpliv na osebni razvoj v prihodnosti.

Podjetništvo je proces ustvarjanja nečesa drugačnega in vrednega, z namenjanjem dovolj časa in napora le-temu, ob predpostavki finančnih, psiholoških in socialnih tveganj ter pridobitvi končne nagrade v denarni obliki ali v obliki osebnega zadovoljstva (Hisrich & Peters, 1989, str. 6). Ob opredelitvi podjetništva iz prejšnje povedi in ob dejstvu, da je podjetništvo v Sloveniji zelo razširjeno (v letu 2010 je bilo skoraj 166.000 podjetij, od tega pa je bilo več kot 94 % mikro podjetij) (Podjetja po dejavnosti (SKD 2008) in velikosti glede na število oseb, ki delajo, 2012), bi lahko pomislili, da je le-to prisotno tudi med študenti. Ker podjetništvo veliko prispeva k razvoju in napredovanju gospodarstva, je bistveno, da se tej aktivnosti posveča dovolj pozornosti in da se spodbuja podjetništvo že v času šolanja otrok tako v osnovnih kot v srednjih šolah in kasneje tudi v času študija. Glede na motivacijski indeks je Slovenija po raziskavi GEM 2010 (Global Entrepreneurship Monitor 2010) na 14. mestu od 59 držav (Rebernik, Tominc & Crnogaj, 2011, str. 11), kar pomeni, da je več takih podjetnikov, ki v podjetništvo vstopajo zaradi priložnosti, kot takih, ki v podjetništvo vstopajo zaradi nujnosti. Ta podatek nam pove, da je v Sloveniji motivacija za podjetništvo velika, zato bo predmet mojega raziskovanja magistrskega dela preveriti, koliko študentov je že v času študija podjetniško aktivnih in kakšni so načrti za prihodnost tistih, ki trenutno še niso podjetniško aktivni. Ta podatek bo zanimiv tudi za širšo javnost, saj ni nikjer zabeleženo, koliko je takih posameznikov, ki so že v zelo zgodnjih letih nagnjeni k podjetniški aktivnosti. Podatki o podjetniški aktivnosti mladih so zelo dragoceni, saj bi lahko na osnovi teh podatkov oblikovali tudi načrte za razvoj gospodarstva v prihodnosti in usmerili gospodarstvo v smer, ki bo v prihodnosti aktualna.

Problem, ki sem ga zaznala, izhaja namreč iz osebnih izkušenj, ki sem jih doživela v času študija na Ekonomski fakulteti UL. Med kolegi na fakulteti je bilo namreč nekaj takih, ki so že imeli podjetje ali pa so bili v fazi prevzemanja, odpiranja novega podjetja. Ostali kolegi pa tega nismo zaznali oziroma nismo vedeli, kdo je podjetniško aktiven in kdo ne. To nezavedanje, da so med kolegi tudi podjetniki, je namreč velika izguba za vsakega posameznika, saj tega socialnega kapitala nismo izkoristili, kot bi ga lahko. To me je

spodbudilo, da preverim, kakšno je dejansko stanje ne tem področju na Ekonomski fakulteti UL – to pa predstavljam tudi vsem ostalim, ki jih to področje zanima.

Namen magistrskega dela je predstaviti trenutno stanje na področju podjetništva v Sloveniji, teoretična spoznanja na področju podjetništva in podjetniške aktivnosti, in sicer s poudarkom na socialnem kapitalu, značilnostih podjetnika in mreženju, ter rezultate raziskave, opravljene med študenti Ekonomske fakultete UL v povezavi z njihovo podjetniško aktivnostjo, mreženjem in psihološkimi značilnostmi.

Magistrsko delo ima dva poglobljena cilja.

- Prvi cilj je raziskati podjetniško aktivnost v času študija na Ekonomski fakulteti UL med študenti te fakultete. Predvsem me zanima, ali študenti v času študija razmišljajo o svoji podjetniški aktivnosti, koliko študentov je že ustanovilo podjetje oziroma delujejo kot podjetniki v okviru družinskega podjetja.
- Drugi cilj pa se nanaša na preučitev namena, ki ga ti študenti podjetniki pripisujejo socialnemu kapitalu oziroma mreženju, in intenzivnost mreženja študentov podjetnikov v času študija.

Poleg zgoraj naštetih dveh ciljev me zanimajo tudi psihološke značilnosti študentov na Ekonomski fakulteti UL, ki jih literatura pripisuje podjetnikom. Preučevala bom potrebo po dosežku, lokus nadzora, nagnjenost k tveganju in samo-učinkovitost.

V prvem delu bom predstavila teoretična izhodišča magistrskega dela. Predstavljen bo predvsem pregled strokovne literature in člankov tako domačih kot tujih strokovnjakov, ki delujejo na obravnavanem področju. V tem delu bom uporabila tudi literaturo, ki smo jo uporabljali pri študiju na podiplomskem študijskem programu pri predmetih s področja podjetništva.

V drugem delu magistrskega dela bom predstavila raziskavo, ki sem jo opravila med študenti Ekonomske fakultete UL, in podala rezultate te raziskave. Raziskavo sem snovala na vprašalniku, ki sem ga posredovala študentom omenjene fakultete na dodiplomskem (drugi letnik) in podiplomskem študijskem programu (prvi letnik), in sicer na predavanjih, kjer so le-ti prisotni. Pri posredovanju vprašalnika študentom sem za pomoč prosila profesorje na predavanjih, ki jih obiskujejo izbrani študenti, ki sem jih preučevala.

V prvem poglavju magistrskega dela bom predstavila definicijo podjetništva različnih avtorjev, saj se je v različnih obdobjih definicija spreminjala in se dopolnjevala glede na dejansko stanje v ekonomiji in podjetniški aktivnosti. Podjetništvo v Sloveniji bom predstavila v drugem poglavju s pomočjo raziskave GEM (Global Entrepreneurship

Monitor), ki se vsako leto izvaja v različnih državah sveta. Tukaj bom na kratko predstavila stanje v Sloveniji predvsem v povezavi z motivacijo za podjetništvo in z demografskimi značilnostmi podjetništva v Sloveniji.

V tretjem poglavju bom pregledala literaturo v povezavi s podjetniškimi dejavniki, ki vplivajo na to, da bo neka oseba izkoristila podjetniško priložnost. Te dejavnike bom razdelila na nepsihološke in psihološke dejavnike.

Četrto poglavje bo namenjeno socialnemu kapitalu, predvsem opredelitvi pojma socialni kapital. V sklopu tega poglavja bom podrobneje predstavila tudi vire socialnega kapitala, ki so mreže, norme, prepričanja, formalna pravila in zaupanje. Pri dimenzijah socialnega kapitala bom predstavila tri dimenzije: strukturne, relacijske in kognitivne dimenzije. Opisala bom tudi strukturne luknje in mreženje, ki imajo zelo velik pomen pri socialnem kapitalu.

Analiza anketnega vprašalnika bo predstavila dobljene podatke s strani anketiranih študentov Ekonomske fakultete UL. Analiza bo predstavljena s pomočjo grafov in tabel, saj bom na tak način lahko zajela več pomembnih podatkov. Analizirane podatke bom predstavila glede na področja sestavljenega vprašalnika – demografske značilnosti, študijske značilnosti, podjetniške značilnosti, psihološke značilnosti anketirancev in intenzivnost mreženja.

V zadnjem poglavju, sklepu, bom povzela glavne ugotovitve. Poleg tega bom podala mnenje tudi glede nadaljnega raziskovanja predstavljene tematike in področja podjetništva.

## **1 Definicija podjetništva**

Različni avtorji pojem podjetništvo različno opredeljujejo in razlagajo, vendar pa bi lahko v grobem povzeli podjetništvo kot dejavnost, ki povečuje blaginjo prebivalstva s tem, da se podjetnik usmerja k takemu delovanju, ki povečuje kakovost izdelkov in storitev, ki jih ponuja. Poleg tega pa podjetništvo pomembno vpliva na konkurenco na trgu.

V Slovarju slovenskega knjižnega jezika lahko zasledimo naslednjo opredelitev podjetništva:

*podjétništvo -a s (ê) prizadevanje za dosego čim večjega finančnega uspeha ob tveganju. Iz istega vira lahko razberem, da je podjeten vsak, ki se pri svojem delu uspešno loteva več nalog, stvari. Opredelitev podjetnika pa je v tem slovarju zelo pomanjkljiva. Slovar namreč opredeljuje, da je podjetnik lastnik podjetja. Glede na sedanje stanje v podjetništvu in*

gospodarstvu pa bi lahko rekli, da ni vsak lastnik podjetja tudi podjetnik. Podjetnik ima namreč specifične značilnosti, kot so na primer ekstravertiranost, potreba po dosežku, nagnjenosti k tveganju, želja po neodvisnosti, lokus nadzora, samo-učinkovitost itd. Poleg teh značilnosti pa, kot bomo videli v spodnjih odstavkih, je podjetnik tudi tisti, ki prevzema tveganja, je inovativen in povečuje vrednost svoji ponudbi.

Podjetništvo so aktivnosti posameznikov, ki jih izvajajo z namenom zadovoljevanja tržnih potreb (Pšeničny et al., 2000, str. 6), poleg tega pa ti posamezniki prevzemajo velika tveganja glede lastniškega kapitala, časa in/ali obveznosti, glede kariere, ali dajo vrednost izdelku oziroma storitvi (Antončič et al., 2002, str. 29). Podjetništvo opredeljujemo kot proces, v katerem podjetniki iščejo in kombinirajo proizvodne dejavnike tako, da realizirajo donosne priložnosti ter s tem prispevajo k razvoju gospodarstva in družbe (Plut & Plut, 1995, str. 14).

Tradicionalne opredelitve podjetništva lahko razvrstimo v štiri glavne kategorije:

1. podjetništvo kot inovacije,
2. podjetništvo kot prevzemanje tveganj,
3. podjetništvo kot stabilizacijska sila,
4. podjetništvo kot ustanovitev ali lastništvo in upravljanje malega podjetja (Tyson, Petrin & Rogers, 1994, str. 166).

Prvo kategorijo (»podjetništvo kot inovacije«) povezujemo s Schumpetrom, čigar opredelitev podjetništva je opisana v zadnjem delu tega poglavja.

Kategorijo podjetništva kot prevzemanje tveganja opredeljuje Richard Cantillon, ki podjetnika opredeljuje kot osebo v podjetju, ki je samo po sebi tvegano, v takem podjetju pa je podjetnik pripravljen prevzeti tveganje, ki je komajda razpršeno. Podjetništvo kot stabilizacijsko silo pa opredeljuje Israel Kirzner, ki vidi neravnotežje na trgu kot edino okolje, v katerem podjetnik lahko deluje. V neravnotežju je ekonomija polna napak v alokaciji sredstev, kar lahko pomeni dobiček za podjetnika, ki to ugotovi. Na tak način podjetnik ekonomijo iz neravnotežja postavi v ravnotežje. Empirično pa se podjetnika opredeljuje kot osebo, ki je ustanovila podjetje v zadnjih nekaj letih ali pa celo samo kot lastnika podjetja (Tyson, Petrin & Rogers, 1994, str. 167).

Schumpeter je v teoriji podjetništva pustil velik pečat, zato bom podrobneje predstavila njegovo videnje podjetništva in podjetnika.

## **Joseph A. Schumpeter**

Po mnenju Schumpetra je podjetnik oseba, ki v gospodarstvu z inovacijami ustvarja neravnovesje. Inovativnost podjetnika je bila za Schumpetra (2000, str. 51, 52) zelo pomembna, za inovacije pa si je predstavljal naslednje situacije:

1. proizvodnja novega proizvoda oziroma dobrine (ali gre za povsem nov proizvod ali za proizvod, ki že obstaja, a z novo kakovostjo),
2. predstavitev nove proizvodne metode (za katero ni potrebno predhodno znanstveno odkritje ali pa je samo nov način trženja na trgu),
3. odkritje ali otvoritev novega trga (tistega trga, v katerem do sedaj proizvajalec ni bil prisoten, ne glede na to, ali je ta trg prej obstajal ali ne),
4. osvojitve novega vira oskrbe s surovinami ali polproizvodi (ne glede na to, ali ta vir že obstaja ali je na novo odkrit),
5. izvajanje nove organizacije v kateri koli industriji (na primer ustvarjanje monopolnega položaja ali uničenje monopolnega položaja).

Po mnenju Schumpetra prevzemanje tveganja ni podjetniška funkcija. Vsa tveganja podjetja prevzema kapitalist oziroma lastnik podjetja. Prav tako pa Schumpeter ločuje med lastništvom in podjetništvom: to sta dve konceptualno ločeni funkciji. Poleg tega meni, da je oseba lahko podjetnik, ne da bi pri tem bila lastnik (Blaug, 2000, str. 85, 86).

Kot center ekonomije Schumpeter postavi podjetnika in njegove povezave z dinamično negotovostjo. Prav tako pa razvije ekonomski model, v katerem so kakršne koli tehnične spremembe odsotne. Takšno gospodarstvo bi se ustalilo na ponavljajočem se in popolnoma rutinskem ekonomskem procesu, v katerem ne obstaja negotovost glede prihodnosti (Blaug, 2000, str. 83).

Schumpetrove priložnosti so zelo inovativne in se razlikujejo od obstoječega znanja, kar posledično pomeni, da te priložnosti zahtevajo neko novo znanje. Priložnosti po Schumpetru so redke in vsebujejo kreativnost (Shane, 2003, str. 20–21).

Iz vsega zgoraj navedenega lahko povzamemo, da je za Schumpetra vloga podjetnika izboljšati in temeljito spremeniti načine proizvodnje z izkoriščanjem invencij ali, splošneje, še nepreizkušenih tehnoloških možnosti za proizvodnjo novih izdelkov ali starih na nov način, odkriti nov vir za dobavo materiala ali odpreti nov obrat za izdelke, z reorganizacijo panoge (Antončič et al., 2002, str. 28).

V nadaljevanju prikazujem stanje podjetniške aktivnosti v Sloveniji na osnovi podatkov, pridobljenih iz mednarodne raziskave GEM, s pomočjo katere se lahko na področju podjetništva in podjetniške aktivnosti primerjajo sodelujoče države med seboj.

## 2 Raziskava GEM Slovenija

Raziskava GEM (Global Entrepreneurship Monitor) meri podjetniški duh in podjetniško aktivnost v različnih fazah podjetniškega procesa. Usmerja se na nastajajoče podjetnike, ki so pričeli z določenimi aktivnostmi, da bi ustanovili podjetje, in na podjetnike, ki že imajo podjetje in še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Poleg nastajajočih podjetnikov so v raziskavo vključeni tudi novi podjetniki in ustaljeni podjetniki. Novi podjetniki so tisti, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece in manj kot tri leta in pol, ustaljeni podjetniki pa imajo podjetje dlje kot tri leta in pol.

Raziskava GEM 2010 vključuje veliko število držav (59 držav sveta); glede na to je zelo težko analizirati podjetnike po dejavnostih, saj je glede na število preučevanih držav veliko različnih klasifikacij dejavnosti. Posledično so za raziskavo uporabili poenostavljeno klasifikacijo, ki omogoča primerjavo med vsemi različnimi klasifikacijami in državami. Tako so razvrstili gospodarske dejavnosti v štiri skupine dejavnosti (Rebernik, Tominc & Crnogaj, 2011, str. 88):

- dejavnosti pridobivanja iz narave (kmetijstvo, gozdarstvo, ribolov, lov in rudarstvo),
- preoblikovalne dejavnosti (gradbeništvo, predelovalne dejavnosti, promet, transport, skladiščenje in zveze),
- storitve, usmerjene na potrošnika (trgovina na drobno, osebne storitve, izobraževanje, zdravstvo, socialno varstvo itd.) ter
- poslovno usmerjene storitve (finančno posredništvo, zavarovalništvo, poslovanje z nepremičninami itd.).

Vsaka izmed držav, ki je sodelovala v raziskavi, ni dosegla enake razvojne stopnje kot ostale države. Zato so države razdeljene v tri tipe gospodarstev (glede na stopnjo v razvoju). Gospodarstva so razdeljena na (Rebernik, Tominc & Crnogaj, 2012, str. 28):

- faktorska,
- učinkovitostna in
- inovacijska gospodarstva.

Glavna značilnost faktorskih gospodarstev je, da so podjetniki osredotočeni na pridobivanje glavnih produkcijskih faktorjev (zemlje, dela in kapitala). Podjetniki v teh državah so predvsem samozaposleni zaradi nujnosti in v dejavnostih, ki ne zahtevajo veliko kapitala in tehnologije. V učinkovitostnih gospodarstvih se povečuje število majhnih podjetij, ki počasi rastejo in zaposlujejo novo delovno silo. Opazne so tuje direktne investicije in upadanje podjetništva zaradi nujnosti. Značilnosti inovacijskih gospodarstev so: visoka izobrazba, spodbujanje visoke stopnje inovativnosti, razvoj trga kapitala, investicije v znanost in razvoj itd. (Rebernik, Tominc & Pušnik, 2010, str. 21).



### 2.1.1 Motivacija za podjetništvo

Visoka motivacija za podjetništvo v vsaki državi pomeni, da nova in rastoča podjetja prispevajo h konkurenčnosti ponudbe, vnašajo konkurenčni pritisk, zapolnjujejo vrzeli na trgu, pomlajujejo panoge, predvsem pa zagotavljajo ustrezno zaposlenost delovno aktivnega prebivalstva. Posledično je za celotno državo zelo dobrodošlo, da je ta motivacija čim višja, saj ima veliko pozitivnih učinkov.

Ljudje v podjetništvo vstopajo zaradi različnih razlogov. Poznamo dva razloga, zaradi katerih se posameznik odloči za podjetniško pot (Rebernik, Tominc & Pušnik, 2008, str. 48, 49, 51).

- Prvi razlog je zagotovitev prihodkov, ki bi jamčili preživetje posameznika. V tem primeru je odločitev za podjetništvo posledica vplivov okolja, nezaposlenosti in odsotnosti primernih podjetij, kjer bi bilo možno najti zaposlitev. Tako podjetništvo se imenuje *podjetništvo zaradi nujnosti*.
- Drugi razlog za vstop v podjetniške vode pa je priložnost, ki bi jo posameznik rad izkoristil. V tem primeru ima posameznik tudi druge možnosti za preživetje, odločitev za podjetništvo pa temelji na presoji oportunitetnih stroškov. Podjetništvo, ki temelji na tem razlogu, se imenuje *podjetništvo zaradi priložnosti*.

V letu 2010 je bilo v Sloveniji 56,55 % takšnih posameznikov, ki so vstopili v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali da bi si povečali svoje dohodke. Ostale posameznike je za vstop v podjetništvo spodbudila nujnost in drugi mešani motivi (na primer prevzem družinskega podjetja). Če znotraj razloga izkoriščanje priložnosti primerjamo motiv ohranjanje dohodka in večanje neodvisnosti ali povečevanje dohodka, lahko opazimo, da se je v Sloveniji 86 % nastajajočih in novih podjetnikov podalo na podjetniško pot zaradi večje neodvisnosti ali povečanja dohodka, ostali 14 % pa zaradi ohranitve ravni dohodka in drugih motivov (Rebernik et al., 2011, str. 76, 77).

Motivacijski indeks, ki je bil leta 2010 v Sloveniji 4,86, kaže, kakšno je razmerje med podjetništvom iz priložnosti in podjetništvom iz nujnosti. S tem indeksom je Slovenija pristala na 14. mestu izmed 59 držav, ki so bile zajete v raziskavo. Najvišji indeks je imela Islandija (13,07), najnižji pa Makedonija (0,63). Nižji indeks pove, da je v državi več takih podjetnikov, ki ustanavljajo podjetja zaradi nujnosti, imajo manjše ambicije po rasti in izkazujejo manjšo nagnjenost za zaposlovanje in razvoj kot podjetniki, ki se podjetništva lotijo zaradi priložnosti (Rebernik et al., 2011, str. 77, 78).

Odstotek podjetnikov v zgodnjih fazah podjetništva, ki so se v podjetništvo vključili zato, ker so zaznali poslovno priložnost, njihov namen pa je povečanje neodvisnosti in osebne

svobode pri delu, v Sloveniji v letu 2010 znaša visokih 57 %. Po tem kriteriju je Slovenija zasedla sedmo mesto na lestvici vseh analiziranih držav (Rebernik et al., 2011, str. 79).

### **2.1.2 Demografske značilnosti slovenskega podjetništva**

Spodaj so predstavljene demografske značilnosti slovenskega podjetništva na osnovi raziskave GEM, in sicer:

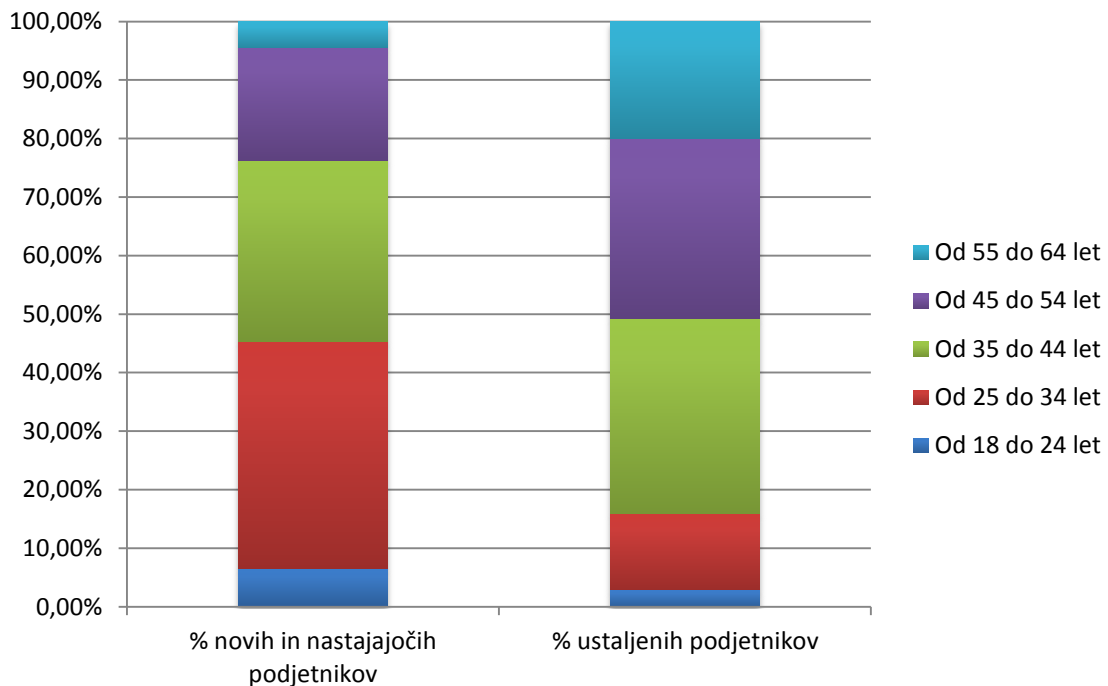
- starost,
- spol,
- dohodek,
- izobrazba,
- sektorska porazdelitev podjetij,
- financiranje podjetij,
- prenehanje poslovanja in
- vpliv recesije.

- **Starost**

Po raziskavi GEM je bilo v Sloveniji v letu 2010 v starostni skupini med 25. in 34. letom največ novih in nastajajočih podjetnikov. Najmanj novih in nastajajočih podjetij je bilo med starostjo 55 in 64 let (4,50 %) (Rebernik et al., 2011, str. 77, 78). Tudi v letu prej je bilo zaznani v istih razredih največ novih in nastajajočih podjetnikov, ter najmanj novih in nastajajočih podjetij (Rebernik et al., 2010, str. 49)

Med podjetniki, ki imajo podjetje že več kot tri leta in pol (ustaljeni podjetniki), je bilo največ takih (33,35 %), ki sodijo v starostni razred med 35 in 44 let. Najmanj ustaljenih podjetnikov je starih od 18 do 24 let (2,95 %) (Rebernik et al., 2011, str. 81).

*Tabela 1: Odstotek novih in nastajajočih podjetnikov ter ustaljenih podjetnikov po starosti v Sloveniji v letu 2010*



Vir: M. Rebernik, P. Tominc & K. Crnogaj, *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva: GEM Slovenija 2010, 2011*, str. 81.

- **Spol**

Za zgodnjo podjetniško aktivnost se je po podatkih raziskave GEM 2010 (Rebernik et al., 2011, str. 82) največ žensk odločalo v starostni skupini od 35 do 44 let. Pri moških pa je najbolj zastopana starostna skupina od 25 do 34 let. V letu 2007 se je največ moških in žensk odločalo za zgodnjo podjetniško aktivnost v enaki starostni skupini in sicer od 25 do 34 let (Rebernik et al., 2008, str. 47)

V vrsti ustaljenih podjetij, v letu 2010, lahko opazimo, da je od teh le 20 % žensk podjetnic, ostalih 80 % pa so zavzeli moški podjetniki. Med novimi in nastajajočimi podjetniki lahko najdemo 31 % podjetnic in 69 % podjetnikov.

- **Dohodek**

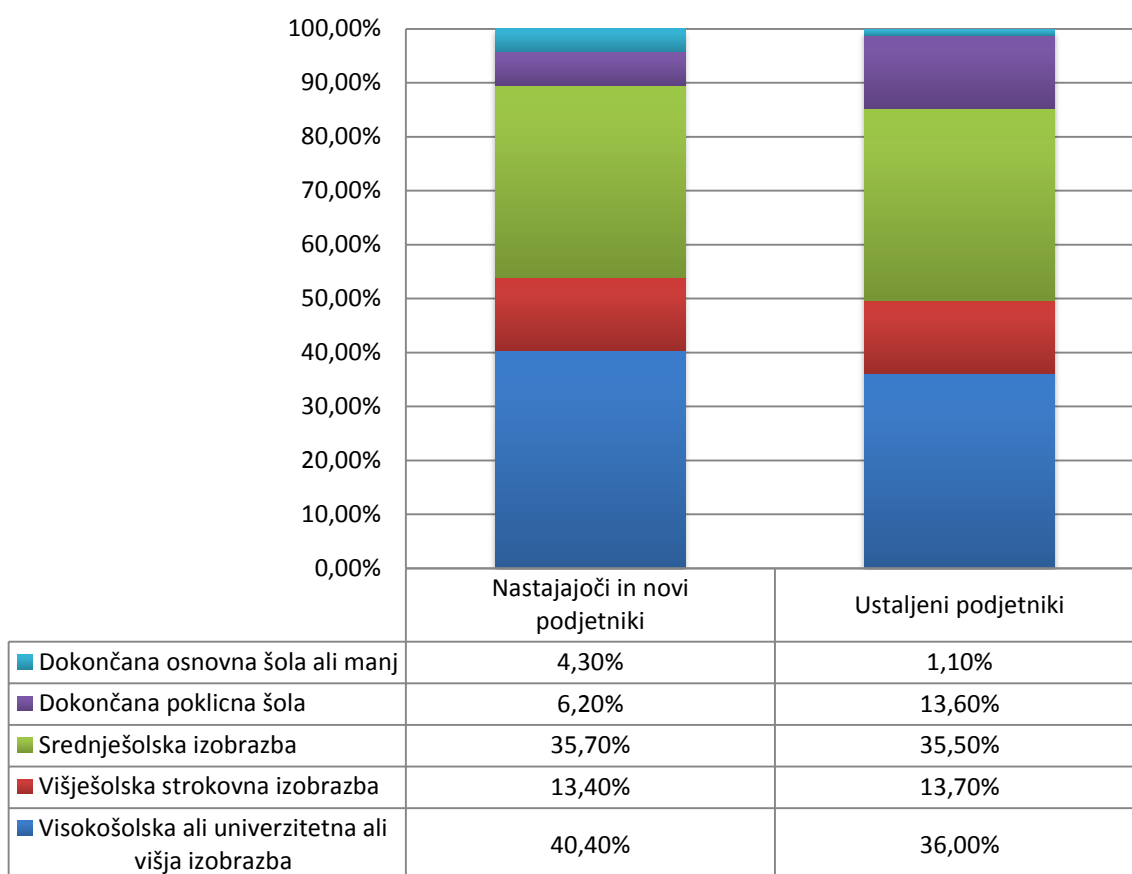
V Sloveniji od leta 2006 do 2011 po podatkih raziskave GEM največ podjetnikov (tako nastajajočih in novih kot ustaljenih podjetnikov) prihaja iz najvišjega dohodkovnega razreda, najmanj pa jih prihaja iz najnižjega dohodkovnega razreda. Tako, kot je to že prikazano v prejšnjih stavkih, lahko tudi tu vidimo in potrdimo dejstvo, da se večina posameznikov v Sloveniji za podjetniško pot odloči zaradi poslovne priložnosti, ne pa zaradi nujnosti.

- **Izobrazba**

Stopnja izobrazbe, ki je najvišje zastopana v letih 2011 in 2010 po raziskavi GEM, tako pri nastajajočih in novih podjetjih kot pri že ustaljenih podjetjih, je visokošolska ali univerzitetna ali višja izobrazba, sledi pa srednješolska izobrazba.

Pri nastajajočih in novih podjetjih jev letu 2010 kar 40,4 % podjetnikov z visokošolsko ali univerzitetno ali višjo izobrazbo, pri ustaljenih podjetjih pa je ta odstotek nekoliko nižji, vendar še vedno dokaj visok (36 %). Med nastajajočimi in novimi podjetniki je tudi precej visok odstotek podjetnikov s srednješolsko izobrazbo (35,7 %), med ustaljenimi podjetniki pa je takih 35,5 %. Najmanj podjetnikov v obeh stopnjah podjetja pa ima dokončano osnovno šolo ali manj (Rebernik et al., 2011, str. 87).

*Tabela 2: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo v Sloveniji v letu 2010*



*Vir: M. Rebernik, P. Tominc & K. Crnogaj, Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva: GEM Slovenija 2010, 2011, str. 87.*

- **Sektorska porazdelitev podjetij**

Zgodnji podjetniki in ustaljeni podjetniki delujejo na zelo različnih področjih; v Sloveniji tako eni kot drugi v največjem številu delujejo v poslovno usmerjenih storitvah, kamor sodi finančno posredništvo, zavarovalništvo, poslovanje z nepremičninami in podobno.

Najmanj podjetnikov pa deluje na področju dejavnosti pridobivanja iz narave (kmetijstvo, gozdarstvo, ribolov, lov in rudarstvo) (Rebernik et al., 2011, str. 88).

Glede na fazo gospodarskega razvoja je Slovenija uvrščena v inovacijsko gospodarstvo, za katerega je značilno, da je delež zgodnje podjetniške aktivnosti na področju poslovno usmerjenih storitev najvišji glede na učinkovitostna in faktorska gospodarstva (Rebernik et al., 2010, str. 66).

- **Financiranje podjetij**

V začetni fazi vsakega podjetja je zelo pomembno neformalno financiranje, kamor sodijo družinski člani podjetnika, podjetnik sam, njegovi prijatelji, sodelavci v službi itd. Šele kasneje se vključijo drugi načini financiranja (npr. banke, rizični kapital, država).

V Sloveniji je delež neformalnih investitorjev znašal 3,4 %, kar je državo uvrstilo na 39. mesto. Največ neformalnih investicij je bilo zaznanih v Ugandi, najmanj pa na Japonskem. Tam, kjer je malo neformalnega financiranja podjetnikov, to pomeni, da so zgrajeni mehanizmi za pridobivanje začetnih virov (npr. bančno kreditiranje, rizični kapital) (Rebernik et al., 2011, str. 90).

- **Prenehanje poslovanja**

Prenehanje poslovanja je del celotnega podjetniškega procesa, kjer podjetje preneha poslovati zaradi različnih razlogov (npr. notranje slabosti, nevzdržni pogoji poslovanja, prostovoljna osebna odločitev). Slovenija sodi med države z najmanj prenehanji poslovanja, v letu 2010 je ta pokazatelj znašal 1,6 %. Vendar je zelo pomembno primerjati delež opuščeni podjetij s celotno podjetniško aktivnostjo (opustitveni indeks). Opustitveni indeks za Slovenijo je znašal 17 % (toliko celotne podjetniške aktivnosti v Sloveniji je prenehalo s podjetništvom), kar nam pove, da je v Sloveniji podjetniška dinamika nekoliko nižja kot v ostalih državah. Najvišja dinamika je bila zaznana v Zambiji, kjer je odstotek izstopov iz podjetništva v skupnem številu vseh ustanovljenih podjetij znašal približno 57 %. Glavni razlogi za prenehanje poslovanja v Sloveniji so finančni razlogi, drugo delo ali poslovna priložnost in nedobičkonosnost podjetja (Rebernik et al., 2011, str. 91).

- **Vpliv recesije**

Recesija je po mnenju tako nastajajočih in novih podjetnikov kot ustaljenih podjetnikov najbolj vplivala na poslovne priložnosti; oboji pravijo, da je le-teh sedaj manj. Večji pesimizem v tem pogledu je opaziti pri ustaljenih podjetnikih, saj jih tako meni kar 60 %, enako mnenje ima 47 % nastajajočih in novih podjetnikov. Po recesiji je po mnenju podjetnikov težje dosegati tudi rast podjetja in pričeti z novim poslom (Rebernik et al., 2011, str. 92, 93).

Iz navedenih podatkov lahko povzamemo, da v Sloveniji več kot polovica posameznikov vstopa v podjetništvo zaradi priložnosti, da bi imeli večjo neodvisnost ali da bi si povečali svoje dohodke. Največ novih in nastajajočih podjetnikov najdemo v starostnem razredu med 25. in 34. letom. Zastopanost žensk v podjetništvu v Sloveniji je manjša, kot je zastopanost moških. Največ podjetnikov pa je z visokošolsko ali univerzitetno ali višjo izobrazbo, obenem pa smo med državami z najmanj prenehanji poslovanja v letu 2010.

V naslednjih dveh poglavjih predstavljam literaturo, ki govori o dejavnikih, ki naj bi vplivali na odločitev posameznika za vstop v podjetništvo in na odločitev izkoristiti znano podjetniško priložnost.

### **3 Dejavniki, ki vplivajo na izkoriščanje podjetniške priložnosti**

V literaturi zasledimo dva sklopa dejavnikov, ki naj bi vplivali na izkoriščanje podjetniške priložnosti oziroma na potencial podjetniške aktivnosti posameznikov:

- a) nepsihološki dejavniki in
- b) psihološki dejavniki.

#### **3.1 Nepsihološki dejavniki**

##### **3.1.1 Oportunitetni stroški**

Vsak človek v svojem življenju tehta med odločitvami; odloča se, katera izmed dveh odločitev mu bo prinesla večje zadovoljstvo (materialno ali čustveno) in katera manjše. Tako se v določeni situaciji odloča večina posameznikov, kjer pretehta tista odločitev, ki ima več pozitivnih učinkov na posameznikovo življenje. Tako obstaja tudi v odločitvi za podjetniško pot tehtanje med sedanjim finančnim stanjem in novo priložnostjo, ki jo je človek opazil. Ali se bo oseba odločila za podjetniško pot, je odvisno predvsem od prihodka, ki ga oseba trenutno prejema, in prihodka, ki bi ga lahko prejela v prihodnosti (če se odloči za izkoriščanje podjetniške priložnosti). S prihodkom pa je povezana tudi trenutna zaposlenost ali brezposelnost posameznika.

Argument oportunitetnih stroškov se nanaša na povečanje verjetnosti, da bo oseba izkoristila podjetniško priložnost, če se povečuje vrzel med pričakovanimi podjetniškimi zaslužki in trenutnimi zaslužki, ki jih prejema kot zaposlena oseba. Prav tako naj bi nezaposleni bili bolj naklonjeni kot zaposleni, da izkoristijo podjetniško priložnost. Poleg tega ima veliko vlogo višina koristi, ki jih posameznik prejema med brezposelnostjo. Večje so koristi, ki jih prejema posameznik med brezposelnostjo, večji so oportunitetni stroški samozaposlitve, posledično pa je verjetnost, da se bo posameznik odločil za samozaposlitev, manjša (Shane, 2003, str. 64, 65).

### **3.1.2 Poročen/delovni zakonec**

Po pisanju Shana (2003, str. 67) je opazna večja možnost izkoriščanja podjetniške priložnosti, če je posameznik poročen in če je zakonec zaposlen. Na tak način se zmanjša negotovost pričakovane premije, ki jo podjetnik dobi z izkoriščeno priložnostjo. Ker škodljive posledice neuspeha posameznika pri izkoriščanju podjetniške priložnosti ublaži dohodek zakonca, naj bi bili poročeni ljudje bolj pripravljeni izkoristiti podjetniško priložnost kakor samski.

### **3.1.3 Izobrazba**

Za osebe, ki so bolj izobražene, obstaja večja verjetnost, da bodo izkoristile podjetniško priložnost, ker bodo informacije in veščine, ki jih zagotavlja izobraževanje, povečale njihove pričakovane donose na izkoriščeno priložnost. Poleg tega pa na izkoristek podjetniške priložnosti vplivajo tudi dolžina oziroma leta izobraževanja. Dlje se je oseba izobraževala, večja je verjetnost, da bo izkoristila podjetniško priložnost (Shane, 2003, str. 69–71).

Izobrazba pomaga pri reševanju problemov, s katerimi se srečuje podjetnik, poleg tega pa daje dobro podlago, še zlasti, če je povezana z dejavnostjo podjetja (Antončič et al., 2002, str. 90). Z izobrazbo podjetnik pridobi tudi veliko znanja na področju analitičnega razmišljanja in razumevanja podjetniškega procesa.

### **3.1.4 Delovne izkušnje**

Skozi delovne izkušnje ljudje razvijejo informacije in spretnosti, ki olajšajo oblikovanje podjetniške strategije, pridobivanje virov in sam proces organiziranja. Podjetniške izkušnje tako zmanjšujejo negotovost glede same vrednosti izkoriščanja podjetniške priložnosti in povečujejo pričakovani dobiček podjetnika (Shane, 2003, str. 75).

Tako velja, da za ljudi z več delovnimi izkušnjami obstaja večja verjetnost, da bodo izkoristili podjetniško priložnost. Pet različnih vrst delovnih izkušenj povečuje možnost, da bo določena oseba izkoristila podjetniško priložnost – splošne poslovne izkušnje, funkcionalne izkušnje, industrijske izkušnje, izkušnje z ustanavljanjem podjetja in izkušnje, ki jih je oseba pridobila kot pomočnik (Shane, 2003, str. 75).

### **3.1.5 Starost**

Poleg vseh zgoraj naštetih dejavnikov tudi starost vpliva na povečanje možnosti za izkoristek podjetniške priložnosti. Shane (2003, str. 89) podaja razlago, da se s starostjo zbere več informacij in spretnosti, ki so potrebne za izkoriščanje podjetniške priložnosti.

Tako Shane (2003, str. 89) podaja razlog, zakaj starost vpliva na izkoristek podjetniške priložnosti v tem, da leta vključujejo pozitiven vpliv izkušenj, ki se s starostjo povečujejo.

Zgodnejši začetki podjetniške kariere so po mnenju Antončiča et al (2002, str. 91) uspešnejši od kasnejših.

### **3.1.6 Socialni položaj**

Socialni položaj posameznika je tudi eden izmed dejavnikov, ki vplivajo na posameznikovo odločitev za izkoriščanje podjetniške priložnosti. Nanaša se na položaj posameznika v družbi.

Socialni položaj se nanaša na razmerja z ostalimi člani socialne skupnosti, v kateri posameznik živi ali dela. Socialni položaj zajema dva vidika:

- socialni status in
- socialne vezi.

Socialni status posameznika pomeni, kako drugi dojemajo oziroma razvrščajo posameznika v socialni skupnosti. Socialne vezi pa se nanašajo na povezave med člani skupnosti in posameznikom. Tako socialni status kot socialne vezi posameznika povečujejo možnost, da bo ta oseba izkoristila podjetniško priložnost (Shane, 2003, str. 91, 92).

## **3.2 Psihološki dejavniki**

### **3.2.1 Ekstravertiranost**

Značilnosti ekstravertiranega posameznika so: družabnost, živahnost, podjetnost, aktivno in impulzivno vedenje, sociabilnost, kazanje interesa za okolico, dovezetnost za tveganje (Šuštar, 2011, str. 15).

Ker podjetniki prepoznajo priložnosti, ki jih ostali ljudje ne zaznajo, se pogosto srečujejo z nalogo prepričevanja drugih, predvsem strank in zaposlenih, da priložnost, ki jo je podjetnik zaznal, ima svojo vrednost oziroma je dragocena. Sposobnost prepričati druge ljudi, da je zaznana priložnost dobra, je močno odvisna od družabnosti, asertivnosti in pobude (te lastnosti so vidiki ekstravertiranosti). Ekstravertiranost naredi osebo bolj verjetno za ustvarjanje navdušenja in podpore med drugimi in poveča verjetnost, da bo posameznik izkoristil podjetniško priložnost (Shane, 2003, str. 97, 98).



Energičen in družaben posameznik lahko te lastnosti uporabi pri izkoriščanju podjetniške priložnosti oziroma ustanavljanju podjetja, saj to zahteva intenzivno interakcijo s potencialnimi dobavitelji, kupci, investitorji in zaposlenimi. V vsakem od teh primerov mora podjetnik črpati nabor socialnih veščin za izgradnjo potrebnih odnosov, ki so ključnega pomena za poslovanje podjetja (Singh & DeNoble, 2003, str. 267).

### **3.2.2 Potreba po dosežku**

Potreba po dosežku je motivacija, ki vodi ljudi, da opravljajo dejavnosti in naloge, ki vključujejo osebno odgovornost za rezultate, zahteva posameznikov trud in spretnosti ter vključuje zmerno tveganje in zagotavlja jasne povratne informacije (Shane, 2003, str. 99).

Ko podjetniki dosežejo zastavljene cilje, si postavijo nove, višje cilje, vendar dosegljive zase in za svoje podjetje. Prenizki cilji rojevajo samozadovoljstvo, ki uspeva, previsoki cilji pa frustracijo (Miklavc, 2006, str. 39). Podjetniki se odlikujejo, če uspešno opravijo zastavljene naloge in prispevajo k čim večjemu uspehu podjetja oziroma posla (Plut & Plut, 1995, str. 76).

Oseba, ki ima razvito to sposobnost, po pričakovanjih porabi več časa za razmišljanje o tem, kako bolje opraviti posel ali kako doseči tisto, kar je pomembno (Kotar, 2006, str. 20).

### **3.2.3 Nagnjenost k tveganju**

Nagnjenost k tveganju je vidik osebnosti, ki meri pripravljenost ljudi za sodelovanje v tvegani dejavnosti. Za ljudi, ki so bolj nagnjeni k tveganju, obstaja večja verjetnost, da bodo izkoristili podjetniško priložnost, saj je prevzemanje tveganj temeljni del podjetništva (Shane, 2003, str. 103).

Raziskave so pokazale, da so posamezniki, ki izkoriščajo poslovne priložnosti, pripravljeni prevzemati večja tveganja, kot tisti, ki jih ne. Podjetniki so pripravljeni žrtvovati svoj čas, napore in sredstva, čeprav nimajo vnaprejšnjega zagotovila za uspeh. Tvegajo, toda previdno in preračunljivo (Vogrin, 2010, str. 15).

Richard Cantillon je razvil eno začetnih teorij podjetništva in je prvi, ki je v ekonomsko zgodovino zapisal opredelitev podjetnika. Dokazoval je, da je osnovna lastnost, ki ločuje podjetnike od zaposlenih oseb, negotovost in tveganost zaposlitve. Podjetnika je razumel kot prevzemnika tveganj, ko je ugotavljal, da trgovci, kmetovalci, obrtniki in drugi samostojni obrtniki »kupujejo po določeni ceni in prodajajo po nedoločeni ceni, kar pomeni, da tvegajo« (Kotar, 2006, str. 25).

### **3.2.4 Želja po neodvisnosti**

Želja po neodvisnosti je vidik osebnosti, v katerem ljudje raje preidejo na samostojno ukrepanje kot pa na ukrepe, ki vključujejo tudi druge ljudi. Ljudje z veliko željo po neodvisnosti so bolj nagnjeni k temu, da bodo izkoristili podjetniško priložnost, ker podjetniška aktivnost pomeni zasledovanje lastne presoje, ne pa zasledovanje presoje nekoga drugega (Shane, 2003, str. 106).

Podjetniki si želijo svobodo in samostojnost. Ti jim dasta občutek odgovornosti za rezultate. Želijo biti neodvisni v opredeljevanju in v akcijah. Sami prevzemajo odgovornost in nadzor. Samostojni so pri odločanju, predvsem pa so odgovorni za posledice odločitev in v poslih delujejo odločno (Plut & Plut, 1995, str. 78).

Podjetništvo se je razcvetelo, ker so se neodvisni ljudje odločili zapustiti varna in zanesljiva delovna mesta zato, da so razvili novo zamisel ali podjetje na novem trgu. Neodvisnost je pomemben vidik podjetništva in kot tak koncept avtonomnosti ključna razsežnost podjetniške drže. V organizacijskem vidiku pomeni dejanja, ki nastanejo neodvisno od organizacijskih omejitev (Kotar, 2006, str. 27).

Ena izmed raziskav na tem področju je pokazala, da imajo podjetniki, ki so ustanovili podjetje z namenom pridobitve samostojnosti, počasneje rastoče podjetje kot tisti, ki so ustanovili podjetje z kakšnim drugim namenom. Nizko rastoča podjetja so precej bolj verjetno (v primerjavi z visoko rastočimi) ustanovljena s strani ljudi, ki so odprli podjetje zato, ker jim drugi niso pustili, da bi delali tisto, kar so hoteli (Shane, 2003, str. 108).

### **3.2.5 Lokus nadzora**

Notranji lokus nadzora je pozitivno usmerjen k dosežkom. Notranji nadzor opisuje obseg, v katerem posamezniki razumejo sposobnost za obvladovanje prihodnjih dogodkov skozi svoje vedenje. Posamezniki z notranjim lokusom nadzora so bolj nagnjeni k pripisovanju svojih dosežkov samim sebi in lastnemu prizadevanju, medtem ko posamezniki z zunanjim lokusom nadzora menijo, da priložnost, sreča in dejavnost nedoločljivo "močne" sile v okolju prevladujejo pri določanju uspeha in neuspeha posameznika (Hay, Kash & Carpenter, 1990, str. 13).

Notranji nadzor je prepričanje posameznika, da lahko vpliva na svoje okolje. Ljudje z notranjim lokusom nadzora imajo močnejši občutek, da lahko kontrolirajo svoje okolje in bodo z večjo verjetnostjo izkoristili podjetniško priložnost kot ljudje z zunanjim lokusom nadzora. Raziskave so pokazale, da imajo podjetniki večji notranji lokus nadzora kot drugi (Shane, 2003, str. 108, 109).

### **3.2.6 Samo-učinkovitost**

Samo-učinkovitost je prepričanje v sposobnost določene osebe, da opravi določeno nalogo. Ljudje, ki so bolj samo-učinkoviti, bodo prej izkoristili podjetniško priložnost kot tisti, ki so manj samo-učinkoviti (Shane, 2003, str. 111).

Samo-učinkovitost je pri podjetnikih zelo priporočljiva, saj si podjetniki, ki so visoko samo-učinkoviti, dlje časa prizadevajo preseči neuspehe ter razvijejo boljšo strategijo in plan za izvedbo določene naloge. Poleg tega je samo-učinkovitost konstrukt, ki je tesno povezan s pomembnimi podjetniškimi rezultati, kot so namere o ustanovitvi podjetja, rast podjetja in osebni uspeh podjetnika (Drnovšek, Wincent & Cardon, 2010, str. 330–331).

Samo-učinkovitost je zelo pogosta osebna značilnost, ki je v veliki meri prisotna predvsem med samozaposlenimi ljudmi oziroma podjetniki. Samo-učinkovitost je prepričanje posameznika v lastno sposobnost, da opravi določene naloge ali da izvaja nadzor nad svojim življenjem. Povezana je z dojemanjem pristojnosti in nadzora ter kaže, da je povezana s posebnim vedenjem (na primer prevzemanje tveganj, prepoznavanje priložnosti in vztrajnost) (Bradley & Roberts, 2004, str. 40–41).

### **3.2.7 Prevelika samozavest**

Prevelika samozavest se pojavi, ko posameznikova samozavest v odločitvi ali presoji presega njegovo natančnost v tej sodbi. Posameznik ima preveč pozitivno oceno osebnostnih lastnosti, je neupravičeno optimističen glede prihodnosti ali pa ima neupravičen občutek, da lahko nadzoruje dogodke (Wickham, 2006, str. 221). Prevelika samozavest je prepričanje v pravilnost sodbe, ki je preveč visoka glede na dejanske podatke (Shane, 2003, str. 113).

Prevelika samozavest spodbudi posameznika, da izkoristi podjetniško priložnost, saj prevelika samozavest vodi ljudi, da se aktivirajo v situacijah, v katerih nimajo dovolj informacij, da ocenijo verjetnost njenega uspeha (Shane, 2003, str. 113).

Vendar pa prevelika samozavest lahko podjetnika pelje tudi v drugo smer in povzroči propad podjetja. Novi podjetniki imajo malo možnosti za pridobitev denarja in prevelika samozavest lahko podjetnika vodi v negativne rezultate, ki so posledica njegovih odločitev, kar lahko hitro pripelje do pomanjkanja finančnih virov podjetja. Prevelika samozavest lahko povzroči tudi nepravilno oceno konkurentov na trgu podjetja; tudi to lahko vodi v propad podjetja oziroma slabše rezultate (Bakker, Curseu & Vermeulen, 2007, str. 205–206).

### **3.2.8 Reprezentativnost**

Reprezentativnost je pripravljenost ljudi, da posplošujejo na osnovi majhnih vzorcev, ki ne predstavljajo populacije. Reprezentativna pristranskost spodbuja ljudi, da izkoristijo podjetniško priložnost. Odločitev za izkoristek podjetniške priložnosti mora biti sprejeta v situaciji, kjer je malo preteklih informacij, ki vodijo to odločitev. Glede na raziskave naj bi se podjetniki v večjem obsegu odločali glede na oceno, kot pa da bi se odločali glede na razpoložljive statistične podatke (Shane, 2003, str. 114).

### **3.2.9 Intuicija**

Intuicija je sposobnost posameznika, da dostopa do shranjenih znanj in/ali izkušenj v njegovi podzavesti. Intuitivno vedenje odraža tudi posameznikovo osebno preteklost. Intuicija je nekaj, kar vsak posameznik počne vsako minuto dneva, je posledica nezavednih misli (La Pira, 2011, str. 1).

Intuicija je prepričanje oziroma občutek, da je nekaj res, ne da bi dejansko zbirali dokaze, ki dokazujejo verodostojnost. Intuicija povečuje težjo, da določena oseba izkoristi podjetniško priložnost. Odločitev izkoristiti podjetniško priložnost pa je odločitev, ki mora biti sprejeta pod negotovostjo, časovnim pritiskom in z omejenim številom informacij (Shane, 2003, str. 115).

Poleg psiholoških in nepsiholoških dejavnikov pripisujejo avtorji veliko težnjo socialnemu kapitalu kot pomembnemu dejavniku za odločitev posameznika, da vstopi v podjetniško aktivnost, zato bom v nadaljevanju podrobneje prikazala to področje literature.

## **4 Socialni kapital**

Socialni kapital, ki se pojavlja med odnosi in vezmi dveh posameznikov oziroma organizacij, je tako prisoten tudi pri študentih na Ekonomski fakulteti UL. Ker je interakcija med študenti redna in zelo pogosta, lahko predvidevamo, da je prisoten tudi socialni kapital, ki pa za povečevanje blaginje tako posameznika kot celotne družbe ni v celoti izkoriščen. To sem namreč ugotovila med samim študijem na omenjeni fakulteti, zato sem se odločila raziskati teoretično področje socialnega kapitala in to preveriti tudi z anketnim vprašalnikom.

Socialni kapital, ki je razmeroma nov pojem, je povezan s človeškim kapitalom. Označuje vključenost posameznika ali kolektivnih akterjev v družbene vezi ali omrežja (Adam, Rončević & Tomšič, 2012, str. 1). Socialni kapital je struktura kontaktov v mreži in virih, ki jih ima vsak od njih (Burt, 2000a, str. 282).

Že sam izraz socialni kapital pove, da gre v tem primeru za odnose med ljudmi (socialni), ki imajo določeno vrednost (kapital). Pri socialnem kapitalu je zelo pomembno, da so stiki med ljudmi pogosti in pomembni. Na te stike pa se posameznik lahko zanese, ponujajo mu možnost izboljšanja določenega položaja.

Glavna in bistvena značilnost socialnega kapitala je v tem, da je v skupni lasti dveh strani, ki so v določenem odnosu. Nihče od njiju nima edinstvenega lastništva nad socialnim kapitalom. Socialni kapital ne obstaja več, ko se odnos med dvema osebam razdre oziroma preneha (Burt, 2000a, str. 282).

Socialne vezi, ki so temelj socialnega kapitala, se lahko razvijejo med posamezniki, različnimi družbami in organizacijami predvsem na osnovi koristi, tako ožjih kot širših.

Če je posameznik ali skupina sposobna pridobiti sodelovanje in podporo okolja, govorimo o visoki stopnji socialnega kapitala. Prav tako kakor v človeški moramo vlagati tudi v socialni kapital, saj je z njima mogoče priti do denarja in moči. S socialnim kapitalom lahko dostopamo do informacij, ki so včasih ključnega pomena za doseg ciljev. Temelj za vzpostavljanje prožnih organizacijskih oblik socialnega kapitala sta zaupanje in sodelovanje kot pomembna vpliva na dinamiko ekonomske rasti in na celoviteje pojmovno razvojno učinkovitost v primerjalni perspektivi (Adam, Rončević & Tomšič, 2012, str. 1).

V spodnji tabeli so predstavljene še dodatne opredelitve pojma socialni kapital po različnih avtorjih. Kot je razvidno iz tabele, ima vsak avtor svojo opredelitev tega pojma, vendar je vsaka opredelitev osnovana na pojmih, kot so medsebojni odnosi, zaupanje, vezi, relacije, mreže itd.

*Tabela 3: Opredelitve pojma socialni kapital glede na avtorje*

<b>Avtorji</b>	<b>Opredelitve socialnega kapitala</b>
Bourdieu	Socialni kapital opredeli kot pogostost in pomembnost stikov na katere se posameznik lahko zanese z namenom izboljšanja svojega položaja.
Coleman	Socialni kapital opredeli s funkcijo, saj posamezniki vstopajo v medsebojne odnose zaradi zasledovanja lastnih interesov. Pomembne so horizontalne in vertikalne relacije v organizaciji, ter koncept zaprtosti mreže. Kadar krog ni zaprt ni možno sankcioniranje, kršenje norm je bolj pogosto, saj je nekaznovano.

Se nadaljuje

## Nadaljevanje

Avtorji	Opredelitve socialnega kapitala
Portes	Socialni kapital opredeli kot sposobnost posameznikov, da dosežejo koristi s članstvom v mrežah in drugih strukturah. Skupne izkušnje in prepričanja pripomorejo k oblikovanju socialnega kapitala, saj ustvarjajo občutek solidarnosti.
Nahapiet, Ghoshal	Socialni kapital opredelita kot relacije in sredstva, ki jih lahko mobiliziramo. Pričakovanja predstavljajo obvezo, da bomo izpeljali določena dejanja v prihodnosti. Sodelovanje ni mogoče brez skupnih ciljev in vizije v organizaciji.
Putnam	Socialni kapital opredeli v organizaciji kot mreže, zaupanje in norme, ki pospešujejo koordinacijo in sodelovanje zaradi obojestranskih koristi. Poudarja horizontalne relacije med posamezniki.
Woolcock	Socialni kapital opredeli v povezavi z zaupanjem in normami.
Fukuyama	Socialni kapital opredeli v povezavi z zaupanjem.
Inglehart	Socialni kapital opredeli kot kulturo zaupanja, ki oblikuje mreže in združenja, ki zagotavljajo pretok informacij.
Adam, Makarovič, Rončević, Tomšič	Socialni kapital opredelijo kot neotipljiv resurs, ki rešuje problem zaupanja in koordinacije v organizaciji in izboljšuje učinkovitost organizacije s spodbujanjem koordiniranega sodelovanja v in izven organizacije.
Paldam	Socialni kapital opredeli v povezavi z mrežami, ki so najbolj pomemben vir socialnega kapitala.
Lesser	Socialni kapital opredeli kot vrednost, ki nastaja in obstaja zaradi posameznikovih relacij v družbi in podjetju.
North	Socialni kapital posredno opredeli skozi institucije, kot obliko formalnih in neformalnih pravil igre.
Svetovna banka	Socialni kapital opredeli na treh nivojih: horizontalne relacije med posamezniki, horizontalne in vertikalne relacije med posamezniki in organizacijami ter relacije s širšim družbenim okoljem, ki oblikuje norme in vrednote.

*Vir: A. Kešeljevič, Opredelitev socialnega kapitala na organizacijski ravni in njegovi zunanji učinki, 2003, str. 8.*

### 4.1 Viri socialnega kapitala

Avtorji, ki se ukvarjajo z raziskovanjem socialnega kapitala, le-tega opredeljujejo zelo različno. Posledica teh različnih opredelitev so tudi različne opredelitve in navedbe virov socialnega kapitala. Med vire socialnega kapitala so različni avtorji najpogosteje uvrstili mreže, norme, prepričanja, formalna pravila in zaupanje.

#### **4.1.1 Omrežja**

Nekateri avtorji se osredotočajo na socialne mreže posameznikov, skupin in organizacij kot glavni vir socialnega kapitala, saj je socialni kapital povezan predvsem z odnosi med posamezniki in skupinami. Med nekaterimi teoretiki, ki so osredotočeni na notranje vezi v določeni družbi, pojem mreže pogosto pomeni neformalne interakcije (iz oči v oči) ali članstvo v združenjih ali klubih. Nasprotno pa teoretiki o omrežjih trdijo, da je za razumevanje socialnega kapitala potrebna podrobnejša analiza določene strukture teh omrežij. Socialne mreže močno vplivajo na socialni kapital osrednjega akterja oziroma članov mreže na dva načina. Skozi neposredne vezi osrednjega akterja in skozi posredne vezi, ki jim jih nudi kvaliteta celotne strukture širšega omrežja, znotraj katerega se nahajajo. Na osnovi svojih neposrednih in posrednih vezi si lahko posamezniki zagotavljajo pomoč ali dostop do virov, ki jih potrebujejo (Adler & Kwon, 2000, str. 97–98).

Zaprte mrežne strukture spodbujajo nastajanje učinkovitih norm in ohranjajo zanesljivost drugih ter s tem krepijo socialni kapital. Pri bolj odprtih mrežnih strukturah je bolj verjetno, da kršenje norm ostane neopaženo in nekaznovano. Ljudje posledično manj zaupajo drug drugemu, kar slabi socialni kapital. Večja omrežja z nekaj odvečnimi vezmi pogosto zagotavljajo večje koristi socialnega kapitala (Adler & Kwon, 2000, str. 97–98).

#### **4.1.2 Norme**

Določeno število strokovnjakov meni, da socialni kapital temelji na normah, ki so prisotne v neki družbi. Portes in Putnam se osredotočita na normo splošne vzajemnosti: ta se nanaša na primer, ko posameznik opravi neko uslugo drugi osebi, ki po načelu vzajemnosti enkrat v prihodnosti vrne uslugo. Norma splošne vzajemnosti rešuje probleme skupnega delovanja, povezuje skupnost in služi preoblikovanju egoističnih posameznikov v ljudi z vsaj malo občutka obveznosti do drugih ljudi v skupnosti, ki so v skupnost združeni na osnovi skupnih interesov in z občutkom za skupno dobro (Adler & Kwon, 2000, str. 98–99).

#### **4.1.3 Prepričanja**

Prepričanja v obliki skupnih strateških vizij, interpretacij in sistema pomena igrajo ključno vlogo pri ustvarjanju socialnega kapitala. Med ljudmi, ki se med seboj ne razumejo in nimajo skupnih ciljev, obstaja majhna verjetnost, da se pojavi socialni kapital, oziroma je nemogoče, da bi se raven socialnega kapitala povišala. Skupne izkušnje in skupna prepričanja, ki izhajajo iz teh izkušenj, prispevajo k socialnemu kapitalu, saj ustvarjajo

močan občutek za skupnost; posledično ti ljudje v skupnosti medsebojno boljše delujejo in zvišujejo vrednost socialnega kapitala (Adler & Kwon, 2000, str. 99).

Socialni kapital izhaja iz splošnega prepričanja, ki posameznikom omogoča izmenjavati skupne ideje in daje vrednost skupnim izkušnjam. Tako medsebojna komunikacija in razumevanje med ljudmi omogočita oblikovanje skupnih pričakovanj, predvidevanj in pogledov na dogajanja, kar pospeši njihovo skupno aktivnost (Adler & Kwon, 2000, str. 99).

#### **4.1.4 Pravila**

Formalne institucije in pravila imajo lahko močan posreden vpliv na socialni kapital preko njihovega vpliva na prve tri omenjene vire. Prav tako pa imajo lahko značilen neposreden vpliv. Formalne institucije in pravila lahko oblikujejo strukturo mreže in vsebino vezi. Formalne organizacije močno determinirajo neformalne organizacije zato, ker se mnogo vezi pojavi kot posledica pozicij in niso prostovoljno izbrane. Takšno vplivanje formalnih struktur na strukturo mreže ima posledično vpliv na socialni kapital. Formalne institucije lahko vplivajo na norme in prepričanja (Adler & Kwon, 2000, str. 100–101).

Vlada je po prepričanju določenih avtorjev glavni vir socialnega kapitala. Močan odziv vlade na potrebe ljudi igra neposredno vlogo pri oblikovanju socialnega kapitala v skupnosti. Vlada kot vir socialnega kapitala je lahko pomemben vzvod obnašanja družbe. S svojo močjo vladanja lahko spodbuja zaupanje ali pa povzroči nezaupanje med državljani, posledično pa povečuje oziroma zmanjšuje socialni kapital (Adler & Kwon, 2000, str. 100–101).

Če pravila vplivajo na socialni kapital le posredno, bi lahko to spodbudilo razmišljanje o pravih kot poseben konstrukt – kot institucionalni kapital. Če pa imajo pravila tudi neposreden vpliv na socialni kapital, je takšno razlikovanje manj plodno (Adler & Kwon, 2000, str. 100–101).

#### **4.1.5 Zaupanje**

Zaupanje je psihološko stanje posameznika, medtem ko je socialni kapital značilnost strukture družbe. Oba se medsebojno krepi. Socialni kapital pogosto ustvarja odnose z visoko ravno zaupanja in ustvarjeno zaupanje povečuje socialni kapital. Medsebojno zaupanje je rezultat domačnosti, podobnosti, značilnosti mreže, skupnih norm in enakih prepričanj ter formalnih pravil (Adler & Kwon, 2000, str. 101–102).



Pozitivna korelacija med zaupanjem in socialnim kapitalom je delno razložljiva z dejstvom, da določeni viri socialnega kapitala (značilnosti mreže, skupne norme in prepričanja ter formalna pravila) vplivajo tudi na zaupanje in s tem na socialni kapital. Tako obstaja tesna povezava med viri zaupanja in viri socialnega kapitala. Poznavanje kot vir zaupanja se nanaša na osrednji del vezi v omrežju kot vir socialnega kapitala; skupne norme se pojavljajo kot determinanta tako zaupanja kot socialnega kapitala; preračunljivo zaupanje temelji na skupnih prepričanjih; vloga sistema zaupanja je zelo blizu vlogi formalnih pravil in institucij (Adler & Kwon, 2000, str. 101–102).

## **4.2 Dimenzije socialnega kapitala**

V študijah o socialnem kapitalu in pomenu tega kapitala lahko najdemo opredelitve treh dimenzij socialnega kapitala: strukturne, relacijske in kognitivne (te so podrobneje predstavljene v podpoglavjih tega poglavja). Vendar nobena od naštetih dimenzij ni pomembnejša od druge – vse tri dimenzije so med seboj zelo povezane in vsaka je enako pomembna.

### **4.2.1 Strukturne dimenzije socialnega kapitala**

Strukturna dimenzija socialnega kapitala se nanaša na omrežje vezi med posamezniki in skupinami v okviru organizacije in na vse vezi, ki jih ima organizacija (oziroma njeni člani) z zunanjimi partnerji. Pri tem vez pomeni interakcijo med dvema akterjema, recimo aktivno sodelovanje med dvema članoma organizacije ali pa pogodbeno razmerje med organizacijo in njenim dobaviteljem. Ta dimenzija nam pove, s kom ima posameznik vezi oziroma koga lahko v organizaciji ali zunaj nje na podlagi svojih vezi doseže in kako (Kaše & Škerlavaj, 2006, str. 75).

Strukturna dimenzija socialnega kapitala vključuje družbene interakcije, ponazarja umeščenost posameznikovih stikov v družbeno strukturo interakcij. Družbene vezi so kanali informacij in s tem virov. Prek družbenih interakcij posamezniki dobijo dostop do virov drugega posameznika. Strukturna dimenzija se torej nanaša na ustvarjanje neformalnih omrežij, ki posameznikom omogočajo identifikacijo drugih oseb, ki so nosilci potencialnih resursov. Ta omrežja vključujejo odnose močnih vezi (večkratni, redni stiki) in šibkih vezi (posamezniki, ki nimajo rednih stikov). Strukturna dimenzija socialnega kapitala kaže potrebo po stiku z drugimi z namenom pridobivanja resursov, ki jih sami nimamo (Rek, 2008, str. 244, 245).

Strukturna dimenzija se tako nanaša na strukturo omrežja, ki vsebuje dejavnike, kot so neposredne in posredne povezave med glavnim akterjem v mreži in ostalimi ljudmi, prav tako pa se nanaša tudi na število teh povezav oziroma vezi. Pomembno je predvsem, od

koga lahko glavni akter pridobi potrebne informacije, ki mu bodo pomagale pri zaznavanju podjetniške priložnosti in izkoristku le-te.

#### **4.2.2 Relacijske dimenzije socialnega kapitala**

Relacijska dimenzija socialnega kapitala opisuje vsebino odnosov, za katere obstajajo (strukturne) vezi. Nanaša se na odnose med člani organizacije oziroma med organizacijo (oziroma njenimi člani) in zunanjimi partnerji, ki so se razvili na podlagi ponavljajočih se interakcij v preteklosti. Med bistvene dejavnike, ki vplivajo na uspešnost organizacije, prištevamo medsebojno zaupanje, prijateljstvo in spoštovanje. Predvsem medsebojno zaupanje in zaupanje v znanje ter sposobnosti sodelavcev in zunanjih partnerjev lahko pomembno vplivata na hitrost odzivanja in kakovost odločanja v razmerah negotovosti (Kaše & Škerlavaj, 2006, str. 75).

Za razvoj socialnega kapitala je poleg strukturne dimenzije enako pomembna tudi medosebna dinamika med člani omrežja. Ta relacijska dimenzija se nanaša na izgrajevanje zaupanja, skupnih norm in vrednot, obligacij, pričakovanj in identifikacij, ki so vključene pri razvoju socialnega kapitala med člani omrežja. Vključuje torej tisto »čisto premoženje«, ki je zakoreninjeno v odnosih, kot sta na primer zaupanje in zaupljivost: zaupanje je pripisano odnosu, zaupljivost pa posameznemu akterju, ki je vključen v odnos. Zaupanje generira skupno delovanje in vlaganje ter tako posamezniku v odnosu omogoči doseganje ciljev do meje, ki v odnosu brez zaupanja ne bi bila mogoča. Fukuyama (1995: 26) zaupanje razume kot »pričakovanje, ki nastaja v skupnosti, za katero je značilno stalno, pošteno in kooperativno vedenje, ki temelji na deljenih normah (in z njimi povezanih sankcijah) in skupnem družbenem kontekstu«. Socialni kapital je sposobnost, ki izhaja iz obstoja zaupljivih odnosov v družbi ali njenih delih. Socialni kapital se razvija, ko posamezniki verjamejo, da bo njihovo delovanje primerno recipročno in da se bodo partnerji v odnosu vedli v skladu s pričakovanimi obligacijami (Rek, 2008, str. 245).

Kot je zapisano v zgornjih vrsticah, lahko vidimo, da ima glavno vlogo pri relacijski dimenziji medsebojno zaupanje, in sicer tako med člani znotraj mreže kot med člani mreže in zunanjimi akterji.

#### **4.2.3 Kognitivne dimenzije socialnega kapitala**

S kognitivno dimenzijo socialnega kapitala preverjamo raven ujemanja v načinu razmišljanja in dojetanja ter sporazumevanja (skupni strokovni jezik) med dvema akterjema, med katerima obstaja (strukturna) vez, ter raven prekrivanja njunega znanja. Vse to je namreč pogoj za prenos predvsem tihega znanja v organizaciji oziroma med organizacijo in zunanjimi partnerji (Kaše & Škerlavaj, 2006, str. 75).

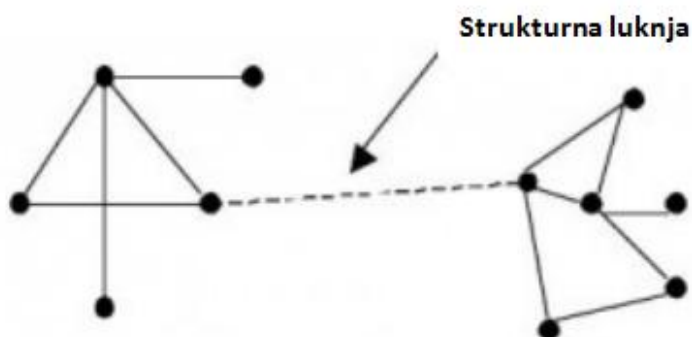
Kognitivno dimenzijo socialnega kapitala ponazarjajo pridevniki, kot so skupni svetovni nazor, »skupna koda«, paradigma, ki omogoča skupno razumevanje kolektivnih ciljev in uravnava način vedenja v družbenem sistemu. Za razvoj socialnega kapitala sta potrebna skupni kontekst in jezik. Brez skupnega vokabularja je težko vzpostaviti povezave, potrebne za razvoj in pospeševanje socialnega kapitala. Graditev skupnega konteksta je mogoča na podlagi dveh mehanizmov: skupna uporaba skupnih artefaktov, npr. dokumentov, priročnikov itd. – to vodi do skupnih referenc, ki jih lahko drugi hitro razumejo; uporaba zgodb, primerov iz prakse, ki izražajo smisel zgodovine in konteksta, ki ga sprejmejo in prenašajo člani omrežja (Rek, 2008, str. 246).

Tako se kognitivne dimenzije nanašajo na neko skupno razumevanje in interpretacijo informacij med akterji v mreži. Na tak način lahko akterji zaznavajo različne kategorije informacij. Glede na to, da akterji enako/podobno razumejo informacije in pomene, pa jim to omogoča in olajša proces izmenjave medsebojnega načina razmišljanja.

### 4.3 Strukturne luknje

Strukturne luknje so vrzeli med potrebnimi stiki. Strukturna luknja med dvema grozdoma v omrežju ne pomeni nujno, da se ljudje v dveh grozdih ne zavedajo drug drugega. To preprosto pomeni, da so tako osredotočeni na svoje lastne dejavnosti, da imajo le malo časa, da bi se udeležili dejavnosti ljudi v drugem grozdu. Strukturna luknja kaže, da ljudje na obeh straneh luknje krožijo v različnih tokovih informacijah. Vodja, ki se razteza čez strukturno luknjo s trdnimi odnosi s kontakti na obeh straneh luknje, ima dostop do obeh informacijskih tokov. Več lukenj se razteza preko grozda, bogatejše so informacijske koristi od omrežja (Burt, 2000b, str. 584).

Slika 1: Prikaz strukturne luknje



Vir: Lesprit-cyber-nest-pas-mort-il-bouge-encore, 2012.

Potrebni stiki so na neki način nepovezani med seboj – lahko so nepovezani direktno (ni direktnega kontakta med stiki), ali posredno (en stik ima kontakt, ki izključuje drugega).

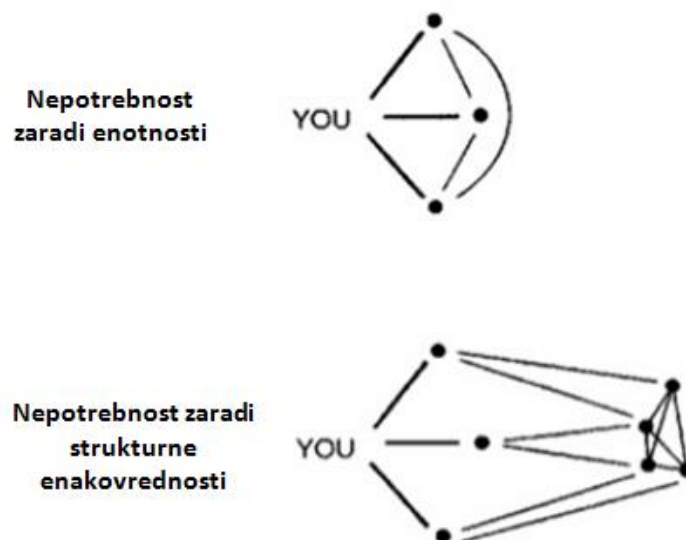
Ustrezni empirični pogoji, ki kažejo na strukturno luknjo, so kohezija oziroma enotnost in strukturna enakovrednost. Strukturne luknje so definirane, ko sta oba navedena pogoja odsotna (Burt, 1995, str. 291).

Strukturna luknja obstaja med dvema osebama, te osebe pa zagotavljajo potrebne koristi omrežja. Število strukturnih lukenj narašča z večanjem mreže, te luknje pa so ključ do informacijskih koristi.

- **Enotnost – kohezija** → Dva stika sta nepotrebna v obsegu, ko so stiki povezani z močnim odnosom. Močan odnos kaže na odsotnost strukturne luknje. Primeri takšnih stikov so oče in sin, brat in sestra, mož in žena itd. V primeru, da obstaja kontakt, ima oseba lahek dostop do obeh strani. Na Slika 2 je predstavljena nepotrebnost zaradi enotnosti. Vsi trije kontakti so med seboj povezani in tako prinašajo enake koristi mreženja (Burt, 1995, str. 18).
- **Strukturna enakovrednost** → Dve osebi sta strukturno enakovredni na stopnji, ko imajo iste stike. Ne glede na odnose med strukturno enakovrednimi ljudmi, ti odnosi vodijo k istemu izvoru informacij in so zato nepotrebni. Na Slika 2 je razvidno, da trije kontakti nimajo nobenih direktnih stikov med seboj (to pomeni, da so potrebni zaradi enotnosti). Vsak od teh kontaktov pa vodi k istemu grozdu bolj oddaljenih akterjev. Informacije, ki prihajajo k njim, in informacije, ki jih oni pošiljajo drugim ljudem, so nepotrebne (Burt, 1995, str. 18).

Obe mreži na Slika 2 zagotavljajo en potreben stik na račun ohranjanja treh.

*Slika 2: Strukturni kazalniki nepotrebnosti*



*Vir: S. R. Burt, The Network Entrepreneur, 2000a, str. 292.*

#### 4.4 Mreženje

Mreženje je v podjetništvu zelo pomembno, saj si z njegovo pomočjo podjetnik ustvarja povezave, ki lahko prinesejo določene koristi, če ne celo novo podjetniško priložnost, ki je sicer ne bi zaznal ali opazil. Mreženje bi moralo biti del podjetnika tako, da bi dejansko lahko v vsakdanjem življenju deloval v skladu z mreženjem oziroma da bi mreženje bilo že nekako normalno delovanje podjetnika. Na tak način bi v vsaki situaciji lahko videl priložnost za mreženje.

Podjetniki, ki vlagajo čas in energijo v delovanje v mreži, navadno dosegajo boljše rezultate (Belak et al., 1993, str. 47).

Za uspešnost posameznega podjetnika so zelo pomembne mreže, v katere je vpleten kot član. Najprej je na samem začetku svoje kariere vpleten v mrežo, ki jo sestavljajo predvsem člani družine, prijatelji, partner in sorodniki (otroci, starši, tete itd.). Ta mreža mu nudi oporo (predvsem moralno), ki jo zelo potrebuje, ko dela prve korake v podjetništvo. Nato se njegova mreža širi tako, da pridobi nove člane, ki so predvsem strokovno usmerjeni in mu nudijo oporo v drugačnem smislu, predvsem z nasveti in poslovnimi mnenji. V to mrežo sodijo poslovni partnerji, organizacije, obrtna združenja itd.

Podjetniške mreže – kot podjetnikov družbeni kapital – temeljijo na zaupanju, medsebojnem sodelovanju ter učinkoviti izmenjavi človeških, finančnih in materialnih virov, informacij in nasvetov. Podjetnikova osebna mreža ima lahko zelo velik vpliv na rast podjetja (Antončič et al., 2007, str. 3).

Preučevanju literature o dejavnikih, ki vplivajo na odločitev posameznika za podjetništvo, sledi empirična raziskava, s katero želim ugotoviti:

- ali so anketirani študenti podjetniško aktivni že v času vpisa na fakulteto ali že pred tem,
- ali so med anketiranimi študenti prisotne osebne značilnosti, ki jih v literaturi pripisujemo podjetnikom, in
- kakšna je raven socialnega kapitala med anketiranimi študenti.

## **5 Raziskava o podjetniški aktivnosti študentov Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani**

V raziskavo o podjetniški aktivnosti so bili vključeni študenti Ekonomske fakultete UL. Raziskava je bila izvedena za namen tega magistrskega dela, z njo pa sem želela preveriti, ali so študenti omenjene fakultete vključeni v podjetništvo ali ne oziroma koliko je takih študentov.

### **5.1 Opredelitev problema in ciljev raziskave**

Podjetništvo je zelo pomemben dejavnik konkurenčnosti celotnega gospodarstva, zato je zelo pomembno in dobrodošlo, da imamo čim več podjetniško aktivnih ljudi. Ker imajo podjetniki zelo bogat socialni kapital, je zato tudi pomembno, da se med seboj čim bolje povezujejo in ta kapital med seboj delijo in bogatijo. Ker je bilo zaznati, da se podjetniška aktivnost lahko prične že zelo zgodaj, me je zanimalo, kako je le-ta prisotna med študenti na Ekonomski fakulteti UL. V času študija sem med svojimi kolegi zaznala podjetniško aktivnost, o kateri pa so malo govorili. Presenečena sem bila nad dejstvom, da je med mojimi kolegi kar nekaj podjetnikov, ki o svojih dosežkih in aktivnostih ne govorijo. Zaznava se namreč, da med študenti podjetniki na Ekonomski fakulteti UL ne obstaja nikakršna povezava; to pomeni, da se med seboj ne poznajo oziroma se ne družijo, sodelujejo. Zaradi takšne situacije se izgublja socialni kapital, ki bi lahko bil sicer zelo bogat, če bi se študentje podjetniki med seboj poznali in povezovali ter izmenjavali svoje izkušnje in znanje na vseh področjih.

Glede na dejansko zaznano stanje med študenti na Ekonomski fakulteti UL sem si kot glavne cilje raziskave zadala, da pridobim odgovore na naslednja vprašanja:

- 1 Koliko študentov Ekonomske fakultete UL ima svoje lastno podjetje?
- 2 Kakšne so značilnosti teh študentov?
- 3 Kaj jih je spodbudilo, da so se odločili za podjetniško pot?
- 4 Koliko študentov ima namen v prihodnosti odpreti podjetje?
- 5 Kakšno je povezovanje med študenti podjetniki z ostalimi kolegi (socialni kapital)?

S pridobljenimi odgovori na zgornja vprašanja bom lahko sklepala o podjetniški aktivnosti študentov in medsebojni korelaciji vseh relevantnih odgovorov.

### **5.2 Metodologija**

Viri podatkov, ki jih lahko uporabimo v raziskavah, so primarni in sekundarni. Primarne podatke zbiramo sami oziroma so zbrani prav pri viru informacij; takih podatkov ni

mogoče dobiti na nikakršen drug način. Lahko pa uporabimo tudi sekundarne podatke, ki pa so že nekje zbrani oziroma obstajajo že od prej.

Pri raziskovanju podjetniške aktivnosti študentov Ekonomske fakultete UL sem uporabila primarno zbiranje podatkov in kvantitativno metodo. Primarno zbiranje podatkov sem opravila s pomočjo anketnih vprašalnikov, ki sem jih posredovala neposredno študentom omenjene fakultete. Po pridobljenih rešenih anketah sem odgovore vnesla v elektronsko obliko in naredila statistično analizo teh podatkov, ki je predstavljena v nadaljevanju.

### **5.3 Oblikovanje in sestava ankete**

V raziskavi, v kateri sem pridobila podatke s pomočjo anketnega vprašalnika, sem vprašanja razvrstila v pet sklopov. Vsak posamezen sklop pokriva različna področja, ki so relevantna za mojo raziskavo in za magistrsko delo. Anketni vprašalnik za študente na dodiplomskem in podiplomskem študiju je predstavljen v Priloga 2 in Priloga 3.

Sklopi si sledijo po spodaj predstavljenem vrstnem redu.

- V prvem delu se vprašanja nanašajo neposredno na študij anketiranca; zajema razloge za odločitev za študij na Ekonomski fakulteti UL, trenutni študijski program s smerjo, leto prvega vpisa na fakulteto, leto dokončanja dodiplomskega študija in vprašanje, ali jih je študij spodbudil k razmišljanju o samostojni podjetniški poti.
- V drugem delu ankete se pojavljajo vprašanja o podjetništvu pri vsakem posamezniku. Predvsem me je zanimalo, ali študent trenutno ima podjetje, in če ga ima, zakaj se je odločil za podjetniško pot ter kaj ga je najbolj spodbudilo k ustanovitvi podjetja. V primeru, da podjetnik nima podjetja, pa je bilo temu namenjeno vprašanje o planih glede ustanovitve podjetja v prihodnosti. Poleg tega sem raziskovala tudi izvor študenta (ali izhaja iz podjetniške družine oziroma kako aktiven je v družinskem podjetju).
- V tretjem delu vprašalnika sem s trditvami preverjala, kolikšne potrebe po dosežku imajo študenti, kakšen je njihov lokus nadzora, koliko so nagnjeni tveganju in koliko so samo-učinkoviti.
- V četrtem delu sem s trditvami preverjala, koliko so študenti nagnjeni k mreženju in kako razvita je njihova mreža.
- Zadnji del je namenjen demografskim značilnostim študentov (spol in starost).

Vprašanja sem oblikovala na osnovi potreb moje raziskave. Trditve, uporabljene za preverjanje dejavnikov, ki vplivajo na izkoriščanje podjetniške aktivnosti, so bile vzete iz različnih člankov in virov, kjer so uporabljene trditve oziroma vprašanja že bila statistično preverjena s strani avtorjev.

## **5.4 Izvedba anketiranja in vzorec**

Podjetniško aktivnost študentov Ekonomske fakultete UL sem preverjala z izvedbo ankete na omenjeni fakulteti. Odločila sem se, da v anketiranje vključim študente na dodiplomskem in podiplomskem študiju: pri dodiplomskih študentih sem anketirala študente univerzitetnega in visokošolskega študija, ki obiskujejo 2. letnik (zajela sem študente vseh smeri); na podiplomskem študiju sem anketirala študente 1. letnika (zajela sem študente z vseh smeri, z izjemo ekonomskih smeri, to pa so ekonomija, denar in finance ter smer kvantitativne finance in aktuarstvo). Študentov ekonomskih smeri nisem anketirala, saj je imel predavatelj že v celoti zapolnjeno predavanje z njegovimi obveznimi sestavinami in za anketiranje žal ni bilo časa. Vsi anketirani študenti na obravnavani fakulteti študirajo redno.

Študente na podiplomskem programu sem anketirala v dveh fazah, in sicer pri predmetu Strateški management 2. Prvo fazo sem izvedla v torek, 3. 4. 2012, drugo pa v četrtek, 5. 4. 2012. S tem sem zajela vse študente na poslovnih smereh (bančni in finančni management, management, mednarodno poslovanje, podjetništvo, poslovna logistika, poslovna informatika, računovodstvo in revizija, trženje, turizem). V anketiranje nisem zajela študentov ekonomskih smeri (denar in finance, ekonomija, kvantitativne finance in aktuarstvo).

Pri anketiranju študentov na dodiplomskem programu mi je pomagala asistentka dr. Patricia Kotnik. Študentom je razdelila anketni vprašalnik pri predmetu Podjetništvo in s tem zajela študente poslovnih smeri. Anketiranje pri visokošolskih študentih je bilo izvedeno v sredo, 4. 4. 2012, pri univerzitetnih študentih pa v petek, 6. 4. 2012. Dne 4. 4. 2012 sem opravila še anketiranje na dodiplomskem programu in s tem zajela še ekonomske smeri (denar in finance, poslovna ekonomija in mednarodna ekonomija). To anketiranje sem izpeljala pri predmetu Mikroekonomija 2.

Po izvedbi anketiranja sem tako prejela 419 rešenih anket, od tega je bilo neveljavnih 6 anket (gre za tiste ankete, v katerih študenti niso odgovorili na večino vprašanj, tj. 2/3 vprašanj); teh anket nisem vključila v analizo.

## **5.5 Obdelava podatkov in analiza rezultatov**

Po pridobitvi rešenih anket sem odgovore na vprašanja v anketi vnesla v tabelo programa Microsoft Excel, v kateri so bili tako zbrani vsi podatki in odgovori o anketiranih študentih. S pomočjo programa Excel sem izvedla osnovno analizo dobljenih odgovorov ter obdelala podatke in pripravila najzanimivejše rezultate za njihovo predstavitev v obliki grafov, tabel in izračunov. Prav tako sem opravila analizo s pomočjo programa SAS (Statistical Analysis



Software), najbolj relevantne dobljene podatke s tem programom pa predstavljam s pomočjo grafov, tabel in izračunov.

V statističnem paketu SAS sem naredila tudi analizo variance s proceduro GLM (metoda najmanjših kvadratov), da bi ugotovila statistično značilnost odvisnih spremenljivk. V nadaljevanju bom prikazala oziroma opisala statistično značilnost le pri tistih vprašanjih, kjer je z izbranim modelom pojasnjenih več kot 20 % variabilnosti ( $R^2$  - koeficient determinacije > 20 %). Statistična značilnost je določena pri sig. < = 0,05, kar pomeni, da lahko rezultate posplošimo iz vzorca na populacijo z veliko gotovostjo (95 % ali več).

## 6 Rezultati raziskave

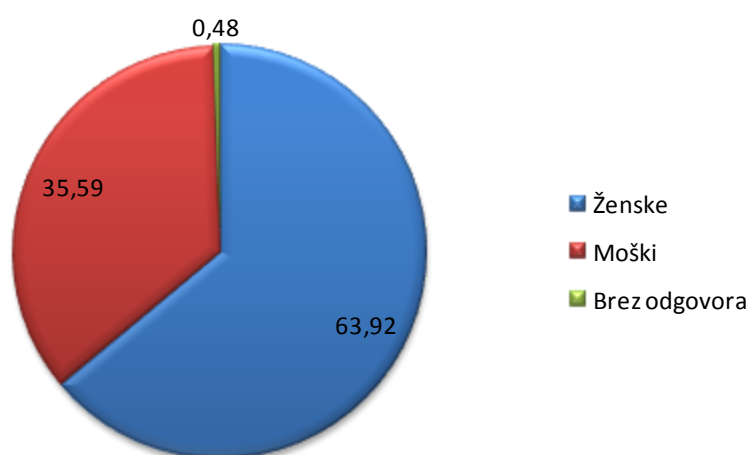
### 6.1 Demografske značilnosti anketirancev

Pri demografskih značilnostih anketiranih študentov Ekonomske fakultete UL sta v nadaljevanju predstavljena spol in starost anketirancev.

#### 6.1.1 Spol

Pri anketiranju je sodelovalo 419 študentov; izmed 413 veljavnih anket je bilo 147 moških (35,59 %) in 264 žensk (63,92 %). Dva anketiranca (0,48 %) na to vprašanje nista podala odgovora.

Tabela 4: Struktura anketirancev po spolu (v %)



#### 6.1.2 Starostna struktura

V Tabela 5 so predstavljeni podatki o starostni strukturi anketirancev, iz katere je razvidno, koliko anketirancev je rojenih v določenem letu. Tako je bilo največ

anketirancev rojenih v letu 1991; teh je bilo 130, kar predstavlja 31,48 % vseh anketirancev. Sledili so anketirani študenti, rojeni v letu 1990, ki jih je bilo 76 (18,40 %). Po en anketiranec je bil rojen v letih 1963, 1979, 1981 in 1984. Iz celotne tabele lahko vidimo, da je bil najstarejši anketiranec star 49, najmlajši pa 20 let.

*Tabela 5: Struktura anketirancev glede na letnico rojstva*

Letnica rojstva	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
<b>Brez odgovora</b>	2	0,48	2	0,48
<b>1963</b>	1	0,24	3	0,73
<b>1979</b>	1	0,24	4	0,97
<b>1981</b>	1	0,24	5	1,21
<b>1984</b>	1	0,24	6	1,45
<b>1985</b>	11	2,66	17	4,12
<b>1986</b>	17	4,12	34	8,23
<b>1987</b>	34	8,23	68	16,46
<b>1988</b>	62	15,01	130	31,48
<b>1989</b>	65	15,74	195	47,22
<b>1990</b>	76	18,40	271	65,62
<b>1991</b>	130	31,48	401	97,09
<b>1992</b>	12	2,91	413	100,00

Po podatkih, pridobljenih v raziskavi, lahko vidimo, da je v raziskavi sodelovalo skoraj 64 % žensk in da je največ anketirancev rojenih v letu 1991.

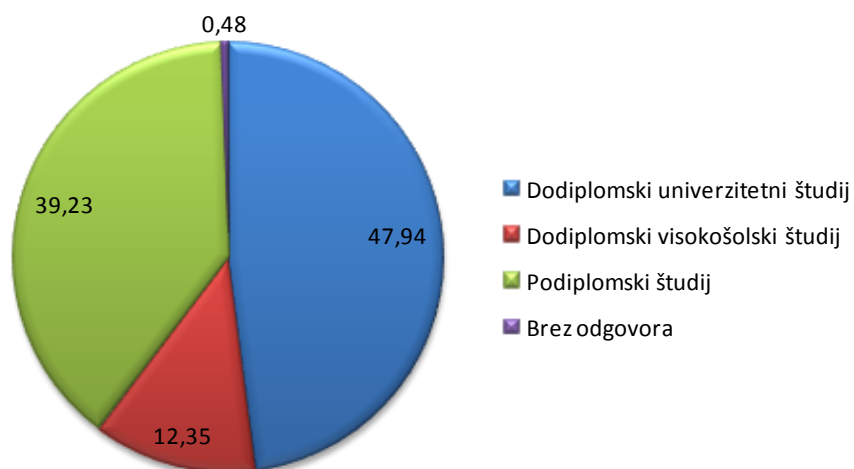
## 6.2 Študijske značilnosti

Pri študijskih značilnostih anketiranih študentov Ekonomske fakultete UL je v nadaljevanju predstavljen študijski program, smer študija in razlogi za odločitev za študij na omenjeni fakulteti.

### 6.2.1 Študijski program

Na anketo je odgovarjalo 198 študentov dodiplomskega univerzitetnega študija (47,94 %), 51 študentov dodiplomskega visokošolskega študija (12,35 %) in 162 študentov podiplomskega študija (39,23 %). Dva študenta (0,48 %) na to vprašanje nista odgovorila.

Tabela 6: Struktura anketirancev glede na študijski program (v %)



### 6.2.2 Leto začetka študija

V anketnem vprašalniku so študenti navedli tudi podatek o začetku študija na Ekonomski fakulteti UL. V Tabela 7 so predstavljeni podatki o letu začetka študija, iz katerih je razvidno, da je največ študentov (174 študentov oziroma 42,13 %) študij začelo v letu 2010. V letu 2002, 2004 in 2012 je študij na omenjeni fakulteti začel po en študent.

Tabela 7: Leto začetka študija dodiplomskih in podiplomskih študentov na Ekonomski fakulteti UL

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	7	1,69	7	1,69
2002	1	0,24	8	1,94
2004	1	0,24	9	2,18
2005	5	1,21	14	3,39
2006	19	4,60	33	7,99
2007	53	12,83	86	20,82
2008	56	13,56	142	34,38
2009	63	15,25	205	49,64
2010	174	42,13	379	91,77
2011	33	7,99	412	99,76
2012	1	0,24	413	100,00

### 6.2.3 Leto dokončanja dodiplomskega študija

Na podiplomskem študiju je bilo 162 študentov, ki so odgovarjali na anketo. Največ podiplomskih študentov (132) je dodiplomski študij dokončalo v letu 2011; teh je bilo več kot 81 %. V letih 2007 in 2008 je dokončal dodiplomski študij po en študent, ki obiskuje podiplomski študij na Ekonomski fakulteti UL.

Tabela 8: Leto dokončanja dodiplomskega študija

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	3	1,85	3	1,85
2007	1	0,62	4	2,47
2008	1	0,62	5	3,09
2010	25	15,43	30	18,52
2011	132	81,48	162	100,00

### 6.2.4 Smer študija na Ekonomski fakulteti

V Tabela 9 je prikazan odgovor anketirancev glede smeri študija na Ekonomski fakulteti UL. Glede na spodnje podatke lahko vidimo, da je odgovarjalo največ študentov s smeri Računovodstvo in revizija; teh je bilo namreč 66 (15,98 %). Takoj za omenjeno smerjo pa so študenti s smeri Trženja. Le en študent je izpolnjeval anketo s smeri Javni sektor. Študentov s smeri Ekonomija in Kvantitativne finance in aktuarstvo pa ni bilo med zajetimi anketiranci. Na to vprašanje sem dobila odgovor s strani vseh veljavnih anket (413).

Tabela 9: Pregled odgovorov glede smeri študija na Ekonomski fakulteti UL

Smer	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Denar in finance	41	9,93	41	9,93
Poslovna ekonomija	14	3,39	55	13,32
Mednarodna ekonomija	17	4,12	72	17,43
Bančni in finančni management	44	10,65	116	28,09
Management	48	11,62	164	39,71
Mednarodno poslovanje	11	2,66	175	42,37
Podjetništvo	40	9,69	215	52,06
Poslovna logistika	18	4,36	233	56,42
Poslovna informatika	15	3,63	248	60,05
Računovodstvo in revizija	66	15,98	314	76,03

Se nadaljuje

Nadaljevanje

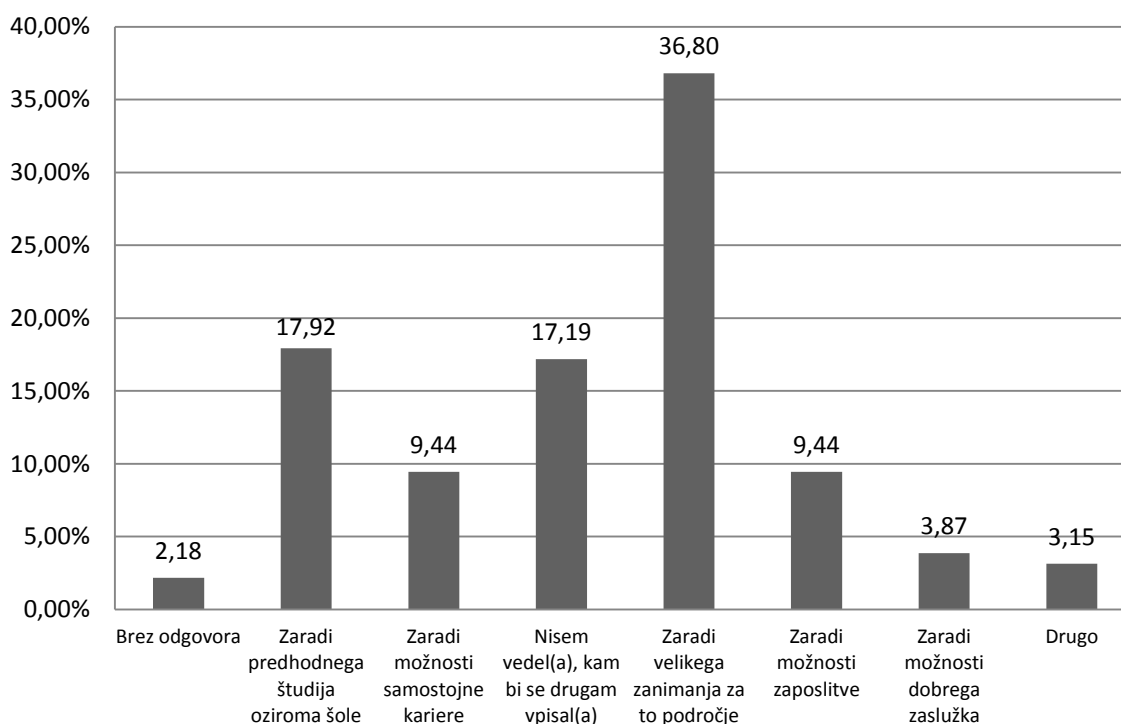
Smer	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Računovodstvo	14	3,39	328	79,42
Trženje	60	14,53	388	93,95
Turizem	24	5,81	412	99,76
Javni sektor	1	0,24	413	100,00

### 6.2.5 Odgovori na vprašanje »Zakaj ste se odločili za študij na Ekonomski fakulteti?«

Na vprašanje »Zakaj ste se odločili za študij na Ekonomski fakulteti?« so odgovorili 404 anketiranci, 9 anketirancev pa na to vprašanje ni podalo odgovora.

Največ študentov je odgovorilo, da so se za študij odločili zaradi velikega zanimanja za to področje; takih je bilo kar 152 oziroma 36,80 % vseh sodelujočih pri anketiranju. Drugi najbolj pogost razlog za vpis na omenjeno fakulteto navajajo predhodni študij oziroma šolo; ta razlog je izbralo 74 anketirancev (17,92 %). Takoj za njim pa presenetljivo izstopa razlog, da so se študenti na omenjeno fakulteto vpisali zato, ker niso vedeli, kam bi se vpisali; takih je 71 obkroženih odgovorov (17,19 %). Odgovor Drugo je obkrožilo 13 anketirancev.

Tabela 10: Prikaz odgovorov na vprašanje »Zakaj ste se odločili za študij na Ekonomski fakulteti?«



V spodnji tabeli je razvidno, kaj so anketiranci navedli pod odgovor »Drugo«, kjer so imeli možnost, da sami dopišejo svoj razlog za vpis na obravnavano fakulteto. Dva od 13 anketirancev, ki so obkrožili odgovor »Drugo«, nista navedla svojega razloga.

*Tabela 11: Pregled odgovorov »Drugo« pri vprašanju »Zakaj ste se odločili za študij na Ekonomski fakulteti?«*

To področje me je zanimalo že zelo zgodaj
Izkoristiti izmenjavo v tujini (vzporedni vpis)
Ker ima lepe dvorane
Nisem prišel(a) na izbrano fakulteto
Zaradi velike prilagodljivosti športniku in obveznostim
Zaradi smeri, ki me zanima
Pridobitev virov financiranja življenjskega cilja
Ker me to izmed vseh programov v Sloveniji najbolj zanima
Da pridobim kvalitetno znanje za prihodnost
Izmenjava
Družinsko podjetje

Izvedena anketa je zajela največ študentov dodiplomskega univerzitetnega študija (47,94 %). V letu 2010 je na Ekonomski fakulteti UL začelo študirati 174 študentov, kar predstavlja več kot 42 % anketirancev. Največ podiplomskih študentov, zajetih v anketiranje, so dodiplomski študij končali v letu 2011. Glede na smer študija je bilo največ anketirancev s smeri Računovodstvo in revizija (15,98 %). Kot razlog za vpis na omenjeno fakulteto je najvišji odstotek dosegel odgovor »Zaradi velikega zanimanja za to področje.«, takoj za tem pa sledi odgovor »Zaradi predhodnega študija oziroma šole.«.

### **6.3 Podjetniške značilnosti študentov**

Pri podjetniških značilnostih anketiranih študentov Ekonomske fakultete UL je v nadaljevanju predstavljeno število študentov podjetnikov, število študentov podjetnikov glede na smer študija, spodbuda študija na omenjeni fakulteti za odločitev za samostojno podjetniško pot, razlog za odločitev za podjetniško pot in največji motivator za to odločitev. Poleg tega so predstavljeni tudi odgovori glede prihodnosti na samostojni podjetniški poti in družinsko podjetništvo.

#### **6.3.1 Število študentov podjetnikov**

Podjetništvo med anketiranimi študenti Ekonomske fakultete UL ni preveč razširjeno. Glede na podatke iz rešenih anket večina študentov ni podjetniško aktivna; 97,09 % (401) anketiranih študentov namreč nima podjetja. Izmed 413 ima le devet študentov svoje

podjetje, kar predstavlja 2,18 % vseh anketiranih študentov. Le en študent pa je imel podjetje v preteklosti.

*Tabela 12: Pregled odgovorov o trenutni podjetniški aktivnosti študentov na Ekonomski fakulteti UL*

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Da	9	2,18	11	2,66
Ne	401	97,09	412	99,76
Podjetje sem imel(a) v preteklosti	1	0,24	413	100,00

### 6.3.2 Število študentov podjetnikov glede na smer študija

Pri analizi vprašanja »Ali trenutno imate svoje podjetje?« glede na smer študija študentov lahko vidimo, da je največ podjetnikov (trije študenti), ki imajo svoje podjetje na smeri Računovodstvo in revizija, takoj za njimi pa so študenti na smeri Denar in finance, kjer imajo dva študenta podjetnika.

Kot je razvidno iz Tabela 14, na smereh Poslovna ekonomija, Mednarodna ekonomija, Podjetništvo, Poslovna logistika, Poslovna informatika, Računovodstvo, Turizem in Javni sektor trenutno nimajo niti enega aktivnega podjetnika. Najbolj je zanimivo dejstvo, da aktivnih podjetnikov ni na smeri Podjetništvo, kjer bi pričakovala, da so študenti bolj nagnjeni k podjetniški aktivnosti kot študenti na drugih smereh.

V tem delu bi rada predstavila usmeritve na dodiplomskem študijskem programu in programe na podiplomskem študijskem programu, kjer lahko vidimo, da se so določene usmeritve oziroma programi med seboj enaki oziroma podobni.

*Tabela 13: Usmeritve na dodiplomskem študijskem programu in programi na podiplomskem študijskem programu*

Usmeritve na dodiplomskem študijskem programu		Programi na podiplomskem študijskem programu
UPEŠ	VPŠ	
Denar in finance	Bančni in finančni management	Denar in finance
Poslovna ekonomija	Javni sektor	Ekonomija
Mednarodna ekonomija	Management	Kvantitativne finance in aktuarstvo - NOVO
Bančni in finančni management	Mednarodno poslovanje	Bančni in finančni management

Se nadaljuje

## Nadaljevanje

Usmeritve na dodiplomskem študijskem programu		Programi na podiplomskem študijskem programu
UPEŠ	VPŠ	
Management	Podjetništvo	Management
Mednarodno poslovanje	Poslovna informatika	Mednarodno poslovanje
Podjetništvo	Računovodstvo	Podjetništvo
Poslovna logistika	Trženje	Poslovna logistika
Poslovna informatika	Turizem	Poslovna informatika
Računovodstvo in revizija		Računovodstvo in revizija
Trženje		Trženje
Turizem		Turizem
		Poslovanje in organizacija
		Management v športu
		Management in ekonomika v zdravstvenem varstvu

V Tabela 14 sem združila usmeritev Računovodstvo z usmeritvijo oziroma programom Računovodstvo in revizija.

*Tabela 14: Pregled odgovorov na vprašanje »Ali trenutno imate svoje podjetje?« glede na smer študija*

Smer študija	Ali trenutno imate svoje podjetje?			Skupaj
	Da	Ne	Podjetje sem imal(a) v preteklosti	
Denar in finance	2	39		41
Poslovna ekonomija		14		14
Mednarodna ekonomija	1	16		17
Bančni in finančni management	1	42		43
Management	1	47		48
Mednarodno poslovanje		11		11
Podjetništvo		38	1	39
Poslovna logistika		18		18
Poslovna informatika		15		15
Računovodstvo in revizija	3	77		80
Trženje	1	59		60
Turizem		24		24
Javni sektor		1		1
<b>Skupaj</b>	<b>9</b>	<b>401</b>	<b>1</b>	<b>411</b>



### 6.3.3 Odgovori na vprašanje »Ali vas je študij na izbrani smeri spodbudil k razmišljanju o samostojni podjetniški poti?«

Skoraj 60 % anketiranih študentov je študij na Ekonomski fakulteti UL spodbudil k razmišljanju o samostojni podjetniški poti. Veliko je tudi takih, ki jih študij na omenjeni fakulteti ni prepričal, da bi razmišljali o odprtju svojega podjetja. Takih študentov je bilo namreč 165, kar predstavlja skoraj 40 % vseh anketirancev.

*Tabela 15: Pregled odgovorov na vprašanje »Ali vas je študij na izbrani smeri spodbudil k razmišljanju o samostojni podjetniški poti?«*

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Da	246	59,56	248	60,05
Ne	165	39,95	413	100,00

### 6.3.4 Odgovori na vprašanje »Zakaj ste se odločili za podjetniško pot?« in »Kaj vas je najbolj motiviralo k ustanovitvi podjetja?«

Študentom, ki so na vprašanje »Ali trenutno imate svoje podjetje?« odgovorili pritrdilno ali z odgovorom »Podjetje sem imel(a) v preteklosti.«, sta bili namenjeni tudi vprašanji »Zakaj ste se odločili za podjetniško pot?« in »Kaj vas je najbolj motiviralo k ustanovitvi podjetja?«. Takih študentov je bilo 10.

V Tabela 16 so razvidni odgovori anketirancev o razlogu za odločitev za samostojno podjetniško pot. Lahko vidimo, da so razlogi različni: po dva študenta sta kot razlog navedla željo po uspehu, ki bi jima bil sicer nedosegljiv, sledenje sanjam in dobro priložnost za posel. Prav tako sta dva podjetnika navedla tudi druge razloge (eden je navedel družinsko podjetništvo, drugi pa ni navedel posebnega razloga). En anketiranec se je za podjetništvo odločil zaradi večje neodvisnosti in svobode pri delu, nekdo drug zaradi povečanja dohodka.

Tabela 16: Pregled odgovorov na vprašanje »Zakaj ste se odločili za podjetniško pot?«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Zaradi večje neodvisnosti in svobode pri delu	1	10,00	1	10,00
Zaradi povečanja dohodka	1	10,00	2	20,00
Zaradi želje po uspehu, ki ga drugače ne bi mogel(a) doseči	2	20,00	4	40,00
Zaradi sledenja svojim sanjam	2	20,00	6	60,00
Ker se je ponudila dobra priložnost za posel	2	20,00	8	80,00
Drugo	2	20,00	10	100,00

Največji motivator pri ustanovitvi podjetja je zaznana podjetniška priložnost; ta motivator je namreč motiviral kar šest anketiranih študentov, ki imajo podjetje ali so ga imeli v preteklosti. Takoj za tem pa je družina, ki je motivirala tri anketirance. Tisti študenti, ki jih je družina motivirala za podjetniško pot, izhajajo iz družine, ki ima svoje podjetje (so nasledniki družinskega podjetništva). Eden od anketirancev, ki ima podjetje ali ga je imel v preteklosti, na to vprašanje ni odgovoril.

### 6.3.5 Odgovori na vprašanje »Ali načrtujete ustanoviti svoje podjetje?«

Anketiranje je pokazalo, da veliko anketiranih študentov sploh nima namena ustanoviti podjetja. Takih je bilo namreč 158, kar znaša 38,26 % vseh anketirancev. V najbližji prihodnosti (v naslednjih dveh letih) bo podjetje ustanovilo 21 anketirancev, kar predstavlja le 5,08 %. V obdobju od 2 do 5 let ima namen ustanoviti podjetje 74 anketirancev, v obdobju od 5 do 10 let pa 108 anketirancev (26,15 %). V daljni prihodnosti (po 10 letih) pa ima namen podjetje ustanoviti 33 anketiranih študentov.

Tabela 17: Prikaz odgovorov na vprašanje »Ali načrtujete ustanoviti svoje podjetje?«

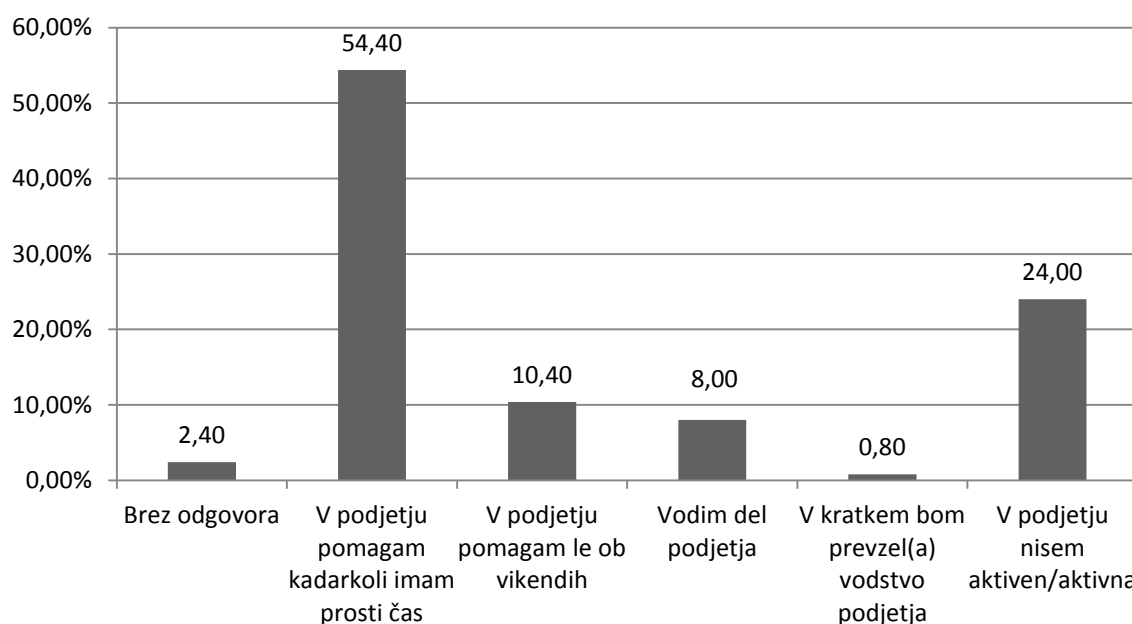
	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	11	2,66	11	2,66
V naslednjih dveh letih	21	5,08	32	7,75
V naslednjih 2 do 5 letih	74	17,92	106	25,67
V naslednjih 5 do 10 letih	108	26,15	214	51,82
Po 10 letih	33	7,99	247	59,81
Nimam namena ustanoviti podjetja	158	38,26	405	98,06
Že imam podjetje	8	1,94	413	100,00

### 6.3.6 Odgovori na vprašanje »Ali izhajate iz družine, ki ima svoje podjetje?« in »Kako aktivni ste v podjetju svoje družine?«

Po pregledu odgovorov na vprašanje »Ali izhajate iz družine, ki ima svoje podjetje?« večina anketirancev ne izhaja iz takšne družine. Študentov, katerih družina nima svojega podjetja, je več kot 68 % (283 anketirancev). Iz podjetniške družine izhaja 125 študentov (več kot 30 % vseh anketirancev). Na to vprašanje ni podalo svojega odgovora pet anketirancev.

Anketirancem, ki izhajajo iz družine, ki ima svoje podjetje, sem postavila tudi vprašanje »Kako aktivni ste v podjetju svoje družine?«. V Tabela 18 je prikazana aktivnost anketirancev v družinskem podjetju. Izmed vseh 125 študentov, ki izhaja iz družine, ki ima svoje podjetje, je več kot polovica (68 študentov) takih, ki v podjetju pomagajo, kadar imajo prosti čas. Kar 30 študentov (24 %) v podjetju sploh ni aktivnih, 13 študentov (10,40 %) pa pomaga v podjetju le ob vikendih. Del podjetja svoje družine vodi kar 10 anketirancev, en anketiranec pa bo v kratkem prevzel vodstvo podjetja. Na to vprašanje pa niso odgovorili trije anketiranci, ki izhajajo iz družine, ki ima svoje podjetje.

Tabela 18: Prikaz odgovorov na vprašanje »Kako aktivni ste v podjetju svoje družine?«



V opravljeni anketni raziskavi sem odkrila, da anketirani študenti Ekonomske fakultete UL v večini niso podjetniško aktivni – takih je namreč več kot 97 %. Število anketirancev, ki imajo podjetje, je devet, poleg teh pa je en študent v preteklosti že imel podjetje. Skoraj 60 % anketirancev je študij na izbrani smeri spodbudil k razmišljanju o samostojni podjetniški poti, po drugi strani pa največ anketirancev v prihodnosti nima namena

ustanoviti podjetja (158 anketirancev od 413 anketirancev). Iz podjetniške družine izhaja 125 vprašanih, ki v podjetju v večini pomagajo, kadar imajo čas.

## **6.4 Psihološke značilnosti študentov**

Vprašalnik, ki se ga posredovala študentom, je vseboval tudi del vprašanj oziroma trditev, kjer sem preverjala njihove psihološke značilnosti. Predvsem sem se na tem mestu osredotočila na potrebo po dosežku, lokus nadzora, nagnjenost k tveganju ter samo-účinkovitost. Izbrala sem tiste značilnosti, ki se v literaturi najbolj povezujejo s podjetništvom in podjetnikom.

Trditve pri psiholoških značilnostih potreba po dosežku, lokus nadzora in nagnjenost k tveganju so imele lestvico od 1 do 5 z naslednjimi pomeni:

- (1) Močno se ne strinjam
- (2) Ne strinjam se
- (3) Niti se strinjam niti se ne strinjam
- (4) Strinjam se
- (5) Močno se strinjam

Trditve pri psihološki značilnosti samo-účinkovitost so imele lestvico od 1 do 4 z navedenimi pomeni.

- (1) Popolnoma neresnično
- (2) Komaj resnično
- (3) Delno resnično
- (4) Popolnoma resnično

### **6.4.1 Potreba po dosežku**

Pri potrebi po dosežku me je zanimalo, koliko imajo študenti dejansko motivacije za opravljanje določenih dejavnosti ali nalog, v katere so vključeni oziroma odgovorni oni osebno. Trditve, ki sem jih uporabila za preverjanje te značilnosti, so predstavljene v Tabela 19 (trditve so vzete iz članka z naslovom Measuring Enterprise Potential in Young People, katerega avtor je Athayde).

*Tabela 19: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri psihološki značilnosti potreba po dosežku*

Potreba po dosežku	Število odgovorov	Povprečje	Standardni odklon
Imam veliko več energije kot večina kolegov na fakulteti.	413	3,21	0,86
Ko sodelujem pri projektu, sem rad(a) pobudnik/pobudnica za začetek le-tega.	410	3,44	0,99
Po navadi sem jaz »gonilna sila« med prijatelji.	411	3,38	0,85
Pri projektih imam rad(a) postransko vlogo.	412	2,56	0,96

Iz zgornje tabele lahko vidimo, da je pri trditvi »Ko sodelujem pri projektu, sem rad(a) pobudnik/pobudnica za začetek le-tega.« najvišje povprečje oziroma aritmetična sredina izmed vseh štirih trditev. Odgovori so se pri tej trditvi, na podlagi aritmetične sredine, gibali med »Niti se strinjam niti se ne strinjam« in »Strinjam se«.

Pri trditvi »Po navadi sem jaz »gonilna sila« med prijatelji.« je standardni odklon najnižji, kar pomeni, da pri tej trditvi odgovori študentov najmanj variirajo glede na ostale trditve. Najnižje povprečje je zaznано pri trditvi »Pri projektih imam rad(a) postransko vlogo.«, kar pomeni, da je veliko študentov (162 odgovorov) pri tej trditvi odgovarjalo z »Ne strinjam se« in, da je veliko študentov, ki imajo radi glavno vlogo pri projektih in ne postranske vloge.

#### **6.4.2 Lokus nadzora**

Z lokusom nadzora sem hotela preveriti, koliko so študenti nagnjeni k pripisovanju dosežkov samim sebi in lastnemu prizadevanju oziroma koliko študentov pripisuje dosežke zunanjim dejavnikom (sreči, priložnosti). Uporabljene trditve za preverjanje tega dejavnika so predstavljene v Tabela 20 in izhajajo iz članka Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic, katerega avtorji so Kaufmann, Welsh in Bushmarin.

*Tabela 20: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri psihološki značilnosti lokus nadzora*

Lokus nadzora	Število odgovorov	Povprečje	Standardni odklon
Ko dobim tisto, kar sem si želel(a), je to po navadi zato, ker sem trdo delal(a) za to.	413	4,00	0,68
Navadno je na meni, da zaščitim svoj osebni interes.	413	3,92	0,70
Ko delam načrte sem skoraj prepričan(a), da jih bom tudi dosegel(a).	411	3,89	0,72
Koliko prijateljev imam, je predvsem posledica sreče.	413	2,05	0,90

Najvišje povprečje pri psihološki značilnosti lokus nadzora ima trditev »Ko dobim tisto, kar sem si želel(a), je to po navadi zato, ker sem trdo delal(a) za to.« in dosega vrednost več kot 4. Na lestvici od 1 do 5 je pri tej trditvi odgovor »Strinjam se« obkrožilo kar 260 študentov oziroma 62,95 % anketirancev; 20,10 % pa je pri tej trditvi obkrožilo odgovor »Močno se strinjam«. Prav tako je opazno, da je pri tej trditvi standardni odklon najnižji, kar pomeni, da odgovori med seboj najmanj variirajo.

Najnižje povprečje ima trditev »Koliko prijateljev imam, je predvsem posledica sreče.«, kar pomeni, da so v povprečju anketiranci na to trditev dogovorili z »Ne strinjam se«. V Priloga 4 lahko razberemo, da je bilo takih odgovorov več kot 45 % (oziroma 187 obkroženih odgovorov).

Na podlagi zgornjih rezultatov lahko sklepam, da večina študentov meni, da so njihovi dosežki posledica njihovega prizadevanja, ne pa posledica naključja ali sreče, kar pomeni, da imajo močnejši notranji lokus nadzora kot pa zunanji lokus nadzora.

### 6.4.3 Nagnjenost k tveganju

Z nagnjenostjo anketirancev k tveganju sem preverjala, koliko so ti ljudje pripravljeni prevzeti tveganje oziroma se s tveganjem soočiti in delovati v skladu s predpostavko tveganja. Po teoriji za ljudi, ki so bolj nagnjeni k tveganju, velja, da obstaja večja verjetnost, da bodo podjetniško aktivni. Trditve za preverjanje te značilnosti sem povzela iz članka *Measuring an Individual's Tendency to Take Risks: The Risk Propensity Scale*, katerega avtorja sta Meertens in Lion.

*Tabela 21: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri psihološki značilnosti nagnjenost k tveganju*

Nagnjenost k tveganju	Število odgovorov	Povprečje	Standardni odklon
Varnost je na prvem mestu.	412	3,52	0,90
Ne igram se s svojim zdravjem.	413	3,77	0,96
Tveganjem se raje izognem.	411	3,16	0,93
Redno tvegam.	410	2,63	0,88
Ne maram, ko ne vem, kaj se bo zgodilo.	408	3,48	0,97
Po navadi na tveganje gledam kot na izziv.	413	3,48	0,95

Po pridobljenih podatkih je vidno, da velika večina anketiranih študentov ne tvega s svojim zdravjem. Kar 188 študentov (45,52 %) je namreč za to trditev obkrožilo »Strinjam

se«, 92 anketirancev (22,28%) pa je obkrožilo »Močno se strinjam«. Ta trditev je zabeležila tudi najvišji standardni odklon.

Najnižje povprečje je zaslediti pri trditvi »Redno tvegam.«, kar pomeni, da v povprečju študenti niso nagnjeni h konstantnemu tveganju; tukaj je tudi standardni odklon najnižji, kar pomeni, da je pri tej trditvi med odgovori najmanj variiranja. Sedem anketirancev se močno strinja s trditvijo »Redno tvegam.«, iz česar lahko povzamem, da študenti na Ekonomski fakulteti UL v povprečju niso nagnjeni k tveganju.

V anketi je bila navedena tudi trditev »Sebe vidim kot osebo, ki se tveganju izogiba/osebo, ki tveganje išče.«, kjer je bila anketirancem na voljo 5-stopenjska lestvica med obema skrajnostma. Povprečna vrednost odgovorov na to trditev je bila 2,9304813, kar pomeni, da se študenti omenjene fakultete tveganju niti ne izogibajo niti ga ne iščejo. 183 anketirancev je na to trditev podalo odgovor z obkroževanjem številke tri (44,07 %), osem študentov pa se je opredelilo kot osebo, ki tveganje išče (obkrožena številka pet). Na to trditev je odgovorilo najmanj anketirancev (glede na odgovore v vseh ostalih delih vprašalnika). Na to trditev ni podalo odgovora 39 anketirancev, kar predstavlja 9,44 % vseh anketirancev.

Z vsemi trditvami pri nagnjenosti k tveganju, razen »Ne maram, ko ne vem, kaj se bo zgodilo.«, je pojasnenih več kot 20 % variabilnosti. Pri trditvi »Varnost je na prvem mestu.« so bile razlike značilne za vplive spol (sig. = 0,0138), študijski program (sig. = 0,0005) in vprašanje »Sebe vidim kot osebo, ki se tveganju izogiba/osebo, ki tveganje išče.« (sig. < 0,0001). To pomeni, da vsi navedeni vplivi vplivajo na omenjeno trditev, kar pomeni, da so odvisni drug od drugega.

Pri trditvi »Ne igram se s svojim zdravjem.« so bile razlike značilne za vplive študijski program (sig. = 0,0020), smer študija (sig. = 0,0001) in vprašanje »Sebe vidim kot osebo, ki se tveganju izogiba/osebo, ki tveganje išče.« (sig. = 0,0028).

Pri trditvi »Tveganjem se raje izognem.« so bile razlike značilne za vplive spol (sig. = 0,0121), študijski program (sig. = 0,0453), smer študija (sig. = 0,0293) in vprašanje »Sebe vidim kot osebo, ki se tveganju izogiba/osebo, ki tveganje išče.« (sig. < 0,0001).

Pri trditvi »Redno tvegam.« so bile razlike značilne za vplive spol (sig. = 0,0038), študijski program (sig. = 0,0007) in vprašanje »Sebe vidim kot osebo, ki se tveganju izogiba/osebo, ki tveganje išče.« (sig. < 0,0001).

Pri trditvi »Po navadi na tveganje gledam kot na izziv.« so bile razlike značilne za vplive smer študija (sig. = 0,0190) in vprašanje »Sebe vidim kot osebo, ki se tveganju izogiba/osebo, ki tveganje išče.« (sig. < 0,0001).

Iz zgoraj navedenih podatkov lahko vidimo, da na nagnjenost k tveganju v veliki meri vpliva študijski program, smer študija, spol in vprašanje/trditev »Sebe vidim kot osebo, ki se tveganju izogiba/osebo, ki tveganje išče.«.

#### 6.4.4 Samo-učinkovitost

Samo-učinkovitost posameznika je prepričanje, da je sposoben opraviti določene naloge oziroma je sposoben imeti nadzor nad svojim življenjem. S trditvami v Tabela 22 sem želela preveriti, koliko so študenti Ekonomske fakultete UL samo-učinkoviti, koliko verjamejo vase in v svoje sposobnosti. Trditve, ki sem jih uporabila pri preverjanju te značilnosti, sem našla na spletnem naslovu <http://userpage.fu-berlin.de/~health/slovenia.htm>.

*Tabela 22: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri psihološki značilnosti samo-učinkovitost*

Samo-učinkovitost	Število odgovorov	Povprečje	Standardni odklon
Vedno uspem rešiti težave, če se le dovolj potrudim.	413	3,45	0,54
Tudi kadar mi kdo nasprotuje, najdem načine in poti, da dosežem to, kar želim.	408	3,18	0,61
Z lahkoto ostajam pri svojih namerah in dosegam svoje cilje.	412	3,09	0,58
Prepričan(a) sem, da se znam učinkovito spoprijeti z nepričakovanimi dogodki.	412	3,08	0,68
Zaradi svoje iznajdljivosti se znam spoprijeti z nepredvidljivimi situacijami.	413	3,09	0,72
Lahko razrešim večino problemov, če si za to dovolj prizadevam.	411	3,49	0,59
Ko se soočam s težavami, lahko ostanem miren(a) zato, ker se znam obvladati.	411	2,95	0,76
Kadar imam problem, lahko običajno poiščem več rešitev.	412	3,04	0,71
Če sem v težavah, se zmeraj lahko spomnim kakšne rešitve.	413	3,14	0,68
Karkoli mi pride na proti, obvladam brez večjih naporov.	412	2,77	0,64

Pri analizi odgovorov na trditve o samo-učinkovitosti je opazno najvišje povprečje pri trditvi »Lahko razrešim večino problemov, če si za to dovolj prizadevam.«, iz česa izhaja, da so študenti v povprečju odgovarjali na to vprašanje z »Delno resnično« in »Popolnoma resnično«. Pri bolj podrobnejšem pregledu je razvidno, da je več kot 53 % študentov (219 anketirancev) pri tej trditvi obkrožilo odgovor »Popolnoma resnično«, z »Delno resnično«



pa je odgovorilo 175 študentov (več kot 42 %). Opazno je, da je tudi standardni odklon pri tej trditvi med nižjimi, kar pomeni, da se odgovori študentov med seboj ne razlikujejo veliko oziroma je med njimi najnižje odstopanje.

Najnižja aritmetična sredina je opazna pri trditvi »Karkoli mi pride na proti, obvladam brez večjih naporov.«. Tukaj je 255 študentov (61,74 %) obkrožilo odgovor »Delno resnično« in 110 anketirancev »Komaj resnično«.

Pri analiziranju psiholoških značilnosti je opaziti, da je pri trditvah za potrebo po dosežku najvišje povprečje odgovorov (in sicer 3,44) dosegla trditev »Ko sodelujem pri projektu, sem rad(a) pobudnik/pobudnica za začetek le-tega.«, najnižje (in sicer 2,56) pa »Pri projektih imam rad(a) postransko vlogo.«. Pri lokusu nadzora je najvišje povprečje (in sicer 4,00) dosegla trditev »Ko dobim tisto, kar sem si želel(a), je to po navadi zato, ker sem trdo delal(a) za to.«, kar pomeni, da je veliko anketirancev prepričanih v to, da so dosežki posledica njihovega prizadevanja, ne pa sreče. Opaziti je, da velika večina anketiranih študentov ne tvega s svojim zdravjem, saj je pri trditvi »Ne igram se s svojim zdravjem.« kar 188 anketirancev obkrožilo odgovor »Strinjam se«. Pri psihološki značilnosti samo-učinkovitost je iz zgornjih podatkov razvidno, da je najvišje povprečje (in sicer 3,49) dosegla trditev »Lahko razrešim večino problemov, če si za to dovolj prizadevam.«.

## **6.5 Mreženje študentov**

Mreženje študentov sem v anketi preverjala s pomočjo trditev, ki so predstavljene v Tabela 23, in s pomočjo preverjanja, koliko sorodnikov, kolegov s fakultete in prijateljev anketiranca ima podjetje. Ti podatki so zelo pomembni, saj gibanje v okolju oziroma družbi, ki je podjetniško aktivna, lahko vpliva na posameznika, da bo enkrat tudi sam podjetniško aktiven. V nadaljevanju je predstavljena analiza tega dela vprašalnika.

Trditve, ki so bile uporabljene za preverjanje mreženja študentov so bile pripravljene prav za namen te ankete, saj so me zanimali točno določeni postopki oziroma delovanje posameznika. Za področje mreženja študentov je bilo pripravljenih 13 različnih trditev.

Odgovore na trditve v povezavi z mreženjem so študenti lahko podali na 5-stopenjski lestvici, in sicer je bila lestvica razvrščena na spodaj predstavljeni način.

- (1) Nikoli
- (2) Redko
- (3) Občasno
- (4) Pogosto
- (5) Zelo pogosto

Analiza trditev v povezavi z mreženjem je pokazala, da je najvišje povprečje odgovorov dosegla trditev »Aktivno sodelujem v večini socialnih omrežij (Facebook, Twitter, LinkedIn itd.).«. To ni presenetljivo, saj so v trenutnem času socialna omrežja med mladimi zelo razširjena in priljubljena. Pri bolj podrobnem pregledu je videti, da je največ študentov (116 študentov oziroma 28,09 %) na to trditev odgovorilo z »Občasno«, 103 študenti oziroma 24,94 % pa so odgovorili z odgovorom »Pogosto«.

Najnižja aritmetična sredina je opazna pri trditvi »Kontaktiram tudi profesorje, ki mi lahko nudijo nasvete pri realizaciji podjetniške priložnosti.« in je znašala 1,7055961, kar pomeni, da so v povprečju študenti na to trditev odgovarjali med »Nikoli« in »Redko«. Iz priloženih tabel v Priloga 5 je razvidno, da se 210 študentov (50,85 %) nikoli ne obrne na profesorje za nasvet glede podjetniške priložnosti. Redko se tega poslužuje 132 študentov oziroma 31,99 %. Skupaj tako 342 študentov (82,81 %) nikoli oziroma redko vpraša profesorje za nasvet pri realizaciji podjetniške priložnosti. Pri tej trditvi je tudi standardni odklon najnižji, kar pomeni, da odgovori študentov pri tej trditvi najmanj variirajo med seboj oziroma se podatki bolj gostijo okoli aritmetične sredine kot pri drugih trditvah.

Tukaj bi izpostavila dejstvo, da sta najnižje povprečje dosegli trditvi, ki se nanašata na pomoč s strani profesorjev na fakulteti – trditev, omenjena v prejšnjem odstavku, in trditev »Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s profesorji.«. Na osnovi teh podatkov lahko sklepam, da se študenti v večini primerov ne poslužujejo pomoči profesorjev pri težavah, povezanih s podjetniško priložnostjo ali z delovanjem podjetja. To dejstvo je zanimivo za nadaljnje raziskovanje oziroma je v tem delu velik potencial za izboljšanje sodelovanja med študenti in profesorji tudi izven fakultete.

Največja odstopanja med odgovori je zaslediti pri trditvi »Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s kolegi.«, kjer je standardni odklon najvišji: znaša 1,2763464.

Tabela 23: Prikaz povprečja in standardnega odklona za trditve pri mreženju študentov

Mreženje	Število odgovorov	Povprečje	Standardni odklon
Razvijam neformalne vezi s kolegi na fakulteti z namenom odkrivanja podjetniške priložnosti.	411	2,38	0,98
Nove stike za odkrivanje podjetniške priložnosti navezujem tudi s kolegi z drugih fakultet.	412	2,21	1,07
S posamezniki, ki mi lahko pomagajo pri realizacije podjetniške priložnosti, se redno družim.	410	2,51	1,07
Kontaktiram tudi profesorje, ki mi lahko nudijo nasvete pri realizaciji podjetniške priložnosti.	411	1,71	0,87
Dobro sem seznanjen(a), kdo od mojih kolegov je že podjetniško aktiven (ima podjetje, je v procesu ustavljanja).	412	2,79	1,15
Posebej negujem stike s kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni.	408	2,20	1,10
S kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni, izmenjujem poslovne izkušnje.	408	2,05	1,06
Zame so pomembni tudi stiki s poslovneži izven fakultete, s katerimi imam redne stike.	412	2,35	1,19
K realizaciji moje podjetniške ideje so bistveno prispevali stiki s fakultete.	403	1,86	1,00
Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s kolegi.	399	2,44	1,28
Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s profesorji.	398	1,75	0,98
Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem z drugimi poslovneži.	397	2,05	1,15
Aktivno sodelujem v večini socialnih omrežij (Facebook, Twitter, LinkedIn itd.).	408	3,42	1,26

Del anketnega vprašalnika se nanaša tudi na mreženje predvsem v povezavi s tem, koliko ljudi v bližnji okolici anketiranca je povezano s podjetništvom. To je pomembno, saj se na tak način bogati družbeni kapital anketiranca oziroma študenta Ekonomske fakultete. Če študent pozna več ljudi, ki se ukvarjajo s podjetništvom, večja je možnost, da bo enkrat v prihodnosti tudi sam postal podjetnik.

V povezavi s tem sem zato študentom postavila tudi tri vprašanja, iz katerih se lahko razbere, koliko je okolica, v kateri se gibajo, nagnjena k podjetniški aktivnosti. Prvo vprašanje se nanaša na sorodnike, ki imajo podjetje, drugo na prijatelje in tretje na kolege s fakultete, ki so podjetniško aktivni.

### 6.5.1 Odgovori na vprašanje »Koliko vaših sorodnikov ima podjetje?«

Anketiranci so na vprašanje »Koliko vaših sorodnikov ima podjetje?« odgovarjali zelo različno. Največji odstotek anketirancev sploh ne ve, ali je kdo od njihovih sorodnikov podjetniško aktiven oziroma ima podjetje. Takih je nekaj manj kot 25 % vseh anketirancev (101 študent). Študenti, katerih nihče od sorodnikov nima podjetja, je bilo nekaj več kot 15 %. Več kot 53 % študentov ima od enega do štiri sorodnike, ki imajo podjetje; osem oziroma 12 sorodnikov, ki imajo podjetje, pa ima po en anketiranec.

Na vprašanje »Koliko vaših sorodnikov ima podjetje?« nista odgovorila dva anketiranca.

Tabela 24: Prikaz odgovorov na vprašanje »Koliko vaših sorodnikov ima podjetje?«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Ne vem	101	24,46	103	24,94
0	62	15,01	165	39,95
1	73	17,68	238	57,63
2	79	19,13	317	76,76
3	47	11,38	364	88,14
4	22	5,33	386	93,46
5	17	4,12	403	97,58
6	6	1,45	409	99,03
7	2	0,48	411	99,52
8	1	0,24	412	99,76
12	1	0,24	413	100,00

### 6.5.2 Odgovori na vprašanje »Koliko vaših prijateljev ima podjetje?«

Iz Tabela 25, v katerem so prikazani odgovori anketirancev na vprašanje »Koliko vaših prijateljev ima podjetje?«, lahko vidimo, da 139 anketirancev ne ve, ali imajo njihovi prijatelji podjetje. Da nihče od prijateljev nima podjetja, je odgovorilo 15,25 % oziroma 63 anketirancev.

Iz tabele izstopajo taki anketiranci, ki imajo od 10 pa tudi do 50 prijateljev, ki imajo svoje podjetje. Študentov s tako bogato okolico na področju podjetniške aktivnosti je skupaj 10, kar predstavlja 2,42 % od skupno 413 anketirancev.

Na to vprašanje ni podalo odgovora šest študentov, ki so izpolnjevali anketo.

Tabela 25: Prikaz odgovorov na vprašanje »Koliko vaših prijateljev ima podjetje?«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	6	1,45	6	1,45
Ne vem	139	33,66	145	35,11
0	63	15,25	208	50,36
1	61	14,77	269	65,13
2	43	10,41	312	75,54
3	46	11,14	358	86,68
4	13	3,15	371	89,83
5	19	4,60	390	94,43
6	4	0,97	394	95,40
7	3	0,73	397	96,13
8	6	1,45	403	97,58
10	5	1,21	408	98,79
15	1	0,24	409	99,03
20	3	0,73	412	99,76
50	1	0,24	413	100,00

### 6.5.3 Odgovori na vprašanje »Koliko vaših kolegov s fakultete ima podjetje?«

Podatki, ki sem jih pridobila iz ankete glede vprašanja »Koliko vaših kolegov s fakultete ima podjetje?«, kažejo na to, da več kot polovica anketirancev (53,03 % anketirancev) ne ve, ali ima kdo od njihovih kolegov podjetje ali ne. Ta podatek nam pove, da se na Ekonomski fakulteti UL izgublja velika količina družbenega kapitala, ki bi ga sicer lahko koristno uporabili. Na osnovi tega podatka bi lahko predvideli, da se študenti na omenjeni fakulteti ne pogovarjajo toliko o karieri, službi. Predvidevam, da njihova komunikacija poteka predvsem o dogajanju na fakulteti (izpiti, predavanja, zapiski itd.).

Študentov, ki vedo, da med njihovimi kolegi s fakultete ni podjetnikov, je 69 (16,71 % anketirancev). Anketirancev, ki vedo, da so med njihovimi kolegi od enega pa do trije podjetniki, je bilo 105, to pa predstavlja več kot četrtno vseh anketirancev.

Na to vprašanje nista odgovorila dva anketiranca.

Tabela 26: Prikaz odgovorov na vprašanje »Koliko vaših kolegov s fakultete ima podjetje?«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Ne vem	219	53,03	221	53,51
0	69	16,71	290	70,22
1	53	12,83	343	83,05
2	39	9,44	382	92,49
3	13	3,15	395	95,64
4	6	1,45	401	97,09
5	9	2,18	410	99,27
8	1	0,24	411	99,52
10	1	0,24	412	99,76
15	1	0,24	413	100,00

Pri mreženju lahko iz pridobljenih podatkov opazimo, da se anketirani študenti redko poslužujejo pomoči profesorjev, ko gre za vprašanja s področja podjetništva (delovanje podjetja oziroma uresničevanje podjetniške priložnosti). V večini socialnih omrežij pa občasno sodeluje 116 anketiranih študentov. Presenetljivo je, da najvišji odstotek anketirancev ne ve, koliko sorodnikov, prijateljev ali kolegov s fakultete ima podjetje.

## SKLEP

V magistrskem delu sem s pomočjo domače in tuje literature preučila teorijo na področju podjetništva. Tu sem dala poudarek predvsem na samo opredelitev podjetništva, na značilnosti podjetnikov ter na socialni kapital in mreženje.

V teoriji je veliko opredelitev podjetništva, na grobo pa se največkrat omenja prevzemanje tveganja, negotovost, inovacije in novosti na trgu ter povečevanje blaginje celotnega gospodarstva. Poleg naštetega pa je v teoriji podjetnik opredeljen tudi kot lastnik podjetja.

Na odločitev posameznika, da bo izkoristil podjetniško priložnost, vpliva veliko dejavnikov. Ti dejavniki so predstavljeni v magistrskem delu in so razdeljeni na psihološke in nepsihološke dejavnike. Sama bi predvsem pri psiholoških dejavnikih izpostavila nagnjenost posameznika k tveganju, za katerega menim, da ima bistveno vlogo pri odločitvi za podjetništvo. Poleg tega pa ima velik vpliv tudi lokus nadzora, predvsem notranji lokus nadzora, ki pojasnjuje, da so ti posamezniki nagnjeni k temu, da dosežke pripisujejo sebi, ne pa zunanjemu okolju. Pri nepsiholoških dejavnikih pa je treba večjo

pozornost posvetiti predvsem zaposlenemu/delovnemu zakoncu, ker vpliva na to, kako se bo druga stran odločila za izkoristek podjetniške priložnosti.

V teoretičnem delu sem se usmerila na mreženje in socialni kapital, ki sem ga kasneje preverjala tudi v raziskavi. Ta dva procesa sta zelo pomembna tako za podjetnika kot za okolico, v kateri se giba, saj prinašata veliko prednosti in pozitivnih učinkov. Tudi tukaj bi bilo smiselno pričeti z določenimi postopki, da bi se socialni kapital bogatil na vseh področjih življenja posameznika in da bi se posamezniki bolj intenzivno mrežili. Tako bi si pridobili bogate vire za večji uspeh pri uresničevanju podjetniške ideje.

Na osnovi predstavljene teorije je bila pripravljena raziskava za študente Ekonomske fakultete UL. V zadnjem delu magistrskega dela pa so predstavljeni tudi rezultati te raziskave.

Raziskava, opravljena med študenti podiplomskega študijskega programa (1. letnik) in študenti dodiplomskega študijskega programa (2. letnik) Ekonomske fakultete UL, je pokazala:

1. da se je največ študentov, ki so sodelovali pri anketiranju, odločilo za študij na Ekonomski fakulteti UL zaradi velikega zanimanja za to področje (takih je bilo 152 študentov od 413 anketiranih študentov);
2. da je med vsemi sodelujočimi v raziskavi (413 anketirancev) devet študentov podjetnikov in da je en študent v preteklosti že imel podjetje. Odločitev za podjetniško pot je bila pri teh študentih povezana z različnimi razlogi (na primer zaradi sledenja svojim sanjam, ker se je ponudila dobra priložnost za posel, zaradi želje po uspehu, ki ga oseba drugače ne bi mogla doseči, itd.);
3. da je največ študentov podjetnikov med anketiranci na smeri Računovodstvo in revizija (trije podjetniki od 413 anketirancev);
4. da je približno 60 % anketiranih študentov (od 413 anketirancev) študij na Ekonomski fakulteti UL spodbudil, da razmišljajo o samostojni podjetniški poti, kar lahko predstavlja pozitivno napoved za prihodnost na področju podjetništva po končanem študiju ali pa celo v času študija na omenjeni fakulteti;
5. da 38,26 % anketirancev (oziroma 158 anketirancev od 413 anketirancev) na Ekonomski fakulteti UL nima namena ustanoviti podjetja v prihodnosti;
6. da 125 študentov (od 413 vseh anketirancev), zajetih v raziskavo, izhaja iz podjetniške družine in da jih od tega 54,40 % oziroma 68 anketiranih študentov v podjetju družine pomaga, kadar imajo prosti čas.

Poleg teh ugotovitev lahko povzamem tudi, da največji odstotek študentov ne ve, ali so njihovi sorodniki, kolegi s fakultete in prijatelji podjetniško aktivni ali ne.

Iz rezultatov anketiranja lahko vidimo, da je na Ekonomski fakulteti UL med anketiranimi študenti presenetljivo malo študentov, ki so v času študija podjetniško aktivni (2,18 % od vseh 413 anketirancev). Poleg tega pa se anketirani študenti omenjene fakultete med seboj slabo mrežijo tako na fakulteti kot tudi sicer v življenju. Predlagam, da profesorji poskušajo študente že v začetku študija spodbujati, da se odločijo za podjetniško pot oziroma da jih usmerijo v podjetništvo na osnovi različnih motivatorjev. Prav tako je to dobra iztočnica za spodbujanje različnih tehnik mreženja na fakulteti v času študija, ki bi jih študenti lahko uporabljali na vseh področjih življenja, s tem pa si bogatili svoj kapital.

Glede na podatke, ki sem jih dobila s pomočjo raziskave, predlagam, da se v prihodnosti na področju podjetništva v Sloveniji raziskovalci usmerijo tudi na mreženje in socialni kapital. Zanimivo bi bilo vedeti, zakaj se študenti na Ekonomski fakulteti UL ne mrežijo in povezujejo ter kaj bi jim tako povezovanje doprineslo. Če bi poznali razloge za ne mreženje, bi lahko s pomočjo tega vplivali na povečanje mreženja in posledično bogatitev socialnega kapitala. Bogat socialni kapital ne bo pomagal samo študentom, temveč tudi fakulteti.

Poleg mreženja in socialnega kapitala bi bilo zanimivo vedeti, zakaj je tako malo študentov na Ekonomski fakulteti UL podjetniško aktivnih. Pričakovala sem namreč, da bo študentov podjetnikov na omenjeni fakulteti veliko več, kot sem jih odkrila sama. Tudi na tem področju je veliko manevrskega prostora za spodbujanje podjetništva v času študija oziroma za kasnejšo aktivnost po končanem študiju.



## LITERATURA IN VIRI

1. Adam, F., Rončević, B., & Tomšič, M. Socialni kapital – za SRS. Najdeno 12. januar 2012 na spletnem naslovu <http://www.slovenijajutri.gov.si/fileadmin/urednik/dokumenti/sockap.pdf>
2. Adler, P. S., & Kwon, S-W (2000). Social capital: The Good, the Bad, and the Ugly. V E. L. Lesser, *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications* (str. 89–115). Boston: Butterworth.
3. Antončič, B., Hisrich D. R., Petrin, T., & Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.
4. Antončič, B., Ruzzier, M., & Bratkovič, T. (2007). *Podjetniške mreže in rast*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
5. Athayde, R. (2009). Measuring Enterprise Potential in Young People. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(2), 481–500.
6. Bakker, R., Curseu, P., & Vermeulen, P. (2007). Cognitive factors in entrepreneurial strategic decision making. *Cognitie, Creier, Comportament / Cognition, Brain, Behavior*, 11(1), 195–219.
7. Belak, J. et al. (1993). *Podjetništvo, politika podjetja in management*. Maribor: Založba Obzorja Maribor.
8. Blaug, M. (2000). Entrepreneurship Before and After Schumpeter. V Swedberg, R., *Entrepreneurship: The social science view* (str. 76–88). Oxford: Oxford University Press.
9. Bradley, D., & Roberts, J. (2004). Self-Employment and Job Satisfaction: Investigating the Role of Self-Efficacy, Depression, and Seniority. *Journal of Small Business Management*, 42(1), 37–58.
10. Burt, S. R. (1995). *Structural holes; The Social Structure of Competition*. London: Harvard University Press.
11. Burt, S. R. (2000b) Structural Holes. *Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*, str. 583–587.
12. Burt., S. R. (2000a). The Network Entrepreneur. V Swedberg, R., *Entrepreneurship: The social science view* (str. 281–307). Oxford: Oxford University Press.

13. Drnovšek, M., Wincent, J., & Cardon, S. M. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional definition. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(4), 329–348.
14. Hay, R., Kash, T., & Carpenter, M. (1990). The role of locus of control in entrepreneurial development and success. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 13.
15. Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1989). *Entrepreneurship: starting, developing, and managing new enterprise*. Homewood, Boston: Richard D. Irwin, Inc.
16. Kaše, R., & Škerlavaj, M. (2006). Socialni kapital v slovenskih organizacijah – rezultati raziskave. *HRM: Strokovna revija za ravnanje z ljudmi pri delu*, 4(14), 74–78.
17. Kaufmann, P. J., Welsh, D. H. B., & Bushmarin, N. V. (1995). Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 20(1), 43–56.
18. Kešeljevič, A. (2003). Opredelitev socialnega kapitala na organizacijski ravni in njegovi zunanji učinki. *Organizacija: revija za management, informatiko in kadre*, 36(1), 6–13.
19. Kotar, S. (2006). *Slovenski podjetniki in njihove zmožnosti* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
20. La Pira, F. (2011). Entrepreneurial intuition, an empirical approach. *Journal of Management and Marketing Research*, 6, 1–22.
21. Lesprit-cyber-nest-pas-mort-il-bouge-encore/. Najdeno 28. januarja 2012 na spletnem naslovu <http://www.cyroul.com/mondes-virtuels/lesprit-cyber-nest-pas-mort-il-bouge-encore/>
22. Meertens, R. M., & Lion, R. (2008). Measuring an Individual's Tendency to Take Risks: The Risk Propensity Scale. *Journal of Applied Social Psychology*. 38(6), 1506–1520.
23. Miklavc, M. (2006). *Vloga managerja, podjetnika in vodje v podjetju* (specialistično delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
24. Plut, H., & Plut, T. (1995). *Podjetnik in podjetništvo*. Ljubljana: Zbirka Spekter.
25. *Podjetja po dejavnosti (C–K) in velikosti glede na prihodke (SKD 2002), Slovenija, letni podatki do leta 2007*. Najdeno 4. februarja 2012 na spletnem naslovu [http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418892S&ti=&path=../Database/SKD2002\\_slo/14\\_poslovni\\_subjekti/01\\_14188\\_podjetja/&lang=2](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418892S&ti=&path=../Database/SKD2002_slo/14_poslovni_subjekti/01_14188_podjetja/&lang=2)

26. *Podjetja po dejavnosti (C–K) in velikosti glede na število oseb, ki delajo (SKD 2002), Slovenija, letni podatki do leta 2007*. Najdeno 4. februarja 2012 na spletnem naslovu [http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418891S&ti=&path=../Database/SKD2002\\_slo/14\\_poslovni\\_subjekti/01\\_14188\\_podjetja/&lang=2](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418891S&ti=&path=../Database/SKD2002_slo/14_poslovni_subjekti/01_14188_podjetja/&lang=2)
27. *Podjetja po dejavnosti (SKD 2008) in velikosti glede na število oseb, ki delajo, Slovenija, letno*. Najdeno 4. februarja 2012 na spletnem naslovu [http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418801S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/14\\_poslovni\\_subjekti/01\\_14188\\_podjetja/&lang=2](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418801S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/14_poslovni_subjekti/01_14188_podjetja/&lang=2)
28. Pšeničny, V., Berginc, J., Letonja, M., Pavlin, I., Vadnjak, J., & Žižek, J. (2000). *Podjetništvo*. Portorož: Visoka šola za podjetništvo.
29. Rebernik, M., Tominc, P., & Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva: GEM Slovenija 2010*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
30. Rebernik, M., Tominc, P., & Crnogaj, K. (2012). *Usihanje podjetništva v Sloveniji: GEM Slovenija 2011*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
31. Rebernik, M., Tominc, P., & Pušnik, K. (2008). *Premalo razvojno usmerjenih podjetij: GEM Slovenija 2007*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
32. Rebernik, M., Tominc, P., & Pušnik, K. (2010). *Slovensko podjetništvo v letu krize: GEM Slovenija 2009*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
33. Rek, M. (2008). Vpliv socialnega kapitala na delovanje evropskih transnacionalnih civilnodružbenih omrežij. *Raziskave in razprave*, 1(1/3), 235–262.
34. Schumpeter, J. A. (2000). Entrepreneurship as Innovation. V Swedberg, R., *Entrepreneurship: The social science view* (str. 51–75). Oxford: Oxford University Press.
35. Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*. Velika Britanija: Edward Elgar Publishing Limited.
36. Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Views on Self-employment and Personality: An Exploratory Study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3), 265–281.
37. Slovar slovenskega knjižnega jezika. Najdeno 8. decembra 2011 na spletnem naslovu <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html>
38. Šuštar, R. (2011). *Podjetništvo*. Ljubljana: Zavod IRC.

39. Tyson, L. A., Petrin, T., & Rogers, H. (1994). Promoting Entrepreneurship in Eastern Europe. *Small Business Economics*, 6(3), 165–184.
40. Vogrin, M. (2010). *Psihološki motivacijski dejavniki za podjetništvo* (delo diplomskega seminarja). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor.
41. *Vprašalnik samoučinkovitosti*. Najdeno 20. marca 2012 na spletnem naslovu <http://userpage.fu-berlin.de/~health/slovenia.htm>
42. Wickham, P. (2006). Overconfidence in new start-up success probability judgement. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(4), 210–227.

## **PRILOGE**



## KAZALO PRILOG

Priloga 1: Stanje podjetništva v Sloveniji.....	1
Priloga 2: Anketni vprašalnik za dodiplomske študente .....	4
Priloga 3: Anketni vprašalnik za podiplomske študente .....	8
Priloga 4: Rezultati psihološkega dela vprašalnika .....	12
Priloga 5: Rezultati dela vprašalnika o mreženju .....	20





## Priloga 1: Stanje podjetništva v Sloveniji

Statistični urad Republike Slovenije deli Slovenijo na statistične regije: Gorenjska, Goriška, Jugovzhodna Slovenija, Koroška, Notranjsko-kraška, Obalno-kraška, Osrednjeslovenska, Podravska, Pomurska, Savinjska, Spodnjeposavska in Zasavska regija. Statistična regija, ki je zabeležila največje število podjetij v Sloveniji, je v obdobju od 2005 do 2010 bila Osrednjeslovenska regija, sledi ji Podravska. Prav tako sta ti dve regiji zaposlovali največ oseb in ustvarile največ prihodkov v tem obdobju. Najmanj podjetij so zabeležili v Zasavski regiji, kjer so podjetja zaposlovala najmanj oseb in ustvarila najmanj prihodkov.

Največ podjetij je bilo v letu 2010 v dejavnosti trgovine, vzdrževanja in popravil motornih vozil ter v strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih. Dejavnosti, ki so zaposlovale največ ljudi, so v letu 2010 bile predelovalne dejavnosti ter trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil. Prav ti dve dejavnosti sta ustvarili tudi največ prihodkov v letu 2010.

V letu 2010 so vsa podjetja skupaj ustvarila za več kot 86,7 milijard € prihodkov, od tega so mikro podjetja ustvarila približno 20 % prihodkov, velika pa nekaj manj kot 35 % prihodkov.

V Tabela 27 je prikazano število podjetij v Sloveniji po velikostnih razredih. Ti razredi so izoblikovani glede na število zaposlenih oseb. Mikro podjetje zaposluje od 0 do 9 oseb, majhno podjetje zaposluje od 10 do 49 oseb, srednje podjetje ima od 50 do 249 zaposlenih, veliko podjetje pa daje zaposlitev več kot 250 osebam. Večina vseh Slovenskih podjetij so mikro podjetja. Ta so v vseh preučevanih letih predstavljala približno 93 % vseh podjetij; velika podjetja v Sloveniji pa so v preučevanem obdobju predstavljala manj kot 0,32 % vseh podjetij.

*Tabela 27: Število podjetij v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010*

Leto/velikost podjetja	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Mikro podjetje	88.786	93.430	97.649	142.283	150.916	156.305
Majhno podjetje	5.127	5.601	6.017	7.661	7.500	7.181
Srednje podjetje	1.183	1.255	1.311	2.212	2.152	2.129
Veliko podjetje	303	283	295	385	363	344
<b>Skupaj</b>	<b>95.399</b>	<b>100.569</b>	<b>105.272</b>	<b>152.541</b>	<b>160.931</b>	<b>165.959</b>

*Vir: Podjetja po dejavnosti (C–K) in velikosti glede na število oseb, ki delajo (SKD 2002), Podjetja po dejavnosti (SKD 2008) in velikosti glede na število oseb, ki delajo, Slovenija, letno.*

*Tabela 28: Delež podjetij v odstotkih v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010 (v %)*

Leto/velikost podjetja	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Mikro podjetje	93,07	92,90	92,76	93,28	93,78	94,18
Majhno podjetje	5,37	5,57	5,72	5,02	4,66	4,33
Srednje podjetje	1,24	1,25	1,25	1,45	1,34	1,28
Veliko podjetje	0,32	0,28	0,28	0,25	0,23	0,21
<b>Skupaj</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Mikro podjetja v Sloveniji predstavljajo največji delež podjetij, vendar pa so zaposlovala eno četrtnino vseh zaposlenih in samozaposlenih oseb v preučevanem obdobju; velika podjetja pa so bila delodajalec približno tretjini vseh zaposlenih.

*Tabela 29: Število zaposlenih v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010*

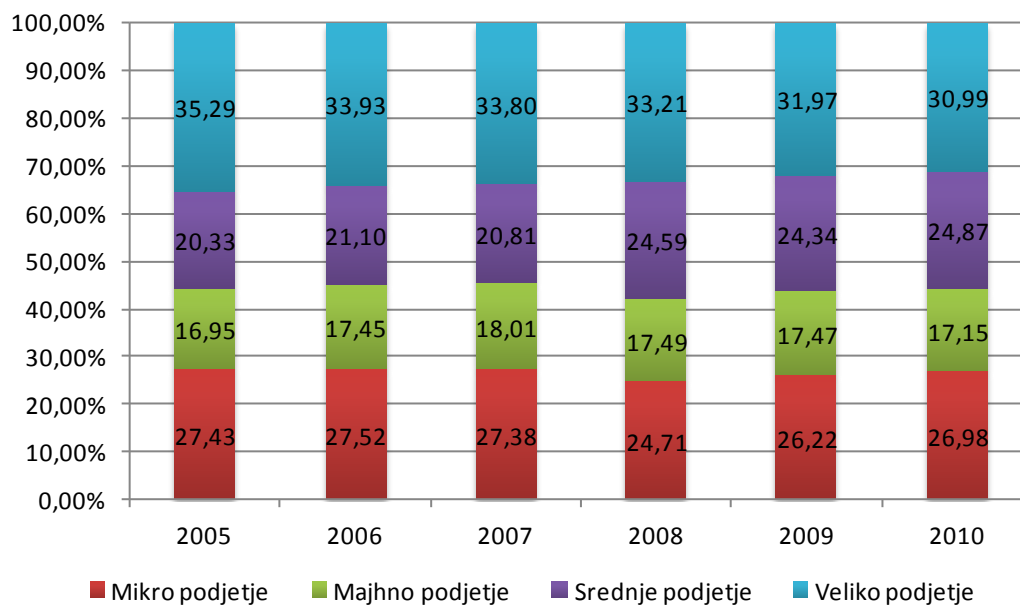
Leto/velikost podjetja	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Mikro podjetje	167.250	171.144	177.889	217.874	226.638	227.225
Majhno podjetje	103.333	108.554	117.018	154.166	151.011	144.449
Srednje podjetje	123.977	131.223	135.201	216.745	210.375	209.482
Veliko podjetje	215.139	211.057	219.636	292.813	276.323	261.003
<b>Skupaj</b>	<b>609.699</b>	<b>621.978</b>	<b>649.744</b>	<b>881.598</b>	<b>864.347</b>	<b>842.159</b>

*Vir: Podjetja po dejavnosti (C–K) in velikosti glede na število oseb, ki delajo (SKD 2002), Podjetja po dejavnosti (SKD 2008) in velikosti glede na število oseb, ki delajo, Slovenija, letno.*

*Tabela 30: Delež zaposlenih v odstotkih v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010 (v %)*

Leto/velikost podjetja	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Mikro podjetje	27,43	27,52	27,38	24,71	26,22	26,98
Majhno podjetje	16,95	17,45	18,01	17,49	17,47	17,15
Srednje podjetje	20,33	21,10	20,81	24,59	24,34	24,87
Veliko podjetje	35,29	33,93	33,80	33,21	31,97	30,99
<b>Skupaj</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

*Tabela 31: Delež zaposlenih v odstotkih v Sloveniji po velikostnih razredih podjetij v obdobju od 2005 do 2010*



## Priloga 2: Anketni vprašalnik za dodiplomske študente

Spoštovani,

prosim vas, da izpolnite spodnja vprašanja in mi tako pomagate pri magistrski nalogi. Cilj ankete je ugotoviti, kakšna je podjetniška aktivnost študentov Ekonomske fakultete in ali bodo študenti v prihodnosti podjetniško aktivni.

Anketa je anonimna, zato vas prosim za iskrene odgovore.

Hvala  
Petra Glišić

---

1. Zakaj ste se odločili za študij na Ekonomski fakulteti (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?
  - a. Zaradi predhodnega študija oziroma šole
  - b. Zaradi možnosti samostojne kariere
  - c. Nisem vedel(a), kam bi se drugam vpisal(a)
  - d. Zaradi velikega zanimanja za to področje
  - e. Zaradi možnosti zaposlitve
  - f. Zaradi možnosti dobrega zaslужka
  - g. Drugo: \_\_\_\_\_
2. Leto prvega vpisa na Ekonomsko fakulteto: \_\_\_\_\_
3. Študijski program na Ekonomski fakulteti, ki ga trenutno obiskujete (obkrožite):
  - a. Dodiplomski bolonjski študijski program / **UPEŠ**
  - b. Dodiplomski bolonjski študijski program / **VPŠ**
  - c. Podiplomski bolonjski študijski program
4. Smer študija na Ekonomski fakulteti (obkrožite):
  - a. Denar in finance
  - b. Poslovna ekonomija
  - c. Mednarodna ekonomija
  - d. Ekonomija
  - e. Bančni in finančni management
  - f. Management
  - g. Mednarodno poslovanje
  - h. Podjetništvo
  - i. Poslovna logistika
  - j. Poslovna informatika
  - k. Računovodstvo in revizija
  - l. Računovodstvo
  - m. Trženje
  - n. Turizem
  - o. Javni sektor
  - p. Kvantitativne finance in aktuarstvo
5. Način študija (obkrožite):
  - a. Redni
  - b. Izredni
6. Ali vas je študij na izbrani smeri spodbudil k razmišljanju o samostojni podjetniški poti (obkrožite)?
  - a. Da
  - b. Ne
7. Ali trenutno imate svoje podjetje (obkrožite)?
  - a. Da
  - b. Ne
  - c. Podjetje sem imel(a) v preteklosti

**V primeru, da ste pri vprašanju številka 7 obkrožili možnost a. (Da) ali c. (Podjetje sem imel(a) v preteklosti), odgovorite tudi na vprašanji številka 8 in 9, sicer nadaljujte z vprašanjem številka 10.**

**8. Zakaj ste se odločili za podjetniško pot (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?**

- a. Zaradi nuje (brezposelnost, težko zaposljiv kader)
- b. Zaradi večje neodvisnosti in svobode pri delu
- c. Zaradi povečanja dohodka
- d. Zaradi ohranjanja ravni dohodka
- e. Zaradi želje po uspehu, ki ga drugače ne bi mogel(a) doseči
- f. Zaradi sledenja svojim sanjam
- g. Ker se je ponudila dobra priložnost za posel
- h. Zaradi poslušanja študijskih predmetov o podjetništvu
- i. Drugo: \_\_\_\_\_

**9. Kaj vas je najbolj motiviralo k ustanovitvi podjetja (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?**

- a. Profesorji
- b. Kolegi na fakulteti
- c. Družina
- d. Prijatelji
- e. Priložnost za zaslužek
- f. Uspešne podjetniške zgodbe
- g. Pridobljene delovne izkušnje
- h. Zaznana podjetniška priložnost
- i. Drugo: \_\_\_\_\_

**10. Ali načrtujete ustanoviti svoje podjetje (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?**

- a. V naslednjih dveh letih
- b. V naslednjih 2 do 5 letih
- c. V naslednjih 5 do 10 letih
- d. Po 10 letih
- e. Nimam namena ustanoviti podjetja
- f. Že imam podjetje

**11. Ali izhajate iz družine, ki ima svoje podjetje (obkrožite)?**

- a. Da
- b. Ne

**V primeru, da ste pri vprašanju številka 11 obkrožili možnost a. (Da) odgovorite tudi na vprašanje številka 12, sicer nadaljujte z vprašanjem številka 13.**

**12. Kako aktivni ste v podjetju svoje družine (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?**

- a. V podjetju pomagam kadarkoli imam prosti čas
- b. V podjetju pomagam le ob vikendih
- c. Vodim del podjetja
- d. V kratkem bom prevzel(a) vodstvo podjetja
- e. V podjetju nisem aktiven/aktivna

13. Za vsako trditev o potrebi po dosežku, lokusu nadzora in nagnjenosti k tveganju ocenite na lestvici od 1 do 5, v kolikšni meri se strinjate oz. ne strinjate s trditvijo. Pri tem število 1 pomeni, da se s trditvijo močno ne strinjate, število 5 pa pomeni, da se s trditvijo močno strinjate.

<b>Potreba po dosežku</b>	<b>Močno se ne strinjam</b>	<b>Ne strinjam se</b>	<b>Nise se strinjam niti se ne strinjam</b>	<b>Strinjam se</b>	<b>Močno se strinjam</b>
Imam veliko več energije kot večina kolegov na fakulteti.	1	2	3	4	5
Ko sodelujem pri projektu, sem rad(a) pobudnik/pobudnica za začetek le-tega.	1	2	3	4	5
Po navadi sem jaz »gonilna sila« med prijatelji.	1	2	3	4	5
Pri projektih imam rad(a) postransko vlogo.	1	2	3	4	5

<b>Lokus nadzora</b>	<b>Močno se ne strinjam</b>	<b>Ne strinjam se</b>	<b>Nise se strinjam niti se ne strinjam</b>	<b>Strinjam se</b>	<b>Močno se strinjam</b>
Ko dobim tisto, kar sem si želel(a), je to po navadi zato, ker sem trdo delal(a) za to.	1	2	3	4	5
Navadno je na meni, da zaščitim svoj osebni interes.	1	2	3	4	5
Ko delam načrte sem skoraj prepričan(a), da jih bom tudi dosegel(a).	1	2	3	4	5
Koliko prijateljev imam, je predvsem posledica sreče.	1	2	3	4	5

<b>Nagnjenost k tveganju</b>	<b>Močno se ne strinjam</b>	<b>Ne strinjam se</b>	<b>Nise se strinjam niti se ne strinjam</b>	<b>Strinjam se</b>	<b>Močno se strinjam</b>
Varnost je na prvem mestu.	1	2	3	4	5
Ne igram se s svojim zdravjem.	1	2	3	4	5
Tveganjem se raje izognem.	1	2	3	4	5
Redno tvegam.	1	2	3	4	5
Ne maram, ko ne vem, kaj se bo zgodilo.	1	2	3	4	5
Po navadi na tveganje gledam kot na izziv.	1	2	3	4	5

14. Sebe vidim kot (obkrožite številko, ki najbolj velja za vas osebno):  
osebo, ki se tveganju izogiba      1      2      3      4      5      osebo, ki tveganje išče

15. Prosimo, da na ta vprašalnik odgovorite z obkroževanjem števil. Vrednosti so naslednje:

<b>Samo-učinkovitost</b>	<b>Popolnoma neresnično</b>	<b>Komaj resnično</b>	<b>Delno resnično</b>	<b>Popolnoma resnično</b>
Vedno uspem rešiti težave, če se le dovolj potrudim.	1	2	3	4
Tudi kadar mi kdo nasprotuje, najdem načine in poti, da dosežem to, kar želim.	1	2	3	4
Z lahkoto ostajam pri svojih namerah in dosegam svoje cilje.	1	2	3	4
Prepričan(a) sem, da se znam učinkovito spoprijeti z nepričakovanimi dogodki.	1	2	3	4
Zaradi svoje iznajdljivosti se znam spoprijeti z nepredvidljivimi situacijami.	1	2	3	4
Lahko razrešim večino problemov, če si za to dovolj prizadevam.	1	2	3	4
Ko se soočam s težavami, lahko ostanem miren(a) zato, ker se znam obvladati.	1	2	3	4
Kadar imam problem, lahko običajno poiščem več rešitev.	1	2	3	4
Če sem v težavah, se zmeraj lahko spomnim kakšne rešitve.	1	2	3	4
Karkoli mi pride na proti, obvladam brez večjih naporov.	1	2	3	4

16. Za vsako trditev o mreženju ocenite na lestvici od 1 do 5, kako pogosto izvajate posamezno trditev. Pri tem število 1 pomeni, da trditev nikoli ne izvajate, število 5 pa pomeni, da trditev zelo pogosto izvajate.

<b>Mreženje</b>	<b>Nikoli</b>	<b>Redko</b>	<b>Občasno</b>	<b>Pogosto</b>	<b>Zelo pogosto</b>
Razvijam neformalne vezi s kolegi na fakulteti z namenom odkrivanja podjetniške priložnosti.	1	2	3	4	5
Nove stike za odkrivanje podjetniške priložnosti navezujem tudi s kolegi z drugih fakultet.	1	2	3	4	5
S posamezniki, ki mi lahko pomagajo pri realizaciji podjetniške priložnosti, se redno družim.	1	2	3	4	5
Kontaktiram tudi profesorje, ki mi lahko nudijo nasvete pri realizaciji podjetniške priložnosti.	1	2	3	4	5
Dobro sem seznanjen(a), kdo od mojih kolegov je že podjetniško aktiven (ima podjetje, je v procesu ustavljanja).	1	2	3	4	5
Posebej negujem stike s kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni.	1	2	3	4	5
S kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni, izmenjujem poslovne izkušnje.	1	2	3	4	5
Zame so pomembni tudi stiki s poslovneži izven fakultete, s katerimi imam redne stike.	1	2	3	4	5
K realizaciji moje podjetniške ideje so bistveno prispevali stiki s fakultete.	1	2	3	4	5
Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s kolegi.	1	2	3	4	5
Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s profesorji.	1	2	3	4	5
Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem z drugimi poslovneži.	1	2	3	4	5
Aktivno sodelujem v večini socialnih omrežij (Facebook, Twitter, LinkedIn itd.).	1	2	3	4	5

17. Koliko vaših sorodnikov ima podjetje?

a. Vpišite število sorodnikov: \_\_\_\_\_

b. Ne vem

18. Koliko vaših prijateljev ima podjetje?

a. Vpišite število prijateljev: \_\_\_\_\_

b. Ne vem

19. Koliko vaših kolegov s fakultete ima podjetje?

a. Vpišite število prijateljev: \_\_\_\_\_

b. Ne vem

20. Spol (obkrožite):                    M                    Ž

21. Letnica rojstva: \_\_\_\_\_

### Priloga 3: Anketni vprašalnik za podiplomske študente

Spoštovani,  
prosim vas, da izpolnite spodnja vprašanja in mi tako pomagate pri magistrski nalogi. Cilj ankete je ugotoviti, kakšna je podjetniška aktivnost študentov Ekonomske fakultete in ali bodo študenti v prihodnosti podjetniško aktivni.

Anketa je anonimna, zato vas prosim za iskrene odgovore.

Hvala  
Petra Glišić

- 
1. Zakaj ste se odločili za študij na Ekonomski fakulteti (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?
    - a. Zaradi predhodnega študija oziroma šole
    - b. Zaradi možnosti samostojne kariere
    - c. Nisem vedel(a), kam bi se drugam vpisal(a)
    - d. Zaradi velikega zanimanja za to področje
    - e. Zaradi možnosti zaposlitve
    - f. Zaradi možnosti dobrega zaslužka
    - g. Drugo: \_\_\_\_\_
  2. Leto prvega vpisa na Ekonomsko fakulteto: \_\_\_\_\_
  3. Leto dokončanja dodiplomskega študija: \_\_\_\_\_
  4. Študijski program na Ekonomski fakulteti, ki ga trenutno obiskujete (obkrožite):
    - a. Dodiplomski bolonjski študijski program / **UPEŠ**
    - b. Dodiplomski bolonjski študijski program / **VPŠ**
    - c. Podiplomski bolonjski študijski program
  5. Smer študija na Ekonomski fakulteti (obkrožite):
    - a. Denar in finance
    - b. Poslovna ekonomija
    - c. Mednarodna ekonomija
    - d. Ekonomija
    - e. Bančni in finančni management
    - f. Management
    - g. Mednarodno poslovanje
    - h. Podjetništvo
    - i. Poslovna logistika
    - j. Poslovna informatika
    - k. Računovodstvo in revizija
    - l. Računovodstvo
    - m. Trženje
    - n. Turizem
    - o. Javni sektor
    - p. Kvantitativne finance in aktuarstvo
  6. Način študija (obkrožite):
    - a. Redni
    - b. Izredni
  7. Ali vas je študij na izbrani smeri spodbudil k razmišljanju o samostojni podjetniški poti (obkrožite)?
    - a. Da
    - b. Ne
  8. Ali trenutno imate svoje podjetje (obkrožite)?
    - a. Da
    - b. Ne
    - c. Podjetje sem imel(a) v preteklosti



**V primeru, da ste pri vprašanju številka 7 obkrožili možnost a. (Da) ali c. (Podjetje sem imel(a) v preteklosti) odgovorite tudi na vprašanji številka 8 in 9, sicer nadaljujte z vprašanjem številka 10.**

**9. Zakaj ste se odločili za podjetniško pot (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?**

- a. Zaradi nuje (brezposelnost, težko zaposljiv kader)
- b. Zaradi večje neodvisnosti in svobode pri delu
- c. Zaradi povečanja dohodka
- d. Zaradi ohranjanja ravni dohodka
- e. Zaradi želje po uspehu, ki ga drugače ne bi mogel(a) doseči
- f. Zaradi sledenja svojim sanjam
- g. Ker se je ponudila dobra priložnost za posel
- h. Zaradi poslušanja študijskih predmetov o podjetništvu
- i. Drugo: \_\_\_\_\_

**10. Kaj vas je najbolj motiviralo k ustanovitvi podjetja (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?**

- a. Profesorji
- b. Kolegi na fakulteti
- c. Družina
- d. Prijatelji
- e. Priložnost za zaslužek
- f. Uspešne podjetniške zgodbe
- g. Pridobljene delovne izkušnje
- h. Zaznana podjetniška priložnost
- i. Drugo: \_\_\_\_\_

**11. Ali načrtujete ustanoviti svoje podjetje (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?**

- a. V naslednjih dveh letih
- b. V naslednjih 2 do 5 letih
- c. V naslednjih 5 do 10 letih
- d. Po 10 letih
- e. Nimam namena ustanoviti podjetja
- f. Že imam podjetje

**12. Ali izhajate iz družine, ki ima svoje podjetje (obkrožite)?**

- a. Da
- b. Ne

**V primeru, da ste pri vprašanju številka 11 obkrožili možnost a. (Da) odgovorite tudi na vprašanje številka 12, sicer nadaljujte z vprašanjem številka 13.**

**13. Kako aktivni ste v podjetju svoje družine (obkrožite enega izmed ponujenih odgovorov)?**

- a. V podjetju pomagam kadarkoli imam prosti čas
- b. V podjetju pomagam le ob vikendih
- c. Vodim del podjetja
- d. V kratkem bom prevzel(a) vodstvo podjetja
- e. V podjetju nisem aktiven/aktivna

14. Za vsako trditev o potrebi po dosežku, lokusu nadzora in nagnjenosti k tveganju ocenite na lestvici od 1 do 5, v kolikšni meri se strinjate oz. ne strinjate s trditvijo. Pri tem število 1 pomeni, da se s trditvijo močno ne strinjate, število 5 pa pomeni, da se s trditvijo močno strinjate.

<b>Potreba po dosežku</b>	<b>Močno se ne strinjam</b>	<b>Ne strinjam se</b>	<b>Nise se strinjam niti se ne strinjam</b>	<b>Strinjam se</b>	<b>Močno se strinjam</b>
Imam veliko več energije kot večina kolegov na fakulteti.	1	2	3	4	5
Ko sodelujem pri projektu, sem rad(a) pobudnik/pobudnica za začetek le-tega.	1	2	3	4	5
Po navadi sem jaz »gonilna sila« med prijatelji.	1	2	3	4	5
Pri projektih imam rad(a) postransko vlogo.	1	2	3	4	5

<b>Lokus nadzora</b>	<b>Močno se ne strinjam</b>	<b>Ne strinjam se</b>	<b>Nise se strinjam niti se ne strinjam</b>	<b>Strinjam se</b>	<b>Močno se strinjam</b>
Ko dobim tisto, kar sem si želel(a), je to po navadi zato, ker sem trdo delal(a) za to.	1	2	3	4	5
Navadno je na meni, da zaščitim svoj osebni interes.	1	2	3	4	5
Ko delam načrte sem skoraj prepričan(a), da jih bom tudi dosegel(a).	1	2	3	4	5
Koliko prijateljev imam, je predvsem posledica sreče.†	1	2	3	4	5

<b>Nagnjenost k tveganju</b>	<b>Močno se ne strinjam</b>	<b>Ne strinjam se</b>	<b>Nise se strinjam niti se ne strinjam</b>	<b>Strinjam se</b>	<b>Močno se strinjam</b>
Varnost je na prvem mestu.	1	2	3	4	5
Ne igram se s svojim zdravjem.	1	2	3	4	5
Tveganjem se raje izognem.	1	2	3	4	5
Redno tvegam.	1	2	3	4	5
Ne maram, ko ne vem, kaj se bo zgodilo.	1	2	3	4	5
Po navadi na tveganje gledam kot na izziv.	1	2	3	4	5

15. Sebe vidim kot (obkrožite številko, ki najbolj velja za vas osebno):

osebo, ki se tveganju izogiba      1      2      3      4      5      osebo, ki tveganje išče

16. Prosimo, da na ta vprašalnik odgovorite z obkroževanjem števil. Vrednosti so naslednje:

<b>Samo-učinkovitost</b>	<b>Popolnoma neresnično</b>	<b>Komaj resnično</b>	<b>Delno resnično</b>	<b>Popolnoma resnično</b>
Vedno uspem rešiti težave, če se le dovolj potrudim.	1	2	3	4
Tudi kadar mi kdo nasprotuje, najdem načine in poti, da dosežem to, kar želim.	1	2	3	4
Z lahkoto ostajam pri svojih namerah in dosegam svoje cilje.	1	2	3	4
Prepričan(a) sem, da se znam učinkovito spoprijeti z nepričakovanimi dogodki.	1	2	3	4
Zaradi svoje iznajdljivosti se znam spoprijeti z nepredvidljivimi situacijami.	1	2	3	4
Lahko razrešim večino problemov, če si za to dovolj prizadevam.	1	2	3	4
Ko se soočam s težavami, lahko ostanem miren(a) zato, ker se znam obvladati.	1	2	3	4
Kadar imam problem, lahko običajno poiščem več rešitev.	1	2	3	4
Če sem v težavah, se zmeraj lahko spomnim kakšne rešitve.	1	2	3	4
Karkoli mi pride na proti, obvladam brez večjih naporov.	1	2	3	4

17. Za vsako trditev o mreženju ocenite na lestvici od 1 do 5, kako pogosto izvajate posamezno trditev. Pri tem število 1 pomeni, da trditev nikoli ne izvajate, število 5 pa pomeni, da trditev zelo pogosto izvajate.

<b>Mreženje</b>	<b>Nikoli</b>	<b>Redko</b>	<b>Občasno</b>	<b>Pogosto</b>	<b>Zelo pogosto</b>
Razvijam neformalne vezi s kolegi na fakulteti z namenom odkrivanja podjetniške priložnosti.	1	2	3	4	5
Nove stike za odkrivanje podjetniške priložnosti navezujem tudi s kolegi z drugih fakultet.	1	2	3	4	5
S posamezniki, ki mi lahko pomagajo pri realizaciji podjetniške priložnosti, se redno družim.	1	2	3	4	5
Kontaktiram tudi profesorje, ki mi lahko nudijo nasvete pri realizaciji podjetniške priložnosti.	1	2	3	4	5
Dobro sem seznanjen(a), kdo od mojih kolegov je že podjetniško aktiven (ima podjetje, je v procesu ustavljanja).	1	2	3	4	5
Posebej negujem stike s kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni.	1	2	3	4	5
S kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni, izmenjujem poslovne izkušnje.	1	2	3	4	5
Zame so pomembni tudi stiki s poslovneži izven fakultete, s katerimi imam redne stike.	1	2	3	4	5
K realizaciji moje podjetniške ideje so bistveno prispevali stiki s fakultete.	1	2	3	4	5
Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s kolegi.	1	2	3	4	5
Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s profesorji.	1	2	3	4	5
Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem z drugimi poslovneži.	1	2	3	4	5
Aktivno sodelujem v večini socialnih omrežij (Facebook, Twitter, LinkedIn itd.).	1	2	3	4	5

18. Koliko vaših sorodnikov ima podjetje?  
 a. Vpišite število sorodnikov: \_\_\_\_\_  
 b. Ne vem
19. Koliko vaših prijateljev ima podjetje?  
 a. Vpišite število prijateljev: \_\_\_\_\_  
 b. Ne vem
20. Koliko vaših kolegov s fakultete ima podjetje?  
 a. Vpišite število prijateljev: \_\_\_\_\_  
 b. Ne vem
21. Spol (obkrožite):                    M                    Ž
22. Letnica rojstva: \_\_\_\_\_

## Priloga 4: Rezultati psihološkega dela vprašalnika

### Potreba po dosežku

Tabela 32: Prikaz odgovorov na trditev »Imam veliko več energije kot večina kolegov na fakulteti.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Močno se ne strinjam (1)	12	2,91	12	2,91
Ne strinjam se (2)	60	14,53	72	17,43
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	196	47,46	268	64,89
Strinjam se (4)	121	29,30	389	94,19
Močno se strinjam (5)	24	5,81	413	100,00

Tabela 33: Prikaz odgovorov na trditev »Ko sodelujem pri projektu, sem rad(a) pobudnik/pobudnica za začetek le-tega.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	3	0,73	3	0,73
Močno se ne strinjam (1)	9	2,18	12	2,91
Ne strinjam se (2)	71	17,19	83	20,10
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	113	27,36	196	47,46
Strinjam se (4)	166	40,19	362	87,65
Močno se strinjam (5)	51	12,35	413	100,00

Tabela 34: Prikaz odgovorov na trditev »Po navadi sem jaz »gonilna sila« med prijatelji.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Močno se ne strinjam (1)	4	0,97	6	1,45
Ne strinjam se (2)	60	14,53	66	15,98
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	147	35,59	213	51,57
Strinjam se (4)	174	42,13	387	93,70
Močno se strinjam (5)	26	6,30	413	100,00

Tabela 35: Prikaz odgovorov na trditev »Pri projektih imam rad(a) postransko vlogo.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	1	0,24	1	0,24
Močno se ne strinjam (1)	50	12,11	51	12,35
Ne strinjam se (2)	163	39,47	214	51,82
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	121	29,30	335	81,11
Strinjam se (4)	73	17,68	408	98,79
Močno se strinjam (5)	5	1,21	413	100,00

### Lokus nadzora

Tabela 36: Prikaz odgovorov na trditev »Ko dobim tisto, kar sem si želel(a), je to po navadi zato, ker sem trdo delal(a) za to.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Močno se ne strinjam (1)	1	0,24	1	0,24
Ne strinjam se (2)	10	2,42	11	2,66
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	59	14,29	70	16,95
Strinjam se (4)	260	62,95	330	79,90
Močno se strinjam (5)	83	20,10	413	100,00

Tabela 37: Prikaz odgovorov na trditev »Navadno je na meni, da zaščitim svoj osebni interes.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Močno se ne strinjam (1)	1	0,24	1	0,24
Ne strinjam se (2)	9	2,18	10	2,42
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	85	20,58	95	23,00
Strinjam se (4)	245	59,32	340	82,32
Močno se strinjam (5)	73	17,68	413	100,00

Tabela 38: Prikaz odgovorov na trditev »Ko delam načrte sem skoraj prepričan(a), da jih bom tudi dosegel(a)«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Močno se ne strinjam (1)	1	0,24	3	0,73
Ne strinjam se (2)	11	2,66	14	3,39
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	93	22,52	107	25,91
Strinjam se (4)	232	56,17	339	82,08
Močno se strinjam (5)	74	17,92	413	100,00

Tabela 39: Prikaz odgovorov na trditev »Koliko prijateljev imam, je predvsem posledica sreče.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Močno se ne strinjam (1)	120	29,06	120	29,06
Ne strinjam se (2)	187	45,28	307	74,33
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	77	18,64	384	92,98
Strinjam se (4)	24	5,81	408	98,79
Močno se strinjam (5)	5	1,21	413	100,00

### Nagnjenost k tveganju

Tabela 40: Prikaz odgovorov na trditev »Varnost je na prvem mestu.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	1	0,24	1	0,24
Močno se ne strinjam (1)	4	0,97	5	1,21
Ne strinjam se (2)	54	13,08	59	14,29
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	129	31,23	188	45,52
Strinjam se (4)	175	42,37	363	87,89
Močno se strinjam (5)	50	12,11	413	100,00

Tabela 41: Prikaz odgovorov na trditev »Ne igram se s svojim zdravjem.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Močno se ne strinjam (1)	6	1,45	6	1,45
Ne strinjam se (2)	44	10,65	50	12,11
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	83	20,10	133	32,20
Strinjam se (4)	188	45,52	321	77,72
Močno se strinjam (5)	92	22,28	413	100,00

Tabela 42: Prikaz odgovorov na trditev »Tveganjem se raje izognem.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Močno se ne strinjam (1)	7	1,69	9	2,18
Ne strinjam se (2)	101	24,46	110	26,63
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	150	36,32	260	62,95
Strinjam se (4)	125	30,27	385	93,22
Močno se strinjam (5)	28	6,78	413	100,00

Tabela 43: Prikaz odgovorov na trditev »Redno tvegam.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	3	0,73	3	0,73
Močno se ne strinjam (1)	31	7,51	34	8,23
Ne strinjam se (2)	160	38,74	194	46,97
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	155	37,53	349	84,50
Strinjam se (4)	57	13,80	406	98,31
Močno se strinjam (5)	7	1,69	413	100,00

Tabela 44: Prikaz odgovorov na trditev »Ne maram, ko ne vem, kaj se bo zgodilo.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	5	1,21	5	1,21
Močno se ne strinjam (1)	12	2,91	17	4,12
Ne strinjam se (2)	55	13,32	72	17,43
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	119	28,81	191	46,25
Strinjam se (4)	171	41,40	362	87,65
Močno se strinjam (5)	51	12,35	413	100,00

Tabela 45: Prikaz odgovorov na trditev »Po navadi na tveganje gledam kot na izziv.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Močno se ne strinjam (1)	9	2,18	9	2,18
Ne strinjam se (2)	54	13,08	63	15,25
Niti se strinjam niti se ne strinjam (3)	132	31,96	195	47,22
Strinjam se (4)	164	39,71	359	86,92
Močno se strinjam (5)	54	13,08	413	100,00

### Samo-učinkovitost

Tabela 46: Prikaz odgovorov na trditev »Vedno uspem rešiti težave, če se le dovolj potrudim.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Popolnoma neresnično (1)	1	0,24	1	0,24
Komaj resnično (2)	6	1,45	7	1,69
Delno resnično (3)	211	51,09	218	52,78
Popolnoma resnično (4)	195	47,22	413	100,00



Tabela 47: Prikaz odgovorov na trditev »Tudi kadar mi kdo nasprotuje, najdem načine in poti, da dosežem to, kar želim«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	5	1,21	5	1,21
Popolnoma neresnično (1)	3	0,73	8	1,94
Komaj resnično (2)	37	8,96	45	10,90
Delno resnično (3)	251	60,77	296	71,67
Popolnoma resnično (4)	117	28,33	413	100,00

Tabela 48: Prikaz odgovorov na trditev »Z lahkoto ostajam pri svojih namerah in dosegam svoje cilje.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	1	0,24	1	0,24
Popolnoma neresnično (1)	1	0,24	2	0,48
Komaj resnično (2)	49	11,86	51	12,35
Delno resnično (3)	274	66,34	325	78,69
Popolnoma resnično (4)	88	21,31	413	100,00

Tabela 49: Prikaz odgovorov na trditev »Prepričan(a) sem, da se znam učinkovito spoprijeti z nepričakovanimi dogodki.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	1	0,24	1	0,24
Popolnoma neresnično (1)	7	1,69	8	1,94
Komaj resnično (2)	59	14,29	67	16,22
Delno resnično (3)	238	57,63	305	73,85
Popolnoma resnično (4)	108	26,15	413	100,00

Tabela 50: Prikaz odgovorov na trditev »Zaradi svoje iznajdljivosti se znam spoprijeti z nepredvidljivimi situacijami.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Popolnoma neresnično (1)	7	1,69	7	1,69
Komaj resnično (2)	69	16,71	76	18,40
Delno resnično (3)	216	52,30	292	70,70
Popolnoma resnično (4)	121	29,30	413	100,00

Tabela 51: Prikaz odgovorov na trditev »Lahko razrešim večino problemov, če si za to dovolj prizadevam.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Popolnoma neresnično (1)	1	0,24	3	0,73
Komaj resnično (2)	16	3,87	19	4,60
Delno resnično (3)	175	42,37	194	46,97
Popolnoma resnično (4)	219	53,03	413	100,00

Tabela 52: Prikaz odgovorov na trditev »Ko se soočam s težavami, lahko ostanem miren(a) zato, ker se znam obvladati.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Popolnoma neresnično (1)	15	3,63	17	4,12
Komaj resnično (2)	84	20,34	101	24,46
Delno resnično (3)	220	53,27	321	77,72
Popolnoma resnično (4)	92	22,28	413	100,00

Tabela 53: Prikaz odgovorov na trditev »Kadar imam problem, lahko običajno poiščem več rešitev.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	1	0,24	1	0,24
Popolnoma neresnično (1)	5	1,21	6	1,45
Komaj resnično (2)	81	19,61	87	21,07
Delno resnično (3)	219	53,03	306	74,09
Popolnoma resnično (4)	107	25,91	413	100,00

Tabela 54: Prikaz odgovorov na trditev »Če sem v težavah, se zmeraj lahko spomnim kakšne rešitve.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Popolnoma neresnično (1)	4	0,97	4	0,97
Komaj resnično (2)	58	14,04	62	15,01
Delno resnično (3)	229	55,45	291	70,46
Popolnoma resnično (4)	122	29,54	413	100,00

Tabela 55: Prikaz odgovorov na trditev »Karkoli mi pride na proti, obvladam brez večjih naporov.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	1	0,24	1	0,24
Popolnoma neresnično (1)	11	2,66	12	2,91
Komaj resnično (2)	110	26,63	122	29,54
Delno resnično (3)	255	61,74	377	91,28
Popolnoma resnično (4)	36	8,72	413	100,00

## Priloga 5: Rezultati dela vprašalnika o mreženju

Tabela 56: Prikaz odgovorov na trditev »Razvijam neformalne vezi s kolegi na fakulteti z namenom odkrivanja podjetniške priložnosti.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Nikoli (1)	78	18,89	80	19,37
Redko (2)	159	38,50	239	57,87
Občasno (3)	121	29,30	360	87,17
Pogosto (4)	44	10,65	404	97,82
Zelo pogosto (5)	9	2,18	413	100,00

Tabela 57: Prikaz odgovorov na trditev »Nove stike za odkrivanje podjetniške priložnosti navezujem tudi s kolegi z drugih fakultet.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	1	0,24	1	0,24
Nikoli (1)	125	30,27	126	30,51
Redko (2)	145	35,11	271	65,62
Občasno (3)	79	19,13	350	84,75
Pogosto (4)	57	13,80	407	98,55
Zelo pogosto (5)	6	1,45	413	100,00

Tabela 58: Prikaz odgovorov na trditev »S posamezniki, ki mi lahko pomagajo pri realizacije podjetniške priložnosti, se redno družim.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	3	0,73	3	0,73
Nikoli (1)	81	19,61	84	20,34
Redko (2)	129	31,23	213	51,57
Občasno (3)	124	30,02	337	81,60
Pogosto (4)	63	15,25	400	96,85
Zelo pogosto (5)	13	3,15	413	100,00

Tabela 59: Prikaz odgovorov na trditev »Kontaktiram tudi profesorje, ki mi lahko nudijo nasvete pri realizaciji podjetniške priložnosti.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	2	0,48	2	0,48
Nikoli (1)	210	50,85	212	51,33
Redko (2)	132	31,96	344	83,29
Občasno (3)	52	12,59	396	95,88
Pogosto (4)	14	3,39	410	99,27
Zelo pogosto (5)	3	0,73	413	100,00

Tabela 60: Prikaz odgovorov na trditev »Dobro sem seznanjen(a), kdo od mojih kolegov je že podjetniško aktiven (ima podjetje, je v procesu ustavljanja).«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	1	0,24	1	0,24
Nikoli (1)	64	15,50	65	15,74
Redko (2)	105	25,42	170	41,16
Občasno (3)	124	30,02	294	71,19
Pogosto (4)	91	22,03	385	93,22
Zelo pogosto (5)	28	6,78	413	100,00

Tabela 61: Prikaz odgovorov na trditev »Posebej negujem stike s kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	5	1,21	5	1,21
Nikoli (1)	133	32,20	138	33,41
Redko (2)	124	30,02	262	63,44
Občasno (3)	102	24,70	364	88,14
Pogosto (4)	33	7,99	397	96,13
Zelo pogosto (5)	16	3,87	413	100,00

Tabela 62: Prikaz odgovorov na trditev »S kolegi na fakulteti, ki so podjetniško aktivni, izmenjujem poslovne izkušnje.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	5	1,21	5	1,21
Nikoli (1)	156	37,77	161	38,98
Redko (2)	130	31,48	291	70,46
Občasno (3)	74	17,92	365	88,38
Pogosto (4)	41	9,93	406	98,31
Zelo pogosto (5)	7	1,69	413	100,00

Tabela 63: Prikaz odgovorov na trditev »Zame so pomembni tudi stiki s poslovneži izven fakultete, s katerimi imam redne stike.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	1	0,24	1	0,24
Nikoli (1)	123	29,78	124	30,02
Redko (2)	125	30,27	249	60,29
Občasno (3)	81	19,61	330	79,90
Pogosto (4)	63	15,25	393	95,16
Zelo pogosto (5)	20	4,84	413	100,00

Tabela 64: Prikaz odgovorov na trditev »K realizaciji moje podjetniške ideje so bistveno prispevali stiki s fakultete.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	10	2,42	10	2,42
Nikoli (1)	188	45,52	198	47,94
Redko (2)	121	29,30	319	77,24
Občasno (3)	63	15,25	382	92,49
Pogosto (4)	24	5,81	406	98,31
Zelo pogosto (5)	7	1,69	413	100,00

Tabela 65: Prikaz odgovorov na trditev »Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s kolegi.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	14	3,39	14	3,39
Nikoli (1)	132	31,96	146	35,35
Redko (2)	82	19,85	228	55,21
Občasno (3)	82	19,85	310	75,06
Pogosto (4)	83	20,10	393	95,16
Zelo pogosto (5)	20	4,84	413	100,00

Tabela 66: Prikaz odgovorov na trditev »Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem s profesorji.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	15	3,63	15	3,63
Nikoli (1)	214	51,82	229	55,45
Redko (2)	103	24,94	332	80,39
Občasno (3)	54	13,08	386	93,46
Pogosto (4)	21	5,08	407	98,55
Zelo pogosto (5)	6	1,45	413	100,00

Tabela 67: Prikaz odgovorov na trditev »Ko imam težave pri uresničevanju ali pri delovanju podjetja, se posvetujem z drugimi poslovneži.«

	Število anketirancev	%	Kumulativa števila anketirancev	Kumulativa %
Brez odgovora	16	3,87	16	3,87
Nikoli (1)	172	41,65	188	45,52
Redko (2)	102	24,70	290	70,22
Občasno (3)	70	16,95	360	87,17
Pogosto (4)	38	9,20	398	96,37
Zelo pogosto (5)	15	3,63	413	100,00

*Tabela 68: Prikaz odgovorov na trditev: »Aktivno sodelujem v večini socialnih omrežij (Facebook, Twitter, LinkedIn itd.).«*

	<b>Število anketirancev</b>	<b>%</b>	<b>Kumulativa števila anketirancev</b>	<b>Kumulativa %</b>
<b>Brez odgovora</b>	5	1,21	5	1,21
<b>Nikoli (1)</b>	41	9,93	46	11,14
<b>Redko (2)</b>	49	11,86	95	23,00
<b>Občasno (3)</b>	116	28,09	211	51,09
<b>Pogosto (4)</b>	103	24,94	314	76,03
<b>Zelo pogosto (5)</b>	99	23,97	413	100,00