

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

PRIMOŽ GORŠE

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO
**EVALVACIJA UČINKOV IZVEDBE PROGRAMA PODJETNIŠTVA
ZA BREZPOSELNE: PROGRAM YES START**

Ljubljana, december 2014

PRIMOŽ GORŠE

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani PRIMOŽ GORŠE, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor magistrskega dela z naslovom EVALVACIJA UČINKOV IZVEDBE PROGRAMA PODJETNIŠTVA ZA BREZPOSELNE: PROGRAM YES START, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko doc. dr. ANJO SVETINA NABERGOJ.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski 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
 - poskrbel(-a), da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v zaključni strokovni nalogi/diplomskem delu/specialističnem delu/magistrskem delu/doktorski disertaciji, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobil(-a) 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 zapisal(-a);
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predložene zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne _____

Podpis avtorja(-ice): _____

KAZALO

UVOD	1
1 BREZPOSELNOST IN PODJETNIŠTVO.....	4
1.1 Stanje na trgu dela v Sloveniji.....	5
1.1.1 Struktura zaposlenosti in brezposelnosti	5
1.1.2 Primerjava z registrskimi podatki.....	6
1.1.3 Politika zaposlovanja v Sloveniji	8
1.2 Podjetništvo kot rešitev za zmanjšanje brezposelnosti.....	9
1.2.1 Podjetništvo in brezposelnost	11
1.2.2 Spodbujanje podjetništva.....	12
2 PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE	13
2.1 Definicija podjetniškega izobraževanja.....	14
2.2 Podjetniško izobraževanje in podjetniške kompetence	18
2.3 Cilji in vsebina podjetniškega izobraževanja	25
2.3.1 Cilji podjetniškega izobraževanja.....	25
2.3.2 Vsebina podjetniškega izobraževanja.....	29
3 PROGRAM YES START	31
3.1 Umestitev programa YES Start	31
3.2 Dosedanje izvajanje programa.....	32
3.3 Cilji programa in ciljna skupina	32
3.4 Pogoji za vključitev in način vključevanja	33
3.5 Izvajalci in izvajanje programa.....	33
4 METODOLOGIJA IN RAZISKOVALNA VPRAŠANJA	33
4.1 Metodologija.....	33
4.2 Raziskovalna vprašanja	35

5 REZULTATI EMPIRIČNE RAZISKAVE	37
5.1 Demografske značilnosti udeležencev	38
5.2 Analiza učinkov programa podjetništva YES Start.....	40
5.2.1 Podjetniški nameni	40
5.2.1.1 Podjetniška miselnost	41
5.2.1.2 Podjetniška samozavest.....	41
5.2.1.3 Pripravljenost za nadaljevanje podjetniške poti	42
5.2.1.4 Pozitiven vpliv programa na udeležence.....	43
5.2.2 Motivacija.....	43
5.2.3 Znanje in veščine.....	44
5.2.4 Podjetniške mreže udeležencev	49
5.2.5 Dodatni zanimivi komentarji udeležencev	51
5.2.6 Nekateri negativni komentarji	54
6 DISKUSIJA IN PRIPOROČILA.....	55
6.1 Interpretacija rezultatov raziskave	55
6.2 Vrednotenje dela in prispevki	57
6.2.1 Evalvacijski prispevek.....	57
6.2.2 Prispevki za podjetništvo	57
6.2.3 Omejitve dela	57
6.2.4 Priporočila za nadaljnje izvajanje programa YES Start	58
SKLEP.....	58
LITERATURA IN VIRI.....	60
PRILOGE	

KAZALO SLIK

Slika 1: Indeksirane stopnje brezposelnosti maja 2014 v Sloveniji, EA18 in EU28 (v %)...	6
Slika 2: Gibanje števila brezposelnih (v 1000) v EU28 in EA18, julij 2012–maj 2014	7
Slika 3: Elementi podjetniškega izobraževanja	21
Slika 4: Sistem pridobivanja podjetniških znanj in lastnosti	24
Slika 5: Glavni cilji programov podjetniškega izobraževanja in njihova medsebojna povezanost	26
Slika 6: Struktura udeležencev programa YES Start po spolu (v %)	38
Slika 7: Struktura anketiranih udeležencev YES po starostnih skupinah (v %)... ..	39
Slika 8: Dokončana stopnja izobrazbe anketiranih udeležencev po vključitvi v program YES Start (v %)	39
Slika 9: 18. vprašanje: V kolikšni meri je program YES Start po vašem mnenju vplival na vaše znanja in veščine iz spodnje tabele?	45

KAZALO TABEL

Tabela 1: Aktivno prebivalstvo po Anketi o delovni sili, 2011–2014 (1. kvartal), (v 1000).5	
Tabela 2: Pregled nekaterih definicij podjetniškega izobraževanja	15
Tabela 3: 5 razvojnih stopenj podjetniškega izobraževanja kot procesa vseživljenjskega učenja podjetništva	16
Tabela 4: Najpogostejše lastnosti, miselnosti, veščine in znanja podjetnikov	19
Tabela 5: Zaželeni in dosegljivi področja značilnosti in obnašanja podjetnikov.....	22
Tabela 6: Izvedba anketiranja udeležencev programa YES Start.....	34
Tabela 7: Nekateri zanimivi komentarji anketiranih udeležencev po končanem programu YES Start	51
Tabela 8: Postavljene teze magistrske naloge in njihov status	56

UVOD

Globalno gospodarstvo se postopoma izvija iz najhujše finančne in gospodarske krize po t. i. veliki depresiji v 30. letih prejšnjega stoletja. Kljub krepitvi gospodarstva pa je pravi izziv okrevanja sočasno zagotoviti tudi rast zaposlenosti prebivalstva (Millàn, Congregado, & Romàn, 2011, str. 2). Ena najhujših posledic trajajoče krize je namreč trajno povečanje visoke stopnje brezposelnosti prebivalstva.

Brezposelnost sicer že tako ali tako predstavlja enega največjih in neizogibnih izzivov za gospodarstva držav, saj gre za eno izmed tistih problematik, ki je vedno prisotna (t. i. naravna brezposelnost) (Marinko, 2010, str. 1). Majhenc pravi, da se proti brezposelnosti: »(...) države nenehno borijo z različnimi ukrepi politike zaposlovanja in politikami v podporo zaposlovanju, kot so na primer davčna politika, gospodarska politika in socialna politika, s katerimi skušajo povečati rast zaposlenosti prebivalstva«.

Med akademiki, strokovnjaki in oblikovalci politike vlada soglasje, da je eden tistih ključnih faktorjev, ki omogoča rast zaposlenosti prebivalstva, podjetniška inovativnost oziroma podjetništvo (Millàn et al., 2011, str. 2). Le-to je namreč močna gonilna sila gospodarske rasti, saj ustvarja nova podjetja, nova delovna mesta, odpira nove trge in neguje novo pridobljene podjetniške spretnosti in sposobnosti (Evropska komisija, 2013, str. 3). Malo je takih dejavnikov, ki bi imeli tako močan vpliv na porast inovativnosti, in ki bi hkrati na splošno tako bistveno prispevali k dinamičnosti in konkurenčnosti nekega gospodarstva, kot lahko rečemo za podjetništvo (Arboleda, Dassel, & Grogan, 2009, str. 9).

Še več, dinamično gospodarstvo, ki je inovativno in zmožno ustvariti nova delovna mesta, potrebuje tudi večje število tistih posameznikov, ki so pripravljeni in zmožni postati podjetniki. Torej posameznike, ki bodo ustvarili in uspešno razvili podjetja tako na področju klasičnega podjetništva kot na področju socialnega podjetništva oziroma takih, ki bodo postali inovatorji v svoji širši organizaciji (EACEA, 2012, str. 5).

Veliko vlogo pri realizaciji teh podjetniških namenov ima sektor malih in srednjih podjetij (v nadaljevanju MSP). V zadnjem času je postal za gospodarstvo precej bolj pomemben in to predvsem zaradi strukturnih sprememb v svetovnem gospodarstvu, kot sta na primer zmanjšanje pomembnosti tradicionalnih panog in zaostrovanje konkurence na globalnem trgu. Poudarek pomembnosti sektorja MSP se najbolj kaže v smislu njegovih možnosti za ustvarjanje novih delovnih mest in inovacij ter kot cilj premišljenih ukrepov ekonomske politike na globalnem, nacionalnem in tudi lokalnem nivoju (OECD, 2009, str. 14–15). In ne samo, da je sektor MSP tisti, ki je sposoben ustvarjati nova delovna mesta, zmožen je tudi absorbirati posameznike, ki so izgubili zaposlitev v zasebnem ali javnem sektorju (Watson, 2004, str. 18).

Da bi bilo podjetništvo uspešno, je treba imeti ustrezne sposobnosti in vire, ki pa niso vedno dostopni vsem, še posebej ne brezposelnim. V skladu s tem spoznanjem so številne države vzpostavile ali še dodatno razširile različne programe za podporo in izobraževanje o podjetništvu (Millàn et al., 2011, str. 2).

Podjetniško izobraževanje namreč postaja vedno bolj pomembno za vzpostavitev podjetniško naravnane gospodarstva, saj lahko posamezniki z različnimi oblikami podjetniškega izobraževanja pridobijo razne podjetniške spretnosti, znanja in razmišljanja (Bige & Nihan, 2011, str. 1). Tovrstno spodbujanje podjetništva je pomembno v različnih starostnih kategorijah, nivojih izobraževanja ter oblikah podjetniškega izobraževanja (npr. tečaji podjetništva), saj bi to lahko v končni fazi pomenilo večje število podjetnikov in bolj podjetniških gospodarstev (Education & Training for Entrepreneurship, 2013).

Zato ima izobraževanje za podjetništvo visoko prioriteto med prednostnimi nalogami držav članic Evropske unije (v nadaljevanju EU), kar dokazuje širok izbor programov in dejavnosti na njenem območju, v okviru katerih namenjajo veliko pozornosti in sredstev sektorju MSP, podpornim programom podjetništva in programom podjetniškega izobraževanja.

V zadnjih letih se je tako pojavilo veliko število različnih programov podjetništva, ki ambicioznim posameznikom nudijo podporo pri njihovem podjetniškem udejstvovanju. Ob pojavu tovrstnih programov pa se seveda pojavlja vprašanje o njihovi učinkovitosti in koristnosti. Tako se v državah širi in razvija podjetniška zavest in miselnost, podjetniško okolje ter sama podjetniška kultura, s čimer se omogočajo zdravi temelji za razvoj prihodnjih uspešnih podjetnikov.

V magistrski nalogi bom predstavil enega od tovrstnih programov, in sicer program YES Start. To je projekt Združenja YES, ki v sodelovanju z Ekonomsko fakulteto, Tehnološkim parkom Ljubljana ter Zavodom RS za zaposlovanje udeležencem svojega projekta s številnimi delavnicami nudi izobraževanje za podjetništvo, podporo pri podjetniškem udejstvovanju in podjetniškem razvoju ter uresničevanju podjetniške priložnosti udeleženih brezposelnih posameznikov. Cilj projekta je motivacija kandidatov k prepoznavanju lastnih sposobnosti in motivacija k uresnitvi njihove podjetniške ideje, obenem pa posredovanje ustreznih orodij za njeno uspešno implementacijo (Poslanstvo, 2013). Končni cilj je ustanovitev dolgoročno uspešnih podjetij, ki se bodo znala samostojno pozicionirati na trgu in zaposlovati nove ljudi, ustvarjati dodano vrednost in s tem zmanjševati stopnjo brezposelnosti v državi.

Namen magistrske naloge je torej s pomočjo zgoraj omenjenega primera programa podjetniškega izobraževanja za brezposelne v praksi pridobiti pomembne informacije o učinkih programa na udeležence programa. Na podlagi tega skušam ugotoviti, ali obstaja

povezanost med udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja in pridobitvijo podjetniških znanj in veščin, motivacije za podjetništvo ter razvoja bolj podjetniškega odnosa in miselnosti udeležencev.

Cilj magistrske naloge je pripraviti jasno in uporabno analizo rezultatov evalvacije. Z njo bom dobil informacije o povezanosti med udeležbo posameznikov v tovrstnih programih podjetniškega izobraževanja in pridobivanjem podjetniških znanj in veščin za uspešno nadaljevanje podjetniške poti udeležencev. Evalvacijo pa pripravljam tudi zato, da bi lahko na osnovi svojih empirično ugotovljenih rezultatov izvajalci programa prejeli preverjene informacije o lastnem projektu in o kakovosti strokovnih sodelavcev projekta, s čimer bodo lahko ustrezno prilagodili nadaljnji razvoj programa.

Osnovni cilj je oceniti učinke podpornih programov za brezposelne, predvsem pa oceniti učinek in koristnost dotičnega podpornega programa, katerega osrednji namen je, da brezposelnim s podjetniško idejo omogoči pogoje, v katerih bodo lahko svojo poslovno idejo uresničili in tako aktivno pripomogli k zmanjševanju brezposelnosti v državi.

Glavno raziskovalno vprašanje magistrskega dela je: Ali obstaja povezanost med udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja in pridobivanjem podjetniških namenov, motivacije, specifičnih potrebnih in/ali manjkajočih podjetniških znanj in veščin ter podjetniških mrež pri udeležencih teh programov?

Magistrska naloga temelji na raziskovanju povezanosti podjetniškega izobraževanja, ki so ga udeleženci programa izkusili v času obiskovanja programa Start, s pridobivanjem zgoraj omenjenih spremenljivk. S pomočjo tujih virov in literature bom skušal opredeliti pojem podjetniškega izobraževanja in njegov vpliv na posameznike, ki se udeležujejo tovrstnega izobraževanja, in njegov pomen za gospodarstvo.

Empirični del bo temeljil na kvalitativni raziskavi, in sicer bom izvedel analizo kurikulumov programa, analizo poglobljenega intervjuja z izvajalcem programa in analizo vsebine vprašalnikov med udeleženci programa ter na ta način ocenil in analiziral učinke programa YES Start. Na podlagi tega bom skušal ugotoviti ali obstaja povezanost med udeležbo v tovrstnem programu podjetniškega izobraževanja in pridobitvijo podjetniške miselnosti ter motivacije udeležencev programa.

Vsebina magistrske naloge je tako razdeljena na teoretični in empirični del. Uvodno poglavje naloge je namenjeno prikazu medsebojnega odnosa brezposelnosti in podjetništva. Najprej predstavim stanje na trgu dela v Sloveniji, ki zajema prikaz stanja zaposlenosti in brezposelnosti ter predstavitev politike zaposlovanja v Sloveniji. Nato pa se osredotočam na podjetništvo in pomembnosti spodbujanja podjetništva z vidika reševanja brezposelnosti. Drugo poglavje je namenjeno podjetniškemu izobraževanju. V tem

poglavju najprej predstavim problematiko definicije področja podjetniškega izobraževanja, sledi pa predstavitev tematike podjetniških kompetenc in vpliva podjetniškega izobraževanja na oblikovanje le-teh. Poglavje zaključujem s področjem oblikovanja ciljev in vsebine programov podjetniškega izobraževanja. Tretje poglavje je namenjeno predstavitvi obravnavanega programa podjetniškega izobraževanja YES Start, ki obenem predstavlja tudi zaključek teoretičnega dela naloge. Četrto poglavje se nanaša na opis metodologije, uporabljene za preverjanje postavljenih raziskovalnih vprašanj empiričnega dela, ki jih preverjam s kvantitativno in kvalitativno analizo vsebine pridobljenih primarnih podatkov. Rezultate raziskovalnega dela predstavim v petem poglavju. V zadnjem poglavju razpravljam o pomenu dobljenih rezultatov analize, vrednosti in o prispevku magistrske naloge, na koncu pa podam priporočila za nadaljnje izvajanje programa YES Start.

1 BREZPOSELNOST IN PODJETNIŠTVO

Brezposelnost je eden najbolj perečih problemov današnjih gospodarstev, saj je vzrok ekonomskih in političnih problemov. Poleg tega povzroča tudi psihološke probleme, kot so stresno počutje, depresivnost, občutek odvečnosti in agresivnost, ki lahko vodijo tudi do socialnih problemov (npr. alkoholizem in kriminal). Z ekonomskega vidika je brezposelnost nezaželena, ker je dejanski bruto domači proizvod manjši od potencialnega, ki bi ga država lahko ustvarila, če bi zaposlila vse za delo sposobne ljudi (Hrovatin, 2004, str. 200).

V Sloveniji gibanje brezposelnosti spremljamo v okviru dveh različnih virov podatkov, in sicer registrske brezposelnosti in ankete o delovni sili (v nadaljevanju ADS). Prvi vir podatkov je število registriranih brezposelnih, ki ga posreduje Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje (v nadaljevanju ZRSZ). Drug vir podatkov pa je ADS, ki jo izvaja Statistični urad Republike Slovenije in daje mednarodno primerljive podatke o brezposelnosti po kriterijih organizacije ILO (Lušina & Brezigar Masten, 2011, str. 9).

V ekonomski teoriji poznamo več vrst brezposelnosti, ki jih Svetlik (1985) razvršča na prostovoljno, tehnološko, odkrito, slednja pa se deli še na frikcijsko, strukturno in brezposelnost zaradi premajhnega povpraševanja, prikrito, ki zajema podzaposlenost ali delno zaposlenost posameznikov in latentno brezposelnost. Kroflič (2012, str. 12) navaja tudi množično brezposelnost, ki je v zadnjih letih močno prisotna kot posledica trajajoče gospodarske krize, saj je brez dela ostalo veliko število delavcev, ki se zaradi pomanjkanja delovnih mest ne morejo na novo zaposliti. Gre torej za eno izmed hujših oblik brezposelnosti, saj je dolgotrajna in zelo negativno vpliva na vsesplošno stanje v državi, odpravi pa se lahko predvsem z ekonomskimi in političnimi spremembami; v preteklosti pa je bila večinoma vzrok za socialne nemire (Kroflič, 2012, str. 12).

1.1 Stanje na trgu dela v Sloveniji

Za prikaz stanja na trgu dela v Sloveniji sem uporabil tako podatke ADS, ki so primerljivi s podatki o brezposelnosti v drugih državah, kjer izvajajo isto anketo o brezposelnosti, v določeni meri pa tudi s podatki o registrski brezposelnosti.

1.1.1 Struktura zaposlenosti in brezposelnosti

Tabela 1 razkriva rezultate ADS, iz katerih je razvidno, da je bilo v 1. četrtnetu 2014 med vsemi prebivalci Slovenije 897.000 delovno aktivnih oseb, kar je 13.000 manj kot v zadnjem četrtnetu 2013. Pri tem je bilo vseh zaposlenih med delovno aktivnimi osebami najmanj v zadnjih 3 letih (737.000), število samozaposlenih pa je bilo največje po letu 2011. Število brezposelnih se je v primerjavi s 4. četrtnetjem 2013 povečalo za 12.000. Brnot (2014) navaja, da se je stopnja brezposelnosti najbolj povečala med mladimi, in sicer med osebami v starostni skupini 15–24 let za 3,7 odstotne točke.

Tabela 1: Aktivno prebivalstvo po Anketi o delovni sili, 2011–2014 (1. kvartal), (v 1000).

		SKUPAJ	DELOVNO AKTIVNI			BREZPOSELNI
			Skupaj	Zaposleni	Samozaposleni	
Leto	Kvartal					
2011		1.020	936	779	118	84
2012	1	1.014	924	774	113	90
	2	1.003	920	772	112	82
	3	1.019	925	780	102	94
	4	1.020	922	771	114	97
2013	1	999	888	747	99	111
	2	1.008	904	748	116	104
	3	1.019	922	762	113	96
	4	1.007	910	755	110	97
2014	1	1.005	897	737	116	109

Vir: R. Rejec, Pomembnejši statistični podatki o Sloveniji, 2014, str. 18.

Zgornja Tabela 1 še razkriva, da je bilo po ADS število delovno aktivnih v prvem četrtnetu 2014 (897.000) najnižje po istem obdobju v 2013, ko je bilo delovno aktivnih le 888.000 prebivalcev. ZRSZ (2014) po podatkih za mesec junij navaja, da se je že peti mesec zapored zmanjšalo število registriranih brezposelnih oseb (117.352), kar je 2.318 oseb oziroma 1,9 % manj kot maja 2014, v primerjavi z junijem 2013 pa je bila ta brezposelnost večja za 0,6 %. Zmanjšanje bi lahko pripisali sezonskim dejavnikom, saj je za ta čas značilen upad stopnje brezposelnosti kot posledica zaposlovanja sezonskih delavcev.

1.1.2 Primerjava z registrskimi podatki

Zgornja Tabela 1 še prikazuje, da je po podatkih ADS, število brezposelnih iz prvega četrtnega leta 2014 (109.000). Glede na spodnjo Tabelo 2 je to predstavljalo 10,8 % stopnjo brezposelnosti aktivnega prebivalstva v prvem četrtnem letu 2014. Iz iste Tabele 2 pa je razvidno, da smo v Sloveniji v istem obdobju zabeležili 14,1 % stopnjo registrske brezposelnosti, kar je občutno povečanje glede na isto obdobje v letu 2012 (12,3 %) in malo manjše glede na prvo četrtno leto 2013 (13,5 %).

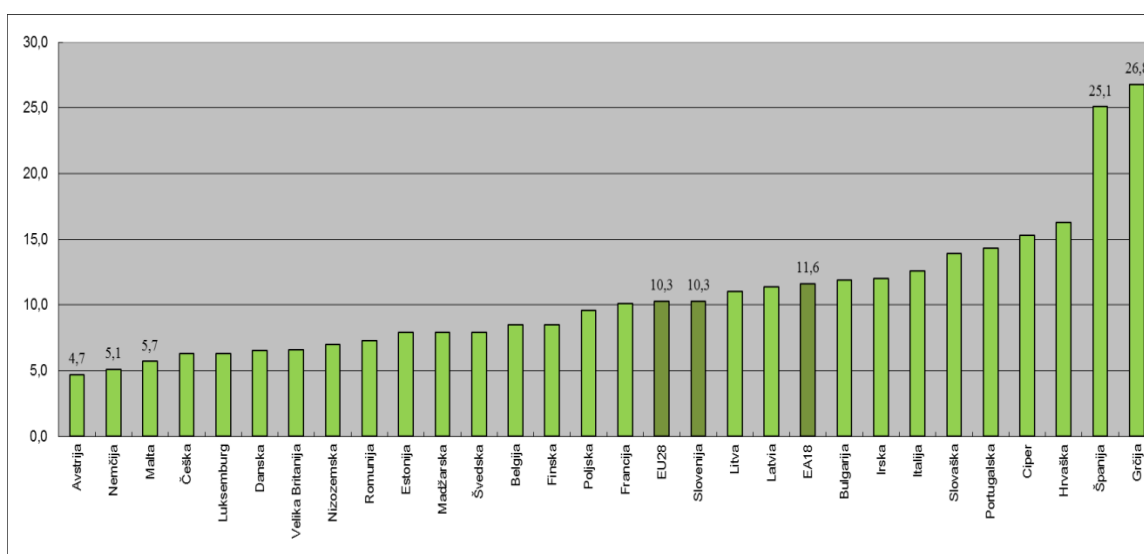
Tabela 2: Primerjava stopenj registrirane brezposelnosti in anketne brezposelnosti, Slovenija, 2012–2014, (v %).

	2012				2013				2014	
	I–III	IV–VI	VII–IX	X–XII	I–III	IV–VI	VII–IX	X–XII	I–III	IV–VI
Registrski podatki										
Skupaj	12,3	11,6	11,6	12,4	13,5	13,0	12,8	13,1	14,1	13,1
Anketni podatki										
Skupaj	8,6	8,2	9,2	9,6	11,1	10,3	9,4	9,6	10,8	9,3

Vir: L. Lah, *Aktivno prebivalstvo, Slovenija, april 2013 – končni podatki, 2013*; N. Brnot, *Aktivno prebivalstvo (po Anketi o delovni sili), Slovenija, 1. četrtno leto 2014 – končni podatki, 2014*; Finance, *Anketna brezposelnost v drugem četrtnem letu 9,3-odstotna, 2014*.

Spodnja Slika 1 prikazuje, da se Slovenija z 10,3-odstotno stopnjo brezposelnosti v maju letos uvršča na 17. mesto med vsemi državami članicami Evropske unije.

Slika 1: Indeksirane stopnje brezposelnosti maja 2014 v Sloveniji, EA18 in EU28 (v %).

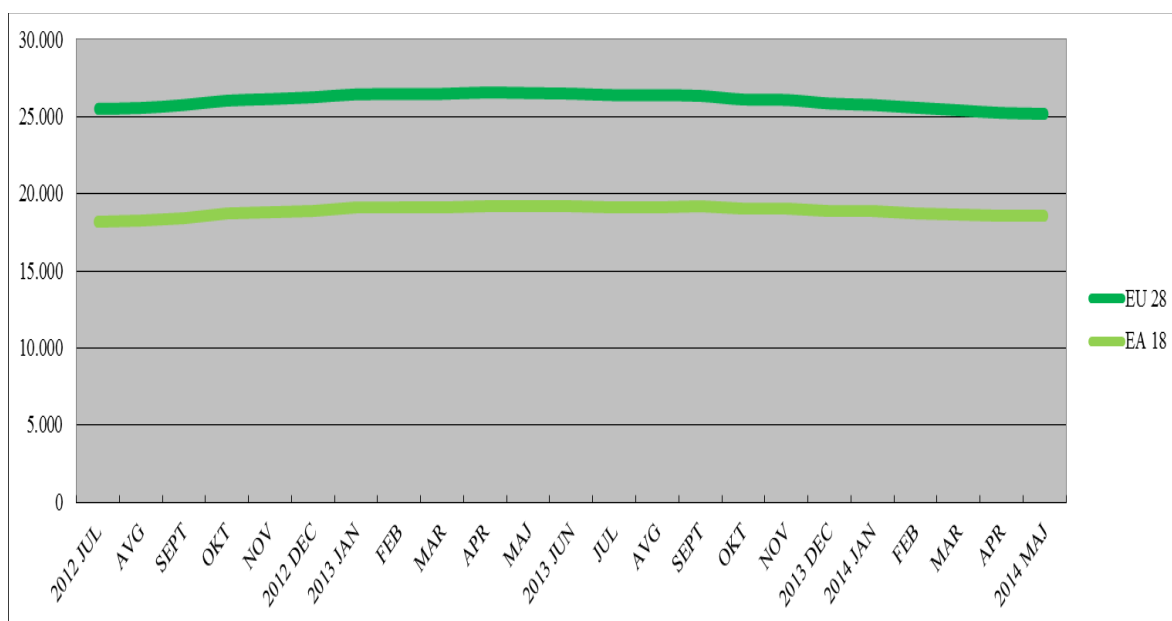


Vir: Eurostat, *Euro Area Unemployment Rate at 11.6 %, 2014a, str. 1.*

Iz iste Slike 1 je še razvidno, da je bila maja 2014 v evroobmočju (v nadaljevanju EA18) zabeležena 11,6-odstotna stopnja brezposelnosti. Na območju držav Evropske unije (v nadaljevanju EU28) je stopnja brezposelnost v maju 2014 znašala isto kot v Sloveniji, in sicer 10,3 %. Iz spodnje Slike 1 je še razvidno, da so maja 2014 med vsemi članicami Evropske unije najnižjo stopnjo brezposelnosti zabeležili v Avstriji (4,7 %), Nemčiji (5,1 %) in na Malti (5,7 %). Najvišjo stopnjo brezposelnosti pa so zabeležili v Grčiji (26,8 % v marcu 2014) in Španiji (25,1 %).

Na ravni EU28 je bilo v tem času registriranih brezposelnih skoraj 25,2 milijonov prebivalcev, od tega slabih 18,6 milijonov v EA18. V primerjavi z aprilom 2014 se je število brezposelnih zmanjšalo za samo 63.000 v EU28 in 28.000 v EA18. V primerjavi z majem prejšnjega leta pa se je število brezposelnih v EA18 zmanjšalo za 1,36 milijonov, v EU28 pa za 636.000 prebivalcev (Eurostat, 2014a, str. 1). Gibanje števila brezposelnih v zadnjih nekaj letih je prikazano v spodnji Sliki 2.

Slika 2: Gibanje števila brezposelnih (v 1000) v EU28 in EA18, julij 2012–maj 2014



Vir: Eurostat, *Unemployment by Sex and Age Groups – Monthly Average, 1000 Persons*, 2014b.

Maja 2014 so v EU28 zabeležili 5,187 milijonov brezposelnih oseb, mlajših od 25 let, od česar jih je bilo 3,356 milijonov v EA18. Stopnja brezposelnosti mladih v EU28 je v istem obdobju znašala 22,2 % in 23,3 % v EA18. Najnižje stopnje brezposelnih mladih so zabeležili v Nemčiji (7,8 %), Avstriji (8,9 %) ter na Nizozemskem (10,8 %), najvišjo pa v Grčiji (57,7 % marca 2014), Španiji (54,0 %) ter na Hrvaškem (48,7 % v prvem četrtletju leta 2014) (Eurostat, 2014a, str. 2).

1.1.3 Politika zaposlovanja v Sloveniji

S področjem zaposlovanja se v posamezni državi ukvarja nacionalna politika zaposlovanja, pri čemer na trg dela neposredno in najbolj aktivno posegajo ukrepi aktivne politike zaposlovanja (v nadaljevanju APZ).

Majhenc pravi, da: »Politiko zaposlovanja v Sloveniji tvori APZ skupaj z drugimi ukrepi za podporo zaposlovanju. Ti ukrepi se izvajajo na podlagi druge pravne zakonodaje (davčna, gospodarska in zakonodaja o regionalnem razvoju), to pomeni, da upravičenci (v tem primeru ZRSZ) pridobijo sredstva za izvajanje določenih programov iz drugih resorjev, saj je doseganje sinergijskih učinkov z drugimi sektorskimi politikami ključnega pomena za odpravo kratkoročnih problemov zaposlovanja in trga dela, ki jih s preostalimi sistemskimi rešitvami in ukrepi drugih politik ni mogoče učinkovito odpravljati«.

Janoski (1996, str. 705) označuje APZ kot nabor raznovrstnih programov in ukrepov, s katerimi država neposredno in selektivno posega na trg delovne sile z namenom vključitve čim večjega števila delovno aktivnih prebivalcev in/ali, da v tem statusu zadrži čim več delovno sposobnega prebivalstva in da bi preprečila in/ali zmanjšala brezposelnost. APZ običajno vključuje programe zaposlovanja, usposabljanja in ustvarjanja delovnih mest. Njeni ukrepi pa delujejo takoj, kratkoročno in neposredno, s svojimi učinki pa odpravljajo brezposelnost (Malačič et al., 1995, str. 196).

Pravna podlaga za izvajanje ukrepov na trgu dela v Sloveniji, kot so storitve za trg dela, ukrepi APZ, zavarovanje za primer brezposelnosti in pravice iz obveznega ter prostovoljnega zavarovanja za primer brezposelnosti je Zakon o urejanju trga dela, ki je stopil v veljavo leta 2010. Na trgu dela določa izvajalce storitev in povečuje nadzor nad delovanjem institucij na njem. Glavni izvajalec ukrepov APZ je ZRSZ, pomembno vlogo na področju usposabljanja in izobraževanja zaposlenih pa ima tudi Javni sklad za razvoj kadrov in štipendiranje (v nadaljevanju Sklad). Za učinkovito izvajanje ukrepov APZ je pomembno tudi izvajanje storitve vseživljenjske karijerne orientacije (npr. informacije o trgu dela, samostojno vodenje kariere s pomočjo razvitih pripomočkov in osnovno ter poglobljeno karierno svetovanje). Poleg ZRSZ pa jo lahko izvajajo tudi Sklad (predvsem za zaposlene) in koncesionarji (MDDSZ, 2011, str. 4, 13).

Majhenc pravi, da: »ZRSZ izvaja ukrepe aktivne politike na podlagi sprejetega Načrta za izvajanje ukrepov aktivne politike zaposlovanja (v nadaljevanju Načrt). To je izvedbeni dokument, pripravljen na podlagi smernic za izvajanje ukrepov APZ in velja za proračunsko obdobje. Katalog ukrepov aktivne politike zaposlovanja (v nadaljevanju Katalog) pa podrobno določa način izvajanja posameznih programov v okviru ukrepov APZ«.

Na ta način Slovenija sledi smernicam Evropske strategije zaposlovanja (v nadaljevanju ESZ) in letnim priporočilom Evropske komisije, pri čemer upošteva predvsem lastne strateške usmeritve. V skladu s tem in z nacionalnimi strukturnimi posebnostmi posveča pozornost pomembnim področjem nacionalnega pomena (MDDSZ, 2011, str. 4).

Majhenc dodaja, da je: »Za obdobje 2012–2015 Slovenija sprejela Smernice za izvajanje ukrepov, ki je strateški dokument, usklajen z veljavnimi dokumenti s področja trga dela na ravni EU in sledi zastavljenim ciljem ključnih razvojnih dokumentov EU ter pravnemu okvirju za dodelitev sredstev kohezijskih skladov«.

Na podlagi Smernic je država oblikovala izvedbena dokumenta Načrt in Katalog ukrepov, ki vsebujeta konkretne podatke o posameznem programu ali projektu v okviru ukrepov APZ. Glavni namen ukrepov APZ na podlagi Smernic je do leta 2015 hitrejša aktivacija brezposelnih, predvsem mladih in starejših, odprava strukturnih neskladij na trgu dela na področju potrebnih znanj in veščin za zasedanje razpoložljivih delovnih mest, izboljšanje konkurenčnosti gospodarstva z vlaganji v zaposlene ter delovna in socialna vključenost ranljivih skupin na trgu dela in dolgotrajno brezposelnih. Cilji izvajanja ukrepov APZ pa so določeni v nacionalnih strateških dokumentih in sledijo Strategiji EVROPA 2020 (v nadaljevanju EVROPA 2020) (MDDSZ, 2011, str. 17–22)

Katalog ukrepov APZ kot izvedbeni dokument Načrta zajema nabor ukrepov na trgu dela, ki so namenjeni povečanju zaposlenosti in zmanjševanju brezposelnosti, večji zaposljivosti oseb na trgu dela in povečanju konkurenčnosti ter prožnosti delodajalcev. Brezposelne osebe in drugi iskalci zaposlitve imajo zaradi povečanja svojih zaposlitvenih možnosti pravico in obveznost, da se vključijo v ukrepe APZ skladno s podlagami za njihovo izvajanje (MDDSZ, 2014, str. 4).

1.2 Podjetništvo kot rešitev za zmanjšanje brezposelnosti

Čeprav se gospodarsko okrevanje v zadnjem času širi in krepi, je pomemben izziv gospodarskega okrevanja istočasno zagotoviti tudi rast zaposlovanja, saj so trajno visoke stopnje brezposelnosti pereč problem današnjega časa (Millán et al., 2011, str. 2). Zato je na lokalni in globalni ravni že od samega začetka krize možno opaziti naraščajoči trend iskanja tistih gospodarskih ukrepov, ki bi omogočali višjo gospodarsko rast, večjo zaposlenost in sčasoma stabilizacijo gospodarskih razmer. Pri tem je najbolj prisotno povečano zanimanje za spodbujanje gospodarske rasti, ki je v teh težkih gospodarskih razmerah najbolj na udaru. Gospodarska rast je namreč ključno vprašanje tako pri oblikovanju ekonomske politike kot tudi v raziskavah področja ekonomije (Wennekers & Thurik, 1999, str. 27).

Pittaway (2005) trdi, da je tako na lokalni kot na globalni ravni možno opaziti naraščajoči trend zagovarjanja podjetništva s strani nacionalnih oblikovalcev politike, ki so odprto sprejeli funkcionalno ekonomsko teorijo o podjetništvu kot gonilni sili gospodarske rasti. Hannon (2006, str. 296) pa dodaja, da je napredek podjetništva osrednji steber mnogih nacionalnih politik.

Večina sprejetih gospodarskih ukrepov je tako namenjena povečanju podjetniških aktivnosti in podjetništvu samemu, kot pomembnemu faktorju gospodarske rasti in zmanjševanja brezposelnosti. Podjetništvo je namreč pomembna gonilna sila gospodarske rasti in blaginje v sodobnem globalnem gospodarstvu. Malo je namreč dejavnikov, ki tako močno vplivajo na proizvodnjo inovacij, ustvarjanje delovnih mest ali pa na splošno ogromno prispevajo k dinamiki in konkurenčnosti gospodarstva. Podjetništvo prinaša tudi ekonomske, socialne in politične koristi (Arboleda et al., 2009, str. 15–19).

Podjetništvo je tako v očeh mnogih ključno za ustvarjanje novih delovnih mest na lokalni ravni, zlasti v obdobjih prestrukturiranja in recesije (OECD, 2009, str. 14–15). S tem se strinjata tudi Kuratko in Hodgetts (2001, str. 6), ki trdita, da je podjetništvo eden najpomembnejših elementov rastočega gospodarstva in hkrati navajata pomembno vlogo podjetnikov kot ključnega faktorja gospodarske rasti, ki zajema vodenje, upravljanje, inovativnost, raziskovanje in razvijanje učinkovitosti, ustvarjanje novih zaposlitev, konkurenčnosti, produktivnosti in oblikovanje novih panog.

Veliko vlogo pri »uresničevanju in realizaciji« podjetništva ima sektor MSP, ki je v zadnjem času postal za gospodarstvo vedno bolj pomemben, zaradi posledic strukturnih sprememb v svetovnem gospodarstvu v zadnjih nekaj desetletjih. Premik (fokusa) od velikih k majhnim podjetjem je imel različne posledice na globalno gospodarstvo. Acs (1992) razpravlja o štirih pomembnih posledicah povečanega pomena MSP, in sicer za podjetništvo, načine inoviranja, dinamiko panog in ustvarjanje novih delovnih mest. Hkrati Acs (1992) trdi, da igrajo majhna podjetja pomembno vlogo v gospodarstvu kot agenti sprememb s svojo podjetniško aktivnostjo, ker predstavljajo pomemben vir inovativne aktivnosti, s čimer spodbujajo razvoj industrije in ustvarjajo pomemben delež novo ustvarjenih delovnih mest, s čimer aktivno sodelujejo pri zmanjševanju brezposelnosti. Podobne pozitivne posledice premika k majhnosti pa so opisovali tudi drugi avtorji (Baumol, 1993; Audretsch, 1995; Acs & Audretsch, 1990), a se v podrobnosti na tem mestu ne bom spuščal.

Poudarek pomena sektorja MSP se najbolj kaže v smislu njegovih možnosti za ustvarjanje novih delovnih mest in inovacij ter kot cilj premišljenih ukrepov ekonomske politike na globalnem, nacionalnem in tudi lokalnem nivoju (OECD, 2009, str. 14–15). In ne samo, da je sektor MSP tisti, ki je sposoben ustvarjati nova delovna mesta, zmožen je tudi absorbirati posameznike, ki so izgubili zaposlitev v zasebnem ali javnem sektorju (Watson,

2004, str. 18). Poleg tega so MSP tudi izjemno sredstvo usmerjanja podjetniških ambicij posameznikov (Lumpkin & Dess, 1996, str. 138). To velja tako za Schumpeterjanske inovativne podjetnike, ki nenehno uvajajo novitete bodisi v obliki novih produktov bodisi v obliki novih procesov in povzročajo spremembe v obstoječih strukturah, kot tudi za posameznike, ki le upravljajo in vodijo lasten posel (Wennekers & Thurik, 2004, str. 140).

1.2.1 Podjetništvo in brezposelnost

Podjetništvo pomembno vpliva na gospodarsko rast posamezne države in njene blaginje. Je močno gonilo ustvarjanja novih delovnih mest, ker ustvarja nova podjetja, odpira nove trge in spodbuja razvoj novih veščin in sposobnosti. Hkrati povečuje konkurenčnost in inovativnost gospodarstev ter je ključno za uresničitev ciljev različnih evropskih sektorskih politik. S trženjem novih idej pa se izboljšuje produktivnost in blaginja države, kar vpliva na večjo gospodarsko rast in tudi gospodarski razvoj (Evropska komisija, 2013, str. 3–4).

Poleg produktivnega in v razvoj usmerjenega podjetništva pa obstaja tudi špekulativno in destruktivno podjetništvo (Baumol, 1990; 1993). Ta sledi samo lastnemu sebičnemu interesu brez oziranja na soljudi, naravo ali družbeni razvoj ter v določenih ekstremih deluje tudi izrazito uničevalno (Klein, 2009). Naudé (2008, str. 24–35) trdi, da so najbolj izrazito nezaželeni učinki podjetništva lahko posledica perversne porazdelitve podjetniškega potenciala v aktivnosti, ki prinašajo osebne koristi, vendar so socialno destruktivne oziroma uničevalne in neproduktivne (npr. zastojkarstvo, utaja in plenilske dejavnosti) ali pa gre za podjetništvo nizke kakovosti¹, ki ima lahko negativne posledice, saj lahko pripomore h gospodarski stagnaciji.

Tako ni nujno, da vsakršna podjetniška aktivnost kot taka pripomore h gospodarski rasti in razvoju. Po pregledu različne literature lahko sklepam, da zato med strokovnjaki velja soglasje, da je pomembno ločiti tiste podjetniške aktivnosti, ki pripomorejo h gospodarski rasti in tiste, ki ne.

Tako ločimo podjetniške aktivnosti, ki izvirajo iz »podjetništva iz nuje« in »podjetništva iz priložnosti«. Posamezniki se namreč odločijo vključiti v podjetniške aktivnosti zaradi različnih (kombinacij) dejavnikov oziroma motivov. Podjetniške aktivnosti prvega povezujemo s kombinacijo negativnih dejavnikov in/ali motivov, ki osebo prisilijo v neka dejanja, medtem ko podjetniške aktivnosti, ki izvirajo iz priložnosti, povezujemo s kombinacijo pozitivnih dejavnikov in/ali motivov, ki posameznike motivirajo v podjetniško udejstvovanje (Shapero & Sokol, 1982; Gilad & Levine, 1986).

¹ Slabši podjetniki imajo zaposlenih več manj produktivnih delavcev, ki zaslužijo nižje plače. Z zmanjšanjem stroškov plač, ti podjetniki zmanjšajo oportunitetne stroške podjetništva ali samozaposlitve in s tem povzročijo vstop več podjetnikov nizke kakovosti (Ghatak, Morelli, & Sjöstrom, 2007, str. 27–48).

V prvem primeru govorimo o podjetniških aktivnostih kot posledicah t. i. učinka begunca, ki je posledica neke vrste prisile posameznika (npr. kot možnost izhoda iz brezposelnosti ali nezadovoljstvo s trenutno življenjsko situacijo), saj nima druge možnosti za zaposlitev. V drugem primeru pa gre za podjetniške aktivnosti kot posledico t. i. Schumpetrovega učinka, kjer gre za aktivno odločitev posameznika (npr. želja po uspehu in samostojnosti) za ustanovitev lastnega podjetja na osnovi ugotovljene neizkoriščene ali premalo izkoriščene podjetniške priložnosti. Na podlagi tega se razlikujejo tudi ugotovljeni učinki teh dveh vrst podjetništva na gospodarsko rast in razvoj (Acs, 2007, str. 2; Baptista & Thurik, 2007, str. 76).

Varga in Acs (2005) sta v svoji raziskavi ugotovila, da podjetništvo iz nuje nima nikakršnih učinkov, medtem ko ima podjetništvo iz priložnosti pomemben vpliv na gospodarsko rast in razvoj. Karadeniz (2006, str. 85) k temu še dodaja, da je pri tem potrebno ločiti tudi podjetnike – lastnike MSP z ambicijami po udejstvovanju v novih poslih in razširitvijo obstoječih poslov ter lastnike MSP, ki teh ambicij nimajo. Acs in Audretsch (1990) trdita, da lahko na gospodarsko rast vplivajo predvsem Schumpetrovi podjetniki in notranji podjetniki, ker so vir ogromne inovacijske moči. Ta posledično povzroča večjo podjetniško aktivnost, kar se odraža v večjem številu novih podjetij, ki ustvarjajo nova delovna mesta, s čimer na daljši rok aktivno pripomorejo k zmanjšanju brezposelnosti (Bonnet, 2014, str. 14).

1.2.2 Spodbujanje podjetništva

Vlade in večina gospodarskih organizacij po vsem svetu delujejo v smeri vzpostavitve čim bolj podjetniških gospodarstev, saj gre za enega ključnih faktorjev gospodarske rasti, gospodarskega razvoja in v končni fazi zmanjševanja brezposelnosti. Težnja po čim bolj podjetniško naravnanimu gospodarstvu je razvidna iz aktivnosti EU, OECD in ostalih mednarodnih organizacij. Mnoge države tako raziskujejo možnosti, s katerimi bi lahko ustvarile bolj dinamično in konkurenčno podjetniško gospodarstvo (Stevenson & Lundström, 2001, str. 2–3).

Ključni element dinamičnega gospodarstva je ustanavljanje novih in zmanjšanje ali zaprtje manj produktivnih podjetij. V procesu rasti nova podjetja ustvarjajo večje število novih delovnih mest. Zato je pomembno zagotoviti primerno poslovno oziroma podjetniško okolje, ki omogoča hitro rast in razširitev novih, inovativnih podjetij. Nova podjetja morajo izkazovati inovativno prednost, če želijo preživeti na trgu, še posebej v mlajših in bolj visokotehnoloških panogah. Zaradi visoke stopnje inovativnosti so tudi največji vir novih procesov in proizvodov, s čimer prispevajo k izboljšanju produktivnosti gospodarstva kot celote, kar na daljši rok vodi do višje gospodarske rasti in večje blaginje. Pomemben del nacionalnih podjetniških politik je ustvarjanje takega poslovnega okolja, ki spodbuja podjetništvo in ustanavljanje podjetij (OECD, 2004, str. 8–10). Vsako lokalno

okolje ima svoje posebnosti, zato oblikovalci politike na tem nivoju sprejemajo ukrepe, ki tem posebnostim najbolj ustrezajo.

V Sloveniji se tako izvaja mnogo aktivnosti, usmerjenih v promocijo podjetništva in izobraževanja za podjetništvo, z namenom izboljšanja podjetniške kulture in povečanja poznavanja in koriščenja podpornih storitev za potencialne podjetnike in že delujoča podjetja ter razvijanje učinkovitega in transparentnega podpornega okolja. V okviru ukrepov za spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega podpornega okolja se izvaja promocija podjetništva in podpornega okolja za podjetništvo, ukrepi spodbujanja podjetništva in ključnih podjetniških kompetenc, kot so ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost, med mladimi. Ukrepe spodbujanja podjetništva izvaja Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo preko izvajalske agencije SPIRIT Slovenija (MGRT, 2014).

Ostale pomembne institucije za podporo podjetništva v Sloveniji pa so Slovenski podjetniški sklad, Slovenska izvozna banka, Tehnološka agencija Slovenije, Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije ter Ekološki sklad RS (Štajerski tehnološki park d.o.o., 2013, str. 43-44). Glavni cilj in naloge programov teh organizacij so usmerjeni v odpravljanje ovir za hitrejši razvoj podjetništva, zagotavljanju ugodnih razmer za rast in spodbujanju inovativnosti ter v zagotavljanje razvojnih spodbud za mikro in mala podjetja (Antončič, Hisrich, Petrin, & Vahčič, 2002, str. 41).

2 PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE

Spodbujanje podjetništva z namenom reševanja problema brezposelnosti je v zadnjih letih postalo eden glavnih strateških ciljev večine držav sveta. Ta usmeritev je v času trajanja svetovne gospodarske krize le še pridobila na veljavi, k čemur je pripomoglo tudi zaostrovanje konkurence na globalni ravni. To je dodatno okrepilo potrebo nacionalnih gospodarstev po večji konkurenčnosti, inovativnosti in »živahni« bazi ustvarjalnih in inovativnih podjetnikov. Poleg tega pa je kriza še dodatno izpostavila in poudarila potrebo po oblikovanju širše, bolj trdne baze podjetnikov v EU in po svetu (SEECCEL, 2011, str. 11).

Nacionalna konkurenčna prednost (in s tem gospodarska moč) je vse bolj odvisna od usposobljenosti baze delovne sile in še posebej od sposobnosti vključevanja v inovacijske in nove gospodarske dejavnosti tako posameznikov kot podjetij. To je ustvarilo potrebo po pridobitvi z inovativnostjo povezanih splošnih sposobnosti, in specifičnih sposobnosti, ki so povezane z ustvarjanjem novih podjetij (Hytti & O’Gorman, 2004, str. 1).

Med trajajočo krizo je bilo razvitih in sprejetih vrsto aktivnosti in ukrepov za spodbujanje podjetništva. Med najpomembnejšimi sta oblikovanje močne kulture podjetništva in

podjetniške miselnosti. Ključna gonilna sila tega pa sta podjetniško izobraževanje in usposabljanje (SEECCEL, 2011, str. 11). Gibb (1996) k temu dodaja, da so si akademiki soglasni glede pomembnosti vloge podjetniškega izobraževanja in usposabljanja pri razvoju podjetniškega gospodarstva držav. McMullan in Long (1987) pa ugotavljata, da je podjetniško izobraževanje postalo dopolnilo tveganega kapitala in inkubatorjev kot orodij poganjanja gospodarskega napredka. Podjetniško izobraževanje in usposabljanje sta zato v večini držav EU in po svetu postala pomemben del tako nacionalnih industrijskih politik kot politik izobraževanja (Hytti & O’Gorman, 2004, str. 1).

Poudarek pomena podjetništva in MSP v gospodarstvu je povzročil pravi razcvet javnih in zasebnih pobud za spodbujanje podjetniške aktivnosti (Reynolds, Camp, Bygrave, Autio, & Hay, 2002). Te pobude so (na območju Evropske unije) podprte s strani Evropske komisije, ki je sprejela vrsto strategij in usmeritev (npr. Akt za mala podjetja in Akcijski načrt za podjetništvo 2020) in so del trenutne krovne strategije Evropa 2020. Kot sestavni del tega strateškega okvira je Evropska komisija vse aktivnosti in ukrepe za podpiranje podjetniškega izobraževanja in usposabljanja zajela v strategiji Izobraževanje in usposabljanje 2020. Eden njenih najpomembnejših dolgoročnih strateških ciljev je čim večja integracija ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetništva na vseh nivojih izobraževanja in usposabljanja (EACEA, 2012, str. 5). Na ta način skuša EU podpirati posameznike pri podjetniškem udejstvovanju, saj so uspešni podjetniki posamezniki tisti, ki s svojimi aktivnostmi skrivajo ključ do zmanjševanja brezposelnosti.

2.1 Definicija podjetniškega izobraževanja

Podjetništvo je zapleten koncept, ki ga je zelo težko jasno opredeliti. Zdi se, da kljub velikemu številu študij in raziskav, opredelitev podjetništva in/ali podjetnika še vedno buri duhove (Low, 2001). Čeprav se s to tematiko ukvarja mnogo raziskovalcev in teoretikov, že od Cantillonove prve definicije pojma podjetnika pa do danes še vedno ne obstaja enotna definicija ne podjetnika ne samega področja podjetništva.

Zato je razumljivo, da se tudi raziskovalci področja podjetniškega izobraževanja soočajo s podobnimi konceptualnimi izzivi, ki so logično sosledje konceptualne nejasnosti obeh zgoraj omenjenih pojmov. Namreč, prav tako kot obstaja več vidikov definicije podjetnika in podjetništva, obstajajo tudi različni vidiki definicije podjetniškega izobraževanja. Hill (2011, str. 40) trdi, da lahko izraz podjetniško izobraževanje različnim ljudem predstavlja različen pomen. Spodnja Tabela 2 prikazuje nekatere definicije podjetniškega izobraževanja, ki se pojavljajo v literaturi.

Tabela 2: Pregled nekaterih definicij podjetniškega izobraževanja

Definicija podjetniškega izobraževanja	Avtor definicije
»Identifikacija ali prepoznavanje priložnosti in ustvarjanje podjetniške ideje (storitev ali izdelek) kot zasledovanje priložnosti; gospodarjenje in razporejanje s sredstvi v navzočnosti tveganja zaradi zasledovanja priložnosti; in ustvarjanje operativne poslovne organizacije z namenom izvajanja priložnostno-motivirane podjetniške ideje.«	Kourilsky (1995)
»Podjetniško izobraževanje je proces, ki daje posameznikom na razpolago koncepte in veščine za prepoznavo priložnosti, ki so jih drugi spregledali, in jim pomaga pridobiti sposobnost za razumevanje in samozavest ukrepati tam, kjer so oklevali drugi. Vsebuje poučevanje o prepoznavanju priložnosti, razporejanju sredstev s prisotnostjo tveganja; in o začenjanju poslovnega podviga. Hkrati vključuje tudi poučevanje o procesih poslovnega upravljanja, razvoju kapitala, trženju in analizi denarnega toka.«	CELCEE (1997, v S. Hill, 2011, str. 41)
Podjetniško izobraževanje definirata v smislu ustvarjalnosti in inovativnosti, ki sta uporabni na družbenih, vladnih in poslovnih prizoriščih.	Gottlieb in Ross (1997)
»(...) zbirka formaliziranih naukov, ki obvešča, vzgaja in izobražuje kogarkoli, ki se zanima za sodelovanje v družbeno-gospodarskem razvoju v okviru projekta za spodbujanje podjetniške zavesti, ustanavljanja podjetij ali razvoj malih podjetij.«	Bécharde in Toulouse (1998)
»Podjetništvo je svobodna umetnost poslovnega izobraževanja. V nasprotju s poklicnim izobraževanjem, ki usposablja študente za določene poklice in obrti, izobraževanje »svobodne umetnosti« izobražuje posameznike, da lahko prosto počnejo stvari, ki se jim zdijo zanimive. Izzove študente, da se vedejo tako splošno kot posebno da postanejo ustvarjalci in ustvarjalni reševalci problemov ter niso sanjači, ki bi razmišljali konceptualno, ampak izvajalci pragmatičnosti. Morda nadvse spodbuja študente, da razmišljajo neodvisno, da postanejo podjetniški voditelji.«	Bygrave (2000)
»Podjetniško izobraževanje je proces, s katerim posamezniki pridobijo sposobnost prepoznavanja priložnosti in sposobnost opazovanja, samozavest, znanje ter veščine za vplivanje na te priložnosti.«	Jones (2007)
»Podjetniško izobraževanje si prizadeva razviti podjetniške veščine, kot so inovacija, zagon podjetja in rast.«	Evropska komisija (2008)
»Vse aktivnosti, katerih cilj je spodbujanje podjetniške miselnosti, vedenja in veščine ter obsegajo širok nabor vidikov, kot je ustvarjanje idej, zagon podjetja, rast in inovacija.«	Fayolle (2009)

Vir: M. L. Kourilsky, *Entrepreneurship Education: Opportunity in Search of Curriculum*, 1995, str. 11-15; S. Hill, *The Impact of Entrepreneurship Education – An exploratory Study of MBA Graduates in Ireland*, 2011, str. 41; E. Gottlieb, & J. A. Ross, *Made Not Born: HBS Courses and Entrepreneurial Management*, 1997; J. P. Bécharde, & J. M. Toulouse, *Validation of a Didactic Model for the Analysis of Training Objectives in Entrepreneurship*, 1998; W. D. Bygrave, *Entrepreneurship—The Liberal Arts of Business Education*, 2000; C. Jones, *Developing the Enterpirse Curriculum - Building on Rock, not Sand*, 2007; European Commission, *Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe*, 2008, str. 27; A. Fayolle, *Entrepreneurship Education in Europe: Trends and Challenges*, 2009, str. 3.

Na splošno za definicije področja podjetniškega izobraževanja velja, da jih je treba gledati iz širšega vidika v smislu znanja in veščin, ki se jih lahko poučuje, in značilnosti, ki jih je mogoče privzgojiti pri študentih. V okviru teh značilnosti in veščin pa lahko razvijajo nove

in inovativne načrte. Podjetniško izobraževanje naj bi se osredotočalo na značilnosti, potrebne za zasnovo in zagon popolnoma novega poslovnega podviga (Brown, 2000).

Tudi European Commission (2011, str. 2) zagovarja širšo obliko definicije, ki podjetniško izobraževanje opredeljuje kot proces, skozi katerega slušatelji pridobijo širši nabor kompetenc. Na ta način se lahko doseže večje koristi za posameznike, družbo in gospodarstvo, saj so tovrstne kompetence primerne za uporabo v vseh vidikih življenja ljudi. Podjetništvo se v tem smislu nanaša na posameznikovo sposobnost uresničevanja lastnih idej, pri čemer pa vključuje ustvarjalnost, inovativnost, iniciativnost, pripravljenost sprejemati tveganja in sposobnost načrtovanja ter vodenja projektov, kar posamezniku omogoča uresničevanje zastavljenih ciljev. Hkrati pa te lastnosti posameznika spremljajo v vsakdanjem življenju, doma in v družbi, zaposlenim pa omogočajo večje zavedanje o vsebini njihovega dela, s čimer lažje uresničujejo potencialne priložnosti na delovnem mestu. Prav tako pa zagotavljajo zdrave temelje za podjetnike na področju klasičnega in socialnega podjetništva (European Commission, 2011, str. 2).

Z morebitnim oženjem definicije področja podjetniškega izobraževanja na določeno vrsto sposobnosti ali strokovnih namenov bi dosegli nasprotni učinek pri uresničevanju ciljev EVROPE 2020. V tem primeru namreč ne bi bilo v celoti možno uresničiti »potenciala zaposlovanja«, hkrati pa bi se obseg učinkov ukrepov strategije omejil le na določen, ožji segment trga dela (EUCIS-LLL, 2013, str. 2).

Podjetniško izobraževanje se nanaša na razvijanje ključnih kompetenc za vseživljenjsko učenje, s čimer prispeva h konkurenčnosti Evrope in prinaša številne pozitivne družbene koristi. Podjetništvo, kot ena izmed teh ključnih kompetenc, igra pomembno vlogo zmanjševanju brezposelnosti (European Commission, 2011, str. 2). Ta vidik podpira tudi Ashmore (2014), pri čemer dodaja, da ima ta proces vsaj pet značilnih razvojnih stopenj, ki so predstavljene v spodnji Tabeli 3. Predpostavka procesa vseživljenjskega učenja podjetništva je, da mora vsak posameznik v izobraževalnem sistemu imeti priložnost za učenje v začetnih fazah, saj so poznejše faze namenjene tistim, ki se odločijo za kariero v podjetništvu (Ashmore, 2014).

Tabela 3: 5 razvojnih stopenj podjetniškega izobraževanja kot procesa vseživljenjskega učenja podjetništva

OSNOVE	USPOSABLJANJE IN IZOBRAŽEVANJE ZA PODJETNIŠTVO	• Razumevanje osnov ekonomije • Prepoznavanje kariernih priložnosti • Obvladovanje osnovnih veščin, potrebnih za uspeh v tržnem gospodarstvu
--------	--	--

se nadaljuje

nadaljevanje

ZAVEDANJE LASTNIH KOMPETENC	USPOSABLJANJE IN IZOBRAŽEVANJE ZA PODJETNIŠTVO	• Razumevanje problema vidika lastnika MSP • Odkrivanje podjetniških kompetenc
USTVARJALNA UPORABA		• Pridobitev večje globine in širine znanja • Uporaba posebnega poklicnega usposabljanja • Naučiti se, kako ustvariti in izdelati načrt novih podjetij
ZAGON PODJETJA		• Postati samozaposlen • Razviti okvire in postopke novega ali obstoječega podjetja
RAST	DELOVNE IZKUŠNJE	• Učinkovito in pravočasno reševanje poslovnih problemov • Razširitev poslovnih dejavnosti

Vir: The Consortium for Entrepreneurship Education, Lifelong Entrepreneurship Education Model, 2014.

Pa vendar je zgornji primer modela podjetniškega izobraževanja le eden tistih, na podlagi katerih so zasnovani programi podjetniškega izobraževanja. Pri tem je namreč treba paziti, da se podjetniškega izobraževanja ne zamenjuje s splošnim poslovnim ali ekonomskim študijem in programi, ki poučujejo podobne vsebine. Razlika je v tem, da je cilj podjetniškega izobraževanja spodbujanje ustvarjalnosti, inovativnosti in samozaposlovanja (European Commission, 2009, str. 10).

Na to problematiko opozarja tudi Nieman (2000), ki meni, da obstaja zmeda med pojmom podjetništva in usposabljanjem za upravljanje MSP, pri čemer Zeithaml in Rice (2005) menita, da se izraza lahko uporabljata tudi kot sopomenki. Niemanov vidik podpirata tudi Solomon in Fernald (2005), ki menita, da je bistvo programov upravljanja MSP ustanovitev in delovanje podjetja ter vključevanje v operativne vidike obstoječega podjetja. Bistvo programov podjetniškega izobraževanja pa je razvijanje zmožnosti in sposobnosti delovanja na podjetniški način, zato je razvoj podjetniškega odnosa in vedenja morda bolj pomembno kot samo znanje o vodenju podjetja. Akumulacija znanja zato ni bistvena za razvoj podjetništva kot ključne kompetence v procesu vseživljenjskega učenja (European Commission, 2011, str. 2).

Ob povečanem zanimanju za področje podjetniškega izobraževanja in naraščanju števila programov podjetniškega izobraževanja pa se legitimno postavlja vprašanje ali se je podjetništva resnično možno naučiti oziroma priučiti. To je hkrati tudi eden najbolj perečih tem razprav med akademiki, ki jo je mogoče prepoznati v literaturi na to temo. Na eni strani akademiki zagovarjajo mnenje, da se podjetniki rodijo, medtem ko na drugi strani nekateri akademiki verjamejo v idejo, da je podjetnike možno »narediti« (Rodrigues, Dinis, do Paço, Ferreira, & Raposo, 2012, str. 77).

Prva skupina akademikov zagovarja stališče, da podjetništva ni možno poučevati (se podjetništva ni možno naučiti), saj je po njihovem mnenju podjetništvo stvar osebnosti in psiholoških lastnosti posameznikov; talenta in temperamenta se namreč ni možno naučiti (Fayolle & Gailly, 2008; Fayolle, 2007). Stališče druge skupine akademikov predstavlja Drucker (1985), ki trdi, da: »(...) podjetništvo ni čarobno, ni skrivnostno in nima nič opraviti z geni. To je veda. In, kot vsaka veda, se je je možno naučiti«. Ta pogled podpira tudi Kuratko (2003), ki meni, da: »(...) postaja jasno, da se je podjetništva ali pa vsaj nekaj njegovih vidikov možno naučiti.«

Nekateri strokovnjaki (Fayolle & Gailly, 2008; Fayolle, 2007) menijo, da bi lahko podobno trdili tudi za druga področja, kot sta npr. medicina in pravo. Nihče namreč ne more oporekati trditvi, da se je možno priučiti za zdravnika ali odvetnika. Ob tem pa prihaja do situacije, ko so nekateri zdravniki ali odvetniki bolj talentirani od drugih. To relacijo je možno aplicirati tudi na področje podjetništva in podjetnikov.

Jack in Anderson (1998) razpravljata o znanstveni in umetniški komponenti poučevanja podjetništva, pri čemer naj bi znanstvena komponenta zajemala »funkcionalne veščine«, ki so potrebne za zagon podjetja, in ki naj bi se jih dalo naučiti. Umetniška komponenta pa se nanaša na tisti del podjetništva, ki se ga ni možno naučiti (npr. ustvarjalnost in temperament).

2.2 Podjetniško izobraževanje in podjetniške kompetence

V literaturi o podjetništvu se za opis profila podjetniškega posameznika uporabljajo različni izrazi, kot so kompetence, veščine, odnos, značilnosti in lastnosti. Ti koncepti se ne nanašajo nujno na iste pojave, se pa pogosto uporabljajo kot sopomenke zanje (Van der Kuip & Verheul, 2003, str. 8).

Brandstatter (1997) trdi, da je jasno, da imajo nekatere značilnosti pomemben vpliv na posameznikovo odločitev za podjetniško kariero in uspešnost te kariere. Podjetniki se namreč razlikujejo od drugih v odnosu, dojemanju in drugih osnovnih značilnostih (Kalkan & Kaygusuz, 2012, str. 8). Za Barona (2000, str. 15–18) imajo podjetniki sposobnost videti nove priložnosti in so hkrati dovolj sposobni uresničiti svoje podjetniške sanje, ki so za nekatere nedosegljive.

Poznavanje osnovnih lastnosti, ki razlikujejo podjetnike od drugih posameznikov, je zato nujno potrebno za zagotavljanje kulturnega preoblikovanja, ki bo prispevalo k ustvarjanju novih podjetnikov ali pa za odkrivanje skritih podjetniških lastnosti pri posameznikih (Kalkan & Kaygusuz, 2012, str. 8). V pregledani literaturi na to temo sem spoznal različne avtorje, ki skušajo določiti tiste temeljne lastnosti posameznikov, ki ločijo podjetnike od nepodjetnikov ali pa tiste lastnosti, za katere menijo, da so potrebne za uspešnega

podjetnika. Enega temeljnih prispevkov na to temo je predstavil Rushing (1990), ki je izdelal sledeči nabor podjetniških lastnosti:

- motivacija po dosežkih;
- potreba po avtonomnosti;
- ustvarjalnost (razvijanje novih, namesto uporabe standardnih metod procesov);
- prevzemanje tveganja;
- iskanje priložnosti ali njihovo prepoznavanje;
- postavljanje ciljev;
- samozavedanje;
- notranji izvor nadzora;
- vztrajnost (nagnjenost k dokončanju naloge).

Nekateri avtorji (Paço, Ferreira, Raposo, Rodrigues, & Dinis, 2011; Rodrigues et al., 2012) pa k temu dodajajo še sprejemanje negotovosti in sposobnost inoviranja, ki je po Schumpetru ključna lastnost, po kateri se podjetnik razlikuje od drugih posameznikov. Večdimenzionalnost koncepta podjetništva pa veleva, da je treba upoštevati tudi druge lastnosti, ki se jih pogosto pripisuje podjetnikom (Kalkan & Kaygusuz, 2012, str. 9). Po vzoru Kuratka in Hodgettsa (1995, v Pšeničny, 2000, str. 34–35) sem nekaj najpogostejših lastnosti navedel v spodnji Tabeli 4.

Tabela 4: Najpogostejše lastnosti, miselnosti, veščine in znanja podjetnikov

Podjetniška lastnost	Podjetniška miselnost	Podjetniška znanja in veščine
Energičnost in dinamičnost	Predanost in zaupanje v idejo, ki se odraža v pripravljenosti podjetnika, da se odpove marsičemu za uresničitev podjetniške ideje	Sposobnost obvladovanja negotovosti in stalnih sprememb, ki so potrebne v rastočem podjetju ter prilagodljivost
Samostojnost in odgovornost	Obsedenost s priložnostjo	Sposobnost učenja na napakah in upoštevanje povratnih informacij o uspehu
Odločnost	Pripravljenost na sprejem propada	Sposobnost zgraditi podjetniški, menedžerski tim
Samozaupanje in optimizem	Prepričanje, da podjetniki upravljajo z resursi in ne resursi z njimi	Jasna vizija

Vir: V. Pšeničny, Podjetništvo od podjema do rasti, 2000, str. 34-35.

Caird (1992) k temu dodaja, da so mnoge lastnosti, označene kot podjetniške, npr. motivacija po uspehu, podjetniški zagon, ustvarjalnost, inovativnost in domišljija, osebnostne spremenljivke. Poleg teh pa med podjetniške uvršča tudi komunikacijske veščine (pogajalske veščine in sposobnosti prepričevanja), vodstvene veščine (reševanje problemov, odločanje, organiziranje in nadziranje), analitične veščine, veščine načrtovanja

kariere, različna znanja (računalniška pismenost in znanja, povezana s poslovanjem) in odnosa, kot je občutljivost do potreb in posledic, dojemanje in prilagodljivost.

Kljub zgoraj zajeti množici lastnosti, ki bi jih lahko pripisali podjetnikom, pa je skorajda nemogoče določiti, kakšen naj bo podjetnik (Pšeničny, 2000, str. 64). Vsakega namreč krasi enkratna kombinacija osebnih motivacij in značilnosti ter lastnosti, na podlagi katerih deluje in se obnaša v družbi ter poslovnem okolju (Kotar, 2001, str. 18). Uspešen podjetnik pa je tisti, ki ga ta kombinacija različnih osebnih lastnosti, znanja in seveda podjetniške priložnosti pripelje do njene realizacije oziroma do ustanovitve lastnega podjetja (Pšeničny, 2000, str. 64).

Žnidaršič (2003, str. 30) dodaja, da zgoraj naštetih lastnosti niso nujno zadosten pogoj za razvoj podjetništva oziroma razvoj uspešnosti podjetnika, so pa osnova, na podlagi katere se ob ugodnih pogojih podjetniška aktivnost pojavi. Zato je koristno te podjetne lastnosti sistematično razvijati in na ta način izboljševati kakovost delovanja podjetnikov. K višji kakovosti delovanja podjetnikov pripomore tudi obvladanje strokovnih področij podjetništva, ki se jih je nedvomno možno naučiti. Poleg razvijanja le-teh pa je mogoče spodbujati tudi številne podjetne lastnosti, kar so v svojih raziskavah ugotovili mnogi avtorji (Gray, 1998, str. 159; Russell, 1994, str. 388; Johnson v Petrin, Antončič, 1995, str. 86; McClelland v Kilby, Livesay, 1995, str. 235–236; Vahčič v Možina et al., 1994, str. 897; navedeno v Žnidaršič, 2008, str. 30). Višja kakovost podjetništva med posamezniki pa se odraža v njihovi sposobnosti izkoriščanja podjetniških priložnosti oziroma uresničevanja podjetniških idej (Žnidaršič, 2003, str. 30).

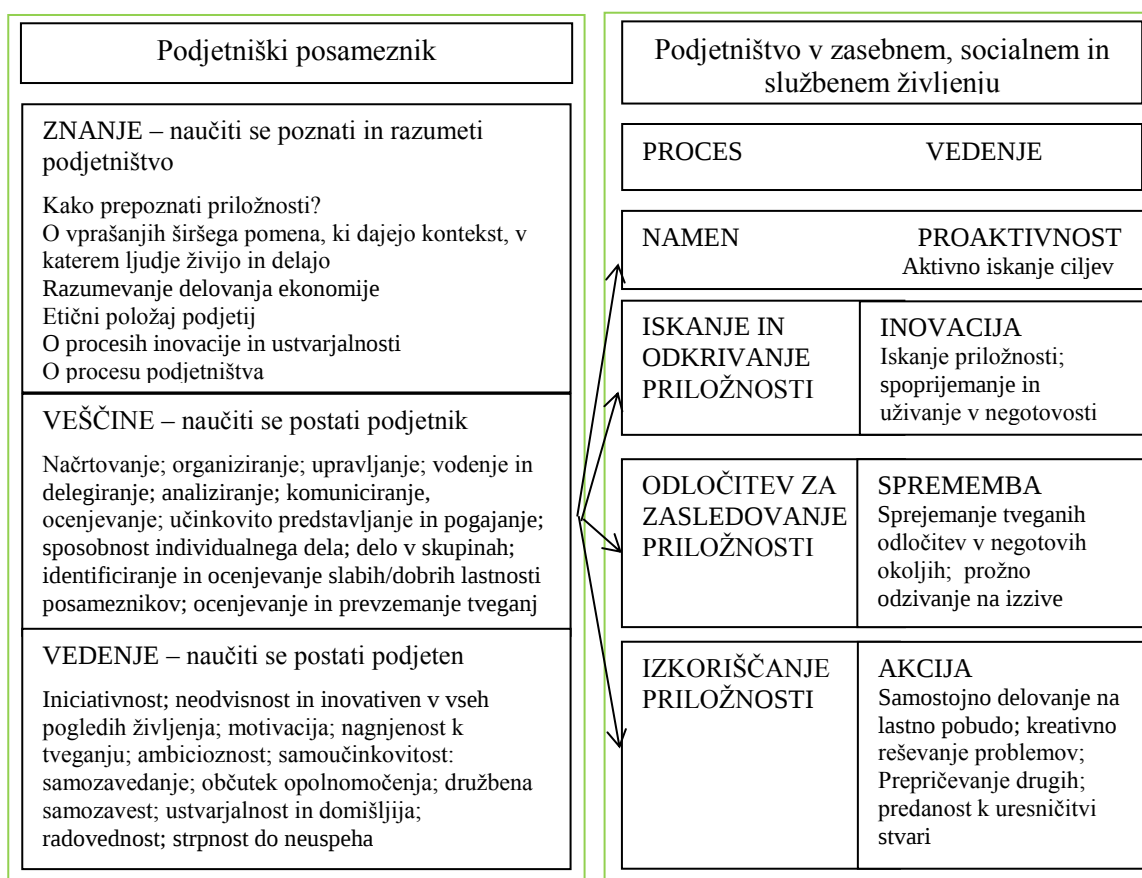
To zagovarja tudi Evropska unija z 8 ključnimi kompetencami za vseživljenjsko učenje v okviru t.i. Evropskega referenčnega okvira. Te kompetence predstavljajo kombinacijo znanja, veščin in odnosov, s čimer zagotavljajo večjo prilagodljivost delovne sile, saj so posamezniki bolj prilagodljivi nenehnim spremembam na trgu dela in poslovnega okolja. Hkrati pa so kompetence velik dejavnik inovacije, produktivnosti in konkurenčnosti. Prispevajo pa tudi k večji motivaciji in zadovoljstvu delavcev ter kakovosti njihovega opravljenega dela (Key competences for lifelong learning, 2014).

Za temo te naloge je najbolj relevantna kompetenca samoiniciativnost in podjetništvo, ki se nanaša na posameznikovo sposobnost uresničevanja lastnih zamisli. Zajema inovativnost, ustvarjalnost, zmožnost prevzemanja tveganj in sposobnost načrtovanja ter vodenja projektov, kar posamezniku omogoča doseganje zadanih ciljev. To je posamezniku v pomoč tako v vsakdanjem življenju kot tudi na delovnem mestu pri razumevanju njihovega dela in izkoriščanju priložnosti, ki se pojavijo. Hkrati je tudi podlaga za bolj specifične spretnosti in znanja, ki jih potrebujejo posamezniki z namenom ustanovitve klasične podjetniške ali socialne dejavnosti (KeyCoNet, 2014).

Podjetniško izobraževanje je ključnega pomena za uresničevanje podjetništva kot kompetence vseživljenjskega učenja v okviru Evropskega referenčnega okvira. Glavni cilj podjetniškega izobraževanja pa je poslušalce opremiti z odnosi, znanjem in spretnostmi za delovanje na podjetniški način. V procesu izobraževanja pa posameznike opremiti z novodobnimi spretnostmi, pomagati pri večji socialni vključenosti in v določeni meri vplivati na večje število podjetnikov z različnih področij. Podjetniški nauki so torej namenjeni tudi za uporabo v splošnem življenju in ne le za namene podjetništva (European Communities, 2007, str. 23).

Podjetniško izobraževanje torej lahko med posamezniki spodbuja razvijanje podjetniških lastnosti in podjetniškega vedenja na vseh področjih vsakdanjega življenja. Heinonen in Poikkijoki (2006, str. 84) k temu dodajata, da je pomembno tudi medsebojno prepletanje omenjenih značilnosti s podjetniškim procesom. Posledica medsebojnega povezovanja teh elementov pa je podjetniška aktivnost, ki lahko v končni fazi vodi do uresničenja podjetniških priložnosti in posledično do večjega števila podjetnikov. To prikazuje spodnja Slika 3, ki zajema elemente podjetniškega izobraževanja in medsebojne povezave le-teh.

Slika 3: Elementi podjetniškega izobraževanja



Vir: Navedeno v European Commission, *Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education*, 2012, str. 43.

Iz zgornje Slike 3 lahko razberemo, da so lastnosti podjetniškega posameznika tiste, ki tvorijo osnovo oziroma »nudijo podporo« različnim elementom podjetniškega procesa in z njim tesno povezanim vedenjem podjetniških posameznikov. Te podjetniške lastnosti so razdeljene v 3 kategorije, in sicer znanje, veščine ter vedenja. Skupina znanj se nanaša na potrebo po širokem poznavanju in razumevanju področja podjetništva. Vključuje znanje o prepoznavanju priložnosti, razumevanju vloge podjetnikov in podjetništva v odnosu s sodobno ekonomijo in družbo. Veščine se nanašajo na potrebo posameznika, da postane podjetnik in so potrebne za uresničevanje lastnih idej (akcija), pri čemer ločimo mehke podjetniške spretnosti (npr. socialne veščine) in trde podjetniške spretnosti (npr. priprava poslovnega načrta). Skupina vedenj pa se nanaša na potrebo posameznikov, da se naučijo postati podjetni in vključujejo lastnosti kot je samoiniciativnost, in nagnjenost k prevzemanju tveganja (European Commission, 2012, str. 44).

V spodnji Tabeli 5 pa prikazujem še nekaj primerov medsebojnega vpliva nekaterih podjetniških stališč in obnašanja oziroma vedenja podjetniških posameznikov, kot so jih prikazali nekateri avtorji (Begley, 1995; Glas, 2000; Gilder, 1986; Gray, 1998; McCormack, 1984; Timmons, 1989; Vahčič v Možina et al., 1994; navedeno v Žnidaršič, 2003, str. 29).

Tabela 5: Zaželeni in dosegljivi področja značilnosti in obnašanja podjetnikov

Področja značilnosti	Značilna stališča ali obnašanja podjetniškega posameznika
Predanost svoji odločitvi, odločnost	Vztrajnost pri premagovanju težav, disciplina, trdo delo, pripravljenost na osebne žrtve, optimizem in samozavestnost.
Usmerjenost v priložnosti in cilje ter v dosežke in rast	Prepoznavanje potrošnikov potreb, tržna naravnost, postavljanje visokih, a uresničljivih ciljev, prioritet in meril učinkovitosti, usmerjenost na ustvarjanje in večanje vrednosti (podjetnik sprejema izzive in izboljšuje poslovne rezultate).
Toleranca do tveganja, negotovosti, nejasnosti in stresa	Preračunljivo, a zmerno tveganje, težnja k zmanjšanju in delitvi tveganja, sprejemanje negotovosti, konfliktov in stresov, skrb za zdravje in sprostitev, sposobnost reševanja problemov in povzemanja rešitev, hitro prilagajanje in ukrepanje ter dolgoročno planiranje.
Ustvarjalnost, opiranje nase, osebna odgovornost, pripravljenost na neuspehe	Vizionarstvo, nekonvencionalnost, odprtost, nezadovoljstvo z obstoječim stanjem, sprejemanje odgovornih nalog, notranji izvor nadzora, sposobnost za prilagajanje in učenje – tudi na neuspehih.
Motiviranost za odličnost	Usmerjenost k ciljem in rezultatom (stalno spremljanje izvajanja strategij), težnja k dosežkom in rasti, ne čuti potrebe po izkazovanju statusa in moči, žene ga potreba po dosežkih; pripravljenost pomagati drugim, zavest o svojih zmožnostih in slabostih, vidi v prihodnost, ima občutek za humor.

se nadaljuje

nadaljevanje

Področja značilnosti	Značilna stališča ali obnašanja podjetniškega posameznika
Poslovodstvo, sposobnost izgrajevanja dobrega tima in ustvarjalnega okolja v podjetju, osebnostna integriteta, zanesljivost ter etičnost	Sam začenja posle, pozna tehnologijo in trg, ima močno težnjo po kontroli brez diktatorstva, je celovita in zanesljiva oseba, potrpežljiv, zna voditi kolege, jih navdušiti in vdihniti svojo razvojno vizijo, zna oblikovati skupine, išče povratne informacije in omogoča napredek drugim, je pošten, verjame vase, je zadovoljen sam s seboj in ima izkušnje.

Vir: Navedeno v J. Žnidaršič, Razvijanje podjetnih lastnosti ljudi v izobraževalnem sistemu, 2003, str. 29.

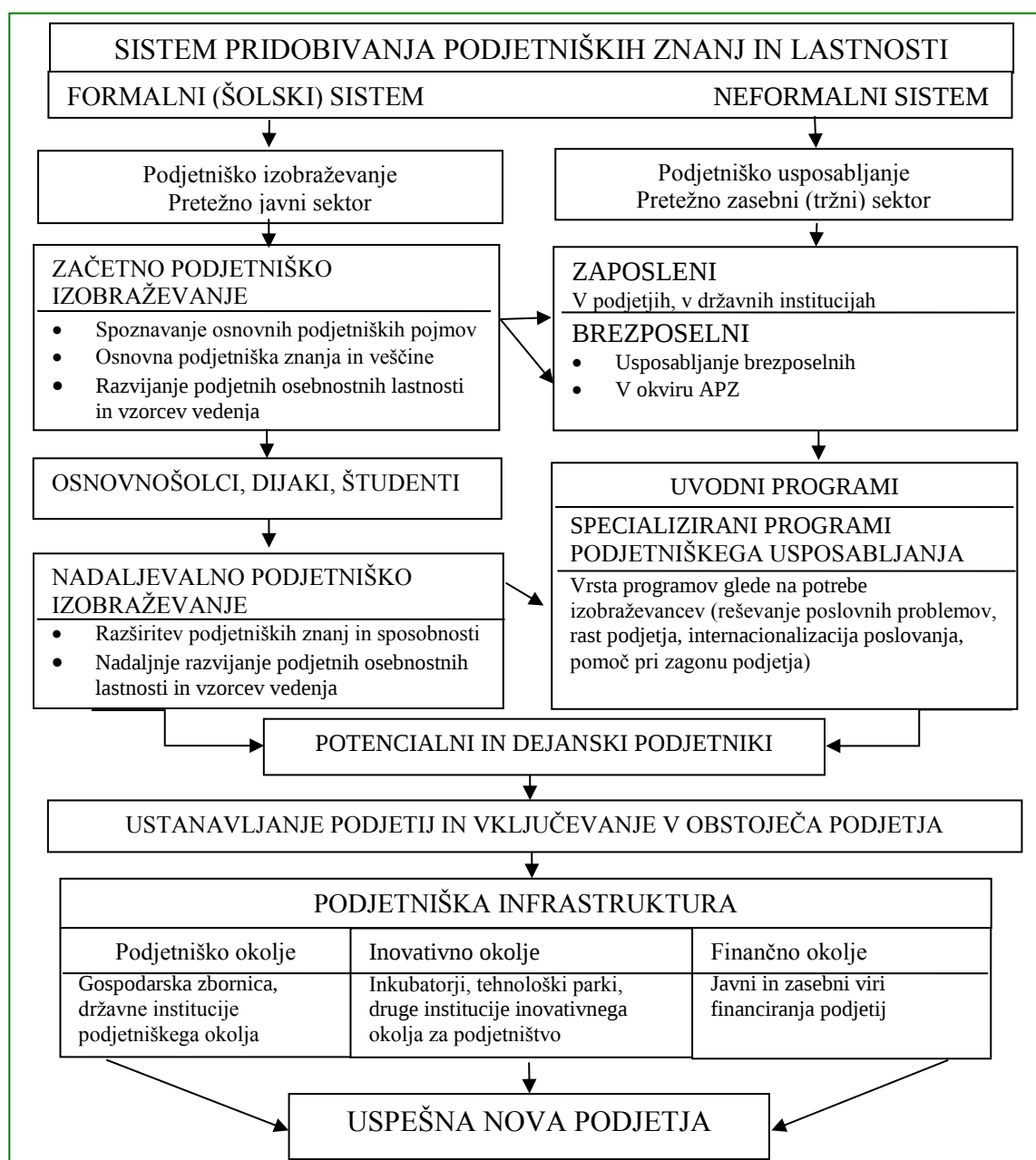
Podjetniško izobraževanje pomembno prispeva k razvoju podjetniške kulture, saj močno prispeva k oblikovanju dejavnikov, ki spodbujajo podjetniško aktivnost, najbolj pa pripomore k razvoju osebnostnih lastnosti, podjetnega razmišljanja in podjetniškega vedenja (Žnidaršič, 2003, str. 17). Podjetniški programi pa udeležencem omogočajo orodja za ustvarjalno razmišljanje, učinkovito reševanje problemov, spodbujajo komunikativnost, mreženje in vodstvene sposobnosti, skratka podjetniške lastnosti, pri čemer se za programe podjetniškega izobraževanja predpostavlja, da vključujejo vsaj enega od spodnjih elementov (European Commission, 2012, str. 44):

- spodbujajo tista osebna vedenja in spretnosti, ki tvorijo temelje podjetniške miselnosti in podjetniškega vedenja (npr. ustvarjalnost, nagnjenost k prevzemanju tveganja, samozavestnost in neodvisnost);
- ozaveščajo udeležence podjetniškega izobraževanja o možnosti samozaposlovanja in o podjetništvu kot možnosti poklicne izbire;
- uporabljajo praktične metode poučevanja, kjer so udeleženci vključeni v projektno delo in/ali aktivnosti zunaj prostorov učilnice (s čimer se udeležence povezuje s poslovnim okoljem ali z lokalno skupnostjo);
- zagotavljajo osnovne poslovne spretnosti za samozaposlitev in znanje o ustanovitvi in uspešnem razvijanju podjetja tako na področju klasičnega podjetništva kot na področju socialnega podjetništva.

Van der Kuip in Verheul (2003, str. 11) menita, da je z vidika poučevanja podjetništva podjetniške lastnosti treba opredeliti. Raziskovalci namreč potrebujejo oprijemljivo definicijo podjetništva in podjetniških lastnosti kot začetno točko oblikovanja programa (izbira vsebine in ciljev) podjetniškega izobraževanja. Opredelitev podjetništva kot nabora lastnosti namreč omogoča razpravo o načinu razvijanja teh lastnosti v (podjetniškem) izobraževalnem sistemu.

Žnidaršič (2003, str. 37) meni, da je osnovna shema sistema podjetniškega izobraževanja podobna po vsem svetu. Podjetniške izobraževalne programe omogočajo potencialnim, prihodnjim in tudi dejanskim podjetnikom izobraževalne organizacije, ki so vključene v formalni sistem izobraževanja, tržno in ne tržno naravnane institucije oziroma organizacije (kot je Združenje YES) pa predvsem programe podjetniškega usposabljanja, ki formalno podjetniško izobraževanje dopolnjujejo. To prikazujem v spodnji Sliki 4, ki prikazuje sistem pridobivanja podjetniških znanj in lastnosti.

Slika 4: Sistem pridobivanja podjetniških znanj in lastnosti



Vir: J. Žnidaršič, *Razvijanje podjetnih lastnosti ljudi v izobraževalnem sistemu*, 2003, str. 38; Štajerski tehnološki park d.o.o., *Podporno okolje za podjetništvo v Sloveniji*, 2009.

Iz zgornje Slike 4 lahko še razberemo, da sistem pridobivanja podjetniških znanj in lastnosti omogoča različne tipe programov podjetniškega izobraževanja (začetno in nadaljevalno podjetniško izobraževanje ter specializirani programi podjetniškega usposabljanja) za različne tipe udeležencev, kot je šolska mladina, zaposleni in brezposelni. Prav ti različni profili udeležencev podjetniškega izobraževanja so razlog za neenotnost programov podjetniškega izobraževanja – vsebina in cilji programa, ki so primerni za en profil udeležencev, ni nujno, da ustrezajo drugemu profilu.

2.3 Cilji in vsebina podjetniškega izobraževanja

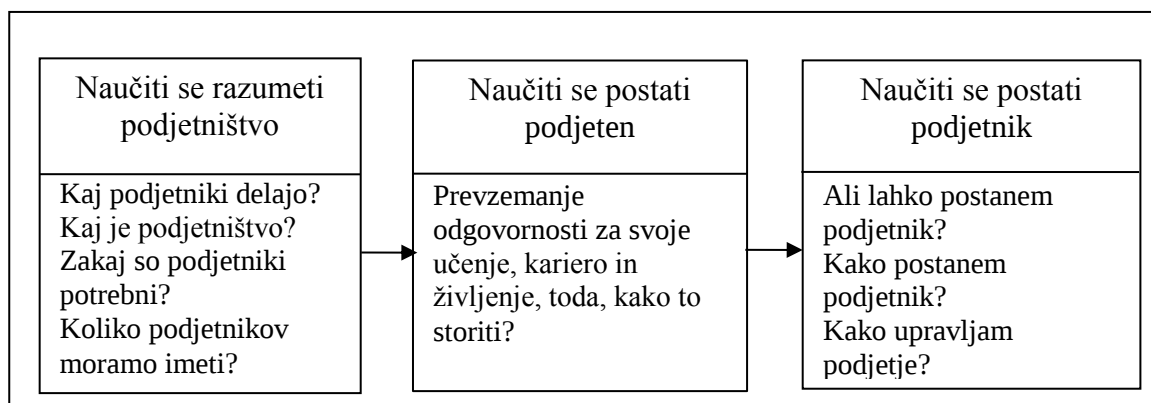
2.3.1 Cilji podjetniškega izobraževanja

Podjetniško izobraževanje se je v zadnjih desetletjih razširilo hitro in v velikem obsegu. Različni programi podjetniškega izobraževanja se izvajajo na univerzah, srednjih šolah in v določeni meri tudi v osnovnih šolah. Zunaj formalnega izobraževalnega sistema se izvajajo raznovrstni tečaji in programi podjetništva za specifične segmente prebivalstva, kot so manjšine in brezposelni. Ob upoštevanju tega obsežnega razvoja in številčnosti samih programov bi pričakovali, da so teoretični temelji področja podjetniškega izobraževanja dobro in jasno izoblikovani. Da to ne drži, sem v določeni meri prikazal v podpoglavju o definiciji podjetniškega izobraževanja. Zdi pa se, da je to logična posledica neenotnosti raziskovalcev glede definicije podjetništva in samega podjetnika. Odsotnost enotno sprejete definicije področja namreč lahko povzroča velike probleme pri izbiri metod poučevanja podjetništva in ciljev podjetniških programov ter raznolikosti samih programov podjetniškega izobraževanja. Poleg tega pa se lahko zaplete pri izvajanju raziskav in študij področja podjetniškega izobraževanja, saj lahko te privedejo do različnih ali celo nasprotnih rezultatov, kar je slabo za razvoj samega področja (Liñán, 2004, str. 1).

Cone (2008, v Pardo, 2013) zato meni, da je področje podjetniškega izobraževanja še vedno v začetni fazi razvoja. Brush, Manolova in Edelman (2008) trdijo, da je tematika o vsebini in ciljih podjetniških programov pod nenehnim drobnogledom raziskovalcev tega področja.

Vprašanja ciljev in vsebine podjetniškega izobraževanja sta seveda bistvenega pomena za njegovo izvajanje. Hytti in O’Gorman (2004, str. 13) trdita, da je možno razlikovati med tremi glavnimi sklopi ciljev programov podjetniškega izobraževanja, pri čemer programi podjetniškega izobraževanja običajno vsebujejo eno izmed kombinacij teh treh ciljev, ki jih prikazujem v spodnji Sliki 5.

Slika 5: Glavni cilji programov podjetniškega izobraževanja in njihova medsebojna povezanost



Vir: A.A. Gibb, Can we Build Effective Entrepreneurship Through Management Development, 1999.

Prvi izmed teh ciljev se nanaša na povečevanje razumevanja, kaj podjetništvo sploh je (Jack & Anderson, 1998; Chen, Greene, & Crick, 1998). Za ta sklop ciljev so značilne različne aktivnosti širjenja informacij in ozaveščanja o podjetništvu in o potencialu podjetništva kot možni karieri. Te aktivnosti (npr. kampanje v medijih in/ali predavanja za osnovno- in srednješolce, študente in različni dogodki na temo podjetništva) ciljajo na posameznike, ki se zanimajo za podjetništvo in tudi na splošno populacijo (Hytti & O’Gorman, 2004, str. 13). Nekateri avtorji (Oakey, Mukhtar, & Kipling, 1998; Vesalainen, Pihkala, & Jokinen, 1999) trdijo, da se tako posameznike na najboljši način pripravi na zahteve kariere v podjetništvu. Posameznikova nagnjenost za zasledovanje alternativnih možnosti za zaposlitev je namreč v veliki meri odvisna od njegove zavesti o teh alternativnih možnostih – da bi posameznik postal podjetnik, mora najprej vedeti za to možnost in imeti na voljo o tem dovolj informacij.

Drugi cilj poučevanja podjetništva se nanaša na prenos podjetniškega pristopa k potencialni delovni sili. To skupino ljudi predstavljajo posamezniki, ki ne nameravajo ustanoviti lastnega podjetja, ampak so zadovoljni z zaposlitvijo in delom za druge (Hytti & O’Gorman, 2004, str. 13). Doseganje tega cilja je pomembno npr. z vidika nenehne inovativnosti (npr. v smislu procesov, proizvodov, storitev, administrativnih navad in struktur) in z vidika učinkovite konkurenčnosti na trgih. Ti dve veščini sta namreč med najpomembnejšimi, s katerimi lahko vplivamo na uspešnost podjetij v sodobnem globalnem gospodarstvu. Dandanes se večina podjetij zaveda pomembnosti izvajanja podjetniških aktivnosti znotraj lastnih organizacij (t.i. notranje podjetništvo) (Hatak, 2011, str. 10). Zahra (1991, str. 262) trdi, da notranje podjetništvo zajema formalne ali neformalne aktivnosti znotraj obstoječih podjetij, ki so usmerjene v ustvarjanje novih podjetij in lahko potekajo na nivoju podjetja, poslovnih enot, delovnih mest ali projektov. Ključni cilj pa je izboljšanje konkurenčnosti in poslovnega uspeha podjetja.

Zadnji cilj poučevanja podjetništva pa je pripraviti posameznike na prihodnjo kariero v podjetništvu. To pomeni krepitev podjetniških sposobnosti, znanj in vedenj, ki so pomembni dejavniki uspešnosti podjetnikov. Vsak posameznik ima možnost začeti kariero podjetnika, ni pa nujno, da je vsak podjetnik uspešen. Pomembno je namreč imeti nekatere lastnosti, znanja in vedenja, ki so osnova za uspešno kariero (Hatak, 2011, str. 11). Tiste najpomembnejše sem že zajel v enem izmed zgornjih podpoglavij. Kao (1991) meni, da so to popolna predanost cilju, želja po dosežku in rasti, prevzemanje pobude in odgovornosti, usmerjenost v priložnosti in cilje in vztrajnost pri reševanju problemov, če naštejemo le nekatere. Poleg teh pa mora podjetnik obvladovati tudi bolj specifične spretnosti, kot je ustanovitev in upravljanje podjetja, če želi biti uspešen (Hatak, 2011, str. 11).

Do podobne kategorizacije ciljev podjetniškega izobraževanja je predhodno prišel tudi Jamieson (1984), ki je cilje podjetniškega izobraževanja razvrstil na:

- izobraževanje o podjetju (zajema npr. širjenje zavedanja o podjetništvu);
- izobraževanje za podjetje (npr. priprava ambicioznih podjetnikov za ustanovitev podjetja);
- izobraževanje »v« podjetju (npr. usposabljanje za rast in razvoj obstoječih podjetnikov).

Alberti, Sciascia in Poli (2004, str. 8) menijo, da večina podjetniških programov zasleduje različne cilje, ki so lahko specifični in takoj merljivi (npr. znanje udeležencev), lahko pa so bolj splošni in zapleteni (npr. uspešnost in zadovoljstvo s kariero podjetništva). Isti avtorji (Alberti et al., 2004, str. 8) so povzeli ugotovitve nekaterih svojih predhodnikov (Curran & Stanworth, 1989; Block & Stumpf, 1992; Garavan & O'Cinneide, 1994) in navedli najpogostejše navedene cilje podjetniškega izobraževanja:

- pridobivanje znanja za podjetništvo

Ta cilj se nanaša na pridobivanje znanj, konceptov in tehnik o specifičnem področju. Zajemajo vsebine kot so znanje o alternativnih načinih prepoznavanja podjetniških priložnosti, teoretični okviri za določitev sredstev in omejitev ter značilnosti zagonskih podjetij.

- pridobivanje spretnosti pri uporabi različnih tehnik pri analizi poslovnih situacij in sintezi akcijskih načrtov

Pri tem cilju gre za pridobivanje zgoraj omenjenih znanj in spretnosti ter spodbujanje sposobnosti analiziranja in sinteze v računovodstvu, financ, trženja in splošnega upravljanja na celovit način. Npr. razvoj poslovnega načrta za novo podjetje zahteva povezanost/integracijo funkcionalnih znanj in sposobnosti (na enem mestu).

- prepoznavanje in spodbujanje podjetniškega zanosa, talenta in spretnosti

Gre za povečanje ozaveščenost posameznikov glede novih možnosti kariere. Pri tem pa jih tudi spodbujati v razvoju te zavesti o njihovih podjetniških interesih, sposobnosti in zmožnosti.

- razveljaviti pristranskost pri sprejemanju tveganja mnogih analitičnih tehnik

Cilj nekaterih podjetniških programov je razveljaviti analitično pristranskost in poiskati analitično prave rešitve. To pomeni, da je treba podjetnike izobraziti o upravljanju tveganj in zmanjševati pristranskost strahu pred tveganjem. Ta cilj se na ta način odmika od tradicionalnega poučevanja o poslovanju, ki vsebuje pristranskost kvantitativnih analiz in poudarja odlaganje ukrepanja/ukrepov, dokler niso znani vsi potrebni podatki za to.

- razviti empatijo in podporo edinstvenimi vidikom podjetništva

Ta cilj se nanaša na željo in/ali potrebo nekaterih posameznikov po spoznavanju in razumevanju konceptov, povezanih s podjetništvom brez nekega posebnega pomena za njihovo posebno uporabo. Podobnost tega cilja je enaka situaciji, ko posamezniki obiskujejo predavanja ali tečaje zunaj glavnega področja študija.

- popraviti odnos do sprememb

Cilj je izobraziti ljudi o spodbujanju svojih podrejenih za inovacije. To pomeni, da je potrebnega več čustvenega učenja in manj kognitivnega.

- spodbuditi ustanavljanje novih podjetij in drugih podjetniških podvigov

Ta cilj neposredno spodbuja ustvarjanje novih podjetij, samozaposlovanja in podjetniško usmerjene kariere.

- spodbujanje »elementa čustvene socializacije«

Cilj se nanaša na vcepljanje vedenj, vrednot, psihološkega razmišljanja in strategij, potrebnih za podjetništvo. Curran in Stanworth (1989) menita, da proces poklicne socializacije ambicioznih podjetnikov odraža zahteve podjetništva do posameznikov. To vključuje globoko pozornost pri poučevanju teh ambicioznih podjetnikov glede psiholoških zahtev podjetništva. Posamezniki, ki so ali pa imajo željo postati podjetniki, bodo bolj nagnjeni k ciljem, ki so osredotočeni na pridobivanje znanja o podjetništvu in/ali pridobivanje s tem povezanih podjetniških veščin. Po drugi strani pa so posamezniki s »samo« podjetniškim duhom bolj nagnjeni k ciljem, ki se osredotočajo na razvijanje spretnosti, spreminjanje vedenj in razvijanje podjetniške empatije.

Fiet (2001) meni, da je glavni namen podjetniškega izobraževanja vplivati na podjetniške kompetence, ki jih lahko razumemo kot kombinacije različnih veščin, znanj in vedenj.

2.3.2 Vsebina podjetniškega izobraževanja

Raznolikost ciljev je razumljiva tudi zaradi same raznolikosti oziroma heterogenosti udeležencev podjetniškega izobraževanja. Vanj se namreč vključujejo posamezniki različnega profila (z razlikami v osebnostnih lastnostih, znanju, veščinah vedenju, splošni izobrazbi, demografskih značilnosti), zato je razumljivo, da obstaja veliko število različnih programov podjetniškega izobraževanja, ki lahko zasledujejo različne cilje. Pri tem pa se lahko podjetniški programi razlikujejo tudi po vsebini oziroma kurikulumu poučevane vsebine, ki variira glede na cilje programov, ki jih izvajalci želijo doseči.

Vsebina programov podjetniškega izobraževanja (tako »pravega« podjetniškega izobraževanja kot programov usposabljanja) je namreč odvisna od izvajalčevih preferenc do definicije in obsega podjetništva. Nekateri programi tako poudarjajo praktično uporabo podjetništva, nekateri pa raje poudarjajo vprašanja načrtovanja (Garavan & O'Cinneide, 1994, str. 5). Kljub čedalje večjemu številu programov podjetniškega izobraževanja tudi na univerzitetnem nivoju po celem svetu pa med univerzami in strokovnjaki še vedno ni enotnega soglasja glede vsebin podjetniških predmetov, saj večina ponuja različne vsebine le-teh (Kuratko 2005; Schramm, 2006; Solomon, Duffy & Tarabishy, 2002).

Hills (1988) opaza, da ima vsaka institucija, ki ponuja podjetniško izobraževanje, samosvoj pristop do oblikovanja kurikuluma (učnega načrta) podjetniškega programa, kar je privedlo do širokega obsega kurikuluma podjetniških programov. Kot sta v svoji študiji ugotovila Bécharde in Toulouse (1998), je vsebino programov podjetniškega izobraževanja mogoče oblikovati s 4 različnih vidikov:

- vidik izobraževalcev (kurikulum je oblikovan na podlagi strokovnega znanja izobraževalca);
- vidik potreb in zahtev udeležencev programa (pri oblikovanju kurikuluma se upoštevajo učne zahteve vsakega posameznika);
- vidik oblikovalcev podjetniškega programa (upoštevanje ključnih ciljev poučevanja kot izhodišče podjetniškega kurikuluma);
- vidik vpliva ocenjevalcev programa (ocenjevalcem programa omogoča prilagajanje vsebine programa glede na vnaprej določena merila kakovosti in uspešnosti programa).

Kljub temu pa Bécharde in Toulouse (1998) menita, da ni mogoče določiti enega samega najboljšega vidika oblikovanja podjetniškega programa. Gartner in Vesper (1994) dodajata, da je programe podjetniškega izobraževanja treba strukturirati glede na različne veščine, ki so potrebne v posamezni fazi rasti podjetja, saj se veščine in znanja, potrebna za

razumevanje ustanovitve novega podjetja, razlikujejo od veščin in znanj, potrebnih za razumevanje upravljanja obstoječega podjetja.

Dodaten vidik razlikovanja vsebine podjetniških programov ponazarja Gibb (1993), ki razlikuje poudarek na učenju v poslovnih šolah od poudarka na učenju v programih podjetniškega izobraževanja. Gibb (1993) še dodaja, da nekateri podjetniški programi uporabljajo kurikulume, prirejene za poslovne šole, kar pa ni najbolj uporabno v podjetniških situacijah. Čeprav v literaturi nekateri avtorji opozarjajo na raznolikost v potrebah podjetniškega izobraževanja in poslovnih šolah, pa Zeithaml in Rice (1987) opozarjata, da čeprav se programi podjetništva in programi izobraževanja za upravljanje MSP razlikujejo (npr. v vsebini kurikulumu in poučevalnem pristopu), sta izraza med seboj zelo tesno povezana celo do te mere, da je skoraj nemogoče preučevati enega brez upoštevanja drugega. Fregetto in Fry (2002, str. 11) sta prišla do zaključka, da se vsebini kurikulumu programov podjetništva in programov upravljanja podjetij do določene mere prekrivata, pri čemer obstaja široko področje nejasnosti glede obsega skupnih tem, glede katerega pa akademske in profesionalne izkušnje ne ponujajo zadostnega usmerjanja.

Vesper and McMullan (1988, str. 9) pa poudarjata dve ključni razliki med programi za upravljanje podjetij in podjetniškimi programi:

- sposobnost hitrejšega odkrivanja in izkoriščanja poslovnih priložnosti;
- sposobnost projiciranja obsežnejšega zaporedja ukrepov za ustanovitev podjetja.

S tem se strinja tudi Ronstadt (1987, str. 45), ki poudarja razlikovanje podjetniškega usposabljanja od izobraževanja za upravljanje podjetij zaradi pomembnosti časa za zagon podjetja, ker ta neposredno vpliva na prepoznavanje priložnosti, raziskave in razvoj tako pred kot tudi po začetku ustanovitve podjetja.

Podjetniški programi torej poudarjajo elemente zagonskih podjetij, kot so razvoj novih organizacij, novih produktov in novih trgov, medtem ko programi upravljanja podjetij poudarjajo potrebno znanje in veščine za vodenje obstoječega podjetja (Lee & Wong, 2005, str. 10). Solomon (2007, str. 873) je izpostavil nekaj najpogostejših elementov podjetniških programov, kot so pisanje načrta podjetja, študije primerov, predavanja gostujočih predavateljev in akademikov. Tipični elementi programov za upravljanje podjetij pa zajemajo delo v razredu, preizkusi in izpeljava obsežnega projekta (npr. razvoj poslovnega načrta), delo na zagonskih podjetjih udeležencev, konzultacije z ustaljenimi podjetniki, računalniške simulacije in simulacije vedenja ter druge aktivnosti (intervjuji z ustaljenimi podjetniki, realni primeri iz prakse in uporaba videoposnetkov ter filmov) (Solomon, 2007, str. 873).

Mwasalwiba (2010, str. 29) pa je v svoji študiji pregledal večje število različnih podjetniških programov in povzel nekatere najpogostejše vsebine tipičnega podjetniškega programa:

- upravljanje z viri in financami;
- trženje in prodaja;
- generacija idej in odkrivanje priložnosti;
- poslovno načrtovanje;
- upravljanje rasti;
- organizacija in »tim building«;
- vzpostavitev novega podjetja;
- upravljanje MSP;
- tveganje in racionalnost.

Navkljub občutnemu povečanju števila programov podjetniškega izobraževanja in raziskav ter študij na to temo pa še vedno ni enotno sprejetega kurikulumu podjetniških programov. Mnogo programov je tudi takih, ki se razvijajo na osnovi poskusov in napak ter na podlagi povratnih informacij udeležencev programov (Lee & Wong, 2005, str. 14). Na podoben način se razvija tudi program YES Start, ki ga obravnavam v nalogi in podrobneje predstavljam v naslednjem poglavju.

3 PROGRAM YES START

3.1 Umestitev programa YES Start

Program YES Start je program izobraževanja o podjetništvu, ki ga izvaja Združenje YES v sodelovanju z Ekonomsko fakulteto, Tehnološkim parkom Ljubljana in ZRSZ. Vanj so lahko vključene brezposelne osebe s podjetniško idejo, z željo po uresničitvi lastnega potenciala in generiranju nove dodane vrednosti. Program je zasnovan kot vodenje skupine ljudi skozi podjetniške delavnice, kjer se jim predstavijo osnovni mehanizmi za samostojno podjetniško pot. Skozi te delavnice bodo kandidati razvijali svojo podjetniško idejo ter nadgrajevali poslovni načrt (Poslanstvo, 2013).

O programu YES start sem se pogovarjal z vodjo programa Tilom Lajovcem, ki pravi, da je: »(...) glavni namen programa pomagati izbrani skupini brezposelnih oseb uresničiti svoj podjetniški potencial z ustanovitvijo lastnega podjetja. Na ta način želimo v Združenju YES s svojimi viri in znanjem pomagati izbrani skupini brezposelnih oseb uresničiti svoj podjetniški potencial z ustanovitvijo lastnega podjetja, obenem pa skušamo na tak način v času vseobsegajočega pesimizma prispevati svoj delež pri okrevanju gospodarstva s pomočjo kreiranja novih delovnih mest.«

Navkljub povezovanju z ZRSZ, programa YES Start ne moremo uvrstiti v Katalog ukrepov kot enega izmed ukrepov APZ Slovenije, saj kot Lajovic pravi, je bilo sodelovanje med ZRSZ in Združenjem YES: »(...) omejeno zgolj na obveščanje brezposelnih oseb, registriranih na ZRSZ, glede programa. Aktivnosti programa so po prvem stiku s potencialnimi udeleženci potekale neposredno z udeleženci samimi in brez nadaljnjih aktivnosti ZRSZ«.

3.2 Dosedanje izvajanje programa

Program YES Start se je sicer prvič izvajal v šolskem letu 2012/2013, in sicer je trajal od decembra 2012 do junija 2013. V pilotni izvedbi programa je bilo izbranih 36 izmed približno 500 prijavljenih kandidatov. V šolskem letu 2013/2014 je bilo v program vključenih 35 udeležencev od približno 400 kandidatov.

Lajovic pravi: » (...) za začetek programa se smatra uvodni motivacijski seminar, ki se ga udeleži cca. 400-500 posameznikov. Izmed teh jih nato približno dobra tretjina pošlje svojo poslovno idejo, CV in motivacijsko pismo in med temi izberemo udeležence programa.«

V obeh letih je program YES Start najprej potekal v prostorih Ekonomske fakultete v Ljubljani, pozneje pa so izvajanje delavnic preselili v prostore Tehnološkega parka Ljubljana. V tem času so udeležencem na delavnicah predavali mnogi zunanji predavatelji, tako z akademske strani kot tudi s praktične strani, ko so o svojih izkušnjah predavali uspešni podjetniki. Udeleženci so sicer deležni dvoletnega programa; v prvem letu v obliki delavnic, mentorstev in pomoči za zagon novega podjetja, v drugem letu pa v obliki tematskih srečanj in podpore že ustanovljenim podjetjem udeležencev (Poslanstvo, 2013).

Združenje YES je na ta način ambicioznim podjetnikom posameznikom skušalo olajšati vstop v podjetništvo in skozi vključenost v program omogočiti razvoj lastne podjetniške mreže udeležencev, ki je bistvenega pomena za uspešen zagon in preživetje podjetja na trgu (Poslanstvo, 2013). Program je bil sicer v obeh letih omejen le na brezposelne iz ljubljanske regije, v prihodnjih letih pa naj bi se razširil na celotno Slovenijo (Program, 2013).

3.3 Cilji programa in ciljna skupina

Program YES Start je namenjen brezposelnim osebam s podjetniško idejo in z željo po uresničitvi lastnega potenciala in generiranju nove dodane vrednosti. Cilj programa je motivacija kandidatov k prepoznavanju lastnih sposobnosti in motivacija k uresničitvi njihove ideje, obenem pa posredovanje ustreznih orodij za njeno uspešno implementacijo. Končni cilj pa je ustanovitev dolgoročno uspešnih podjetij, ki se bodo znala samostojno pozicionirati na trgu in zaposlovati nove ljudi (Program, 2013).

3.4 Pogoji za vključitev in način vključevanja

O pogojih za vključitev v program YES Start Lajovic pravi, da: »Dokončna izoblikovanost poslovne ideje ni pogoj za vključitev, saj je za to dovolj že sama poslovna zamisel. Kvaliteta poslovne ideje je sicer eden izmed pogojev vključitve v program, ni pa najbolj ključen. Za YES je bilo namreč bistveno, da v program vključimo posameznika, ki ima pravi mindset, in sicer v smislu, da je pripravljen sprejemati podjetniško znanje in ga tudi deliti naprej«.

K temu pa Lajovic še dodaja, da so temeljni pogoji za vključitev: »(...) življenjepis, motivacijsko pismo in poslovna ideja, na podlagi katerih je izveden širši izbor. Pri tem ima motivacijsko pismo največjo težo, ki deluje kot nekakšen vmesni-povezovalni člen med življenjepisom in poslovno idejo. Na ta način smo v YES želeli preveriti, ali bodo potencialni udeleženci programa sposobni realizirati poslovno idejo, pri čemer je ključni faktor dejstvo, da se v program vključijo posamezniki, ki imajo neki potencial, in ki imajo motiv in željo po uspehu v podjetništvu.«

3.5 Izvajalci in izvajanje programa

Glede izbire predavateljev na delavnicah pa Lajovic pravi, da so jih: »(...) izbrali po različnih kriterijih. Najpomembnejši kriterij za izbiro predavatelja je bila vsebina, ki je morala sovpadati z zastavljenim konceptom programa. Predavatelje smo iskali med lastnimi člani, v svoji podjetniški mreži in tudi nekatere, ki bi bili zanimivi z vidika udeležencev zaradi svojih podjetniških izkušenj.«

Glede financiranja pa Lajovic dodaja, da Združenje YES: »(...) Za izvajanje programa črpa sredstva iz lastnih virov, pri izvedbi programa pa v partnerski vlogi sodelujeta še ljubljanska Ekonomska fakulteta in Tehnološki park Ljubljana d.o.o., ki Združenju YES nudita prostore za izvajanje delavnic.«

4 METODOLOGIJA IN RAZISKOVALNA VPRAŠANJA

4.1 Metodologija

Magistrska naloga temelji na raziskovanju učinkov programa podjetništva YES Start na brezposelne udeležence programa. Empirično raziskovalni del naloge je izveden s pomočjo kvantitativne in kvalitativne analize primarnih podatkov, pridobljenih po koncu programa YES Start s strani udeležencev, na podlagi pregleda literature in teoretičnih spoznanj o podjetništvu ter podjetniškem izobraževanju v predhodnih poglavjih magistrske naloge.

V raziskavo sem zajel posameznike prvih dveh generacij, torej 1. in 2. izvedbe programa, ki so se udeležili programa YES Start in obiskali večino, če ne vseh delavnic programa, ki so obsegala različne teme s področja podjetništva. Nekaj udeležencev je namreč zaradi različnih razlogov prekinilo sodelovanje v programu. Tako sem v raziskavo vključil skupno 47 udeležencev, in sicer iz 1. generacije 24 ter 23 iz 2. generacije. Te udeležence sem anketiral z vprašalnikom na zadnji delavnici programa, s čimer sem želel pridobiti njihova mnenja o učinkih programa po zaključku samega programa. Od teh 47 udeležencev sem zaradi različnih razlogov (odsotnost udeležencev na zadnjih delavnicah, neodzivnost na izpolnjevanje vprašalnika preko elektronske pošte) pridobil 31 izpolnjenih vprašalnikov, ki so temelj raziskovalnega dela magistrske naloge.

Izpolnjevanje vprašalnikov je sicer trajalo 20–30 minut, pri čemer so morali odgovoriti na skupno 29 vprašanj (Priloga 1). Več vprašanj je bilo odprtega tipa, saj sem želel pridobiti mnenja udeležencev o programu in čim več informacij glede učinkov programa. Zaprta vprašanja so se večinoma nanašala na demografske značilnosti udeležencev. Izvedba anketiranja je predstavljena v spodnji Tabeli 6.

Poleg anketiranja sem opravil tudi poglobljeni, polstrukturirani intervju z vodjo izvajanja programa Tilom Lajovcem, s čimer sem pridobil še njegov pogled na izvajanje programa podjetništva YES Start (Priloga 3).

Tabela 6: Izvedba anketiranja udeležencev programa YES Start

Statistična populacija	Sodelujoči v programu podjetništva YES Start
Vzorčna enota	• Udeleženci programa YES Start • Vodja izvajanja programa
Velikost vzorca	• 31 udeležencev programa • Vodja izvajanja programa
Odziv	• 66 % • 100 %
Raziskovalni instrument	• Vprašalnik oziroma pisna anketa • Intervju
Metoda zbiranja podatkov	• Izvedba vprašalnika po koncu ene izmed zadnjih delavnic in preko elektronske pošte takoj po končanem programu • Izvedba intervjuja

se nadaljuje

nadaljevanje

Statistična populacija	Sodelujoči v programu podjetništva YES Start
Metoda obdelave podatkov	• Obdelava podatkov v programih Excel in NVivo 10 ter interpretacija podatkov
Čas anketiranja	• V obeh izvedbah programa po koncu zadnje delavnice programa (pri 1. generaciji udeležencev junij 2013, pri 2. generaciji udeležencev junij 2014) • Oktober 2013; pred začetkom izvajanja programa 2. generacije
Trajanje anketiranja	• 20-30 minut za vsakega udeleženca • 1,5 h

Za analiziranje nestrukturiranih podatkov, ki sem jih dobil z vprašalniki v obliki ankete, sem uporabil kvalitativno metodo analize vsebine, ki je oblika analiziranja pisnih gradiv, in ki se sicer uporablja predvsem v kvalitativnem raziskovanju. Pred začetkom same vsebinske analize sem oblikoval seznam kategorij (kod), ki sem jih iskal v analiziranem besedilu in si nato med samim analiziranjem beležil, kolikokrat in na katerem mestu v besedilu se je določena kategorija pojavila (Vogrinc, 2008, str. 57–58). Za analizo pridobljenih podatkov primarnega značaja sem uporabil programa Microsoft Excel in NVivo 10 za kodiranje, razvrščanje in urejanje zbranih primarnih podatkov.

4.2 Raziskovalna vprašanja

Podjetništvo se v zadnjem času čedalje vse bolj uveljavlja kot pomemben dejavnik reševanja problema brezposelnosti predvsem zaradi njegovih pozitivnih učinkov na gospodarsko rast z ustvarjanjem novih podjetij, novih delovnih mest in odpiranjem novih trgov. To je povzročilo tudi večji poudarek na področju podjetniškega izobraževanja. Države namreč v želji po izboljšanju podjetniške kulture in oblikovanju bolj podjetniških gospodarstev namenjajo veliko sredstev za spodbujanje podjetništva. Med temi ukrepi je pomembno tudi spodbujanje in uveljavitev podjetniškega izobraževanja kot dejavnika, ki naj bi vplival na podjetniške namene, motivacijo za podjetništvo, podjetniške lastnosti in predvsem podjetniško miselnost med udeleženci tovrstnega izobraževanja. V ta namen sem se odločil preveriti spodnja vprašanja:

Raziskovalno vprašanje 1: Ali je sprememba podjetniških namenov udeležencev povezana z udeležbo le-teh v programu podjetniškega izobraževanja?

Podjetniški nameni so odločilni element izvajanja podjetniškega vedenja (Pribadi, 2005). Lahko jih opredelimo kot usmerjanje stanja duha in vodenje aktivnosti posameznikov k razvoju in izvajanju novih poslovnih konceptov (Bird, 1988). Na podjetniške namene posameznikov, ki so pogoj izvajanja določenega vedenja, vplivajo in jih oblikujejo različni

dejavniki, kot so potrebe, vrednote, želje, navade in prepričanja (Lee & Wong, 2004). Ajzen (1991) podjetniške namene opredeljuje kot nabor kognitivnih spremenljivk, Liñán in Chen (2006) pa k temu dodajata še situacijske dejavnike. Pretekle raziskave kažejo, da je podjetniško izobraževanje eno ključnih orodij za povečanje podjetniškega vedenja tako potencialnih kot nastajajočih podjetnikov.

Hkrati podjetniško izobraževanje pomembno vpliva na nagnjenost udeležencev podjetniškega izobraževanja k ustanovitvi lastnega podjetja (Do Paco, Ferreira, Raposo, Rodrigues, & Dinis, 2011) in povečuje udeleženčevo zanimanje za podjetništvo kot karierno izbiro (Wilson, Kickul, & Marlino, 2007).

Zgolj opazovanje ravni podjetniških namenov pa ni dovolj, da bi globlje razumeli, kako izobraževalni proces vpliva na odnos udeležencev do podjetništva (Stritar, 2006, str. 26). Pojem podjetniških namenov tako dodatno pojasnujem s spremenljivkami, kot so pozitivnost programa, podjetniška samozavest, pripravljenost na nadaljnje izzive na podjetniški poti in sprememba podjetniške miselnosti.

Raziskovalno vprašanje 2: Ali je sprememba motivacije udeležencev povezana z njihovo udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja?

Motivacija je zelo močna gonilna sila v podjetništvu, saj usmerja vedenje posameznika v doseganje ciljev in uresničevanje nagnjenj (Locke & Baum, 2007). Peltonen in Ruohotie (1992) motivacijo opisujeta kot stanje, ki ga poganjajo različni motivi, hkrati pa spodbuja posameznika, da deluje na določen način, kar namiguje na ciljno usmerjenost vedenja (Peltonen & Ruohotie, 1992; Sprinthall, Sprinthall, & Oja, 1994). Motivacija je lahko tudi sistemsko usmerjena, saj lahko proces povratnih informacij spodbudi ali zatire vedenje posameznikov, ki so zaradi tega primorani najti nov vir energije za svoje aktivnosti (Peltonen & Ruohotie, 1992).

Podjetniško izobraževanje igra učinkovito vlogo pri ozaveščanju pomembnosti podjetništva (Hill & Cinneide, 2001), spreminjanju vzorcev vedenja in posredovanju podjetniške motivacije (McVie, 2001, v Soleimanpour, Tohidlu, & Mehrabi Delshad, 2014; Rasheed, 2000) ter znanja (Leitch & Harrison, 2001).

Raziskovalno vprašanje 3: Ali je pridobitev specifičnih potrebnih in/ali manjkajočih podjetniških znanj in veščin udeležencev povezana z njihovo udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja?

Cilj podjetniškega izobraževanja je ljudi opremiti z znanjem, veščinami in vzorci vedenja za delovanje na podjetniški način (European Initiatives, 2014). Hkrati pa uresničiti podjetniški potencial pri ljudeh, ki potrebujejo pravo (podjetniško) miselnost, veščine in

znanje za ustvarjanje idej ter podjetniško pobudo za obnašanje na podjetniški način (Entrepreneurship in Education, 2014).

Raziskovalno vprašanje 4: Ali je razvoj in/ali razširitev podjetniške mreže udeležencev povezan z njihovo udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja?

Mreženje je eden izmed ključnih dejavnikov uspeha tako podjetij kot podjetnikov. Podjetnik iz svoje mreže črpa informacije, ki so potrebne za osnovno operativno poslovanje in nadaljnji razvoj podjetja. Mreženje vključuje vse medsebojne odnose in njihovo spreminjanje ter upošteva, da so tudi odnosi med organizacijami v bistvu odnosi med ljudmi. Mreže pa so pomembne tudi zaradi prepoznavanja poslovnih priložnosti, saj si prek njih pridobivamo vrsto informacij, stikov in nasvetov, ki podjetniku pomagajo prepoznavati in realizirati poslovne zamisli (Cvajdik, 2011, str. 68).

Osebnе mreže so pomembne še zlasti v samem procesu ustanavljanja in začetne rasti podjetja (Cvajdik, 2011, str. 69). Butler in Hansen (1991) sta potrdila pomembnost podjetnikovih mrež v izbiri poslovne priložnosti in procesu ustanavljanja podjetja, Brüderl in Preisdörfer (1998) pa pomen močnih vezi in moralne podpore družine v procesu ustanavljanja podjetja in začetne rasti.

Singh, Hills, Hybels in Lumpkin (1999) poudarjajo pomembnost velikosti podjetnikove mreže v procesu prepoznavanja poslovne priložnosti, saj podjetnik z večjo mrežo lažje dostopa do potrebnih informacij. Hkrati pa trdijo, da se podjetniki, ki so pripravljeni osebne mreže širiti izven ožjega kroga prijateljev in družinskih članov, soočijo z več zaznanimi priložnostmi, ki jih lahko uporabijo v novih podjetniških podvigih.

5 REZULTATI EMPIRIČNE RAZISKAVE

Magistrska naloga temelji na raziskovanju povezanosti udeležbe v programu podjetniškega izobraževanja YES Start s pridobitvijo različnih podjetniških spremenljivk. Temeljno raziskovalno vprašanje magistrske naloge se glasi: kakšni so učinki izobraževalnega podjetniškega programa na reševanje problema brezposelnosti?

Da bi lahko najbolje odgovoril na to vprašanje, sem skušal pridobiti čim več podatkov primarnega značaja. V ta namen sem oblikoval anketni vprašalnik in ga udeležencem programa predložil v izpolnjevanje. Vprašalnik je sestavljen deloma z vprašanji zaprtega večinoma pa z vprašanji odprtega tipa (Priloga 1), ki so pokrivala različne vidike (učinke) izvajanja programa podjetniškega izobraževanja YES Start na njegove udeležence. S temi podatki sem odgovarjal na postavljena raziskovalna vprašanja, in sicer ali je udeležba v programih podjetniškega izobraževanja povezana s spodbujanjem motivacije in podjetniških namenov udeležencev tovrstnih programov.

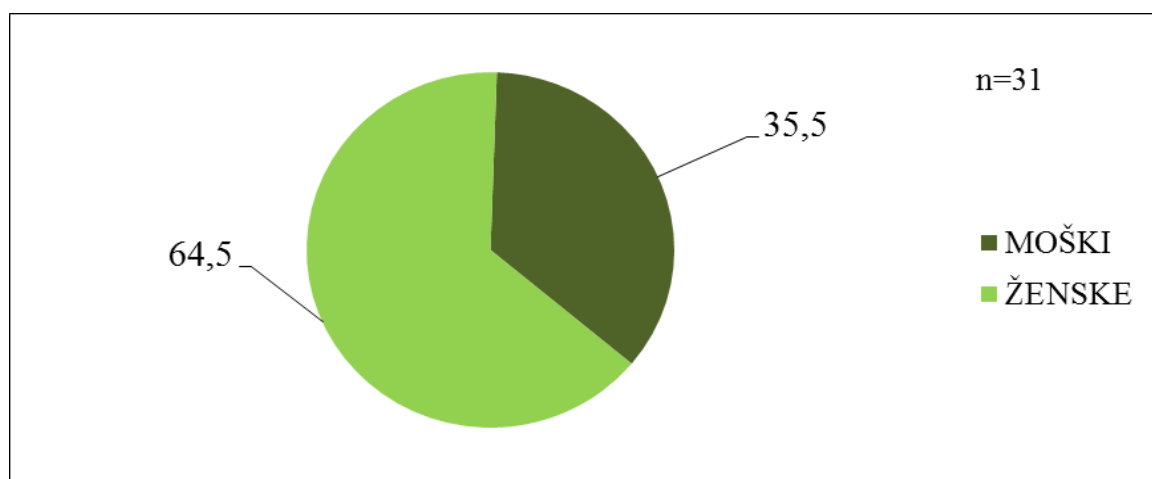
Rezultate, ki sem jih pridobil na podlagi izvedenega anketnega vprašalnika po zaključku programa YES Start, predstavljam grafično in z opisnimi statistikami v obliki komentarjev v okviru analize vsebine pridobljenih podatkov.

5.1 Demografske značilnosti udeležencev

V okviru demografskih značilnosti udeležencev programa YES me je najbolj zanimala njihova struktura po spolu in starosti ter pridobljena izobrazba po vključitvi v program.

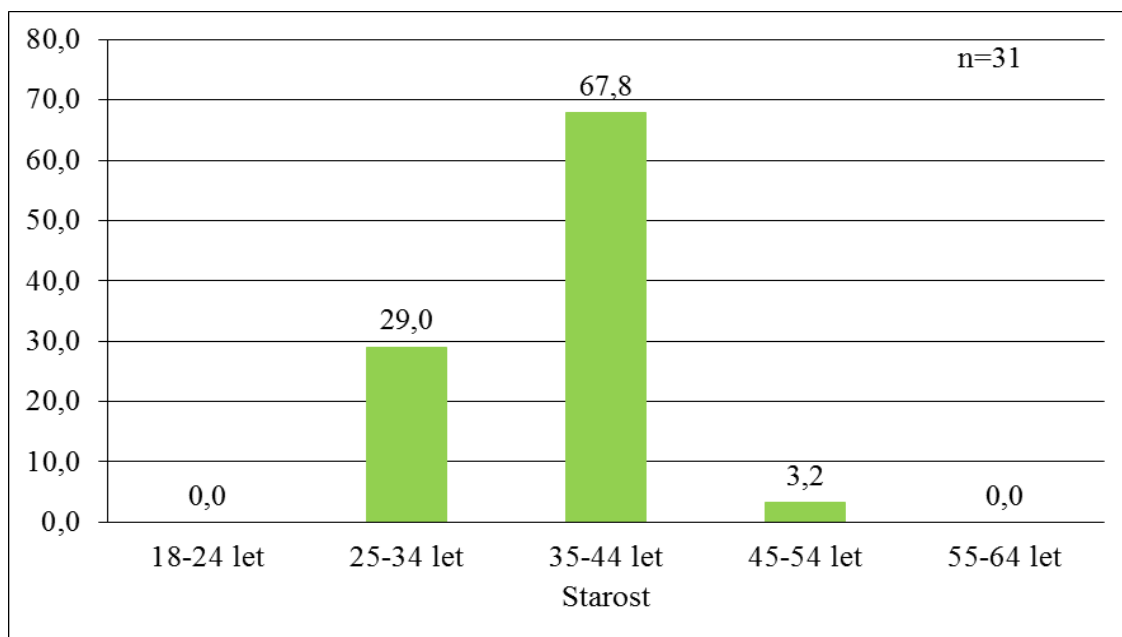
Spodnja Slika 6 razkriva, da se je na vprašalnik odzvalo 31 udeležencev programa YES Start. Od teh je bila dobra tretjina moških (11 udeležencev oziroma 35,5 %), preostali delež pa so predstavljale ženske (20 udeležencev oziroma 64,5 %).

Slika 6: Struktura udeležencev programa YES Start po spolu (v %)



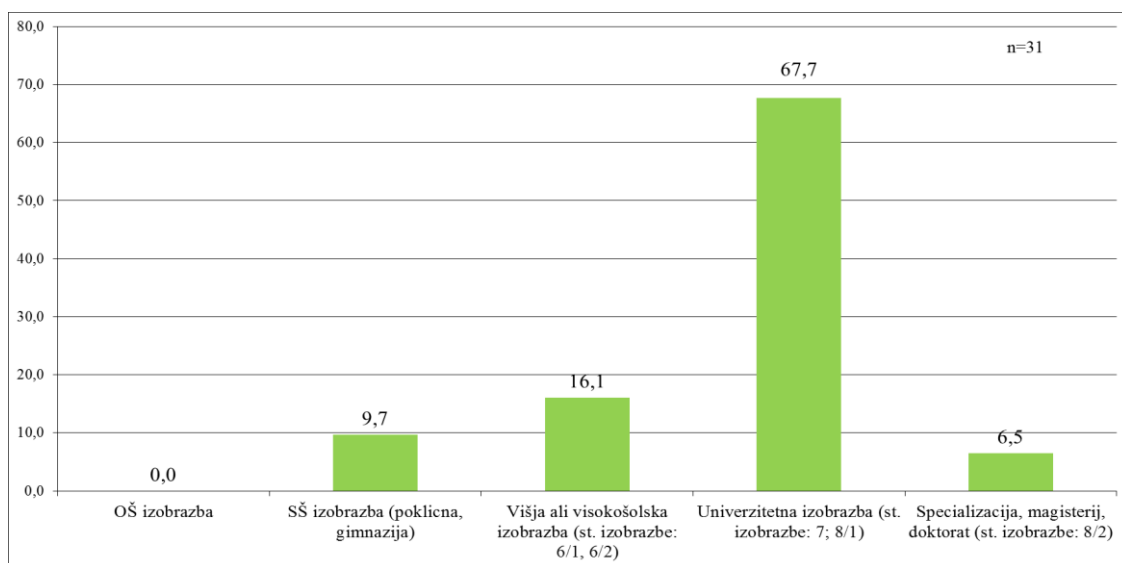
Pridobljene podatke o starosti anketiranih udeležencev sem uredil v smiselne starostne razrede, kot jih navajajo tudi Rebernik et al. (2014, str. 43) v raziskavi GEM, ki je ena najpomembnejših raziskav na področju podjetništva na svetu. Tako je iz spodnje Slike 7 razvidno, da največ, in sicer dobri dve tretjini (67,8 % oziroma 21), anketirancev prihaja iz starostnega razreda 35–44 let. Kot pravi Lajovic: »(...) je ta porazdelitev posledica predvsem tega, da je bila ciljna skupina za program v starosti do 40 let. To skupino smo preko zavoda tudi obveščali o programu, starejših pa ne. Nekateri starejši so za program izvedeli preko drugih virov, vendar jih zaradi tega nismo izključili, ampak smo tudi njim dali priložnost za vključitev«.

Slika 7: Struktura anketiranih udeležencev YES po starostnih skupinah (v %)



Spodnja Slika 8 razkriva, da med anketiranimi ni bilo nikogar z manj kot srednješolsko izobrazbo, medtem ko je v preučevanem vzorcu prisoten visok delež udeležencev z univerzitetno izobrazbo (stopnja izobrazbe 7 ali 8/1); takih je več kot dve tretjini (67,7 % oziroma 21). Lajovic pojasnjuje, da: »(...) ciljna skupina so bili predvsem visokošolsko izobraženi, univerzitetno izobraženi in dalje (6., 7. in 8. stopnja izobrazbe). V obveščanje smo vključili smo tudi srednješolsko izobražene, vendar samo gimnazijske maturante in tiste z ekonomsko šolo.«

Slika 8: Dokončana stopnja izobrazbe anketiranih udeležencev po vključitvi v program YES Start (v %)



5.2 Analiza učinkov programa podjetništva YES Start

5.2.1 Podjetniški nameni

Eden najbolj pričakovanih učinkov programa YES Start je povezanost udeležbe v programu s spodbujanjem podjetniških namenov udeležencev programa. Tako je v svojih odgovorih 12 udeležencev izrazilo neposredno povezanost udeležbe v programu s spodbujanjem njihovih podjetniških namenov, kar predstavlja 37,8 % vseh udeležencev.

Za eno izmed udeleženk je bila udeležba v programu YES Start ključnega pomena za nadaljevanje lastne podjetniške poti: »Brez YES Starta ne bi bila, kjer sem danes, ker ne bi verjela, da je možno. Največ kar mi je YES Start dal so mentorji, ki so nesebično delili nasvete, samozavest, in veliko novih kontaktov iz sveta podjetništva.«

Podobnega mnenja je tudi njena kolegica soudeleženka: »Moja podjetniška pot se je začela prav s programom YES. Mislim, da so delavnice bistveno pripomogle, da sva s partnerjem dejansko začela z uresničevanjem najine ideje, (...).«

Tretja je dodala: »Verjetno ne mine teden, da se ne bi vsaj kakšen dogodek navezal na nekaj kar smo slišali na predavanjih YES Start. Tako, da lahko rečem, da je trenutno Yes start program ena od glavnih podlag za moje podjetniško udejstvovanje.«

Eden od udeležencev pa je še pripomnil: »Čeprav sem imel s.p. že prej, pa bi se po udeležbi tečaja definitivno odločil za svoje podjetje. Predvsem so nam pokazali, da je treba imeti »jajca«, da je treba ven iz svoje lastne cone udobja in da je treba svojo idejo z veliko truda razvijati in negovati ter na koncu udejaniti!«

Na to temo pa je svoje misli dodal tudi vodja izvajanja programa YES Start Til Lajovic: »Iz prve generacije imamo ustanovljenih 16 podjetij, s tem, da so večinoma s.p., eden je že takoj ustavil d.o.o., ena udeleženka pa je najprej ustanovila s.p., potem pa še d.o.o. V drugi generaciji imamo 7 ali 8 s.p.-jev, 1 popoldanski s.p., 1 d.o.o. in 1 zavod, v obeh generacijah pa je 7 ljudi našlo (redno ali začasno) zaposlitev, za kar si predstavljam, da je deloma tudi posledica programa.«

»Nekaj udeležencev programa že dobro leto po ustanovitvi podjetja preko raznih oblik zaposlovanja in sodelovanja omogoča delo in zaslužek tudi novim zunanjim sodelavcem.«, je še dejal Lajovic.

Podjetniške namene dodatno opisujem še z nekaterimi spremenljivkami, kot je podjetniška miselnost, podjetniška samozavest, pripravljenost na podjetniško pot in pozitiven vpliv programa na udeležence.

5.2.1.1 Podjetniška miselnost

Udeležba v programu je lahko povezana tudi s pridobitvijo podjetniškega razmišljanja, ki udeležencem pomaga osvetliti razumevanja pojma podjetništva. Dobro razumevanje podjetništva pa je pogoj za uresničevanje podjetniških namenov. Tako je 23 od vseh 31 (74,2 %) anketiranih udeležencev pri vprašanju 18, ki se je glasilo: V kolikšni meri je program YES Start po vašem mnenju vplival na vaše sposobnosti iz spodnje tabele (obkrožite številko pri vsaki navedeni sposobnosti oz. kompetenci)?, izrazilo povezanost udeležbe v programu YES Start z izboljšanjem oziroma spremembo podjetniške miselnosti, kar grafično prikazujem v Sliki 9 nižje v besedilu pri preverjanju teze 3.

Poleg tega sem v odgovorih na preostala vprašanja še pri dodatno 14 oziroma 45,2 % anketiranih udeležencev zaznal izražanje določene mere spremembe miselnosti kot posledico udeležbe v programu YES Start.

Eden od udeležencev je dejal: »Predvsem ne vidim vsega več tako črno in »nemogoče«. Zdaj »se da«, zdaj vem, kam se obrniti, kaj lahko naredim in kako daleč lahko moja ideja seže. Veliko mej je padlo, tako v moji glavi, kot tudi pri poslovanju.«

Drugi je dodal, da je najpomembnejše, kar je pridobil z udeležbo v programu: »Podjetnost in podjetniški način razmišljanja oz. podjetniški mindset. Sedaj vem kaj želim narediti in zakaj.«

Ena udeleženka je pripomnila, da: »Mindset nasplošno je morda drugačen in to vpliva na vse odločitve po malo...«

Druga pa: »Želela sem pridobiti podjetniško miselnost, ki sem jo tudi osvojila.«

5.2.1.2 Podjetniška samozavest

Pomemben učinek programa je bila tudi pridobljena podjetniška samozavest udeležencev, zaradi katere bodo bolj pogumno in odločno stopali po načrtani podjetniški poti. Tako je 14 od 31 anketiranih udeležencev (45,2 %) po končanem programu YES Start v svojih odgovorih izrazilo povezanost udeležbe v programu in pridobivanje podjetniške samozavesti.

Ena udeleženka je izjavila: »Takoj po potrditvi uspešnosti ideje nameravamo ustanoviti podjetje. Zaradi udeležbe na Yes Start-u sem bolj samozavestna na področju podjetništva, pridobila sem veliko konkretnega znanja in vpogledov v izkušnje uveljavljenih podjetnikov ter bolje kot prej razumem svet podjetništva.«

Druga je pripomnila: »Dalo mi je samozavest, da to zmorem in da nisem tako majhna v podjetniškem smislu.«

Tretja pa je dodala: »Želja, vztrajnost, volja do dela. Program je predvsem okrepil mojo samozavest in s tem zgornje kompetence.«

Eden izmed udeležencev pa je dodal, da je podjetniška samozavest ena izmed največjih koristi, ki jih je odnesel iz udeležbe v programu: »(...) Samozavest (potrditev moje ideje, znanj, ki jih imam in nekaterih odločitev, ki so se izkazale za pravilne, so velikanski pospešek in motivacija!).«

Drugi pa je dodal, da ima po programu: »(...) večja samozavest, da podjetniška pot ni tak »Bav Bav«.«

5.2.1.3 Pripravljenost za nadaljevanje podjetniške poti

Od vseh 31 anketiranih udeležencev jih je po programu 21, kar predstavlja 67,8 % vseh udeležencev, izrazilo večjo pripravljenost na nadaljevanje podjetniške poti in izzivov, ki se jim postavljajo na tej poti. Največ tovrstnih komentarjev so udeleženci podali v odgovor na vprašanje 10, ki se glasi: Kako po zaključenem programu YES START ocenjujete vašo pripravljenost na nadaljnje izzive na vaši podjetniški poti?

Na to je ena udeleženka odgovorila: »Sem bolj pripravljena, saj pred programom nisem dovolj verjela v svoje sposobnosti, sedaj pa o njih ne dvomim več.«

Druga je izjavila: »Zdi se mi, da sem pripravljena na nadaljnje izzive na moji podjetniški poti.«

Tretja pa meni: »Sem izredno optimistična in trdno odločena da uresničim svoje cilje, tudi če se izkaže, da bo treba prvotno zamisel spreminjati ali prilagajati.«

Eden od udeležencev pa je še dodal, da je po programu zelo prepričan v uspeh na nadaljnji podjetniški poti, saj je izjavil: »Vsekakor sem bolje pripravljen in predvsem bolj sprejemljiv do izzivov, saj jih ne dojemam več le kot ovire.«

Nekateri pa so večjo oziroma boljšo pripravljenost izpostavili v odgovorih na druga vprašanja.

Eden od udeležencev odgovoril: »Možnosti za uresničitev so precej boljše, ker me je najbolj zanimal izziv trženja specifične vrste izdelkov za specifično in širšo ciljno skupino.«

Drugi pa je dodal, da ima po programu: »Boljše možnosti kot pred programom, ker sem pridobil pregled nad področji, ki so pomembna. (...).«

Ena od udeleženk pa je pripomnila: »Možnosti so boljše kot pred udeležbo. Izpostavila bi motivacijo, drugačni pogled na idejo in pristop pri uresničevanju.«

5.2.1.4 Pozitiven vpliv programa na udeležence

Od vseh 31 anketiranih udeležencev jih je 15 (48,4 %) izrazilo pozitiven vpliv programa bodisi je bila to pozitivna naravnost programa bodisi pozitivno vzdušje, kar je dodatno vplivalo na nagnjenost udeležencev k ustanovitvi podjetja.

Ena od udeleženk je dejala: »Absolutno pozitivno in dobro zastavljen program. Super predavatelji, ki so znali pritegniti vse, ki nas ekonomija in trženje ne zanimajo preveč, na zanimiv in nešolski način podajanja novih znanj. Bi absolutno priporočila vsem ki imajo željo po podjetniški poti.«

Druga pa je pripomnila, da je bilo zelo koristno, da: »(...) si v stiku s pozitivnimi ljudmi, imaš vedno nekoga ob sebi da ti pomaga pri padcih.«

Eden od udeležencev je izjavil: »(...) Če lahko kot kompetenco opredelim pozitivno naravnost je to tisto, kar mi najbolj koristi. Zavedanje, da ni težav, ampak samo izzivi.«

Drugi pa je dodal: »Zelo vzpodbudno in pozitivno. Z delavnicami sem dobila vpogled v to s kakšnimi problemi in izzivi se je dejansko treba spopasti in kako se tega lotiti, na kaj biti pozoren.«

Pri preverjanju **Raziskovalnega vprašanja 1**, ki se glasi: »Ali udeležba v programih izobraževanja podjetništva spodbuja podjetniške namene udeležencev, s čimer se povečujeta nagnjenost k podjetništvu?« sem ugotovil, da obstaja povezanost udeležbe v programih izobraževanja podjetništva in spodbujanja podjetniških namenov udeležencev.

5.2.2 Motivacija

Izmed vseh 31 udeležencev programa YES Start je po programu 22 udeležencev izrazilo posredno ali neposredno povezanost udeležbe v programu s povečanjem lastne motivacije za nadaljevanje podjetniške poti, kar predstavlja 70,9 % vseh anketiranih udeležencev. To potrjujejo tudi nekateri izpostavljeni spodnji odgovori posameznih udeležencev.

Eden od udeležencev je izpostavil: »Prelomni dogodek je bil, ko sem imel priložnost predstaviti svoj produkt pred kolegi. Pozitivni odzivi so mi dali dovolj zaleta, da sem nato

stopil do prvih potencialnih strank. Program je vplival predvsem s tem, da je odpiral priložnosti in nas motiviral, da smo jih zgrabili.« Isti udeleženec je še dodal: »(...) Na koncu, ko se ozrem opažam, da je bilo bistveno to da sem sedaj res motiviran (upam si).«

Na drugega udeleženca pa je motivacijsko delovalo že uvodno predstavitevno predavanje programa YES Start: »(...) najpomembnejši dogodek je bil predstavitev društva YES in njihovega programa na EF, ki mi je dal neko pozitivno energijo za dokončno odločitev o moji podjetniški poti.« Da je bila udeležba ključna, je še potrdil: »Menim, da je bila udeležba v programu YES ključna »pika na i«, da sem se dokončno odločil za samostojno podjetniško pot.«

Na drugega pa so močno vplivali: »Uspešni podjetniki, ki so s svojimi predavanji dobra motivacija.« Isti udeleženec je še dodal: »YES je dobra spodbuda za nadaljevanje podjetniške poti.«

Ena izmed udeleženk je še pripomnila: »Dobila sem motivacijo za ustanovitev podjetja, skozi delo dobim potrditev ali pomoč pri svojih vprašanjih in problemih.«

Druga pa je dejala: »Ideja je bila že skoz v meni, a sem potrebovala nekoga, ki mi je dal motivacijo.«

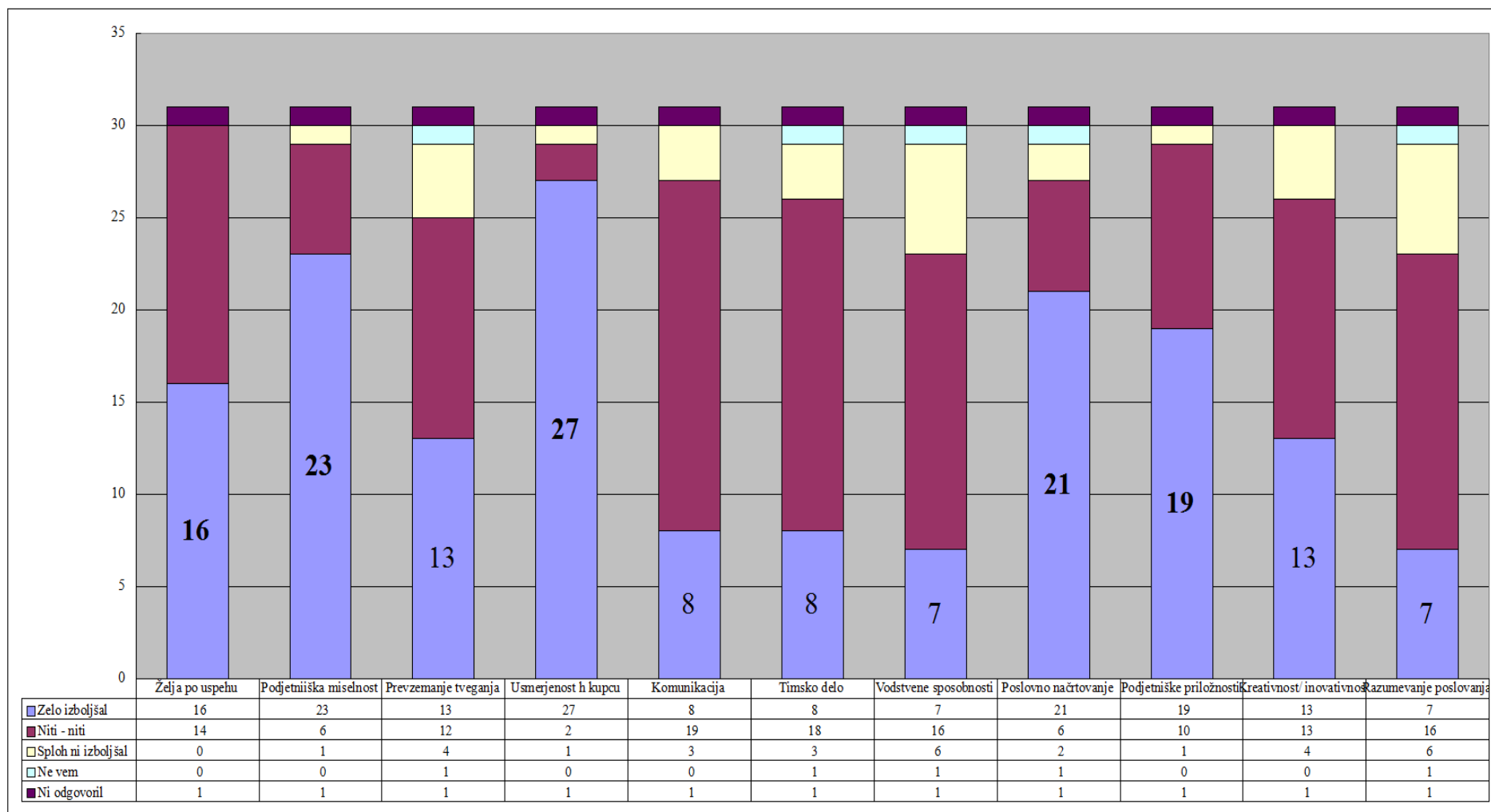
Pri preverjanju **Raziskovalnega vprašanja 2**, ki se glasi: »Ali je sprememba motivacije udeležencev povezana z njihovo udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja?«, sem ugotovil, da ta povezanost obstaja.

5.2.3 Znanje in veščine

Eden izmed najbolj pričakovanih učinkov programov podjetniškega izobraževanja je povezanost udeležbe v programu in pridobivanja podjetniških znanj ter veščin udeležencev. Izmed vseh 31 anketiranih udeležencev programa YES Start je po programu kar 30 udeležencev v svojih odgovorih izrazilo posredno ali neposredno povezanost udeležbe v programu in pridobitvijo različnih podjetniških znanj in veščin, kar predstavlja 96,8 % vseh anketiranih udeležencev. Zelo me je zanimalo, pridobitev katerih podjetniških znanj in veščin je najbolj povezana z udeležbo v programu YES Start. S tem namenom sem udeležencem postavil nekaj vprašanj, ki bi mi omogočala pridobiti to informacijo.

Med pregledom literature na temo podjetniških programov sem med drugim oblikoval izbor nekaterih najpogostejših podjetniških lastnosti, miselnosti, znanj in veščin, ki se jih največkrat povezuje z udeležbo v programih podjetniškega izobraževanja. Izbor sem v obliki tabele umestil v vprašanje 18, odgovore nanj pa predstavljam v spodnji Sliki 9.

Slika 9: 18. vprašanje: V kolikšni meri je program YES Start po vašem mnenju vplival na vaše znanja in veščine iz spodnje tabele?



Pridobivanje vseh miselnosti, lastnosti in podjetniških znanj in veščin (Priloga 1), zajetih v 18. vprašanju, lahko v takšni ali drugačni meri povežem z udeležbo v programu YES Start. Vendar menim, da je na tem mestu najbolj relevantno izpostaviti le tiste, kjer se je povezanost med udeležbo in pridobivanjem zgoraj omenjenih miselnosti, lastnosti in podjetniških znanj in veščin najbolj odražala oziroma na katera so udeleženci največkrat odgovorili z »zelo izboljšal«.

Iz zgornje Slike 9 je razvidno, da je program YES Start najbolj izboljšal znanje in razumevanje pomembnosti usmerjenosti k strankam (4. stolpec na Sliki 9), saj je kar 27 udeležencev od 31 odgovorilo, da so tekom programa zelo izboljšali razumevanje in pomembnost usmerjenosti h kupcem, kar predstavlja kar 87 % vseh anketiranih udeležencev.

Z odgovori na 18. vprašanje sem ugotovil, da je kar 23 od 31 (74,1 %) udeležencev po končanem programu izrazilo obstoj povezanosti med udeležbo v programu YES Start in pridobivanjem podjetnosti in podjetniškega načina razmišljanja (9. stolpec na Sliki 9). To izpostavljam tudi v odgovorih na vprašanje 8 nekoliko nižje v besedilu.

Podobno sem ugotovil obstoj povezanosti udeležbe v programu YES Start in razvoja sposobnosti poslovnega načrtovanja, kar je potrdilo 21 od vseh 31 udeležencev (67,8 %).

Hkrati sem ugotovil tudi obstoj povezanosti udeležbe v programu YES Start in sposobnosti prepoznavanja podjetniških priložnosti. Le-ta je zelo pomembna za podjetnike, saj jim omogoča nenehno »videnje« neizkoriščenih priložnosti, ki jih lahko bodisi dodajo med poslovne dejavnosti obstoječega podjetja bodisi na račun neizkoriščene priložnosti ustanovijo novo podjetje. Zgornjo ugotovitev je potrdilo 61,2 % udeležencev (19 od 31 anketiranih udeležencev).

Malo več kot polovica (51,5 %; 16 od 31 anketiranih udeležencev) pa je odgovorila, da je udeležba v programu zelo izboljšala njihovo željo po uspehu. Po mojem mnenju je to zelo pomemben podatek, saj je povečanje želje po uspehu tista, ki udeležence in podjetnike nasploh žene v realizacijo lastnih podjetniških idej in priložnosti, kar v končni fazi vodi v ustanovitev lastnih podjetij. To je tudi glavni cilj programa YES Start.

Le-ta je pomembno vplival še na sposobnosti prevzemanja tveganja udeležencev in njihovo sposobnost kreativnega reševanja problemov ter inovativnega razmišljanja, za katera 13 od 31 udeležencev (41,9 %) meni, da so se zelo izboljšala z udeleževanjem delavnic programa.

Ker me je zanimalo, katera druga znanja in veščine so udeleženci še pridobili z udeležbo v programu, sem jim v ta namen zastavil še nekaj vprašanj na to temo. Vprašanje 7 se je

glasilo: Katera so tista znanja/sposobnosti, ki ste jih želeli pridobiti ali nadgraditi preko programa YES START in v kolikšni meri vam je program to tudi omogočil?

Eden od udeležencev je povedal: »Zanimale so me informacije glede brandinga, pozicioniranja, spletnega poslovanja, finančne konstrukcije poslovnega načrta, kar sem v večji meri tudi pridobil.«

Drugi udeleženec je dodal: »Zelo sem izboljšal predstavitev svoje ideje. V pomoč so tudi predstavljena orodja (business model canvas, ipd.). (...) Najbolj se je spremenila moja miselna naravnost!«

»Yes je v veliki meri pokril vsa področja podjetništva in trženja, kar je bila prej zame popoln a neznanka. Mislim, da sem osebno prav na področju trženja pridobila največ konkretnih in uporabnih izkušenj, seveda pa tudi na vseh ostalih področjih.«

Za enega izmed udeležencev pa je bilo pomembno: »Lean start-up perspektiva razvoja »od ideje do posla« mi je omogočila uporabo tehnike za preverjanje ideje, javne predstavitve koncepta glede na ciljno publiko (uporabno znanje). Nova spoznanja o kulturi podjetništva v 21. stoletju.«

Z istim namenom sem prenos znanja na udeležence preverjal tudi z vprašanjem 8, ki se glasi: Katero znanje/veščine/izkušnje, pridobljeno z udeležbo v programu YES Start, vam bo po vašem mnenju najbolj koristilo pri nadaljnji podjetniški poti?

Med odgovori na to vprašanje se največkrat omenjajo pridobljeno znanje o blagovnih znamkah, spletni marketing in podjetniški način razmišljanja.

Na temo prvega je ena izmed udeleženk dejala: »Znanje o blagovnih znamkah, ki je bilo daleč najboljše predavanje (...).«

O spletnem marketingu in povezanem znanju je eden izmed udeležencev povedal: »Meni osebno se je zdelo najbolj konkretno uporabno kako izdelke tržiti-torej nasveti glede internetne strani, primeri, uporaba socialnih omrežij, (...).« Drugi pa je dodal: »Znanja s področja mrežnega marketinga, izkušnje tistih, ki jim je to že uspelo izkoristiti v posel.«

Za nekatere pa je bilo bolj pomembno prejeti informacije o podjetnosti in podjetniškem razmišljanju, kar sta konkretno poudarila 2 udeleženca. Prvi je na vprašanje odgovoril: »Podjetniški način razmišljanja (mindset)!«, drugi pa je dodal: »Splošni vpogled v podjetniško mišljenje in nastrojenost kot motivacija za vsakodnevno delo in lastni razvoj.«

Navkljub temu, da so bili udeleženci deležni istih vsebin na delavnicah, pa je zaradi nehomogenosti skupine udeležencev (razlike v podjetniških izkušnjah, predznanju, pripravljenosti, »nivoju podjetnosti«, potrebah in tudi demografskih značilnostih) logično pričakovati, da bodo udeleženci te vsebine tudi sprejemali na različne načine. S tem mislim predvsem to, da je eno znanje za nekoga nepomembno, ker ga že poseduje, medtem ko je za nekoga drugega zelo pomembno. To je razvidno iz odgovorov na vprašanje 19, ki se glasi: Naštete 3 najpomembnejše kompetence/sposobnosti in razložite, kako je program prispeval k razvoju le-teh! NI nujno, da so kompetence iz seznama v zgornji tabeli!

Eden od udeležencev je izpostavil: »Usmerjenost k strankam-naučili so me, da vedno glej na produkt/storitev iz oči kupca. Podjetniški način razmišljanja-morda, sem imel prej o podjetnikih nekoliko negativno mnenje, da samo izkoriščajo svoje stranke, sedaj vem, da temu zdaleč ni tako. Sposobnost ocenjevanja priložnosti-z pridobljenimi veščinami tekom delavnic znam mnogo bolje in lažje oceniti potencial posameznih priložnosti in se lažje odločati.«

Za drugega je bila pomembna: »Lastna predstavitev osebe izza poslovne ideje; osnove brandinga; osnove za učinkovitejšo spletno promocijo«.

Tretji pa je izjavil: »(...) Prevzemanje tveganja, Usmerjenost k strankam, Komunikacijske sposobnosti, Razvoj sposobnosti poslovnega načrtovanja, Sposobnost prepoznavanja podjetniških priložnosti, Podjetnost in podjetniški način razmišljanja, Razumevanje poslovanja in finančna znanja. Morate razumeti, da mi je bilo podjetniško razmišljanje pred programom povsem tuje, ker izhajam iz akademskega okolja in nimam praktičnega podjetniškega ozadja«.

Eden pa je izpostavil: »Internetno razmišljanje na predavanjih smo imeli slišati kar nekaj primerov uspešnih spletnih rešitev. To je meni zelo vplivalo na korekcije poslovnega načrta in širino razmišljanja. Razvoj blagovne znamke - zelo kreativna delavnica, ki strukturirano predstavi jedro in pozicijo blagovne znamke. To je bilo super, odnesel veliko«.

Zanimiv se mi zdi tudi odgovor ene izmed udeleženk, saj je ena redkih, ki je izpostavila sledeča znanja: »Vodstvena funkcija – koordinacija vseh sodelujočih na portalu in manageranje vsega. Razumevanje lastnega posla in kakšno je stanje v državi glede le-tega. Komunikaciji med poslovnimi partnerji in sodelujočimi na portalu. Na vseh teh področjih sem dobila dodatno znanje in uvide, ki so mi pomagali postati še boljša v teh stvareh«.

Ena izmed udeleženk pa je v odgovor na eno izmed drugih vprašanj vprašalnika dodala, da je dobila: »(...) informacije o razvoju produkta, marketingu, »pitch« predstavitev, finančnem poslovanju, mentalni usmerjenosti, o katerih prej nisem vedela nič. (...)«

Pri preverjanju **Raziskovalnega vprašanja 3**, ki se glasi: »Ali je pridobitev specifičnih potrebnih in/ali manjkajočih podjetniških znanj in veščin udeležencev povezana z udeležbo le-teh v programu podjetniškega izobraževanja?«, sem ugotovil, da obstaja povezanost udeležbe v programih izobraževanja podjetništva in pridobitve specifičnih potrebnih in/ali manjkajočih podjetniških znanj oziroma veščin pri udeležencih. Zgoraj navedeni odgovori potrjujejo obstoj povezanosti udeležbe v programu YES Start in pridobitvijo novih podjetniških znanj in/ali veščin pri udeležencih.

5.2.4 Podjetniške mreže udeležencev

Izmed vseh 31 udeležencev programa YES Start jih je po programu kar 29 v svojih odgovorih izrazilo povezanost udeležbe v programu YES Start in razvoja in/ali razširitev podjetniške mreže, kar predstavlja 93,5 % vseh anketiranih udeležencev. Z namenom bolj podrobnega preučevanja vpliva programa YES Start na podjetniško mrežo posameznih udeležencev sem anketiranim udeležencem po programu postavil vprašanje 6, ki se glasi: Na kakšen način je interakcija z drugimi soudeleženci vplivala na vas in vašo podjetniško idejo in katere so glavne koristi, ki ste jih na ta način pridobili?

Eden od udeležencev je na to odgovoril: »Ena od večjih koristi programa, je bilo druženje z ljudmi, ki so imeli enake težnje, težave in izzive kot jih imam sama. Naši pogovori in tudi pomoč soudeležencev je neprecenljiva. Poleg dela v skupinah – ki je bilo zamišljeno znotraj programa, sem z nekaterimi udeleženci razvila kvaliteten in navdihujoč odnos (znanja, vzpodbuda, pomoč). Glede na to, da smo prihajali iz različnih področij, smo lahko posredovali različna znanja (ekonomija, računalništvo, oblikovanje, odnosi...).«

Drugi pa je dodal: »Soudeleženci (kolegi, sošolci). Zelo pozitivno.(...)Seveda so mnenja kolegov vedno koristna. Zelo mi je pomagal pogovor z kolegico, ki je bil zelo motivacijski (prava brca, direktno). Zelo sem ji hvaležen ta to.«

Ena izmed udeleženk pa je izpostavila, da je dobila: »(...) več informacij, nova poznanstva, ki so mi odprle nove možnosti in tudi nove ideje.«

Sodelovanje med udeleženci pa je pripeljalo tudi do poslovne priložnosti, kar je izpostavila ena izmed udeleženk: »Predvsem podpora in spodbuda, uvid, da se vsi »matramo«, ne le jaz. Ter preko soudeleženke, sem prišla do pomembnega kontakta na eni največjih zavarovalnic v Sloveniji, ki je prinesel pomemben sestanek, ki obeta poslovno sodelovanje.«

Podobno pa je odgovorila udeleženka, ki meni, da druženje med enako mislečimi omogoča »Veliko dobrih idej, motivacijsko dobro vpliva, ko vidiš, da tudi drugim udeležencem gre

dobro, da napredujejo. Sicer smo se povezali in tudi poslovno sodelovali, kar so bile dobre izkušnje.«

Pozitivne učinke interakcije med soudeleženci in tudi predavatelji sem lahko razbral tudi v odgovorih na vprašanje 14, ki se glasi: Katere so za vas tri glavne koristi sodelovanja v programu YES Start? V svojih odgovorih je kar 28 od 31 anketiranih udeležencev posredno ali neposredno izpostavilo pomembnost mreženja oziroma novih poznanstev.

Ena udeleženka je izjavila, da ji je bilo pomembno: »Spoznanje zanimivih posameznikov, s katerimi smo si podobni v ambicioznosti in podjetnosti, (...).«

»Povezavanje in spoznavanje sebi enakomislečih ljudi, primerjava lastnih izkušenj z izkušnjami že uspešnih podjetnikov, (...).«

»Novi prijatelji, tako s strani ostalih sodelujočih kot s strani predavateljev in YESovcev. (...).«

»Vzpostavitev kontaktov z določenimi predavatelji. Spoznanstva z določenimi udeleženci. (...).«

Udeleženci so imeli tekom izvajanja programa YES Start veliko priložnosti za širjenje lastnih podjetniških mrež v okviru novih poznanstev s kolegi soudeleženci bodisi z gostujočimi predavatelji. Pomembno podjetniško mrežo pa imajo tudi v Združenju YES, ki je program izvajalo. Le-to ima razširjeno podjetniško mrežo - del te so ne nazadnje tudi nekateri gostujoči predavatelji na delavnicah, kar potrjujejo besede Lajovca: »(...) Eni so člani Združenja, eni so iz našega networka, nekatere pa smo kontaktirali predvsem zato, ker se nam je zdelo, da imajo nekaj pametnega za povedati in smo jih na podlagi tega uvrstili v program«.

Na temo podjetniške mreže je eden od udeležencev povedal: »YES START je pomemben in potreben za ljudi, ki vedo, da hočejo uspeti in so pripravljeni na spremembe. Lahko je tudi dober vir mreženja in pospeševanja promocije dobrega potenciala poslovne ideje.«

Drugi je dodal: »(...) Že zavedanje, da obstaja zaledje (mentorji, kolegi), ki pomaga priti do pravih kontaktov ali pa nasvet je velika pomoč. Vsekakor pa so nasveti zelo uporabni, saj prihajajo iz lastnih izkušenj. »

Podobnega mnenja je bila še ena udeleženka, ki je pripomnila: »Že na začetku sem naletela na pravno zagato iz katere sta mi močno pomagala predavatelja, drugače ne vem kako bi se izšlo. Ostali pa so pomagali z nasveti glede določenih vprašanj v zvezi s trženjem in marketingom.«

Tretja udeleženka pa je dodala: »Veliko dobrih idej, motivacijsko dobro vpliva, ko vidiš, da tudi drugim udeležencem gre dobro, da napredujejo. Sicer smo se povezali in tudi poslovno sodelovali, kar so bile dobre izkušnje.«

S preverjanjem **Raziskovalnega vprašanja 4**, ki se glasi: »Ali je razvoj in/ali razširitev podjetniške mreže udeležencev povezana z udeležbo le-teh v programu podjetniškega izobraževanja?«, sem ugotovil obstoj te povezave. Na to nakazujejo navedeni odgovori nakazujejo na vpliv programa YES Start na pridobitev novih poznanstev ali soudeležencev programa ali gostujočih predavateljev na delavnicah.

5.2.5 Dodatni zanimivi komentarji udeležencev

Kot zanimivost v spodnji Tabeli 7 povzemam nekaj najbolj zanimivih komentarjev udeležencev programa na nekatera druga vprašanja, ki so bila še zajeta v vprašalniku.

Tabela 7: Nekateri zanimivi komentarji anketiranih udeležencev po končanem programu YES Start

Vprašanje 2: Kako je program YES Start vplival na vaše podjetniško udejstvovanje?	»Vplival je pozitivno. Obdelava konkretnih primerov (tudi mojega) je zelo nazorna in pomaga kakor navodilo. Srečanja in druženja ponujajo nove vidike in odgovore na vprašanja. Občutek imam, da postajam podjetnik v pravem smislu besede.« »Motiviral, povezal me je z istomislecimi sosolci, ki so pomagali ob vzponih in padcih, predstavil mi je podjetnike, ki so povedli realne zgodbe.« »Predvsem mi je dal veliko znanja, videnja ter realnih dejstev, s katerimi se soočajo podjetniki. Prej o njih nisem razmišljala.«
Vprašanje 16: Če bi imeli to možnost ali bi se ponovno vključili v program YES Start? Zakaj?	»Definitivno. Nova generacija, novi navdihi. Še enkrat bi slišal in ponovil stvari, ki jih bi samo še bolj utrdil. Mislim, da bi sedaj odnesel še več, saj sedaj vem, kje bi se še bolj izpostavil (delavnice, predstavitve, ...). Verjamem, a bo program tudi boljši, saj ima že eno izkušnjo.« »Da. Pravzaprav zato, ker zdaj vem, česa vsega še ne vem. In, da je »tam zunaj« še veliko znanja, ki bi mi prišlo prav na moji podjetniški poti, veliko je ljudi za spoznati in veliko izkušenj drugih ljudi, ki jih tak program posreduje.« »Seveda. Zaradi novega znanja, poznanstev in vzpodbude, konkretne pomoči in predvsem, ker sem tekom programa dejansko začela uresničevati podjetniško idejo.«

se nadaljuje

nadaljevanje

Vprašanje 17: Ali bi program YES Start priporočili podjetnikom na začetku svoje podjetniške poti? Zakaj?	»Vsekakor, še posebej tistim, ki so šele na začetku svoje podjetniške poti, saj bodo na ta način pridobili vsaj tiste osnovne podjetniške veščine, ki so nujne za dolgoročni obstoj in spoznali druge podjetnike in potencialne poslovne partnerje.« »Absolutno. Ker nihče, ne glede iz katere panoge izvira, nima znanja iz vseh področij, ki se tičejo lastnega podjetja. Zato je to odlična odskočna deska, kjer dobiš ogromno informacij, do katerih drugače ne bi prišel oz. bi moral za njih plačati veliko denarja.« »Bi. Ker je program dober pregled znanj, izkušenj in morebitnih preprek oziroma izzivov na poti skoraj vsakega podjetnika. Nedvomno je tak program dobra podlaga za postavitev lastne podjetniške poti. Le kakšnih 20 let prej bi se moral srečati z njim...« »Program bi priporočila kot obvezno usposabljanje pred začetkom kariere, ker tu dobiš vpogled tudi na drugo stran podjetništva.«
Vprašanje 22: Kakšno je vaše mnenje o programu YES Start?	»YES START je pomemben in potreben za ljudi, ki vedo, da hočejo uspeti in so pripravljeni na spremembe. Lahko je tudi dober vir mreženja in pospeševanja promocije dobrega potenciala poslovne ideje.« »Dobra poslovna ideja, ki ima potencial za rezultiranje dobrih/boljših mladih podjetij in zagon močnejšega gospodarstva.« »To je program, za katerega bi bilo idealno, da bi ga doživel vsak posameznik. Tudi, če nima namena biti podjetnik, se bi po takem programu vsaj zavedal, da se službe ne dobi ampak se jo pribori. Da podjetniki niso samoumevni in da jih nujno potrebujemo. Verjamem, da bi bila klima za podjetništvo precej drugačna v takšni družbi. Morda bi ljudje bolje razumeli tudi druge procese v družbi.« »Imam zelo pozitivno mnenje o programu YES Start. Program dejansko iz brezposelnih »ustvarja« potencialne delodajalce. Lahko bi cel rekel, da udeležencem odpira oči, da je vse možno, tudi uresničitev njihovih »podjetniških« želja. Pohvalno.«

Nekateri drugi udeleženci pa so o programu še povedali (Udeleženci o programu, 2014):

»Prvo srečanje z združenjem YES mi je pokazalo, da podjetništvo ni le za peščico izbranih, ampak da sem podjetnica lahko tudi jaz. Z rednim mentorstvom, izobraževanjem s ključnimi temami za podjetništvo in s spoznavanjem izjemnih ljudi iz sveta podjetništva mi je program YES Start omogočil, da sem odprla svoje podjetje in da se moja podjetniška ideja iz dneva v dan uspešnejše realizira. Hvala ekipi YES!«

»Ko se prvič spuščaš v podjetništvo, si kljub entuziazmu in zagonu nesiguren, v dvomih in predvsem ti manjka mnogo informacij, ki jih običajno pridobiš skozi izkušnje in prakso. Preko programa YES Start, sem prišla v stik z nešteti izkušenimi podjetniki in

strokovnjaki iz različnih poslovnih področij, ki so mi neizmerno pomagali z vsemi informacijami, različnimi vidiki, izkušnjami iz prakse in nasveti. To je neprecenljiva priložnost priti do znanja, katerega so si ti ljudje nabirali leta in leta. Predvsem ti omogoči fokus pri lastni poslovni ideji ter opozori na neštete vidike, na katere sam, zaradi pomanjkanja izkušenj, ne pomisliš. Zato bom večno hvaležna programu YES Start za odlično popotnico v svet podjetništva.«

»Program YES Start je zame pomenil odkritje popolnoma novega sveta in razmišljanja. Sicer sem vrsto let delovala kot samostojni kulturni delavec, a vendarle sem šele preko seminarjev in delavnic, ki jih je pripravilo Združenje YES, spoznala prave zakonitosti in mehanizme uspešnega podjetništva. Ta novo pridobljena znanja so bila zame koristna tako v profesionalnem kot tudi zasebnem življenju. Predvsem pa mi je program vlil samozaupanje in zavedanje, da je vse, kar si zamislim, z vztrajnim in sistematičnim delom mogoče in izvedljivo.«

»Program in delavnice YES so bile zanimive in so me resnično pozitivno presenetile v vseh pogledih. Posebno zato, ker me ekonomija, poslovanje, trženje in sorodne teme niso nikoli preveč zanimali, me je navdušilo praktično podajanje znanja iz konkretnih izkušenj in to, da smo lahko s svojimi vprašanji vedno reševali tudi povsem konkretna vprašanja in probleme. Vsi organizatorji in predavatelji so pripravljeni tudi ob prostem času svetovati in pomagati, predvsem pa sem vesela, da sem spoznala (organizatorji in ostali ki smo bili v programu) skupino neverjetno pozitivnih in kreativnih ljudi, ki so(smo) pripravljeni tudi medsebojno pomagati da so naše ideje uresničile (ali pa se uresničujejo) tudi v realnosti.«

»Na kratko lahko le rečem, da mi je uvodno YES srečanje dalo izredno motivacijo. Do tega dne je bilo vse le v moji glavi, želje,... Ko pa sem poslušala odlične govorce, se posebej g. Mateja Čera, sem se prebudila in nehala sanjati. Odprla sem s.p., začela uspešno podjetniško pot, hkrati pa so mi dala izobraževanja v skupini YES Start znanje in podporo za uresničitev moje podjetniške ideje. Seveda pa se moram zahvaliti Yesu tudi za to, da me je seznanil z investitorjem.«

»V programu YES Start sem pridobila široko paleto znanj s področja podjetništva in financ ter usmeritve pri razvoju lastne podjetniške ideje. Posebna vrednost programa je v vzpostavitvi mreže kontaktov z izkušenimi podjetniki in kolegi na začetku podjetniške poti, ki omogoča hiter pretok informacij in je aktivna tudi po formalnem zaključku programa.«

»Program YES Start je iz vseh vidikov preprosto vrhunski! Imeli smo možnost spoznati in poslušati uspešne in izkušene poslovneže/predavatelje iz številnih različnih, a za vsak posel nepogrešljivih področij. Vsako predavanje je bilo (lahko) iztočnica za naslednji korak v realizaciji naših poslovnih idej. Redna predavanja so nas spodbudila k neprestanemu delu

in napredovanju. Dokončna realizacija naših poslovnih idej, pa je seveda odvisna od vsakega posameznika - kako (dobro) je ali bo znal izkoristiti pridobljeno znanje. YES-ovcem sem zelo hvaležna za super motivacijo, super ekipo, enkratne predavatelje in delavnice, ter vso podporo, ki nam jo še danes nudijo.«

»Program Yes Start je zame odlična priložnost za uresničenje svoje podjetniške zamisli. Moja izkušnja je zelo pozitivna. Kmalu po prvih srečanjih sem dojel, da je ta program tisto kar potrebujem. Vse kar sem skozi srečanja imel priložnost slišati, vprašati, preizkusiti in doživeti ima name zelo pozitiven vpliv. Izmenjava mnenj s kolegi, ob podpori predavateljev ter njihovo mentorstvo je ustvarilo pozitivno in spodbudno klimo v kateri vsi udeleženci navijamo en za drugega in si pomagamo, kar je super občutek. Zelo odleže, ko vem, da lahko na vsako vprašanje dobim zelo kompetenten odgovor ali nasvet iz prve roke pravih podjetnikov. Ob njihovih imenih se počutim privilegiranega. Njihove zgodbe so dobesedno svetovne in resnično si želijo, da bi vsakemu od nas uspelo. Timsko delo je dalo tudi zelo konkretne rezultate, ki si jih novi podjetnik zelo težko privošči sam. Sodelovanje v timu kolegov, s katerimi sem imel priložnost poslušati zelo pristne in poučne podjetniške izkušnje in nasvete zelo zanimivih ter izkušenih podjetnikov so mi dale motivacijo, tudi samozavest, da sem se lotil svoje podjetniške zamisli zares. Zelo priporočam.«

5.2.6 Nekateri negativni komentarji

Čeprav je program tako ali drugače na vse udeležence deloval pozitivno pa je bilo med udeleženci po programu opaziti nezadovoljstvo z nekaterimi vidiki programa, kar sem preverjal z vprašanjem 15, ki se glasi: Katere so za vas tri glavne slabosti sodelovanja v programu YES Start?

»Precej predavateljev je bilo premalo strokovnih, s premalo znanja, ki bi temeljilo na konkretnih izkušnjah.«

Trije pa so si bili enotni, da bi bilo obveščanje tekom programa lahko boljše.

»Obveščanje o programu (ni bilo planirano dovolj vnaprej). Nejasne informacije glede mentorstva.«

»Prepozno obveščanje o domačih nalogah. Prepozno obveščanje o predavanjih. (...)«

»Pozno obveščanje o vsakokratni delavnici (dan prej ali dva!); neutemeljena pričakovanja o rednosti udeležbe (...)«

Nekateri udeleženci pa so izrazili nezadovoljstvo tudi glede nekaterih drugih vidikov izvedbe programa YES Start.

»Ta del programa – z mentorstvom- je bil najbolj »meglen«. Na pričetku programa, nam je bilo rečeno, da nam bo ekipa Yes start priskrbel mentorje. Dejansko ni bilo nikoli zares med predavanji rečeno, da naj si mentorje izberemo sami (samo, da lahko predavatelje vprašamo, če je katera stvar še ni jasna). (...).«

»Urn timer - sama sem načeloma zelo organizirana in to pričakujem tudi od drugih. Sestavljen je bil nek urn timer, ki pa se ga niso držali. Vem, da vedno pride do sprememb, ampak vsaj malo bi pa lahko vedeli v naprej... Spremenila bi tudi, da so bila sporočila o naslednji delavnici poslana ponavadi v noči na ponedeljek (srečanja pa smo imeli ob torkih), ko imamo večina že splaniran teden. Sporočila so prihajala prepozno. (...).«

»Večji fokus in boljša struktura predavanj. Tako bi lahko bolje delali na naši ideji in jo razvijali. Nekaj predavanj je bilo preveč splošnih in nismo vedeli, kako jih umestiti v našo zgodbo.«

6 DISKUSIJA IN PRIPOROČILA

6.1 Interpretacija rezultatov raziskave

Iz empiričnega dela je razvidno, da sem preverjal 4 raziskovalna vprašanja, s katerimi sem tako ali drugače ugotavljal obstoj povezanosti med udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja in spodbujanjem podjetniških namenov udeležencev programa YES Start. To lahko pomeni večjo verjetnost, da bodo isti udeleženci ustanovili lastno podjetje, s čimer bi bil dosežen tudi glavni cilj programa.

Raziskovalno vprašanje 1 se glasi: »Ali je sprememba podjetniških namenov udeležencev povezana z udeležbo le-teh v programu podjetniškega izobraževanja?« Udeležba v programih podjetniškega izobraževanja je povezana s spodbujanjem podjetniških namenov udeležencev, kar sem ugotovil na podlagi odgovorov, iz katerih je razvidno neposredno in posredno (v smislu pridobitve podjetniške miselnosti, večje podjetniške samozavesti in pripravljenosti ter pozitivnega vpliva programa) povečanje podjetniških namenov udeležencev. Udeleženci so spoznali, da je za uspešno kariero v podjetništvu poleg podjetniške ideje in pripravljenosti na podjetniško kariero, potrebna tudi prava miselna naravnost in določena mera samozavesti, kar je razvidno iz odgovorov udeležencev, ki sem jih navedel v nalogi.

Z Raziskovalnim vprašanjem 2, ki se glasi: »Ali je sprememba motivacije udeležencev povezana z njihovo udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja?«, sem ugotavljal

obstoj povezanosti udeležbe v programih izobraževanja podjetništva in motivacije udeležencev, ki sem jo ugotovil v okviru odgovorov udeležencev. Le-ti so se po koncu programa počutili veliko bolj motivirani za nadaljevanje svoje podjetniške poti in uresničenje svoje podjetniške ideje.

Glede na rezultate raziskave lahko ugotovim, da obstaja udeležba v programu YES Start in pridobivanja podjetniškega znanja in veščin pri udeležencih, kar sem preverjal z **Raziskovalnim vprašanjem 3**. Udeleženci v svojih odgovorih vseskozi poudarjajo pomembnost pridobivanja podjetniškega znanja, splošnega o podjetništvu in specifičnega znanja npr. o blagovnih znamkah, spletnem trženju in uporabi socialnih omrežij.

Odgovori udeležencev programa YES Start pa so mi omogočili ugotoviti obstoj povezanosti udeležbe v programu podjetniškega izobraževanja in razvoja in/ali razširitve podjetniških mrež, kar sem preverjal z **Raziskovalnim vprašanjem 4**. Udeleženci so v odgovorih poudarili pomembnost ustvarjanja novih poznanstev tako soudeležencev kot tudi gostujočih predavateljev, ki so v določenih primerih udeležencem pomagali pri razvijanju podjetniške ideje. Hkrati so si nekateri udeleženci programa tudi medsebojno pomagali z nasveti in v nekaterih primerih v določeni meri tudi sodelovali pri izvedbi poslovnih idej.

Tabela 8: Postavljene teze magistrske naloge in njihov status

	Raziskovalno vprašanje	Status
Raziskovalno vprašanje 1	Ali je sprememba podjetniških namenov udeležencev povezana z njihovo udeležbo v programih izobraževanja podjetništva?	Povezava med udeležbo v programih izobraževanja podjetništva in spremembo podjetniških namenov udeležencev je potrjena.
Raziskovalno vprašanje 2	Ali je sprememba motivacije udeležencev povezana z njihovo udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja?	Povezava med udeležbo v programih izobraževanja podjetništva in spremembo motivacije udeležencev je potrjena.
Raziskovalno vprašanje 3	Ali je pridobitev specifičnih potrebnih in/ali manjkajočih podjetniških znanj in veščin udeležencev povezana z njihovo udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja?	Povezava med udeležbo v programih izobraževanja podjetništva in pridobitvijo specifičnih potrebnih in/ali manjkajočih podjetniških znanj in veščin udeležencev je potrjena.
Raziskovalno vprašanje 4	Ali je razvoj in/ali razširitev podjetniške mreže udeležencev povezana z udeležbo le-teh v programu podjetniškega izobraževanja?	Povezava med udeležbo v programih izobraževanja podjetništva in razvojem in/ali razširitvijo podjetniške mreže udeležencev je potrjena.

6.2 Vrednotenje dela in prispevki

6.2.1 Evalvacijski prispevek

Vrednost magistrskega dela se kaže v prikazu in evalvaciji učinkov izvedenega programa podjetniškega izobraževanja na udeležence programa. V empiričnem delu sem izpostavil najpomembnejše učinke, in sicer na izkazovanje razumevanja podjetniške miselnosti, povečanih podjetniških namenov, znanja in mreženja, ki po mojem mnenju bistveno pripomorejo k uspehu podjetnika, še posebej pa tistih na začetku svoje podjetniške poti, na kateri se nahajajo tudi udeleženci programa.

6.2.2 Prispevki za podjetništvo

Raziskava in analiza rezultatov sta bili izvedeni na dveh skupinah brezposelnih posameznikov s podjetniško idejo, ki so se udeležili programa podjetniškega izobraževanja YES Start. To so posamezniki z določenimi podjetniškimi nagnjenji in podjetniško idejo, ki si jo želijo uspešno uresničiti s pomočjo programa. Uspešni podjetniki pa so pomemben dejavnik gospodarske rasti države, še posebej v teh kriznih časih. K uspešnosti podjetnikov pripomorejo tudi tovrstni programi podjetniškega izobraževanja, saj omogočajo prenos podjetniškega znanja, veščin in vedenja, torej različnih orodij, ki so podjetnikom lahko zelo v pomoč na njihovi podjetniški poti, kar sem skušal prikazati z raziskavo učinkov programa.

6.2.3 Omejitve dela

Glavna omejitev magistrske naloge je bila ta, da so tovrstni programi v Sloveniji relativno neuveljavljeni in maloštevilni, zato podobnih raziskav na to temo pri nas ni veliko. Programi podjetniškega izobraževanja so sicer najbolj pogosti v zibelki podjetništva, v ZDA, na pomenu in številčnosti pa v zadnjih letih pridobivajo tudi v Evropi. V literaturi se tako pojavljajo študije različnih vrst programov podjetniškega izobraževanja, z različnimi vsebinami, cilji in tudi končnimi učinki programa, kar je v določeni meri posledica teoretične neenotnosti področja podjetništva in podjetniškega izobraževanja. To otežuje oblikovanje vzporednic med programi in določanje primerjalne vrednosti programov.

Prav tako je težko verodostojno preverjati same učinke tovrstne metode poučevanja podjetništva, saj je težko izolirati učinke programa na udeležence, ker v času trajanja programa na udeležence lahko vpliva še marsikaj drugega. Poleg tega se določeni učinki programa lahko občutijo v kratkoročnem obdobju, nekatere učinke pa lahko udeleženci zaznajo tudi kasneje po programu (npr. tudi po tem, ko so odgovarjali na predložen vprašalnik) in vseh morda niti ni moč zabeležiti in pripisati udeležbi v programu podjetniškega izobraževanja.

6.2.4 Priporočila za nadaljnje izvajanje programa YES Start

Čeprav se program YES Start v svoji obliki izvaja šele drugo leto, so pri udeležencih programa v določeni meri že opazni pozitivni učinki programa na znanje, motivacijo, podjetniške namene in podjetniške mreže, kar sem omenil v empiričnem delu in kar priča o dobri zastavljenosti programa s strani Združenja YES. Menim pa, da je na določenih mestih še prostora za izboljšave izvedbe programa, zato bi na tem mestu za nadaljnje izvedbe programa priporočil:

- boljšo koordinacijo in komunikacijo z udeleženci programa (npr. pravočasno obveščanje udeležencev o aktivnostih programa in ostalih in o vsem v zvezi s programom spremembah, ki se nanašajo na program);
- boljšo strukturiranost predavanj (tematsko sosledje delavnic in povezovanje le-teh med seboj v celovit proces);
- vključitev večjega števila študij primerov in/ali praktičnih delavnic z aktivnim vključevanjem vseh udeležencev;
- jasno opredelitev in izvedbo mentorstva v programu;
- vključitev dosedanjih udeležencev programa iz preteklih generacij (tako uspešnih kot neuspešnih), ki bi delili svoje izkušnje.

Poleg tega pa bi za čas po zaključku programa priporočil:

- spremljanje uspešnosti udeležencev po programu (ali so udeleženci ustanovili podjetje ali ne; število zaposlenih v teh podjetjih; uspešnost podjetij udeležencev);
- dolgoročen pristop k spremljanju udeležencev po zaključku programa (spremljanje napredka udeležencev pol leta, 1, 2, 5 in tudi 10 let po zaključku programa ter analiziranje dejavnikov uspeha oziroma neuspeha teh podjetij).

SKLEP

Trajajoča svetovna gospodarska kriza in njene posledice, med njimi še posebej trajno visoka brezposelnost, so v zadnjih 10 letih vladajoče strukture prisilile v ponoven razmislek o pomembnosti vloge podjetništva za gospodarstva držav, kjer podjetništvo predstavlja gonilno silo gospodarske rasti z ustvarjanjem novih podjetij in novih delovnih mest. Potreba po večji konkurenčnosti gospodarstev, inovativnosti in »živahni« bazi ustvarjalnih ter inovativnih podjetnikov pa je večja kot kadarkoli (SEECCEL, 2011, str. 11).

V skladu s tem razmišljanjem se je v zadnjih letih močno povečalo število pobud za spodbujanje podjetništva oziroma podjetniške aktivnosti, zlasti med brezposelnimi. Te pobude zajemajo tudi programe podjetniškega izobraževanja, kot je v magistrski nalogi obravnavani program YES Start. Le-ta udeležencem s podjetniškimi nagnjenji in

podjetniško idejo daje na razpolago različna orodja, s katerimi bi se lahko lažje soočali s prihodnjimi izzivi na podjetniški poti.

Temeljni cilj magistrske naloge je ugotoviti povezanost udeležbe v programih podjetniškega izobraževanja in spodbujanje in/ali pridobivanja motivacije ter podjetniških namenov, kar mi je uspelo z odgovori udeležencev. Hkrati sem ugotovil povezanost udeležbe v programu podjetniškega izobraževanja in pridobitvijo specifičnih potrebnih in/ali manjkajočih znanj, kar dolgoročno prinaša koristi ne le samim udeležencem, temveč tudi gospodarstvu z ustvarjanjem novih podjetij in novih delovnih mest. Kot ključni učinki udeležbe v programu izobraževanja podjetništva so rezultati raziskave pokazali tako neposredno povečanje podjetniških namenov kot tudi posredno v obliki večjega razumevanja podjetniške miselnosti (in tudi spremembe miselnosti v bolj podjetniško usmerjenost), večje podjetniške samozavesti, pripravljenosti na podjetniško kariero in pozitivnega vpliva programa na udeležence. Le-ti so po programu izražali tudi zelo visoko stopnjo motivacije za nadaljevanje podjetniške poti, pridobitev različnega podjetniškega znanja in veščin ter širitev osebne podjetniške mreže, kot posledico druženja s soudeleženci in gostujočimi predavatelji v programu.

Iz rezultatov empiričnega dela lahko torej sklepam, da obstaja povezanost med udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja in pridobivanjem različnih podjetniških spremenljivk, s čimer lahko potrdim uspešnost programa YES Start že v svojih prvih dveh izvedbah. Udeleženci so po programu izkazovali večjo pripravljenost in odločnost nadaljevati podjetniško pot. V končni fazi to lahko pomeni večjo verjetnost ustanovitve lastnega podjetja in s tem aktivne udeležbe pri zmanjševanju problema brezposelnosti v Sloveniji, kar je tudi končni cilj programa.

LITERATURA IN VIRI

1. Acs, Z. J. (1992). Small Business Economics: A Global Perspective. *Challenge*, 35(6), 38–44.
2. Acs, Z. J. (2007). How is Entrepreneurship Good for Economic Growth? *The 25th Economic Conference of Progress Foundation* (str. 1–21). Zürich: Progress Foundation.
3. Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (1990). *Innovation and Small Firms*. Cambridge: MIT Press.
4. Acs, Z. J., & Varga, A. (2005). Agglomeration, Entrepreneurship and Technological Change. *Small Business Economics*, 24(3), 323–334.
5. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
6. Alberti, F., Sciasca, S., & Poli, A. (2004). Entrepreneurship Education: Notes on an Ongoing Debate. 14th Annual IntEnt Conference (str. 1-19). Napoli: University of Napoli Federico II.
7. Antončič, B., Hisrich, R., Petrin, T., & Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
8. Arboleda, P., Dassel K., & Grogan, C. J. (2009). *Paths to Prosperity: Promoting Entrepreneurship in the 21st Century*. Cambridge: Monitor Group.
9. Ashmore, C. (2014). Five Stages of Lifelong Learning. Najdeno 14. avgusta 2014 na spletnem naslovu http://entre-ed.org/_entre/5-stages.htm
10. Audretsch, D. B. (1995). *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge: MIT Press.
11. Baptista, R., & Thurik, A. R. (2007). The Relationship Between Entrepreneurship and Unemployment: Is Portugal an Outlier? *Technological Forecasting and Social Change*, 74(1), 75–89.
12. Baron, R. A. (2000). Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs Success. *Current Directions in Psychological Science*, 9(1), 15–18.
13. Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893–921
14. Baumol, W. J. (1993). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. Cambridge: MIT–Press
15. Béchar, J. P., & Toulouse, J. M. (1998). Validation of a Didactic Model for The Analysis of Training Objectives in Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 13, 317–332.
16. Bige, A., & Nihan, Y. (2011). Insights On Entrepreneurship Education In Public Universities In Turkey: Creating Entrepreneurs Or Not? *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 24, 663–676.
17. Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.

18. Bonnet, J. (2014). Entrepreneurship and the Business Cycle: the »Schumpeter« Effect Versus the »Refugee« Effect – A French Appraisal Based on Regional Data. Najdeno 18. oktobra 2014 na spletnem naslovu <https://unicaen.academia.edu/JeanBonnet/Papers>
19. Brandstatter, H. (1997). Becoming an Entrepreneur– a Question of Personality Structure. *Journal of Economic Psychology*, 18(2), 157–177.
20. Brnot, N. (2014). *Aktivno prebivalstvo (po Anketi o delovni sili), Slovenija, 1. četrletje 2014 – končni podatki*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
21. Brown, C. (2000). *Entrepreneurial Education Teaching Guide*. Los Angeles: Adjunct ERIC Clearinghouse on Entrepreneurship Education.
22. Brüderl, J., & Preinsendörfer, P. (1998). Network Support and Success of Newly Founded Businesses. *Small Business Economics*, 10(3), 213–225
23. Brush, C., Manolova, T. S., & Edelman, L. F. (2008). Separated by a Common Language? *Entrepreneurship Research Across the Atlantic*, 32(2), 249–266.
24. Butler, J., & Hansen, G. S. (1991). Network Evolution, Entrepreneurial Success, and Regional Development. *Entrepreneurship & Regional Development*, 3(1), 1-16.
25. Bygrave, W.D. (2000, 11. avgust). Entrepreneurship–The Liberal Arts of Business Education. *Science*. Najdeno 14. julija 2014 na spletnem naslovu http://sciencecareers.sciencemag.org/career_magazine/previous_issues/articles/2000_08_11/nodoi.9144093102988372735
26. Caird, S. (1992). Problems With the Identification of Enterprise Competencies and the Implications for Assessment and Development. *Management Education and Development*, 23(1), 6–17.
27. Chen, C. A., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does Entrepreneurial Efficacy Distingusih Entrepreneurs from Managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295–316.
28. Curran, J., & Stanworth, J. (1989). Education and Training for Enterprise: Some Problems of Classification, Evaluation, Policy and Research. *International Small Business Journal*, 7(2), 11–22.
29. Cvajdik, S. (2011). Analiza vpliva človeškega kapitala in podjetniških mrež na ambicije podjetnic za rast. *Economic and Business Review*, 13, 65-79.
30. Do Paco, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., & Dinis, A. (2011). Behaviours and Entrepreneurial Intention: Empirical Findings about Secondary Students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 20–38.
31. Drucker, P. F. (1985). *The Changing World Of The Executive*. New York: Times Books.
32. EACEA. *Entrepreneurship Education at School in Europe National Strategies, Curricula and Learning Outcomes*. Bruxelles: Education Audiovisual and Culture Executive Agency, 2012.

33. *Education & Training for Entrepreneurship*. Najdeno 22. januarja 2013 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/education-training-entrepreneurship/index_en.htm
34. *Entrepreneurship in Education*. Najdeno 20. novembra 2014 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/education/policy/strategic-framework/entrepreneurship_en.htm
35. European Commission (2011). *Entrepreneurship Education: Enabling Teachers as a Critical Success Factor. A report on Teacher Education and Training to Prepare Teachers for the Challenge of Entrepreneurship Education*. Bruxelles: European Commission.
36. European Commission (2012). *Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education*. Bruxelles: European Commission.
37. European Commission. *Best Procedure Project: Entrepreneurship in Vocational Education and Training. Final Report of the Expert Group*. Bruxelles: European Commission, 2009.
38. European Commission. *Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe*. Bruxelles: European Commission, 2008.
39. European Communities (2007). *Key Competences for Lifelong Learning. European Reference Framework*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
40. *European Initiatives*. Najdeno 20. novembra 2014 na spletnem naslovu <http://ja-ye.org/programmes/european-initiatives>
41. Eurostat (2014a). Euro Area Unemployment Rate at 11.6%. Najdeno 6. julija 2014 na spletnem naslovu http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/3-01072014-AP/EN/3-01072014-AP-EN.PDF
42. Eurostat (2014b). *Unemployment by Sex and Age Groups – Monthly Average, 1000 persons*. Najdeno 7. julija 2014 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=une_nb_m&lang=en
43. Evropska komisija (2013). *Akcijski načrt za podjetništvo 2020. Oživitve podjetniškega duha v Evropi. Sporočilo komisije evropskemu parlamentu, svetu, evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in odboru regij*. Bruselj: Evropska komisija.
44. Fayolle, A. (2007). *Essay on the Nature of Entrepreneurship Education*. Najdeno 18. novembra 2014 na spletnem naslovu http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/RENC2006/Topics06/A/Rencontres_2006_Fayolle.pdf.
45. Fayolle, A. (2009). *Entrepreneurship Education in Europe: Trends and Challenges. OECD LEED Programme Universities, Innovation And Entrepreneurship: Good Practice Workshop*. Najdeno 18. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.oecd.org/regional/leed/43202553.pdf>
46. Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From Craft to Science: Teaching Models and Learning Processes in Entrepreneurship Education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593.

47. Fiet, J. O. (2001). The Pedagogical Side of Entrepreneurship Theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101–117.
48. *Finance* (2014, 29. avgust). Anketna brezposelnost v drugem četrtletju 9,3–odstotna. Najdeno 31. avgusta 2014 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/8808622/Anketna-brezposelnost-v-drugem-%C4%8Detrtletju-93-odstotna>
49. Fregetto, E., & Fry, F. (2002). *Identifying Boundaries: Delineating Overlaps in Teaching smAll Business Management and Entrepreneurship Courses*. Chicago: University of Illinois at Chicago.
50. Garavan, T. N., & O'Kinneide, B. (1994). Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Evaluation – Part 1. *Journal of European Industrial Training*, 18(8), 3–12.
51. Gartner, W. B., & Vesper, K. H. (1994). Experiments in Entrepreneurship Education: Successes and Failures. *Journal of Business Venturing*, 9, 179–187.
52. Ghatak, M., Morelli, M., & Sjöström, T. (2007). Entrepreneurial Talent, Occupational Choice and Trickle Up Policies. *Journal of Economic Theory*, 137(1), 27–48.
53. Gibb, A. A. (1993). The Enterprise Culture and Education. Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business Entrepreneurships and Wider Educational Goals. *International Small Business Management Journal*, 11(3), 11–34.
54. Gibb, A. A. (1996). Entrepreneurship and Small Business Management: Can We Afford to Neglect Them in the Twenty–First Century Business School? *British Journal of Management*, 7(4), 309–321.
55. Gibb, A. A. (1999). Can We Build Effective Entrepreneurship Through Management Development. *Journal of General Management*, 24(4), 1–21.
56. Gilad, B., & Levine, P. (1986). A Behavioral Model of Entrepreneurial Supply. *Journal of Small Business Management*, 4, 45–53.
57. Gottlieb, E., & Ross, J. A. (1997). Made Not Born: HBS Courses and Entrepreneurial Management. *Harvard Business School Bulletin*, 73, 41–45.
58. Hannon, P. D. (2006). Teaching Pigeons to Dance: Sense and Meaning in Entrepreneurship Education. *Education and Training*, 48(5), 296–308.
59. Hatak, I. (2011). *Innovation in Entrepreneurship Education in Europe: An Analysis of New Initiatives, Implementation Processes and Associated Success Factors*. Dunaj: RiCC.
60. Heinonen, J., & Poikkijoki, S. A. (2006). An Entrepreneurial–Directed Approach to Entrepreneurship: Mission Impossible? *Journal of Management Development*, 25(1), 80–94.
61. Hill, S. E. (2011). *The Impact of Entrepreneurship Education – An exploratory Study of MBA Graduates in Ireland*. Limerick: University of Limerick.
62. Hill, S., & Kinneide, B. O. (2001). Entrepreneurship Education - Case Studies from the Celtic Tiger. V A.R. Anderson, & S.L. Jack (ur.), *Enterprise and Learning*. Aberdeen: University of Aberdeen.

63. Hills, G. (1988). Variations in University Entrepreneurship Education: an Empirical Study of an Evolving Field. *Journal of Business Venturing*, 3, 109–22.
64. Hrovatin, N. (2004). *Uvod v gospodarstvo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
65. Hytti, U., & O’Gorman C. (2004). What is »Enterprise Education«? An Analysis of the Objectives and Methods of Enterprise Education Programmes in Four European Countries. *Education + Training*, 46(1), 11–23.
66. Jack, S. L., & Anderson, A. R. (1998). Entrepreneurship Education Within the Condition of Entrepreneurology. Proceedings of the Conference on Enterprise and Learning (str. 13-28). Aberdeen: University of Aberdeen.
67. Jamieson, I. (1984). Schools and Enterprise. *Education for Enterprise*, 1(1), 7-18.
68. Janoski, T. (1996). Explaining State Intervention to Prevent Unemployment: The Impact of Institutions on Active Labour Market Policy Expenditures in 18 Countries. V Schmid, G., O’Reilly, J., Schomann, K. (ur.), *International Handbook of Labour Market Policy and Evaluation* (str. 697–725). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
69. Jones, C. (2007). Developing the Enterprise Curriculum – Building on Rock, not Sand. *Industry in Higher education*, 21(6), 405–423.
70. Kalkan, M., & Kaygusuz, C. (2012). The Psychology of Entrepreneurship. V T. Burger–Helmchen (ur.), *Entrepreneurship, Born, Made and Educated* (str. 1–26). Rijeka: InTech.
71. Kao, J. J. (1991). *The Entrepreneur*. Englewood Cliffs: Prentice–Hall.
72. Karadeniz, E. E. (2006). Entrepreneurship and Economic Development. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 85–99.
73. *Key Competences for Lifelong Learning*. Najdeno 22. maja 2014 na spletnem naslovu http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/lifelong_learning/c11090_en.htm
74. KeyCoNet (2014). Sense of Initiative and Entrepreneurship. Najdeno 23. oktobra 2014 na spletnem naslovu <http://keyconet.eun.org/initiative-and-entrepreneurship>
75. Klein, N. (2009). *Doktrina šoka: razmah uničevalnega kapitalizma*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
76. Kotar, S. (2001). *Slovenski podjetniki: Analiza študij primerov* (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
77. Kourilsky, M. L. (1995). Entrepreneurship Education: Opportunity in Search of Curriculum. *Business Education Forum*, 50(10), 11–15.
78. Kroflič, N. (2012). *Brezposelnost v Republiki Sloveniji, s poudarkom na strukturni brezposelnosti* (diplomsko delo). Maribor: Pravna fakulteta.
79. Kuratko, D. F. (2003). *Entrepreneurship Education: Emerging Trends and Challenges for the 21st Century*. White Paper, US Association of Small Business Education.
80. Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers.
81. Lah, L. (2013). *Aktivno prebivalstvo, Slovenija, april 2013 – končni podatki*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.

82. Lee, L., & Wong, P. H. (2005). *Entrepreneurship Education – A Compendium Of Related Issues*. Singapur: National University of Singapore.
83. Lee, S. H., & Wong, P. K. (2004). An Exploratory Study of Technopreneurial Intentions: A Career Anchor Perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7–28.
84. Leitch, C. M., & Harrison, R. T. (2001). Education and Development. V Anderson, A. R., & Jack, S. L. (ur.). *Enterprise and Learning*. Aberdeen: University of Aberdeen.
85. Liñán, F. (2004). Intention-Based Models of Entrepreneurship Education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11–35.
86. Liñán, F., & Chen, Y. W. (2006). *Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Departament d'Economia de l'Empresa.
87. Locke, E. A., & Baum, J. R. (2007). Entrepreneurial Motivation. *The Psychology of Entrepreneurship*, 93–112.
88. Low, M. (2001). The Adolescence of Entrepreneurship research: Specification of Purpose. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 25(4), 17–25.
89. Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
90. Lušina, U., & Brezigar Masten, A. (2011). Fleksibilnost trga dela v Sloveniji. *Zbirni Delovni zvezki UMAR*, XX (3). Ljubljana: UMAR.
91. Malačič, J., et al. (1995). *Ekonomski vidik kadrovske dejavnosti*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
92. Marinko, R. (2010). *Brezposelnost in ukrepi za zaposlovanje v Sloveniji in Nemčiji* (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
93. McMullan, W., & Long, W. A. (1987). Entrepreneurship Education in The Nineties. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 261–275.
94. Millán, J. M., Congregado, E., & Román, C. (2011). Entrepreneurship Persistence with and Without Personnel: The Role of Human Capital and Previous Unemployment. *Labour Economics*, 7(5), 575–601.
95. Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve RS (MDDSZ) (2011). *Smernice za izvajanje ukrepov aktivne politike zaposlovanja za obdobje 2012–2015*. Ljubljana: Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve RS.
96. Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti (MDDSZ) (2014, 30. junij). *Katalog ukrepov aktivne politike zaposlovanja*. Ljubljana: Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti.
97. Ministrstvo za gospodarstvo, tehnologijo in razvoj (MGRT) (2014). *Spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja*. Najdeno 17. oktobra na spletnem naslovu http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/podjetnistvo_konkurencnost_in_tehnologija/spodbujanje_podjetnistva_in_podjetnistvu_prijaznega_okolja/

98. Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship Education: a Review of its Objectives, Teaching Methods, and Impact Indicators. *Education + Training*, 52(1), 20 – 47.
99. Naude, W. (2008). *Entrepreneurship in Economic Development* (Research Paper, No. 2008/20). Helsinki: UNU World Institute for development Economics Research (UNU-WIDER).
100. Nieman, G. (2000). *Training in Entrepreneurship and Small Business Enterprises in South Africa: A situational analysis*. South Africa: University of Pretoria.
101. Oakey, R., Mukhtar, S. M., & Kipling, M. (1998). Student Perspectives on Entrepreneurship: Observations on Their Propensity for Entrepreneurial Behaviour. *Paper presented at the Second Enterprise and learning Conference, Centre for Entrepreneurship*. Aberdeen: University of Aberdeen.
102. OECD (2009). *Coping with the Crisis at Local Level: Policy Lessons from the OECD Programme on Local Economic and Employment Development (LEED)*. Internal Working Document, CFE. Pariz: OECD.
103. Paço, A., Ferreira, J., Raposo, M., Rodrigues, R., & Dinis, A. (2011). Entrepreneurial Intention Among Secondary Students: Findings from Portugal. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 92–106.
104. Pardo, C. A. (2013). Is Business Creation the Mean or the End of Entrepreneurship Education? A Multiple Case Study Exploring Teaching Goals in Entrepreneurship Education. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(1), 1–10.
105. Peltonen, M., & Ruohotie, P. (1992). Oppimismotivaatio: Teoriaa, Tutkimuksia ja Esimerkkejä Oppimishalukkuudesta. *Aavaranta-sarja*, 29. Helsinki: Otava.
106. Pittaway, L. (2005). Philosophies in entrepreneurship: a focus on economic theories. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 11(3), 201–221.
107. Poslanstvo. Najdeno 20. marca 2013 na spletnem naslovu <http://www.yes.si/sl/yes-start/poslanstvo>
108. Pribadi, H. (2005). Defining and Constructing the Teaching Model of Entrepreneurial Education Based on Entrepreneurial Intention Model. *Jurnal Teknik Industri*, 7(1), 76–82.
109. Program. Najdeno 20. marca 2013 na spletni strani <http://www.yes.si/sl/yes-start/program>
110. Pšeničny, V. (2000). *Podjetništvo od podjetja do rasti*. Portorož: Visoka šola za podjetništvo.
111. Rasheed, H. S. (2000). Developing Entrepreneurial Potential in Youth: The Effect of Entrepreneurial Education and Creation. Najdeno 13. novembra 2014 na spletnem naslovu <http://www.sbaer.uca.edu/research/usasbe/2001/pdf/PAPERS/Volume2/063.pdf>
112. Rejec, R. (2014). *Pomembnejši statistični podatki o Sloveniji*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
113. Reynolds, P., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E., & Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report*. London: London Business School.

114. Rodrigues, R. G., Dinis, A., do Paço, A., Ferreira, J., & Raposo, M. (2012). The Effect of an Entrepreneurial Training Programme on Entrepreneurial Traits and Intention of Secondary Students. V T. Burger–Helmchen Entrepr (ur.), *Entrepreneurship – Born, Made and Educated* (str. 77–92). Rijeka: InTech.
115. Ronstadt, R. (1987). The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurial Education is Beginning. *American Journal of Small Business*, 11(4), 37–53.
116. Rushing, F. W. (1990). Economics and Entrepreneurship in the Elementary Grades. V C. A., Kent (ur.). *Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions*. New York: Quorum Books.
117. Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72–90.
118. Singh, P. R., Hills, G. E., Hybels, R. C., & Lumpkin, G. T. (1999). *Opportunity Recognition Through Social Network Characteristics of Entrepreneurs*. Najdeno 27. Novembra 2014 na spletnem naslovu http://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers99/X/X_B/X_B.html
119. Soleimanpour, M. R., Tohidlu, S., & Mehrabi Delshad, M. (2014). Educational Barriers For Developing Students' Entrepreneurial Spirit (Case Study: Zanzan University), *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 4(1) January-March, 358-363.
120. Solomon, G. (2007). An Examination of Entrepreneurship Education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168–182.
121. Solomon, G. T., & Fernald, L. W. (2005). *The Growth of Entrepreneurship Education in the United States*. Proceedings of the International Council for Small Business, 48th World Conference, Northern Ireland, 15–18 June.
122. Solomon, G. T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The State of Entrepreneurship Education in the United States: a Nationwide Survey and Analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 65–86.
123. South East European Centre for Entrepreneurial Learning (SEECCEL) (2011). *Entrepreneurial Learning. A Key Competence Approach*. Zagreb: South East European Centre for Entrepreneurial Learning.
124. Sprinthall, A. S., Sprinthall, R.C., & Oja, S. O. (1994). *Educational Psychology. A Developmental Approach* (6th ed). Reading: Addison-Wesley.
125. Stevenson, L., & Lundström, A. (2001). *Entrepreneurship Policy for the Future: Best Practice Components*. Örebro: Swedish Foundation for Small Business Research.
126. Stritar, R. (2006). *Dejavniki oblikovanja podjetniških namenov študentov: vpliv timskega dela* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
127. Svetlik, I. (1985). *Brezposelnost in zaposlovanje*. Ljubljana: Delavska enotnost.
128. Štajerski tehnološki park d.o.o. (2009). *Podporno okolje za podjetništvo v Sloveniji*. Pesnica pri Mariboru: Štajerski tehnološki park d.o.o.

129. The Consortium for Entrepreneurship Education (2014). *Lifelong Entrepreneurship education Model*. Najdeno 14. avgusta 2014 na spletnem naslovu http://www.entre-ed.org/_entre/lifelong.htm
130. The European Civil Society Platform on Lifelong Learning (EUCIS–LLL) (2013). *EUCIS–LLL Position and Compendium of Good Practices. Fostering Entrepreneurial Mindsets*. Bruxelles: EUCIS–LLL.
131. Twaalfhoven, B., & Wilson, K. (2004). Breeding More Gazelles: The Role of European Universities. *European Foundation for Entrepreneurship Research*. Najdeno 14. julija 2014 na spletnem naslovu http://www.gvpartners.com/web/pdf/Breeding_Gazelles_-_The_Role_of_Universities.pdf
132. *Udeleženci o programu*. Najdeno 20. novembra 2014 na spletni strani <http://www.yes.si/sl/yes-start/udelezenci-o-programu>
133. Van der Kuip, I., & Verheul, I. (2003). *Early Development of Entrepreneurial Qualities: the Role of Initial Education*. Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
134. Vesalainen, J., Pihkala, T., & Jokinen, T. (1999). Yrittäjyyspotentiaali Varkaudessa sekä Kotkan–Haminan ja Tampereen seutukunnissa. Tutkimus yrittäjyysaikomuksista ja aikomusten taustoista. *Vaasan yliopisto, Johtamisen laitos, 11*, 1999.
135. Vesper, K. H., & McMullan, W. E. (1988). Entrepreneurship: Today Courses, Tomorrow Degrees? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(1), 7–13.
136. Vogrinc, J. (2008). *Kvalitativno raziskovanje na pedagoškem področju*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta.
137. Watson, G. E. H. (2004). *A Situational Analysis of Entrepreneurship Mentors in South Africa*. Pretoria: University of South Africa.
138. Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27–56.
139. Wennekers, S., & Thurik, R. (2004). Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(1), 140–149.
140. Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications of Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(3), 387–406.
141. Zahra, S. A. (1991): Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 6, 259–286.
142. Zavod Republike Slovenije za Zaposlovanje (ZRSZ) (2014, julij). *Manj brezposelnih že peti mesec zapored*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za Zaposlovanje.
143. Zeithamil, C. P., & Rice, G. H. (1987). Entrepreneurship–Small Business Education in American Universities. *Journal of Small Business Management*, 25(1), 44–50.
144. Žnidaršič, J. (2003). *Razvijanje podjetnih lastnosti ljudi v izobraževalnem sistemu* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Vprašalnik po programu YES Start	1
Priloga 2: Pregled kurikuluma programa YES Start	7
Priloga 3: Intervju z g. Tilom Lajovicem, vodjo izvajanja programa YES Start.....	8
Priloga 4: Fotografije z delavnic	13

Priloga 1: Vprašalnik po programu YES Start

SPREMNO PISMO K ANKETNEMU VPRAŠALNIKU

Spoštovana udeleženka, spoštovani udeleženec,

Sem Primož Gorše, študent Ekonomske fakultete v Ljubljani in končujem podiplomski študij, smer podjetništvo. V sodelovanju z Ekonomsko fakulteto v Ljubljani in Združenjem YES pripravljam magistrsko nalogo, v okviru katere bom izvedel raziskavo, s katero bom skušal ugotoviti koristnost in učinkovitost (učinke) podjetniškega programa YES Start pri reševanju problema brezposelnosti v praksi.

Da bi raziskavo lahko izvedel čim bolj kvalitetno, vas kot enega od udeležencev projekta YES Start naprošam, da sodelujete pri izpolnjevanju anketnega vprašalnika. Pri tem bi želel, da na vprašanja odgovarjate čim bolj konkretno. Vaše sodelovanje bi mi tako omogočilo dokončanje zaključne naloge in študija, poleg tega pa bi bilo tudi v veliko pomoč pri nadaljevanju izvajanja projekta, saj bi s svojimi odgovori pripomogli k nadgradnji programa YES Start. S tem bi tudi naslednjim generacijam udeležencev tega programa omogočili še bolj kvalitetno izvajanje programa.

Anonimnost ankete je zagotovljena vsem udeležencem, z njo pa želim pridobiti potrebne informacije, ki mi bodo omogočile ugotoviti učinke in uspešnost projekta YES Start. Odgovorili bi na nekaj osnovnih vprašanj in izrazili vaše mnenje o izvedenem programu. S pomočjo vaših odgovorov bom lahko tudi čim bolj realno ovrednotil rezultate tega programa.

Za vaše sodelovanje in zaupanje se vam že vnaprej najlepše zahvaljujem in vas lepo pozdravljam!

Študent: Primož Gorše

Mentorica na Ekonomski fakulteti: doc. dr. Anja Svetina Nabergoj

I. DEMOGRAFSKI PODATKI:

1. SPOL (označi)

- a) M
- b) Ž

2. LETO ROJSTVA: _____

3. DOKONČANA STOPNJA IZOBRAZBE PO VKLJUČITVI V PROGRAM YES START (označi)?

- a) Osnovnošolska izobrazba
- b) Poklicna izobrazba
- c) Srednješolska izobrazba (poklicna, gimnazija)
- d) Višja ali visokošolska izobrazba (st. izobrazbe: 6/1, 6/2)
- e) Univerzitetna izobrazba (st. izobrazbe: 7; 8/1)
- f) Specializacija, magisterij, doktorat (st. izobrazbe: 8/2)

4. ALI SE JE V ČASU TRAJANJA PROGRAMA YES START SPREMENIL VAŠ ZAPOSLITVENI STATUS? Prosim, zapišite spremembo statusa!

5. ALI STE V ČASU OD ZAČETKA PROGRAMA YES STARTA YES START IN DO TEGA TRENUTKA ŽE USTANOVILI LASTNO PODJETJE?

- a) DA
- b) NE

Če ste na vprašanje 5 odgovorili z DA, odgovorite na vprašanje 6.

Če ste na vprašanje 5 odgovorili z NE, odgovorite na vprašanje 7.

6. V KOLIKŠNI MERI JE ZA USTANOVITEV PODJETJA ZASLUŽNA VAŠA UDELEŽBA V PROGRAMU YES START?

7. KAKŠNE SO PO VAŠEM MNENJU VAŠE MOŽNOSTI ZA URESNIČITEV PODJETNIŠKE IDEJE IN USTANOVITEV LASTNEGA PODJETJA PO UDELEŽBI V

II. VPRAŠANJA, KI SE NANAŠAJO NA PROGRAM YES START:

1. OPIŠITE VAŠO PODJETNIŠKO POT!

2. KAKO JE PROGRAM YES START VPLIVAL NA VAŠE PODJETNIŠKO UDEJSTVOVANJE?

3. KATERI SO GLAVNI DOGODKI NA VAŠI PODJETNIŠKI POTI, KI SO SE ZGODILI OD VKLJUČITVE V PROGRAM YES START IN NA KAKŠEN NAČIN JE PROGRAM YES START VPLIVAL NA TE DOGODKE?

4. NA KAKŠEN NAČIN JE MENTORSTVO, IZVEDENO TEKOM PROGRAMA YES START, VPLIVALO NA RAZVOJ VAŠE PODJETNIŠKE IDEJE? Prosim, bodite konkretni!

5. KATERE SO TISTE GLAVNE KORISTI, KI STE JIH PRIDOBILI PREKO SODELOVANJA Z MENTORJEM/MENTORJI TEKOM PROGRAMA YES START?

6. NA KAKŠEN NAČIN JE INTERAKCIJA Z DRUGIMI SOUDELEŽENCI VPLIVALA NA VAS IN VAŠO PODJETNIŠKO IDEJO IN KATERE SO GLAVNE KORISTI, KI STE JIH NA TA NAČIN PRIDOBILI? Prosim, bodite konkretni!

7. KATERA SO TISTA ZNANJA/SPOSOBNOSTI, KI STE JIH ŽELELI PRIDOBITI ALI NADGRADITI PREKO PROGRAMA YES START IN V KOLIKŠNI MERI VAM JE PROGRAM TO TUDI OMOGOČIL?

8. KATERO ZNANJE/SPOSOBNOSTI/IZKUŠNJE, PRIDOBLENJO Z UDELEŽBO V PROGRAMU YES START, VAM BO PO VAŠEM MNENJU NAJBOLJ KORISTILO PRI NADALJNI PODJETNIŠKI POTI?

9. NA KAKŠEN NAČIN JE PROGRAM YES START VPLIVAL NA VAŠE ZMOŽNOSTI REŠEVANJA PROBLEMOV, POVEZANIH Z URESNIČEVANJEM PODJETNIŠKE IDEJE? Prosim, bodite konkretni!

10. KAKO, PO ZAKLJUČENEM PROGRAMU YES START, OCENJUJETE VAŠO PRIPRAVLJENOST NA NADALJNJE IZZIVE NA VAŠI PODJETNIŠKI POTI?

11. KATERE SO TISTE TEME/ZNANJA/VEŠČINE, KI JIH V PROGRAMU NISTE OBRAVNAVALI, PA MISLITE, DA BI BILE KORISTNE ZA VAŠO POSLOVNO POT?

12. ALI SO BILE KAKŠNE TEME/DELAVNICE, ZA KATERE MISLITE, DA SO BILE NEPOTREBNE IN NISO PRIPOMOGLE K URESNIČEVANJU VAŠE POSLOVNE IDEJE?

13. V KOLIKŠNI MERI JE PROGRAM YES START IZPOLNIL VAŠA PRIČAKOVANJA?

14. KATERE SO ZA VAS TRI GLAVNE **KORISTI** SODELOVANJA V PROGRAMU YES START?

15. KATERE SO ZA VAS TRI GLAVNE **SLABOSTI** SODELOVANJA V PROGRAMU YES START?

16. ČE BI IMELI TO MOŽNOST ALI BI SE PONOVO VKLJUČILI V PROGRAM YES START? ZAKAJ?

17. ALI BI PROGRAM YES START PRIPOROČILI PODJETNIKOM NA ZAČETKU SVOJE PODJETNIŠKE POTI? ZAKAJ?

18. V KOLIKŠNI MERI JE PROGRAM YES START PO VAŠEM MNENJU VPLIVAL NA VAŠA ZNANJA IN VEŠČINE IZ SPODNJE TABELA (obkrožite številko)?

		Zelo izboljšal	Niti - niti	Sploh ni izboljšal	Ne vem
a)	Prevzemanje tveganja	1	2	3	5
b)	Želja po uspehu	1	2	3	5
c)	Vodstvene sposobnosti	1	2	3	5
d)	Usmerjenost k strankam	1	2	3	5
e)	Komunikacijske sposobnosti,	1	2	3	5
f)	Timsko delo	1	2	3	5
h)	Razvoj sposobnosti poslovnega načrtovanja	1	2	3	5
i)	Sposobnost prepoznavanja podjetniških priložnosti	1	2	3	5
j)	Podjetnost in podjetniški način razmišljanja	1	2	3	5
k)	Kreativno reševanje problemov in sposobnosti inovativnega razmišljanja	1	2	3	5
l)	Razumevanje poslovanja in finančna znanja	1	2	3	5

19. NAŠTEJTE TRI NAJPOMEMBNEJŠE KOMPETENCE/SOSOBNOSTI IN RAZLOŽITE KAKO JE PROGRAM PRISPEVAL K RAZVOJU LE-TEH!

NI nujno, da so kompetence iz seznama v zgornji tabeli!

20. KAJ STE POGREŠALI MED IZVAJANJEM PROGRAMA IN KAJ BI SPREMENILI PRI PONOVI IZVEDBI PROGRAMA? Prosim, bodite konkretni!

21. KAJ MENITE, DA JE BILO TISTO NAJPOMEMBNEJŠE, KAR STE »PRIDOBILI« Z UDELEŽBO V PROGRAMU YES START? Prosim, bodite konkretni!

22. KAKŠNO JE VAŠE MNENJE O PROGRAMU YES START?



Priloga 2: Pregled kurikuluma programa YES Start

	1. izvedba programa YES Start	2. izvedba programa YES Start
1. delavnica	Kreativni in kredibilni posameznik (Internetni viri, design thinking)	Design Thinking
2. delavnica	Uvod v podjetništvo	Design Thinking
3. delavnica	Od vizije do izvedbe	Uvod v podjetništvo
4. delavnica	Makroekonomski in družbeno globalni trendi za podjetnike	Psihologija podjetništva
5. delavnica	Poslovni načrt od ideje do izvedbe	Poslovno okolje in njegovi izzivi
6. delavnica	Podjetništvo 1	Od vizije do izvedbe- Lean Canvas
7. delavnica	Podjetnik kot osebnost 1	Lean Startup
8. delavnica	Srečanje s podjetniki 1	Poslovni načrt
9. delavnica	Organizacije podjetniške prodaje	Osnovni makroekonomski pojmi
10. delavnica	Internet kot ključno orodje rasti	Digital marketing
11. delavnica	Finance 1	Osnove uspešne prezentacije
12. delavnica	Računovodstvo	Številke v marketingu
13. delavnica	Podjetništvo 2	Ocena velikosti trga; Time Management
14. delavnica	Podjetnik kot osebnost 2	Komunikacija
15. delavnica	Podjetnik kot razvojni strateg	Intelektualna lastnina
16. delavnica	Kako voditi vse vključene v podjetniški razvoj	Podjetniška strategija
17. delavnica	Podjetniško komuniciranje	Osnove računovodstva in davkov
18. delavnica	Podjetništvo 3	Brand Building 1
19. delavnica	Kako voditi vse vključene v podjetniški razvoj	Brand Building 2
20. delavnica	Finance 2	Poslovanje na Facebooku
21. delavnica	Financiranje rasti	Pravni vidiki podjetja; Razpisi
22. delavnica	Srečanje z investitorji	Podjetništvo
23. delavnica	Zaključni dogodek	Vodenje

Priloga 3: Intervju z g. Tilom Lajovicem, vodjo izvajanja programa YES Start

1. Kako ste prišli do ideje o samem programu YES Start in o povezovanju z ZRSZ ter EF?
»Do ideje smo prišli čisto nekako spontano. Spraševali smo se, kaj lahko v današnjem času vseobsegajočega pesimizma naredimo. Se pravi, kaj bi lahko bil naš doprinos družbi. Seveda imamo velik »network«, imamo ljudi, ki imajo kompetence, ki imajo znanje, da lahko to posredujejo tudi ostalim. In smo se potem enostavno odločili, da bomo tej vedno večji skupini brezposelnih oseb pomagal pri realiziranju njihove podjetniške ideje. Povezali smo se z ZRSZ, ker oni imajo dostop do brezposelnih oseb. Brezposelni so pa sedaj neka depriviligirana skupina, predvsem s stališča – no jasno, vedno več jih je – to je eno dejstvo. Drugo dejstvo je, da so to ljudje, ki so se znašli v nezavidljivem položaju zaradi izgube službe in v tem primeru velikokrat nimaš neke vizije za naprej. Se ne znajdeš, ne veš kaj bi naredil. Delovnih mest danes ni oziroma jih je vedno manj, tako da je bila to neka logična posledica, da so definirane ciljne skupine – za koga lahko največ trenutno naredimo. Po drugi strani seveda pa je bila ideja ta, da poskusimo kreirati delovna mesta. To je naš »mission«, ki nam je v veliki meri uspela. Povezava z ZRSZ pa predvsem iz tega razloga, ker imajo oni dostop do teh brezposelnih oseb in to je najhitrejša pot do teh ljudi. Mi smo dobili od njih pridobili zelo hitro potrditev, da nas bodo podprli v tem programu. Seveda pa so oni samo neki posredniki oz. dostopna točka do teh ljudi. Ekonomski fakulteti pa je seveda v interesu, da delamo dobre projekte in so oni tudi zraven – neke vrsta logična povezava.«
2. V katero skupino ukrepov APZ spada program YES START?
»Težko bi umestil naš program v katalog APZ, ker te programe ZRSZ podpira tudi finančno, kar pa ne drži za naš projekt, saj smo mi ZRSZ uporabili le kot »point of contact« do baze brezposelnih oseb. V trenutku, ko so brezposelni nam poslali svojo poslovno idejo, smo mi s temi kandidati začeli sodelovati direktno.«
3. Po kakšnem ključu ste izbrali gostujoče predavatelje? So vsi člani Združenja YES?
»Nekateri da, nekateri ne. Predvsem smo na to gledali vsebinsko – kaj ima za povedati in če na podlagi tega sovпада z našim konceptom programa (obratno od logike ali ima čas in kaj ima za povedati). Eni so člani Združenja, eni so iz našega networka, nekatere pa smo kontaktirali predvsem zato, ker se nam je zdelo, da imajo nekaj pametnega za povedati in smo jih na podlagi tega uvrstili v program.«
4. Po kakšnem ključu ste izbrali udeležence?
»Naš »target group« so brezposelni, ki imajo poslovno idejo. Seveda te poslovne ideje niso oblikovane oz. gre za ideje, ki so daleč od tega, da bi bile oblikovane, ampak gre morda bolj za neko poslovno zamisel. To (kvaliteta poslovne ideje) je 1 glavnih, a ne ključnih »momentov«. V tej fazi, ko so oni generirali in so se odločali/spomnili, kaj bi

počeli, so bile nekatere poslovne ideje zelo »far fetched«, enostavno niso bile sprejemljive na trgu, ampak tudi v okviru programa so se te poslovne ideje zelo spreminjale. Bistveno je bilo, da dobimo človeka, ki ima pravi »mindset«, ki je pripravljen sprejemati znanje in ga tudi deliti naprej, kar je sicer na začetku težko oceniti. Ampak sprejeli smo pa tudi ljudi, čigar ideja ni bila sicer najboljša, ampak so se nam iz drugih vidikov (npr. osebne lastnosti/značilnosti) zdeli primerni.«

»Seveda je prva točka, da nam pošljejo svojo poslovno idejo, CV in motivacijsko pismo. In na podlagi tega smo naredili nek širši izbor. Seveda tukaj morajo biti tu prisotni vsi 3 elementi – glavno pa recimo, da je motivacijsko pismo, ker je nekak »link« med CV-jem in poslovno idejo. Predvsem smo tako skušali preveriti ali bodo ti ljudje sposobni realizirati to ali neko drugo idejo. Ključno je, da se ukvarjamo z ljudmi, ki imajo nek potencial, in ki si to želijo, ki to hočejo.«

5. Vaš pogled na pričakovane učinke programa?

»Nekako smo planirali, da če bo nekak 10% udeležencev uspelo ustanoviti podjetje, smo naredili že veliko. V tem trenutku, torej cca. 1 leto po začetku programa, imamo že 50% udeležencev, ki je ustanovilo podjetje. Jasno je, da je dandanes zelo enostavno ustanoviti podjetje – to je le 1 od pokazateljev. Ampak, kar se mi zdi bistveno oziroma kar pove precej več o samih udeležencih in do kam smo jih pripeljali je to, da jih nekaj že zaposluje. Tako da so naredili prehod od iskalcev zaposlitev v delodajalce, kar se mi zdi neko ključno sporočilo, da se tudi v tem času, ko vsi jamrajo, da se ne da nič narest in v težavnem obdobju, dá nekaj narediti, če imaš cilj, če imaš neko vizijo, če imaš željo, da do tega cilja tudi prideš.«

6. O predlaganih pričakovanih učinkih:

»Želimo jih pripeljati do tega, da bodo predvsem bolj samozavestni, ker je to tisto, kar jim na začetku najbolj manjka. Gredo v neko novo poslovno pot, stopajo v neznano in so precej nesigurni in tukaj jim mi dajemo nek »support«.

7. O mentorstvu v programu:

»Porajalo se je vprašanje ali mentorja dodeliti takoj in, da takoj pomagajo pri njihovi poslovni ideji, ampak smo najprej malo počakali in rekli, da bomo najprej pogledali, kateri so sploh tisti, ki so nekako primerni zato, da jim dodelimo mentorja. Se pravi, da je njihov napredek znotraj programa, njihov angažma, pripravljenost nekaj narest tako velik, da se bo seveda tudi splačalo investirati čas teh mentorjev – da bo neki »outcome«. In še nekaj – mi smo jim pripeljali toliko in toliko predavateljev – spodbujali smo jih v bistvu, da naj si oni sami najdejo mentorja. Mi pripeljemo ljudi, zmenite se z njimi, dobite se z njimi itn. Tako smo poskušali spodbujati njihovo samoiniciativnost – nekateri so si ga najdlji, nekateri ne, nekateri niso sploh hodili – udeleženci so bili na različnih nivojih. Tako, da to recimo se je obneslo. Je pa

vprašanje, če bi mogoče vsi na začetku dobili mentorje, mogoče bi bila morda kakšna ideja bolj uspešna.«

8. Ali je imel program poleg pričakovanih tudi kakšen drug, nepričakovan učinek na udeležence?

»Nepričakovani učinek je že to, da je toliko ljudi ustanovilo podjetje in da v tako kratkem času že zaposlujejo in da so nekateri naredili kar zanimivo in dobro zgodbo. Nekih negativnih nepričakovanih učinkov ni bilo, vse je bilo v okviru naših predvidevanj – kvečjemu so bili nepričakovani pozitivni učinki (predvsem št. ustanovljenih podjetij).«

9. O učinkih povezovanja med udeleženci (na FB-ju).

»Sicer smo v določeni meri pričakovali to, ustanovili smo lastno koherentno skupino, katere udeleženci si pomagajo med seboj, se spodbujajo, ki eden drugemu omogočajo priložnosti. Mogoče nismo pričakovali, da se bodo tudi poslovno povezali med seboj in da bo prišlo tudi do nekih sinergij med njimi. Npr. ena punca organizira poroke, druga izdeluje nakit itd.«

»Moram še povedati, da so nam predavatelji povedali, da tako dobre skupine že dolgo niso imeli. Skupina je bila v bistvu pripravljena vsrkat znanje ljudi, ki so prišli.«

10. Ali ocenjujete, da ste z delavnicami dosegli želene učinke programa, ki ste jih želeli doseči?

»Da, verjetno tudi zaradi enega momenta (no, okvirno smo jih mi že zastavili za celotno lekcijo - teme, ki jih bomo pokrivali, kaj bomo obdelal kar je bistveno ...), da smo se enostavno prilagajali in smo se odzivali na potrebe udeležencev. Ker smo jih opazovali in smo videli, s čim konkretno se ukvarjajo in kaj potrebujejo. In smo potem v toku programa prilagajali delavnice na ta način, da so dobili tisto, kar so hoteli. Tukaj smo bili odprti za predloge. Okvirno vsebino programa smo imeli pripravljeno vnaprej – teme, ki jih želimo pokriti so bile definirane vnaprej, ampak znotraj- torej ni bila neka rigidna struktura, ampak smo se zelo prilagajali.«

11. Vsebino programa ste določili sami ali na podlagi kakšnega obstoječega/podobnega programa?

»Ne, izključno sami. Neke »feedbacke« glede vsebine so nam dali tudi na EF, ampak niso imeli praktično nobenih pripomb, ker imamo dovolj izkušenj v tem pogledu.«

12. Poznate kakšne podobne programe iz tujine?

»Seveda poznamo, samo enostavno se nismo zgledovali po nobenem programu, ker nam je približno jasno, kaj ljudje, ki začenjajo svojo podjetniško pot, potrebujejo.«

13. Katere so po vašem mnenju šibke točke programa, ki bi jih v prihodnosti želeli odpraviti?

»Mogoče ena glavna, mogoče niti ne programa, ker je bil dobro zastavljen, ampak prav nekih izrazitih šibkih točk ni, ampak kar smo videli je to, da moramo pred izborom udeležencev opraviti intervjuje z vsemi kandidati, ker se je zgodilo to, da mogoče zaradi nekih časovnih omejitev nismo imeli intervjujev z vsemi in so nekateri prišli na podlagi tega nagovora o poslovni ideji in smo jih uvrstili neposredno v program, pri nekaterih pa smo na podlagi intervjujev naredili selekcijo. In te, ki smo jih spravili direktno v program so se v bistvu izkazali kot tisti, ki so recimo izpadli, ki niso dokončali. Na začetku smo imeli 35 oz. 30 kandidatov, nekaj jih je namreč odpadlo, ampak pri nekaterih pa smo bili tudi na podlagi intervjujev že na začetku skeptični, a smo jim vseeno dali priložnost – vendar pa je bila to zadeva, ki smo jo na začetku predvidevali. Predvidevali smo namreč, da jih bo na začetku približno polovica končalo program, a jih je končalo nekaj več. Osip kandidatov je bil pričakovan. Je pa tudi nekaj res, da ljudje drugače percipirajo nekaj, kar dobijo zastonj, kot nekaj, kar morajo plačati sami. Čim daš neki svoj denar not, boš želel čim več potegniti ven, zato pa je tako kot je.«

14. Kaj menite, da ste se naučili v tej 1. izvedbi programa, kar boste lahko prenesli na naslednjo generacijo udeležencev?

»Dobili smo potrditev, da smo že prvo izvedbo programa zadeli oziroma dobro izvedli. Kar mislim, da bo plus za 2. generacijo je to, da bodo imeli neke vrste mentorjev te udeležence iz 1. generacije. Oni bodo lahko direktno prenašali svoje znanje/izkušnje, ker so to pot že prehodili. To je bila 1 glavnih točk že v snovanju, ker smo hoteli vključit bolj podjetnike kot managerje, ker so podjetniki to pot že prehodili. Začeli so iz nič in so počasi ali hitro gradili – enostavno vedo, kje so morebitne težave, s čim se ljudje na tej stopnji soočajo, kar mislim da je bila prava pot. Udeleženci se lažje poistovetijo s takimi ljudmi.«

15. Kako boste v Združenju Yes merili uspešnost programa? V kakšnem primeru bo program za vas uspešen?

»Zdaj je tako - število ustanovljenih novih podjetij je seveda 1 kazalec, ne? Lahko, kot sem že rekel, danes ustanoviti podjetje je zelo preprosto. Tako da to, da nekdo ustanovi podjetje nič ne pove o njegovi uspešnosti. In mi pa si želimo, da bodo ta podjetja dolgoročno uspešna in imamo zato seveda tudi program, saj smo mislili, da bo to enoletni program pa smo ga sedaj podaljšali v dvoletnega. To smo sicer imeli že prej v mislih, da bi udeležence programa spremljali 2 leti, ampak prvo leto v okviru tega intenzivnega programa, ne? Se pravi tedenske delavnice, mentorstva, naloge itn. Drugo leto pa je namenjeno bolj podpori že ustanovljenim podjetjem. Se pravi »network eventi«, spoznavanje, povečanje prodaje itn. Bolj smo usmerjeni v to - se pravi prvo leto ustanovitev podjetij, drugo leto pa podpora že ustanovljenim podjetjem. In seveda

tudi tisti, ki niso ustanovili podjetja prvo leto to ne pomeni, da jih bomo pa zdaj dali na stran, ampak se bomo še vedno angažirali, da jim pomagamo po naših najboljših močeh. Gre samo za to, da v drugem letu ta program ni več tako intenziven, ampak so npr. mesečna, dvomesečna srečanja, kakšna delavnica vsake toliko časa, obiski podjetij itn. To je tisto, kar bo zdaj drugo leto nekak. Pa mentorstvo bo seveda, jasno še prisotno. Se pravi merjenje uspešnosti programa, ja, št.ož. odstotek ustanovljenih podjetij od vseh udeležencev je neka zelo »straight-forward« ideja po kateri lahko merimo, seveda pa je pomanjkljiva.«

»Aha, še ena zadeva, mogoče samo to, glede pomanjkljivost programa, ki si jih prej omenil. ena zadeva, ki smo jo sicer začel lani pa smo jo potem mogoče malo izpustili je bila, da se bomo bolj posvečal nalogam, domačim nalogam, ki jih bodo morali udeleženci delati in bomo potem poskusili dati neki »feedback« tudi na te naloge. To je bila recimo ena pomanjkljivost, ki je nismo dost dosledno izvajali. Predvsem zaradi našega časa, ampak te domače naloge, ki so bile, so bile bolj namenjene njim za vajo. Dokler imaš ti idejo v glavi lahko zgleda vse preprosto, ko pa jo moraš zapisati na papir, jo moraš pa zelo dobro definirati, kar se nam zdijo zelo dobre vaje in bomo nekako apelirali na nosilce/predavatelje, da te naloge dosledno dajejo.«

16. So izbrane vsebine po vašem mnenju ustrezale tudi pričakovanjem udeležencev? je morda kdo izrazil mnenje, da si je zamislil predavanja drugače?

»Ja, sploh od udeležencev na začetku, od teh, ki so izpadli. Oni so verjetno pričakovali drugačno vsebino, verjetno pa so pričakovali, da jim bomo vse prinesli na pladnju. Ampak ,to je bila 1 od prvih točk – mi jim samo prinesemo možnost, znanje, kako pa bodo oni to znanje izkoristili pa je seveda čisto njihova zadeva, predvsem pa leži popolnoma samo na njih. Namesto njih ne bo nihče nič naredil. In oni so se morali seveda maksimalno angažirati in seveda v celotnem tem enoletnem procesu je seveda bila količina dela, ki so ga morali oni narediti, in ki smo ga morali narediti mi, bistveno večja. Se pravi, implementirati so morali znanje, ki so ga dobili, se pravi poslušati, reflektirati in implementirati. Zaradi tega je bilo treba vložiti blazno veliko truda in ambicije in svoje energije.«

17. Ali je kateri od udeležencev na zaključnem dogodku prejel finančna sredstva, kot je bilo rečeno na začetku programa?

»Tega dogodka še nismo imeli. Bil je planiran za november – to srečanje z investitorji. Se pravi trening pitcha in nato pitchanje pred investitorjem. Tukaj gre bolj za njihov trening, vprašanje, mi niti ne pričakujemo niti ne obljublamo, niti ne pričakujemo, da bo kdorkoli investiral v njih, če se bo to zgodil bo to super, ampak bolj na to gledamo kot na vajo, ki jim bo dobro prišla v kakšnem kasnejšem momentu. Moramo nekaj vedeti, ta podjetja so zdaj v zelo zelo zgodnji faz razvoja in imajo premalo definirane

še vse aktivnosti, procese tako da ne moremo še govoriti o nečem, kar bo definitivno zdržalo še naslednjih 5 let.«

18. Kako ste zadovoljni z dosedanja izvedbo programa in rezultati?

»Zelo zadovoljni? Mi smo delali na nekem ocenjevanju, saj smo na koncu vsake delavnice preverjali, kako so udeleženci zadovoljni z vsakokratnim predavateljem ali so te vsebine njim koristile ali niso, kaj mislijo da bodo izboljšali, seveda tudi kaj si bodo zapomnili oz. kaj jim bo ostalo v spominu. In se mi zdi, da te ocene, ki so jih oni dali, se nekako skladajo tudi nekako z mojo, pa ne bom rekel neodvisno percepcijo/oceno, ampak generalno gledano mislim, da približno vemo, kaj bi bilo treba izboljšati, kje so še tiste točke, ki bi jih bilo treba izboljšati.«

19. O ocenah predavateljev, ki jih je poslal Til:

»Seveda, tam so ocene 1-5, tega ne moremo sedaj gledati kot suho zlato, saj dokler ni dodano/pregledano v nekem kontekstu. Seveda 1. Predavanja je zelo težko oceniti, ker nimaš neke reference, »benchmarka«, ampak potem pa nekako prihajaš noter. Tako, da ocene prvih delavnic malo težje primerjamo oz. jih je treba nekako vzeti z rezervo v primerjavi z drugimi.«

»Mislim pa, da je to dobra zadeva, ker tudi mi dobimo nek feedback o tem, kaj oni potrebujejo in kaj je recimo treba popraviti in kaj je bilo dobro.«

»No, lahko tako rečeva, da je prvi del programa je usmerjen k neki širši sliki. Se pravi umestitve njihove ideje v prostor, se pravi »shape-anje« njihove poslovne ideje, preverjanje njihove poslovne ideje. To je to, kar je imela ena izmed predavateljic – se pravi »design thinking«, business model teme smo imeli tudi. In drugi del programa (od marca dalje nekje do junija; 1. del od decembra do februarja) je bil usmerjen bolj v specifične zadeve – trženje, grajenje BZ. «

Priloga 4: Fotografije z delavnic



