

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA USPEŠNOSTI VISOKOŠOLSKEGA PODJETNIŠKEGA
IZOBRAŽEVANJA NA PODJETNIŠKE NAMENE ŠTUDENTOV**

Ljubljana, avgust 2016

TOMAŽ HOČEVAR

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Tomaž Hočevar, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom Analiza uspešnosti visokošolskega podjetniškega izobraževanja na podjetniške namene študentov, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko red. prof. dr. Matejo Drnovšek

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravil samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobil vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označil;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnal v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobil/-a soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 26.8.2016

Podpis študenta: _____

KAZALO

UVOD	1
1 PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE – POMEN IN CILJI.....	5
2 DOSEDANJE ANALIZE USPEŠNOSTI IZOBRAŽEVANJA	18
3 POSTAVITEV HIPOTEZ.....	24
4 RAZISKAVA	32
4.1 Opredelitev problema in ciljev raziskave.....	32
4.2 Metodologija	33
4.2.1 Anketa in anketna vprašanja	34
4.2.2 Izvedba anketiranja	39
5 REZULTATI RAZISKAVE.....	40
5.1 Analiza anketirancev.....	40
5.1.1 Demografske značilnosti anketirancev	40
5.1.2 Študijske značilnosti anketirancev	40
5.1.3 Leta študija.....	41
5.1.4 Obstoječe podjetniške aktivnosti	41
5.2 Analiza rezultatov	41
5.2.1 Preizkušanje domnev o različnosti odgovorov, glede na smer študija.....	42
5.2.2 Analiza odvisnosti pri študentih podjetništva po metodi Forward.....	44
5.2.3 Analiza odvisnosti pri študentih podjetništva po metodi Enter	50
5.2.4 Analiza odvisnosti pri študentih ostalih smeri (razen študentov podjetništva) po metodi Forward.....	53
5.2.5 Analiza odvisnosti pri študentih ostalih smeri (razen študentov podjetništva) po metodi Enter	59
5.3 Glavne ugotovitve	62
6 UGOTOVITVE RAZISKAVE.....	63
6.1 Priporočila.....	64
6.2 Prispevek naloge	67
6.3 Omejitve naloge	68
6.4 Ostala odprta vprašanja	68
SKLEP	69
LITERATURA IN VIRI	71
PRILOGE	

KAZALO TABEL

Tabela 1: Trditve o usmerjenosti k ciljem.....	35
Tabela 2: Trditve o sprejemanju tveganja	36
Tabela 3: Trditve o samoučinkovitosti.....	37
Tabela 4: Trditve o kreativnosti	37
Tabela 5: Trditve o splošnem vtisu o študiju podjetništva.....	38
Tabela 6: Trditve o podjetniških namerah.....	39
Tabela 7: Demografske značilnosti anketirancev.....	40
Tabela 8: Demografske značilnosti anketirancev.....	40
Tabela 8: Demografske značilnosti anketirancev (nad.)	41
Tabela 9: Stopnja študija anketirancev.....	41
Tabela 10: Statistika skupine.....	42
Tabela 11: Test neodvisnih vzorcev	43
Tabela 12: Označbe spremenljivk	44
Tabela 12: Označbe spremenljivk (nad.).....	45
Tabela 13: Rezultati izračuna opisnih parametrov	45
Tabela 14: Izračun korelacij	46
Tabela 15: Vstavljene in odstranjene spremenljivke.....	47
Tabela 16: Koeficienti.....	48
Tabela 17: Izključene spremenljivke.....	48
Tabela 18: Vstavljene/odstranjene ^a spremenljivke	51
Tabela 19: Koeficienti	51
Tabela 20: Opisna statistika	53
Tabela 20: Opisna statistika (nad.).....	54
Tabela 21: Korelacije	54
Tabela 21: Korelacije (nad.).....	55
Tabela 22: Vključene in izključene spremenljivke	56
Tabela 23: Koeficienti.....	57
Tabela 24: Izključene spremenljivke.....	57
Tabela 25: Vključene in izključene spremenljivke	60
Tabela 26: Koeficienti.....	60

KAZALO SLIK

Slika 1: Stopnje registrirane brezposelnosti, statistične regije, Slovenija.....	6
Slika 2: Stopnja registrirane brezposelnosti, Slovenija.....	7
Slika 3: Stopnja delovne aktivnosti v EU starostni skupini 15–64 let v letu 2014	7
Slika 4: Deleži samozaposlenih, 24 držav Evrope, Q2-2014.....	9
Slika 5: Distribucija samozaposlenih po starosti v izbranih EU-24 v letu 2013.....	10
Slika 6: Temeljni parametri podjetniškega izobraževanja	12

Slika 7: Glavni cilji programov podjetniškega izobraževanja in njihova medsebojna povezanost	14
Slika 8: model podjetniškega potenciala mladih	17
Slika 9: Načini podjetniškega izobraževanja	18
Slika 10: Teorija načrtnega vedenja	26
Slika 11: Histogram	49
Slika 12: Razsevni diagram	50
Slika 13: Histogram	52
Slika 14: Razsevni diagram	53
Slika 15: Histogram	58
Slika 16: Razsevni diagram	59
Slika 17: Histogram	61
Slika 18: Razsevni diagram	62

UVOD

Podjetniška revolucija je zajela svet in je na njem pustila velik pečat. Kuratko (2005, str. 577) navaja, da v Združenih državah Amerike vsako leto nastane skoraj milijon novih podjetij, kar kaže na izjemno popularnost podjetniške aktivnosti. Nekoliko drugače, a kljub temu v podobnih trendih, je v Evropi pa tudi drugod. Nadalje Kuratko (2005, str. 577) pravi, da je podjetništvo najbolj potentna gospodarska sila, ki jo je svet kdajkoli izkusil. Z ekspanzijo podjetništva pa je razcvet zajel tudi podjetniško izobraževanje. Podjetništvo je v osnovi osebnostno (Baum, Frese, & Baron, 2012). Čeprav raziskave kažejo, da obstajajo številni osebnostni, organizacijski in zunanji razlogi za uspešno stvaritev novega podjetja, je potrebna človeška vizija, namera in delo, da poslovne ideje prenesejo v uspešne izdelke in storitve. S pomočjo razmišljanja in aktivnosti si podjetniki priskrbijo človeške in finančne resurse, da lahko organizirajo, proizvedejo in tržijo izdelke in storitve, ki prinašajo vrednost za kupce in zaposlene (Baum et al., 2012).

Podjetništvu so se vrata v Sloveniji odprla leta 1988, ko je bil z Zakonom o podjetjih postavljen pravni temelj za zasebno podjetništvo. S tem sta bila sprožena dva procesa, ki sta začela spreminjati strukturo gospodarstva iz tipične socialistične strukture v strukturo, značilno za tržna gospodarstva. Prvi proces je množično nastajanje novih, majhnih podjetij. Gre za polnjenje vrzeli v tistem delu strukture gospodarstva, ki jo v tržnem gospodarstvu zavzemajo majhna in srednje velika podjetja. Ta vrzel je bila nekakšna t.i. »socialistična črna luknja« in je predstavljala osnovno strukturno neravnotežje socialističnih gospodarstev. Drugi proces pa je drobljenje velikih podjetij. Oba procesa sta v naslednjih desetletjih povzročila obsežen premik zaposlenih iz velikih podjetij v mikro in majhna podjetja (Vahčič, 2000, str. 50).

S prehodom na tržno gospodarstvo je postalo podjetništvo pomemben dejavnik gospodarskega razvoja in rasti v Sloveniji, podobno kot je to v razvitih tržnih gospodarstvih. Na nastajanje novih podjetij so vplivale tudi nove gospodarske razmere, ki so po eni strani omogočale ljudem, da poskušajo uresničiti svoje poslovne zamisli z ustanovitvijo lastnega podjetja, kar jim v prejšnjem sistemu ni bilo omogočeno, po drugi strani pa se je zelo veliko ljudi odločilo za samostojno podjetniško pot preprosto zato, ker so izgubili zaposlitev (Vahčič, 2000, str. 50). S tema procesoma so spontano nastali številni podjetniki, s časom pa je podjetništvo postajala panoga, pri čemer so se mala, na novo ustanovljena podjetja začela večati, po drugi strani pa je podjetništvo postalo vedno bolj zahtevno in kompleksno, kar je povzročilo potrebo po novih, podjetniških znanjih.

Zgoraj opisana procesa sta potekala več let, v tem času pa so bile predvsem izkoriščane poslovne priložnosti v vrsti proizvodnih in v storitvenih dejavnostih, ki jih v prejšnji gospodarski ureditvi ni bilo in to predvsem za zadovoljevanje domačega trga. Nadaljnja rast slovenskega gospodarstva pa je in bo v veliki meri odvisna od zmožnosti nastajanja čim večjega števila novo nastajajočih, visoko tehnoloških, hitro rastočih podjetij, ki jim bo

uspelo razviti globalne tržne niše z visoko dodano vrednostjo, manj pa od nastajanja novih malih podjetij, usmerjenih na domači trg. Ta segment gospodarstva je ključen v vseh državah tržnega gospodarstva na tej stopnji razvoja. Razvoj hitro rastočih podjetij z visoko dodano vrednostjo pa zahteva več kot zgolj povprečno znanje na managerskem in tehničnem področju, ugodnejše razmere za razvoj podjetništva in učinkovito infrastrukturo (Antončič, Hisrich, Petrin, & Vahčič, 2002, str. 39–40).

V Sloveniji je v zadnjem desetletju nastalo že precej visokotehnoloških podjetij, ki so izvedla preboj v sam svetovni vrh, vendar pa za takšna podjetja v Sloveniji okolje niti z davčnega ne s finančnega ne s področja splošne poslovne zakonodaje ni niti najmanj ugodno. Prav od takih podjetij bi slovensko gospodarstvo v smislu zaposlovanja, inkubacije znanja, angažiranja drugih branž ipd. utegnilo imeti koristi, a se ta, žal, selijo v tujino, v ugodnejša poslovna okolja. Poleg razvoja visokošolskega podjetniškega izobraževanja bi država morala tudi na zakonodajnem in fiskalnem področju narediti korak k sodobnejšemu, konkurenčnejšemu pristopu k podjetništvu. To dokazuje tudi naloga (Pavšič, 2012, str. 55), ki je z raziskavo med podjetniki ugotovila, da okolje v Sloveniji ne spodbuja nastanka in razvoja podjetništva.

Z vidika financerjev podjetja so podjetnikove osebnostne (individualne) značilnosti najbolj pomemben dejavnik za poslovni uspeh – celo bolj kot poslovna ideja ali industrijske prednosti. Podjetniki trdijo, da so njihove odločitve in aktivnosti najpomembnejši razlogi za preživetje podjetja ne glede na zunanje izzive in pomanjkanje sredstev (Sexton, 2001).

S pomočjo raziskave je Pavšič (2012) ugotovil, da ima uspeh novoustanovljenega podjetja večjo povezanost z dostopom do javnih sredstev, kot pa z razpoložljivostjo dolžniškega načina financiranja. To je popolnoma v nasprotju s trendi in razmišljanji v razvitih tržnih gospodarstvih in menim, da je to posledica državne gospodarske usmerjenosti v preteklosti in pomanjkanja podjetniških znanj. Skladne s tem razmišljanjem so tudi nadaljnje ugotovitve Pavšiča (2012), ki so naslednje: da financiranje preko skladov tveganega kapitala in poslovnih angelov v Sloveniji praktično nima znatnega pomena.

Navkljub prepričanju, da so podjetnikove osebnostne značilnosti pomembne za uspeh njegovega podjetja, podjetniška psihologija še ni bila dovolj podrobno raziskana. Zato je še veliko možnosti za raziskovanje na področju splošnega teoretičnega znanja o človeški psihologiji in kompleksnosti raziskovalnih tehnik. Podjetništvo je pomembno, ker je to ekonomski mehanizem, skozi katerega se identificirajo in blažijo neučinkovitosti v ekonomiji. Nadalje podjetniki pretvarjajo tehnološke in organizacijske inovacije v boljše izdelke in storitve in motivirajo uveljavljene konkurente, da še naprej izboljšujejo izdelke in procese (Baum et al., 2012).

Za mojo raziskavo zanimive so Pavšičeve (2012, str. 55) nadaljnje ugotovitve, da imajo pri visokotehnoloških podjetjih splošni gospodarski pogoji, tako v svetu kot doma, najnižjo

povezanost z uspehom podjetja anketirancev in le nekoliko višji pomen pripisujejo razmeram v panogi, kjer podjetje posluje. To si sam razlagam s tem, da so nove tehnologije in predvsem znanje s tega področja dandanes tako iskane, da je za tovrstna podjetja večja ovira drugje, saj meja trgov še niti ne dosegajo. Ovira so predvsem znanja, tako tehnološka kot podjetniška, pa tudi splošna podjetniška kultura v Sloveniji. A tu ne gre le za kulturo okolja temveč tudi za kulturo podjetnikov samih. V raziskavi je Pavšič (2012, str. 56) namreč ugotovil, da so podjetniki mnenja, da se podjetništva ni moč naučiti, ampak ga je potrebno živeti. Ne zavedajo se namreč, da je poleg motivacije in zagnanosti, neobhodno potrebno predvsem znanje.

Pavšič (2012) tudi ugotovi, da se podjetniki z več podjetniškimi izkušnjami, ki imajo za seboj več kot dve ustanovljeni podjetji, bolj zavedajo pomena znanja kot podjetniki z manj izkušnjami. Zavedajo se predvsem potreb po znanju vodenja, medtem ko podjetniki z manj izkušnjami pomen pripisujejo skoraj izključno tehničnemu znanju.

Organization for Economic Cooperation and Development (v nadaljevanju OECD) je objavila: »Podjetništvo je središče funkcioniranja tržne ekonomije.« OECD (1998), ameriško združenje za mala podjetja (angl. *Small Business Administration*) pa: »Ključni barometer ekonomske svobode in blagostanja je nadaljnje ustvarjanje novih malih podjetij v vseh sektorjih gospodarstva in vseh segmentih družbe.« (*Small Business Administration*, 1998).

Podjetniško izobraževanje, sploh na visokošolskih ustanovah, je relativno nova dejavnost, vendar pa se je hitro razširila, a je kljub temu v različnih delih sveta in tudi na različnih univerzah v istih državah različno koncipirana. O vsem tem se bolj ali manj posredno ali neposredno strinjajo vsi pisci literature.

Izobraževanje mladih podjetnikov je investicija v prihodnost. Podjetniške veščine utrjujejo prepričanje posameznika v podjetništvo in zagotavljajo potrebne sposobnosti za podjetništvo. Eden glavnih razlogov za nezaposlenost univerzitetnih diplomantov je pomanjkanje spretnosti za zagon podjetja. Zato je to eden najpomembnejših ciljev podjetniškega izobraževanja – izobraževanje za ustvarjanje novih delovnih mest, čeprav to ni vedno uspešno (Fekri, Shafiabady, Nooranipour, & Ahghar, 2012, str. 567).

Številne države namenjajo znatna sredstva za podjetniška izobraževanja na univerzah, šolah in celo v osnovnih šolah, vendar pa so empirični dokazi o ekonomski upravičenosti takšnega početja mešani. S praktičnega vidika je to precej problematično za snovalce politike in izobraževalce, ki se soočajo z visokimi pričakovanji, da bi upravičili investicije in mednarodno ovrednotili rezultate. Omenjeni mešani rezultati so lahko dokaz za to, kar strokovnjaki že dalj časa poudarjajo in sicer, da je podjetništvo sproženo na osebnem nivoju (Walter, & Block, 2016).

Izobraževanje mora sloneti na raziskavah in raziskave morajo biti usmerjene k družbi. Glavna kritika univerz je, da so izolirane od resničnega sveta, da izvajajo zaprte raziskave v laboratorijih in pozabljajo na potrebe družbe in da izobraževanje odseva to izolacijo – ne ustreza resničnim potrebam trga dela (Ussman, 1998, str. 5).

Na spletni strani Ekonomske Fakultete v Ljubljani (2016) je v zvezi s študijem podjetništva zapisano, da s programom Podjetništvo lahko študenti razvijejo temeljna znanja in spretnosti s področja podjetništva. Tako naj bi bili, po zaključku programa, usposobljeni za samostojno delo na tem področju. Program nudi tudi pridobitev praktičnih spretnosti, ki omogočajo sposobnost identifikacije in ocene novih poslovnih priložnosti ter pridobivanje sredstev za ustanavljanje novih podjetij ali za prestrukturiranje obstoječih, glede na zaznane tržne priložnosti. Fakulteta tudi zagotavlja, da program omogoča posameznikov razvoj podjetniškega načina razmišljanja in sposobnosti za ustvarjalno reševanje sodobnih poslovnih izzivov.

Predvideva se tudi, da bodo s študijem pridobljene sposobnosti posamezniku omogočile: razvoj podjetniške strategije za novoustanovljena in obstoječa podjetja, dinamično rast in posledično prepoznavanje in vrednotenje poslovnih priložnosti, podjetniško svetovanje, podjetniško prestrukturiranje obstoječih podjetij, vodenje družinskih podjetij, razvijanje infrastrukture za podporo podjetništvu in inovativnosti, idr. V zadnjih desetletjih je podjetništvo postalo pomemben predmet diskusij, v svetu pa precej raziskovan predmet (Fayolle, Gailly, & Lassas-Clerc, 2006a).

Raziskave kažejo, da je podjetništvo namerno in načrtno vedenje, ki lahko povečuje ekonomsko učinkovitost, na trge prinaša inovativnost, ustvarja nova delovna mesta in dviguje nivoje zaposljivosti (Shane, & Venkataraman, 2000). Podjetniško izobraževanje spodbuja idejo svobode in priložnosti za začetek posla in/ali preživlja posameznika kot samozaposlenega. Učenje podjetništva je obenem javno in zasebno dobro (Jones, & Iredale, 2009, str. 74).

Z leti postaja jasno, da se je podjetništva moč naučiti. Kuratko (2005) pravi, da so učitelji in profesorji so razbili mit, da se podjetniki rodijo in ne naredijo. Peter Drucker, ki velja za enega vodilnih mislecev v managementu današnjega časa, je dejal: »Podjetniška mistika? Ni čarovnija, ni misterij in nič nima zveze z geni. Je disciplina. In kot vsake discipline, se tudi podjetništvo nauči.« (Drucker, 1985).

1 PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE – POMEN IN CILJI

Čeprav je podjetniško izobraževanje pridobilo mednarodno razširjenost, pa je relativno malo empiričnih del o dejavnikih, ki vplivajo na osnovne učne procese na različnih ravneh. (Lans, Oganisjana, Täks, & Popov, 2013, str. 383).

Zanimivo je, a po svoje logično, da kjer je podjetništvo nerazvito, podjetniškega znanja pa malo, ima učenje, četudi ne dobro koncipirano, dramatične učinke. Bolj kot je podjetništvo prisotno v nekem okolju, bolj kompleksen pristop je zahtevan pri izobraževanju, saj so učinki lahko hitro celo negativni.

V večini držav razvitega sveta, v državah v razvoju in tudi v nerazvitih deželah na visokošolskih izobraževalnih ustanovah poučujejo podjetništvo. Ti programi so v različnih okoljih različno koncipirani, s težiščem na različnih področjih, tako kot je tudi podjetništvo samo zelo širok pojem. Ker je podjetništvo v različnih okoljih na različni stopnji razvoja, je tudi učinkovitost izobraževanja različna. Praviloma ima v manj razvitih deželah že osnovno izobraževanje podjetništva velikanski učinek, medtem, ko morajo biti pristopi v razvitih okoljih mnogo bolj kompleksni, četudi je cilj le majhna izboljšava v učinku.

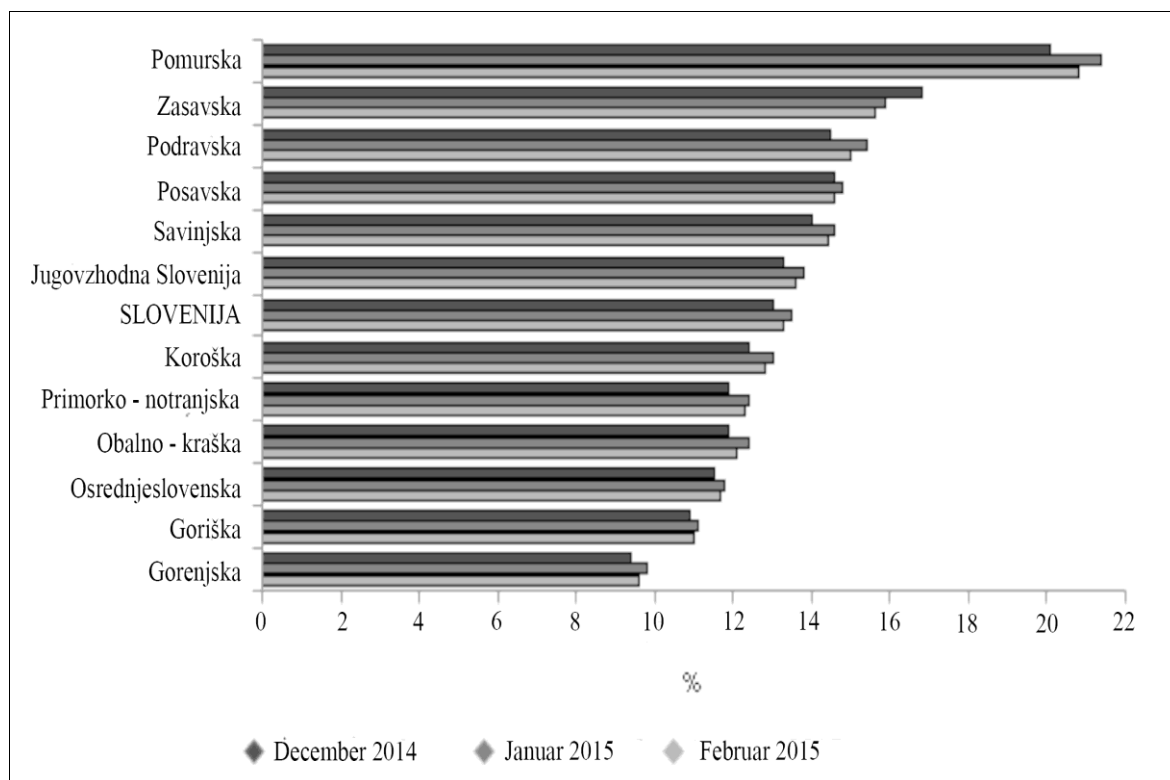
Kuratko (2005) pravi, da sta pri podjetniškem izobraževanju dva vzporedna problema. Prvi je pomanjkanje podjetniških fakultet na vseh akademskih ravneh in drugi, pomanjkanje programov za doktorje filozofije, ki bi nudili čisti podjetniški program. Od tedaj, ko je Kuratko (2005) to zapisal in do danes se je tudi na tem področju precej spremenilo, vendar število programov podjetniškega izobraževanja še daleč ne dosega števila programov, npr. s področja managementa.

Zanimiva je raziskava Jing, Li in Zhang (2016), ki zajema podjetniško raziskovanje na Kitajskem. To je družba, ki skozi ekonomsko transformacijo prehaja povsem drugače, kot poteka kakršnakoli transformacija drugje na svetu. Na Kitajskem imajo ogromno število univerz in študentov, zaposlitev pa je problem. Želijo razrešiti strukturne kontradiktornosti v tej ekonomski transformaciji in to je trenutno glavna naloga. Na visokošolskih ustanovah želijo ustanoviti in izboljšati neodvisno učenje, kombinirano s prakso in kulturo in tu računajo na študij podjetništva, ki naj bi prevzel ključno vlogo tako pri reorganizaciji študijskih programov kot transformacije gospodarstva kot celote.

Če želimo kdajkoli razumeti podjetništvo, je pred tem nujno razumeti večplastno naravo podjetniškega mišljenja in njegov izvor (Krueger, 2003, str. 135).

Številni pisci literature vidijo podjetništvo kot nekakšno rešitev oz. alternativo, bodisi za družbo, bodisi za posameznika. Preseneča pa, da nekateri pisci menijo, da so za podjetništvo potrebne določene lastnosti, za katere pa vemo, da so bolj prirojene kot učljive, drugi pisci pa spet trdijo, da so prirojene lastnosti manj pomembne.

Slika 1: Stopnje registrirane brezposelnosti po statističnih regijah Slovenije

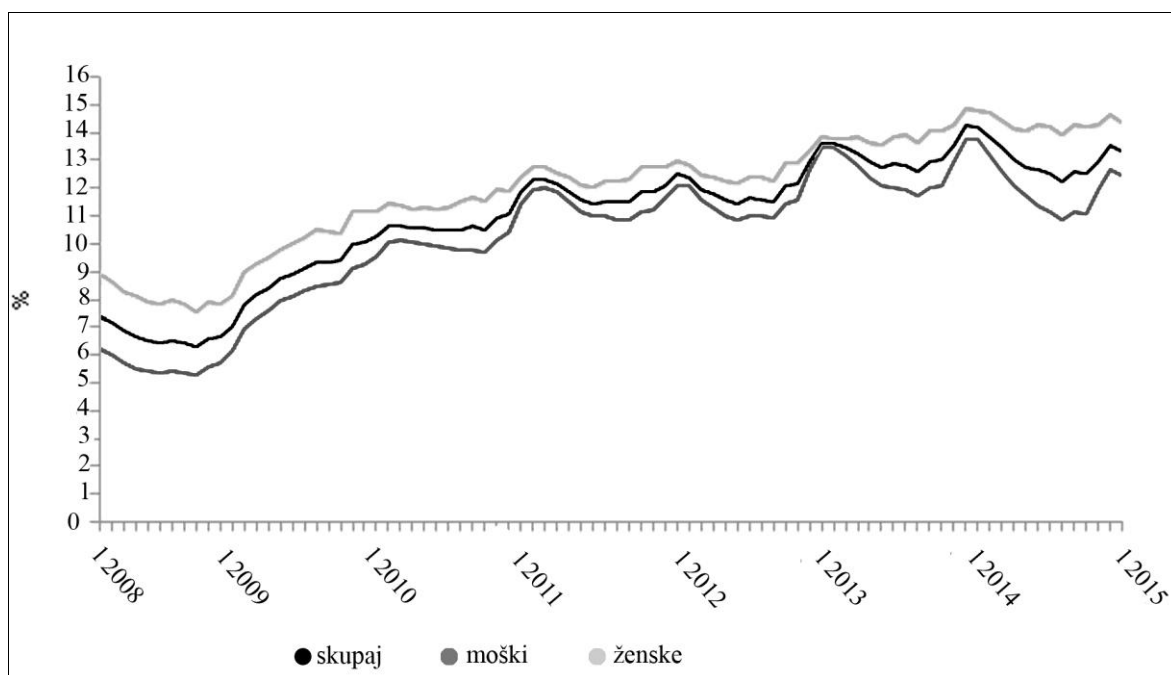


Vir: Stopnja registrirane brezposelnosti, statistične regije, Slovenija, 2016.

Nekateri, kot zelo pomembno nalogo podjetništva, navajajo zmanjševanje brezposelnosti. Na Sliki 1 je prikazana brezposelnost po posameznih regijah. V Sloveniji posebej izstopa brezposlenost v ruralnem področju, z malo zaposlitvenih možnosti, kjer pa je obenem več prostora za mala podjetja in podjetništvo.

Še nekoliko bolj zanimiv in pomenljiv je pogled na Sliko 2, ki prikazuje porast brezposelnosti po letih. Na Statističnem uradu bi bilo smiselno grafično prikazati ob tem še gibanje samozaposlenosti, ki pa ni vedno odraz podjetniških idej ter namer, včasih tudi zgolj formalnost zaradi preživetja.

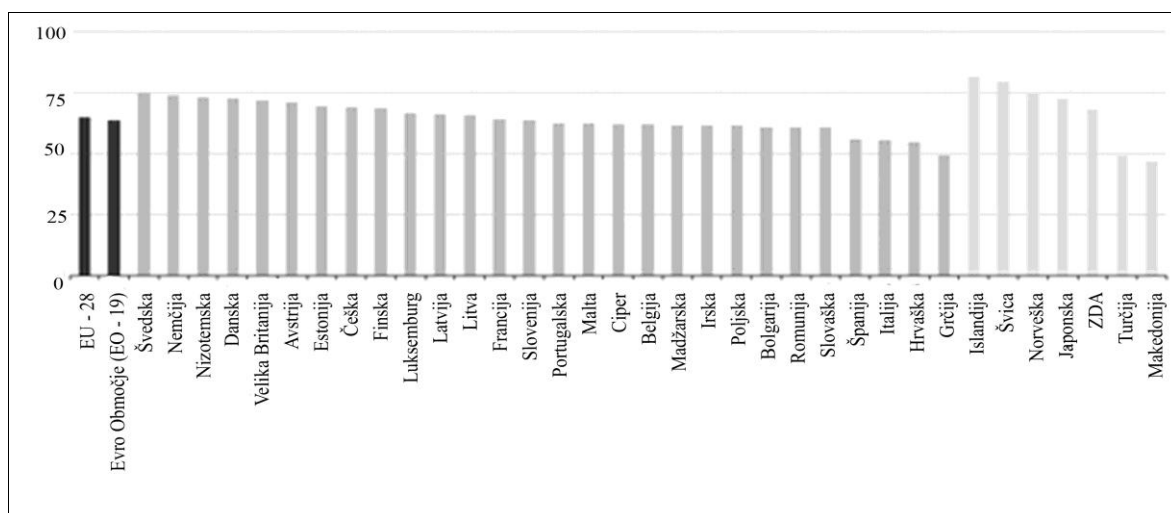
Slika 2: Stopnja registrirane brezposelnosti v Sloveniji



Vir: Stopnja registrirane brezposelnosti, Slovenija, 2016.

Slika 3 kaže stopnjo delovne aktivnosti, po kateri smo v Evropski uniji nekje v okviru povprečja, zanimiv pa bi bil prikaz grafa samozaposlenosti, ki bi povedal več o naravnostih in potencialu delovno sposobnih ljudi posamezne regije.

Slika 3: Stopnja delovne aktivnosti v EU v letu 2014



Vir: Eurostat, Stopnja delovne aktivnosti v EU starostni skupini 16–64 let v letu 2014, 2016.

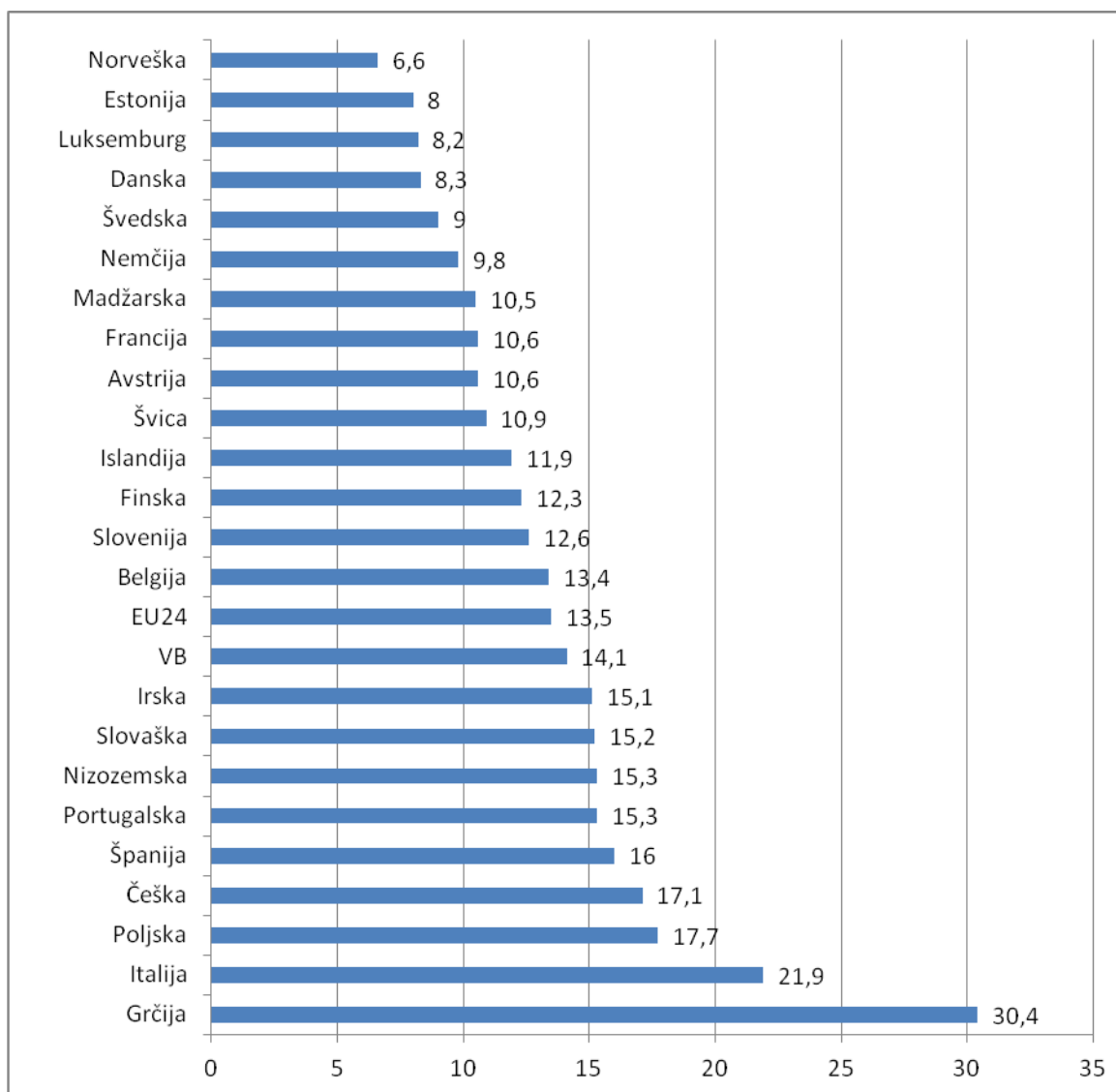
Podjetnik je oseba, ki združuje produkcijske dejavnike in inicira podjetnost, potrebno za proizvodnjo dobrin in storitev in ki uspe najti vire financiranja in trge za izdelke. Güven

(2009, str. 266) našteva lastnosti kot so reševanje problemov, kreativnost, kritično mišljenje, sinteza znanja, osebni management, odločanje, prepričljivost, skupinsko delo, inovativnost, samonadzor, upravljanje s človeškimi viri, načrtovanje, usmerjenost k ciljem in tveganje, kot tiste, ki jih mora imeti posameznik glede na naravo podjetništva. Obenem pa po njegovem podjetniške lastnosti lahko klasificiramo v šest poglavij: 1.) samozadostni podjetniki, 2.) tisti, ki so usmerjeni na posledice, 3.) tveganju podvrženi podjetniki, 4.) podjetniki – vodje, 5.) originalni podjetniki in 6.) podjetniki, usmerjeni k možnostim. Študenti podjetništva dvomijo v tradicionalne načine mišljenja in izpostavljajo kot pomembne timsko delo, velike cilje, učenje na napakah, napredovanje in učinkovitost komuniciranja.

V poročilu (Hatfield, 2015) je navedeno, da je bilo v Evropi leta 2014 malo manj kot 14 % zaposlenih ljudi, samozaposlenih. Gospodarstva južne in vzhodne Evrope imajo višji delež, pri čemer izjemno odstopa Grčija, kjer je več kot 30 % zaposlenih samozaposlenih. To prikazuje tudi Slika 4. Razlog je predvsem poljedelska orientiranost, pa tudi veliko število malih podjetij v storitvenih in neformalnih dejavnostih. V teh državah samozaposlitev predvsem rešuje delež nezaposlenih. Severne države, kot npr. Norveška, Estonija, Danska, Švedska, pa imajo nižji delež samozaposlenih zaradi bolj aktivnega in razvitega trga dela. V tem kontekstu izstopajo Velika Britanija, Nizozemska in Irska, ki so edine severno/zahodne države z nadpovprečnim odstotkom samozaposlenih med vsemi, v državi zaposlenimi.

Zelo pomenljivo je, da ves čas po obdobju recesije raste samozaposlitvenost, predvsem na Nizozemskem in v Veliki Britaniji in sicer kar za 1,3 odstotne točke letno, od leta 2010 dalje.

Slika 4: Deleži samozaposlenih, 24 držav Evrope, Q2-2014



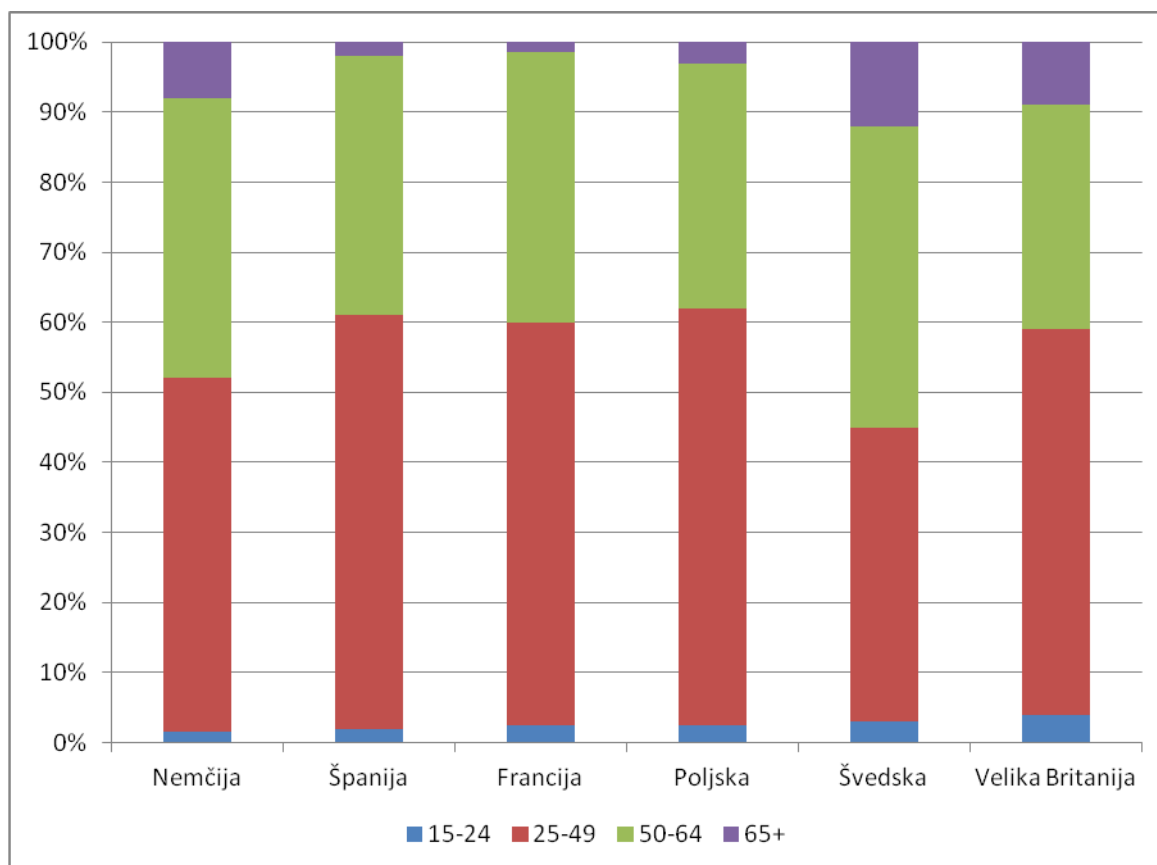
Vir: Eurostat, Eurostat Labour Market Database, 2014, str. 8, slika 2.1

Slika 5 v nadaljevanju prikazuje starostno strukturo samozaposlenih v izbranih evropskih državah. Ta prikaz je zanimiv z gledišča moje raziskave predvsem zato, ker po eni strani nakazuje, da obstaja verjetnost, da se velika večina posameznikov za podjetništvo odloči že kmalu po začetku svoje kariere, po drugi strani pa se število samozaposlenih s časom zmanjšuje. Kar morda nakazuje na to, da se verjetno v kasnejših letih več samozaposlenih posameznikov odloči za zaposlitev, kot pa se zaposlenih odloči za samozaposlitev. Zato je končni rezultat merjenja kakovosti študija podjetništva zelo težko omejiti na nek krajši čas po končanju študija.

V poročilu Hatfield (2015) prikazuje tudi delež samozaposlenih, ki imajo v svojih podjetjih zaposlene delavce. Ta prikaz je še bolj merodajen za raziskave o študiju podjetništva, saj so naj sodobnejše postavljeni cilji podjetniškega izobraževanja, ne samo namere oz.

ustanovitev podjetja, temveč tudi uspešno poslovanje in razvoj s širjenjem poslovanja. Še posebej, ker je takšen pregled precej drugačen, malodane obraten od zgoraj prikazanega. Grčija npr., ki je pri odstotku samozaposlenih z naskokom na prvem mestu, je pri podjetnikih, z enim ali več dodatno zaposlenih, popolnoma na repu seznama. Podobno je tudi z Veliko Britanijo, ki pa je tu celo na zadnjem mestu med vso štirindvajseterico.

Slika 5: Distribucija samozaposlenih po starosti v izbranih EU-24 v letu 2013



Vir: Eurostat, Eurostat Labour Market Database, 2014, str. 13, slika 3.1.

Glavni vir za prepoznavanje potencialnih podjetnikov so subjektivne želje in interesi posameznih študentov. Nadalje pa lahko podjetniško izobraževanje zmanjšuje tveganje in poveča korist podjetnikom in posredno vpliva na podjetnikovo odločanje (Hong, Hong, Cui, & Luzhuang, 2012, str. 1907).

Podjetniškega izobraževanja ne smemo zamenjevati s splošnimi poslovnimi ali ekonomskimi študiji, kajti njegov cilj je spodbujati kreativnost, inovativnost in samozaposlovanje. Ne moremo pričakovati formalizacije recepta za podjetniški uspeh, lahko pa omogočimo, da je uspeh statistično bolj verjeten in zanesljiv (Apolloni, Galliani, Zizzo, Epifania, & Cesareo, 2013, str. 358).

Zanimiva je slika glede spolov in samozaposlovanja, ki jo opisuje Hatfield (2015). 90 % večja je verjetnost za moškega, da se bo zaposlil, kot za žensko. V Veliki Britaniji, ki je sicer nad povprečjem EU pri samozaposlenosti, je samozaposlenih moških enkrat več kot žensk. V vseh državah pa je manj samozaposlenih žensk od moških, je pa v vzhodnih in južnih EU državah delež samozaposlenih žensk večji. Pri določenih državah je to pogojeno z institucionalnimi dejavniki. Npr. v Španiji so določene skupine (vključno z materami) prisiljene iskati alternativne zaposlitve, saj je sistem manj radodaren kot npr. na Danskem.

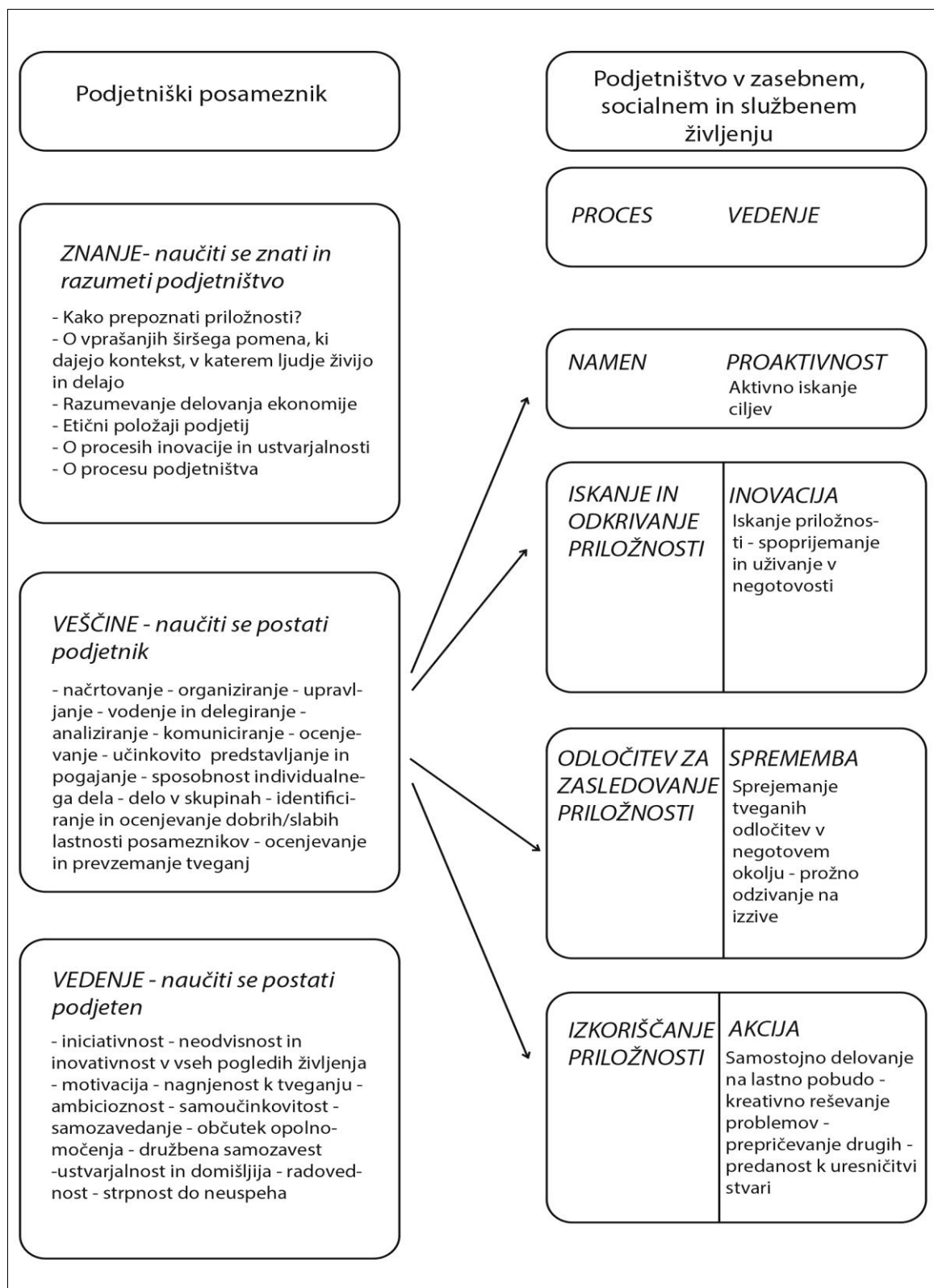
Slika 6 prikazuje temeljne parametre, ki so opisani v zgornjem pregledu literature. Prikazuje povezavo med najpomembnejšimi lastnostmi podjetnika in aktivnostmi, ki jih kot podjetnik mora izvajati.

Podjetniško izobraževanje je sistematičen, k cilju orientiran, zavesten proces, med katerim se, z zagotavljanjem znanja in potrebnih informacij, ne-podjetnikom, s podjetniškim potencialom, pomaga pridobiti spretnosti in zahtevane attribute za podjetništvo.

Splošni cilj podjetniškega izobraževanja je usposabljanje kreativnih, inovativnih in nase zanašajočih se splošno izobraženih ljudi, ki bi radi ustanovili svoje podjetje. Zato morajo tisti, ki so se podjetniško usposabljali, pridobiti potrebne veščine za podjetništvo v poslovnem svetu, saj bodo le-te utrdile vero posameznika v svoje podjetništvo in jih oskrbele s potrebnimi sposobnostmi.

Eden glavnih razlogov za nezaposlenost univerzitetnih diplomantov je pomanjkanje spretnosti za zagon podjetja. Zato je to eden najpomembnejših ciljev podjetniškega izobraževanja – izobraževanje za ustvarjanje novih delovnih mest, čeprav to ni vedno uspešno (Fekri et al., 2012, str. 567). Npr. raziskava Oosterbeek, van Praag in Ijsselstein (2010) demonstrira, da imajo podjetniški izobraževalni programi različen učinek na različne skupine študentov na univerzah.

Slika 6: Temeljni parametri podjetniškega izobraževanja



Vir: European Comission, *Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education*, 2012, str. 4, slika 6.

Podjetništvo ima veliko povezav s psihologijo, ki je celo eden njenih temeljev. Velja pa tudi obratno, da podjetništvo vpliva na psihologijo. Tako Pamela Rutledge (2009) ugotavlja, da je podjetništvo najboljše za razvijanje lastnosti, za katere iz pozitivne psihologije vemo, da so ključ do boljšega življenja: lastna sposobnost, optimizem, zavzetost in odpornost (Rutledge, 2009).

Začenjanje podjetniške poti lahko prepreči tudi strah pred neuspehom, ki ga je več v bolj razvitih gospodarstvih, verjetno zato, ker je tip podjetniške aktivnosti v visoko razvitih gospodarstvih lahko precej zahtevnejši in terja več znanja in veščin, kot enostavnejše podjetniške aktivnosti, ki jih je najti več v državah factorskega in učinkovitostnega gospodarstva. Upoštevati pa je treba tudi, da določeni kulturni vzorci, ki veljajo v številnih državah, tudi v Sloveniji, stigmatizirajo vsak neuspeh, tudi podjetniškega. (Rebernik, Tominc, Crnogaj, Širec, & Bradač, 2013, str. 10).

Hong et al. (2012, str. 1912) zaključujejo z eno najpomembnejših ugotovitev in trditev za izdelavo te naloge in sicer, da če gledamo iz osebnih izkušenj, se z zviševanjem ocen zmanjšuje interes po podjetniških aktivnostih. Vpliv spola je nejasen. Pomen ekstravertnosti, nevroticizma, in inteligence med njimi ni očiten, medtem, ko sta marljivost in vztrajnost bolj zaznavna. In še: rezultat podjetnika je bolj določen s pridobljenimi kvalitetai kot pa s prirojenimi sposobnostmi.

Vendar pa pri preučevanju učinkovitosti podiplomskega podjetniškega izobraževanja naletimo na težavo, ko opredeljujemo podjetništvo. Zelo enostavno je opredeliti za podjetnika nekoga, ki ustanovi lastno podjetje, vendar pa ne smemo pozabiti, da sta za splošni gospodarski razvoj zelo pomembna notranje in socialno podjetništvo. Saltman, Busse in Mossialos (2002, str. 49) trdijo, da slednje predstavlja vmesno področje med čistim birokratskim – javnim, ter čistim profitnim – zasebnim in da z uveljavljanjem nekako zamegljuje meje med njima.

Myrah (2003) ponuja nekaj priporočil za integriran pristop k podjetniškemu izobraževanju in sicer: interdisciplinarnost, socialno odgovornost, različne vloge učiteljev in različne lokacije izobraževanj, eksperimentalne aktivnosti in aktivno učenje, predanost resursov in podpora (Myrah, 2003, str. 210).

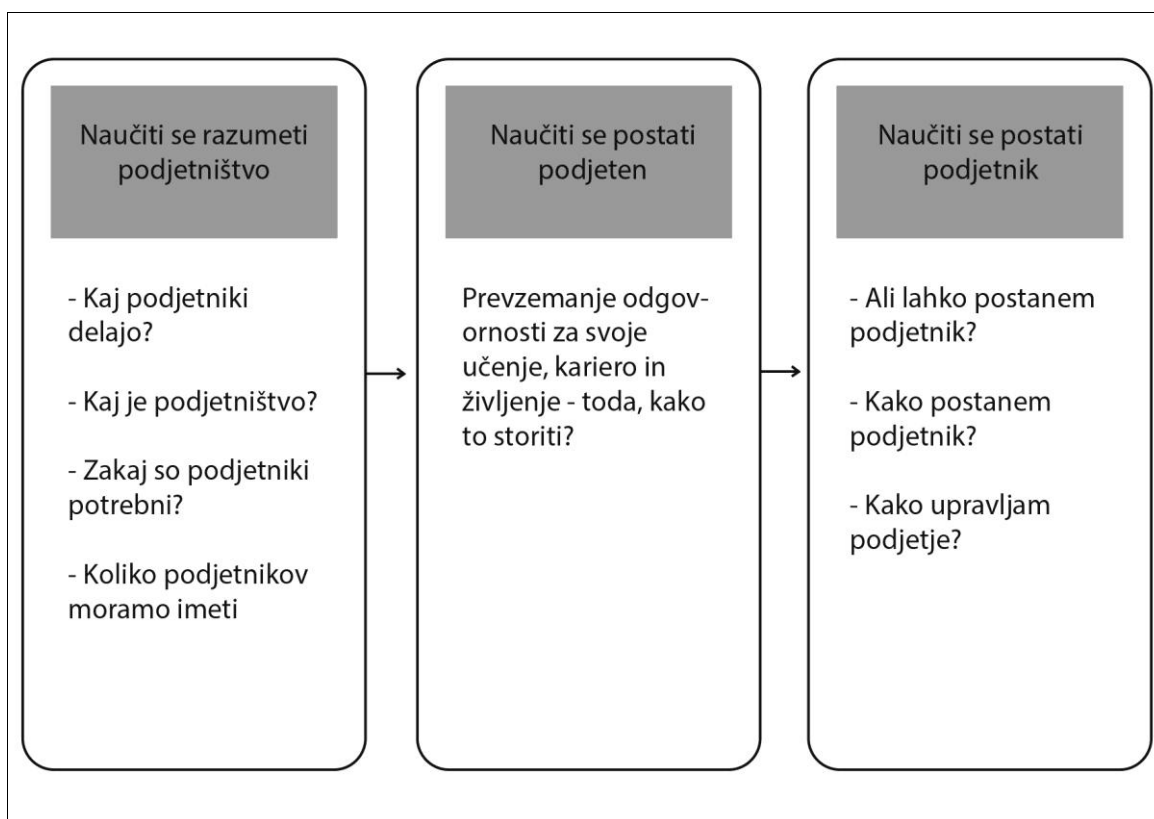
Poleg znanja in spretnosti v poslu in podjetništvu je podjetniško izobraževanje zlasti oblikovanje določenih mnenj, vrednot in stališč, ki študente usmerjajo k pozitivnemu dojemanju podjetništva kot privlačne in prave alternative k plačani zaposlitvi ali nezaposlenosti (Holmgren, From, Olofsson, Karlsson, Snyder, & Sundtröm, 2004, str. 63).

Več kot pol stoletja se je raziskovanje mednarodnega podjetniškega izobraževanja usmerjalo na Hollandovo teorijo: podjetniška samo-učinkovitost in start-up podjetniški učinek; pedagogika podjetniškega izobraževanja; izobraževanje na razdaljo in načrtovanje

kariere; izobraževalna produktivnost; karierno napredovanje in dozorevanje. V prihodnje pa se bo mednarodno podjetniško izobraževanje koncentriralo na razvoj poslovnih šol, v smeri podjetniškega izobraževanja, metod najboljših praks učenja in poučevanja podjetništva tako znotraj kot izven predavalnic, oblikovanja učinkovitih poučevalnih okvirov in orodij, razvoja podjetniškega vedenja in odnosa študentov, učenja ustvarjanja in uvajanja novega podjetja, spoštovanja učinkovitosti podjetniškega izobraževanja (Ge, & Peng, 2012, str. 64).

Na Sliki 7 je razvidno, kako si Gibb (1999) predstavlja glavne cilje podjetniškega programa. Morda so, do neke mere, te predstave skladne z današnjo literaturo, vendar je danes poudarek predvsem na končnem rezultatu, ki pa danes niti ni več ustanovitev lastnega podjetja, temveč ustanovitev in zagotavljanje uspeha in rasti tega podjetja v prihodnje. Nenazadnje, le rast zagotavlja zaposlovanje in s tem koristi širšo okolico, družbi.

Slika 7: Glavni cilji programov podjetniškega izobraževanja in njihova medsebojna povezanost



Vir: A. Gibb, *Can we Build Effective Entrepreneurshi Through Management Developoment*, 1999, str. 15.

Rideout in Gray (2013) sta primerjala tradicionalni in novejši pristop k podjetniškemu izobraževanju. Pravita, da je bil tradicionalni cilj programov za upravljanje majhnih poslovnih subjektov zagotoviti študentom upravljavska (managerska) znanja v smislu, kako postaviti cilje, vodenje, načrtovanje, organiziranje in nadzorovanje s perspektive

malega poslovnega subjekta. Danes pa je podjetniško izobraževanje bolj usmerjeno v akcijo in z zaključkom v smislu razvoja poslovnega načrta.

Izobraževalne aktivnosti, ki omogočajo doživetje »realnega sveta« ali doživetje »virtualne resničnosti« v predavalnici, vključno z uporabo igranja vlog, metod primerov in poslovnih simulacij, pospešujejo odločevalske veščine in jačajo podjetniško samozavest za obvladovanje izkušenj in ponavljajočega doseganja uspeha (Karimi, Biemans, Lans, Chizari, & Mulder, 2014).

Različna znanja se lahko povečuje tudi prek izobraževalnih aktivnosti kot npr. s predavatelji-gosti, z video profili znanih podjetnikov, s študijami primerov ter s sodelovanjem študentov v tekmovanjih v pripravi poslovnih načrtov. Spodbujanje komentarjev, pozitivne povratne informacije in pohvale s strani predavateljev ter strokovnjakov v izobraževalnih programih lahko povečajo samoučinkovitost, skladno z družbenim prepričanjem. Takšne aktivnosti lahko zmanjšajo nivo stresa in strahu.

Spremembe v gospodarstvu in potrebe po delovni sili so tudi mnogo tehničnih (inženirskih) šol (fakultet, univerz) motivirale, da so začele razmišljati o nudenju podjetniškega izobraževanja svojim študentom. Čeprav se podjetniško izobraževanje smatra kot komplementarno inženirski izobrazbi, pa je zelo malo znanega o stopnji, do katere igra vlogo v sodobnih akademskih študijskih programih. Duval-Couetil, Reed-Rhoads in Haghighi (2012) so raziskovali širok nabor pogledov na rezultate podjetniških izobraževanj študentov inženirskih usmeritev, da bi razumeli značilnosti študentov, ki se udeležujejo tovrstnih predavanj in aktivnosti, naravo in širino njihove angažiranosti, podjetniške vloge pri njihovih kariernih načrtih in vpliva na podjetniško samoučinkovitost. Študija je ugotovila, da medtem ko sta dve tretjini študentov ali več nameravali kariero po končanem študiju začeti z zaposlitvijo v srednje velikem ali velikem podjetju, je podoben delež študentov imelo občutek, da jim podjetniško izobraževanje lahko razširi njihove karierne možnosti in izbiro vrste kariere. Manj kot tretjina vprašanih je imela občutek, da je podjetništvo vpeto v njihov inženirski program oz. predmetnik fakultete. Študenti pa, ki so obiskovali predavanja pri enem ali več podjetniških predmetih, so pokazali značilno višji nivo podjetniške samoučinkovitosti pri številnih merilih. Študenti elektro fakultet in fakultet strojništva so se za podjetniško izobraževanje odločali v večjem številu kot drugi.

Duval-Couetil et al. (2012) so se v študiji spraševali:

- Kaj so značilnosti študentov inženirskih smeri, ki so obiskovali podjetniške programe,
- Do katere mere podjetništvo igra vlogo v kariernih načrtih študentov inženirskih smeri
- Kako študenti inženirskih smeri dojemajo svoje podjetniške sposobnosti.

Ta vprašanja so raziskovali na osnovi naslednjih kategorij:

- Demografija: spol, rasa/etnična pripadnost, življenjsko okolje, družinsko ozadje glede podjetništva, univerza in smer študija
- Interes: nivo podjetniškega interesa, narava interesa, privlačnost podjetništva kot karijerne izbire
- Vedenje: nivo sodelovanja pri podjetniško naravnanih aktivnostih, kot npr. lastništvo podjetja, razvoj izdelka, itd.
- Samoučinkovitost: videnje lastne sposobnosti v zvezi z izvajanjem podjetniških nalog.
- Dojemanje programov in fakultete: nivo vpetosti in opogumljenosti za podjetništvo v njihovih inženirskih programih.

Raziskava (Duval-Couetil et al., 2012) je potrdila, da v splošnem študenti inženirskih usmeritev izražajo velik interes za boljše spoznavanje podjetništva, a jih je bilo relativno malo izpostavljenih podjetništvu, celo v ustanovah s formalnimi podjetniškimi programi. Tisti, ki so obiskovali enega ali več predmetov podjetništva, so izkazovali značilno višjo podjetniško samoučinkovitost od tistih, ki to niso. Večja je tudi verjetnost, da se bodo lotili večšin kot so analize trga, komercializacija tehnologij, poslovna komunikacija ali pripravištvo v start-up podjetjih.

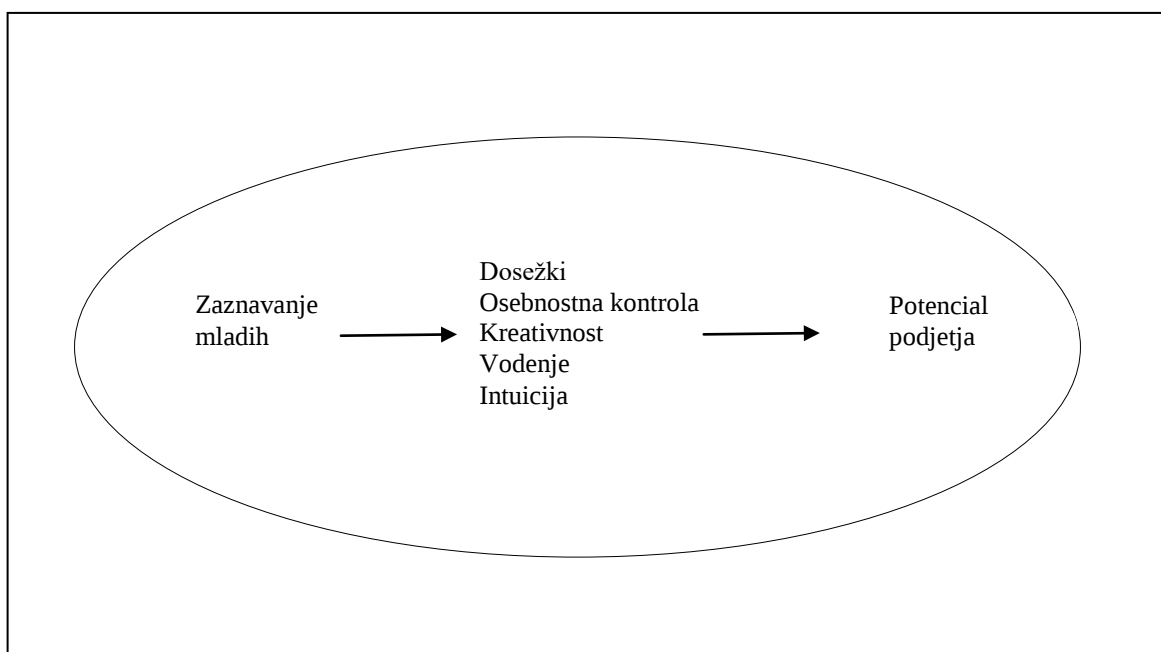
Ugotovitve raziskave (Karimi et al., 2014) povedo, da univerze lahko razvijajo študentske podjetniške namere bolj preko fakultativnih kot obveznih podjetniško izobraževalnih programov. Zato bi ponudniki izobraževanja morali razlikovati med obveznimi predmeti, ki se predavajo vsem študentom in predmeti, ki se predavajo fakultativno in so namenjeni študentom, ki jih podjetništvo še posebej zanima.

Tudi von Graevenitz, Harhoff in Weber (2010) ter Oosterbeek et al. (2010) ugotavljajo, da je osnovni cilj obveznih programov, ki poučujejo udeležence, ki jih podjetništvo zanima in tiste, ki jih ne, učinek, da študenti, ki te programe obiskujejo, postanejo informirani o podjetništvu kot alternativni karierni izbiri in pridobijo bolj realistične poglede glede samega sebe in glede tega kaj pomeni biti podjetnik. Zato bodo ob koncu takšnega programa nekateri študenti spoznali, da so dovolj primerni, da postanejo podjetniki in bodo postali še trdnejši v odločitvi, da podjetniki postanejo, medtem ko bodo drugi za sebe ugotovili, da niso primerni. Po drugi strani pa bo pri fakultativnih predmetih samostojno odločanje vodilo k višjemu nivoju podjetniških namer in bo povečalo verjetnost, da bodo slušatelji postali podjetniki (Karimi et al., 2014).

Athayde (2009) je razmišljala o metodi konceptualizacije podjetniškega potenciala še preden posamezniki pridejo na univerze. In sicer na način, primeren za mlade, ki nimajo že »vgrajenih« namer, postati podjetnik. Z uporabo pred-testov in post-testov kontrolnih skupin je bilo ugotovljeno, da ima podjetniška izkušnja, katere so bili deležni pri izobraževanju, pozitiven vpliv na študente, ki so zaznali značilne spremembe v njihovem zaznavanju glede zagona podjetja.

Athayde (2009) je nato izbrala dimenzije za vključitev v meritev, osnovani na določenem kriteriju in sicer: dosežki, osebnostna kontrola, kreativnost, vodenje in intuicija. Seveda se ne meri samih dimenzij ampak odnos v povezavi s podjetjem, kot so npr. dosežki ipd. Latenten podjetniški potencial je s tem operacionaliziran kot ogrodje odnosov glede na karakteristike, povezane s podjetništvom (Slika 8). Ta kombinacija značilnosti predstavlja bistvo tistega, kar je potrebno, da posameznik postane podjetnik, ob predpostavki dejavnikov okolja, kot so dostop do resursov in tržne razmere.

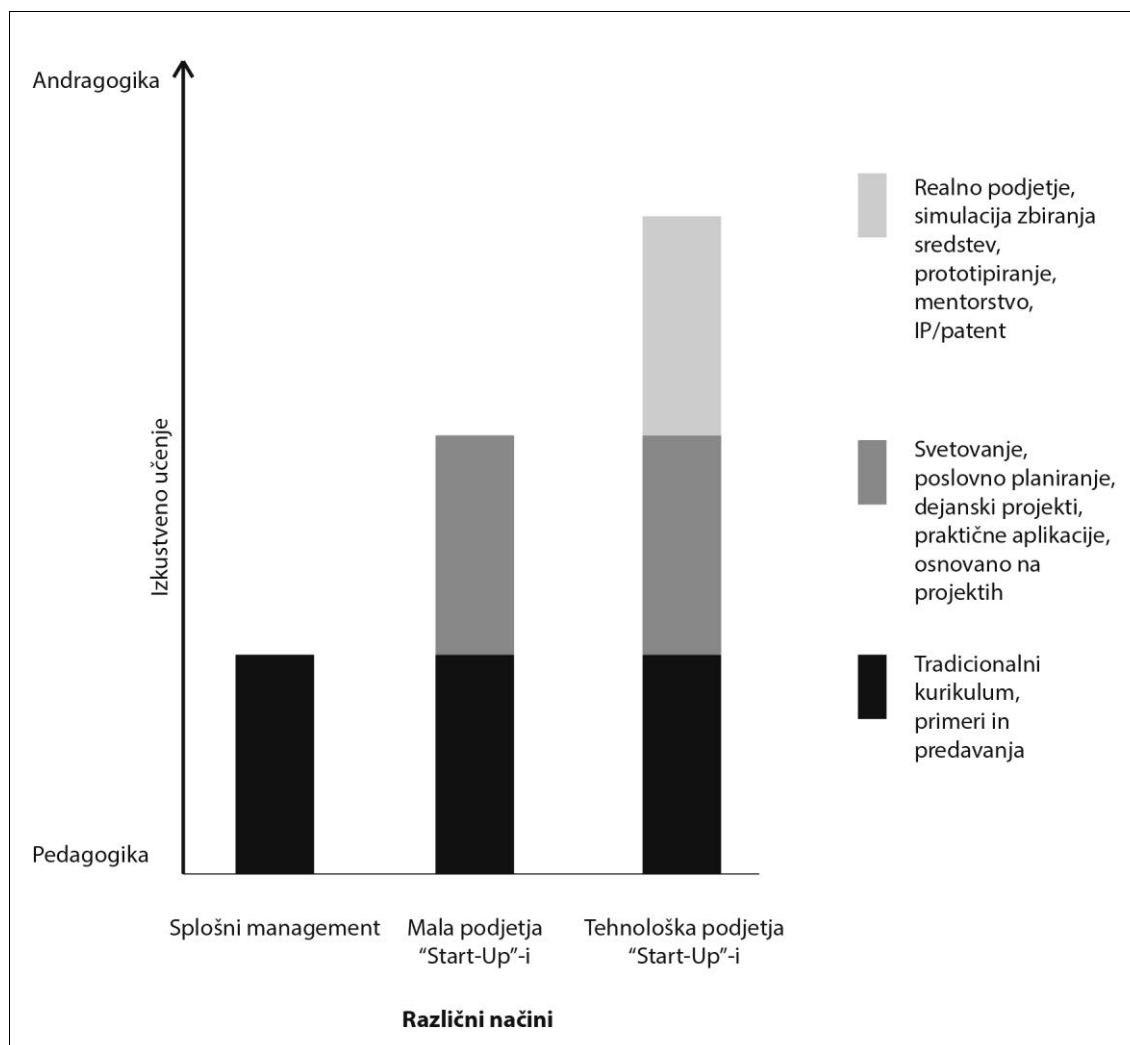
Slika 8: model podjetniškega potenciala mladih



Vir: R. Athayde, *Measuring Enterprise Potential in Young People*, 2009, str. 484.

Trenutna pedagogika v podjetniškemu izobraževanju je precej raznolika in eklektična. Imamo izobraževalne iniciative, ki zavzemajo relativno tradicionalni pristop upravljanja z malimi poslovnimi subjekti, kot tudi novejši pristope ustvarjanja hitro rastočih podjetij (Slika 9). Kljub raznoliki pedagogiki, vključujoč pristope s tradicionalnimi predavanji, so pristopi s študijami primerov precej pogosti. Zdi se, da gre za naraščajoč konsenz, da bi tehno-podjetniško izobraževanje moralo imeti precej drugačno vsebino in pedagoško usmeritev in da androgoško poučevanje ter eksperimentalno učenje preko iger, simulacij ali celo ustanovitve pravih stvaritev podjetij lahko privede do izboljšanja učnih rezultatov (Neck, & Greene, 2011).

Slika 9: Načini podjetniškega izobraževanja



Vir: E. C. Rideout, & D. O. Gray, *Does Entrepreneurship Education Really Work?*, 2013, str. 332.

S pomočjo literature zaključim, da so v splošnem glavni cilji podjetniškega izobraževanja izobraziti posameznike in jih usposobiti za reševanje problemov, čim večjo kreativnost, kritično mišljenje, za sposobnost sinteze znanja, osebnega managementa, zmožnost kvalitetnega odločanja, delovanja v skupini za timsko delo, inovativnost, samonadzor, učinkovitejše upravljanje s človeškimi viri, načrtovanje, boljšo usmerjenost k ciljem in nadzorovanje tveganj. Vse to s ciljem, da se ustvarijo samozadostni podjetniki, ki so usmerjeni na posledice in podvrženi tveganju in so kot podjetniki tudi vodje, originalni podjetniki in podjetniki, usmerjeni k možnostim.

2 DOSEDANJE ANALIZE USPEŠNOSTI IZOBRAŽEVANJA

Walter in Block (2016) sta v najnovejši raziskavi dokazala, da je podjetniško izobraževanje bolj učinkovito v smislu stimulacije podjetniške aktivnosti, v za podjetništvo

institucionalno neprijaznih okoljih. To pomeni, da je v državah, z malo podjetniško prijaznimi regulativami, manj razpoložljivega finančnega kapitala, manj izobraževalnega kapitala in slabši imidž podjetnikov. Ena od možnih razlag za to je, da je velik del podjetniške aktivnosti v državah s podjetniško nerazvitimi in neprijaznimi institucijami gnan iz potreb (Reynolds, Bygrave, & Autio, 2003, str. 20). Zaradi tamkajšnje počasne rasti start-upov so človeški viri manj pomemben faktor. Zanimivo, Stel, Storey in Thurik (2007) poročajo, da so toge zaposlitvene regulative negativno povezane s spodbujanimi priložnostmi in nepovezane s potrebami, ki jih ženejo podjetniške aktivnosti, in to je v nasprotju s pričakovanji, da bodo ustvarjale podjetniške povezave (Walter, & Block, 2016, str. 228).

Raziskava podjetniškega razumevanja nudi način, kako vrniti podjetnika v podjetništvo. Medtem ko obstaja še nekaj snovi za pojmovanje t.i. podjetniške osebnosti, se je vedno zdelo proti intuitivnosti, da bi izločili vse individualne razlike, še posebej psihološke. Tako pravi Krueger (2003). In dalje, morda podjetniki res niso tako različni glede na druge v pogledu nagnjenosti k tveganju, a skorajda po definiciji vidijo več priložnosti. Raziskava razumevanja nudi številne mehanizme, tako teoretične kot empirične, s pomočjo katerih je moč zgraditi globlje in bogatejše razumevanje, kako se učimo zaznati priložnosti. Fenomen razumevanja je pomemben skozi celoten proces. Priložnosti so same po sebi zaznane, če že ne sprejete, kakor so tudi kritični predhodniki zaznavanja priložnosti.

Podjetniška aktivnost lahko zahteva tudi oprijemljivo infrastrukturo potrebnih sredstev, a zanemarjamo t.i. kognitivno infrastrukturo. Ta nam omogoča zaznati (in učiti se zaznati) osebno-kredibilne priložnosti. Če razumemo kognitivno infrastrukturo, nam podjetniško aktivnost omogoča bogatejša perspektiva o tem kako negovati podjetništvo (Krueger, & Brazeal, 1994; Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000).

Želja po močnejši teoriji v podjetniškem raziskovanju je še vedno zelo močna. To je želja, ki še vedno ne zveni tako entuziastično kot bi morda morala, pravi Krueger (2003) in nadaljuje: en razlog za to je bila tendenca k uporabi teorije za razlago nekih odkritij retrospektivno, namesto identifikacije uporabne, teoretične osnove, iz katere bi bilo moč izhajati v prihodnosti. Se pa to spreminja, ugotavlja Krueger (2003). Danes se v raziskavah govori predvsem o podjetniških namerah, kar je bolj drastičen način, osnovan na teoriji. Podobno pa večina raziskav o prepoznavanju priložnosti ostaja v glavnem opisna, čeprav je zaznaven porast uporabe teorije za zagon empiričnih raziskav, ne zgolj iskanje teorij, da bi popisali empirična odkritja. Potencial za nadaljnji napredek pa se ne nahaja zgolj v kognitivni teoriji, saj kognitivne raziskave nudijo več kot je le ustrezen delež potenciala za vznemirljive, produktivne prihodnje raziskave v podjetništvu. Ko vprašamo: »Ali podjetniki razmišljajo drugače?«, s tem sprašujemo: »Ko nekdo razmišlja podjetno, kaj to pomeni v smislu kognitivnega procesa?«. Odgovor je, da vsi uporabljamo enak kognitivni proces, a podjetniki se očitno soočajo z edinstveno vlogo, ki zahteva, da so opremljeni z razlikami v kognitivnem procesu, ki jih te vloge zahtevajo.

Kaj pa je edinstvenega v podjetniškem razmišljanju? Srce podjetništva je iskanje priložnosti in takojšnja aktivnost. Razumeti podjetništvo zahteva razumeti, kako se učimo videti priložnosti in kako se odločimo izkoristiti jih (Krueger, 2003).

Čeprav je identifikacija priložnosti bistvo podjetništva (Shane, & Venkataraman, 2000), pa je bilo zelo malo narejenega v smeri izobraževanja študentov v smislu kako odkriti ali ustvariti nove poslovne priložnosti (Neck, & Greene, 2011). Vsled tega so Karimi et al. (2014) ugotovili, da podjetniški izobraževalni programi nimajo značilnega vpliva na percepcijo študentov glede iskanja priložnosti. Zato bi morala, tako v fakultativnem kot obveznem predmetniku, biti ta komponenta podjetniškega izobraževanja posebej pomembna in bi morala predstavljati osnovni princip za oblikovanje programov podjetniškega izobraževanja. Poleg tega pa bi študenti morali biti opremljeni z orodji, ki bi jim omogočala odkrivanje in ustvarjanje priložnosti (Neck, & Greene, 2011).

Karimi et al. (2014) opisuje tudi pomemben dejavnik pri procesih identifikacije priložnosti. In sicer gre za družbena omrežja, ki so pomembni viri znanja in novih idej in so povezana s številnimi zaznanimi novimi priložnostmi, zato bi snovalci programov podjetniškega izobraževanja morali pozornost usmeriti v razvoj sposobnosti mreženja v samem programu podjetniškega izobraževanja in bi jim morali ponuditi več priložnosti mreženja s podobno mislečimi in drugimi podjetniki. (Johannison, 1990; Christensen, & Peterson, 1990; Hills 1995; Ozgen, & Baron, 2007; Singh, Hills, Hybels, & Lumpkin, 1999).

Karim et al. (2014) trdijo, da bi snovalci programov podjetniškega izobraževanja, fakultete univerz, morali prepoznati diferencialne učinke različnih tipov podjetniških izobraževalnih programov in to, da učinki ne bodo isti pri vseh programih. In čeprav Karim et al. (2014) v splošnem ne dajejo prednosti enega tipa pred drugim, se snovalci programov in predavatelji, ki bi želeli ustvariti več in boljše podjetnike, morajo zavedati, da bodo fakultativni programi verjetno ponudili boljše rezultate od obveznih. Ob tem pa je potrebno upoštevati, da kulturni kontekst in vrednote igrajo pri tem pomembno vlogo.

Najbolj empirične študije kažejo na to, da se podjetništvo vsaj v določenih segmentih lahko poučuje in da se podjetništvo lahko smatra kot eden ključnih instrumentov za vzgojo podjetniškega razpoloženja, namer in sposobnosti (Falkang, & Alberti, 2000; Harris, & Gibson, 2008; Martin, McNally, & Kay, 2013).

Takšno stališče je vodilo v dramatičen dvig števila in statusa programov podjetniškega usposabljanja (v nadaljevanju EEP) na univerzah širom sveta, medtem ko so investicije v te programe vedno višje (Finkle, & Deeds, 2001; Katz, 2003; Matlay, 2005). Pa vendar ostaja učinek teh programov precej neraziskan (von Graevenitz et al., 2010).

Še več, rezultati preteklih študij so nekonsistentni. Nekatere študije poročajo o pozitivnem vplivu EEP (Athayde, 2009; Fayolle et al., 2006a; Souitaris, Zerbini, & Al-Laham,

2007), medtem ko druge kažejo statistično neznačilne ali celo negativne vplive (Oosterbeek et al., 2010; von Graevenitz et al., 2010). Razlogi so lahko številni, von Graevenitz et al. (2010) pa npr. navaja, da bi lahko pri tem šlo za metodološke omejitve.

Karlan in Valdivia (2006, str. 18) sta v svojem prispevku postavila osnovno vprašanje: ali je uspešno podjetništvo mogoče naučiti? Ugotovila sta, da je odgovor: da, posameznike lahko naučimo kako uporabiti dobre poslovne prakse, ki vodijo v povečanje prodaje.

Tako Solesvik, Westhead, Matlay in Parsyak (2013, str. 748) ugotavljajo, da študenti podjetniškega izobraževanja (angl. *Entrepreneurship Specific Education*, v nadaljevanju ESE), ki ga omogočajo univerze, izražajo višjo intenzivnost podjetniške miselnosti. ESE študenti so k temu bolj nagnjeni, ko akumulirajo več aktivnih podjetniških povezav. Študenti, ki so imeli večjo nagnjenost k prevzemanju tveganja, so izražali nižjo intenzivnost podjetniške miselnosti. ESE študenti so bolj usmerjeni v višjo intenzivnost podjetniške miselnosti, ko zaznavajo manjše tveganje.

Raziskava (Premend, Brodman, Almeida, Grun, & Barouni, 2016, str. 322) je pokazala omejeno učinkovitost podjetniškega izobraževanja in usposabljanja študentov. Nadalje so pokazali potencialni kompromis pri oblikovanju programov s ciljem samozaposlovanja in hkrati zaposlovanja v podjetjih. In končno so mešani rezultati o osebnostnih in podjetniških lastnostih podali konsistentnost s splošnimi omejenimi zaposlitvenimi vplivi.

Zanimiva je raziskava, ki predstavlja model za spodbujanje študentskega podjetništva, ki vsebuje petnajst podjetniško izobraževalnih in podpornih programov in je bil uveljavljen na treh različnih univerzah (MIT, IIT in Utrecht University). Model nudi popoln pregled programov, ki jih akademske institucije lahko izberejo in implementirajo, da s tem ustvarijo svoj univerzitetni podjetniški ekosistem. S to raziskavo so raziskovali tudi vlogo univerz v družbi in njenih funkcijah, kot vzvodih za ustvarjanje več novih podjetij. Na osnovi teh raziskav so identificirali tri stopnje, na katerih podjetniki znatno pridobijo na določenih podjetniških programih. Te stopnje so stimulacija, izobraževanje in inkubacija. Nadalje so ugotovili, da se mora stopnja stimuliranja osredotočati na ustvarjanje zavedanja priložnosti podjetništva, s prikazovanjem zgledov in zgodb o uspehu. Izobraževalna stopnja mora vsebovati učenje spretnosti in jim omogočati doživeti občutek, ko si podjetnik. Inkubacijska stopnja pa pokriva aktivnosti podpore mladim start-up timom in to so pisarniški prostori, srečanje z drugimi podjetniki in mentorstvo (Jansen, van de Zande, Brinkkemper, Stam, & Varma, 2015, str. 180).

V literaturi se pojavlja tudi termin neformalnega podjetništva. Opisujejo ga Webb, Bruton, Tihanyi in Ireland (2012). Pravijo, da kolektivni aspekt neformalnega podjetništva zbira informacije iz vsakega teoretičnega okvira. V institucionalni teoriji so uokvirjanje in kolektivni napor med neformalnimi podjetniki, poudarjeni kot sposobnost formacije skupin – nivojskih institucij, ki odmikajo nedostopnost do formalne institucionalne podpore in ji dajejo neformalni status.

Pomemben vpliv na podjetniško obnašanje in odzivanje študentov imajo tudi prevladujoča kultura okolja. Karhunen et al. (2011, str. 44) so naredili raziskavo in primerjavo takšnih odzivov na Finskem, v Estoniji in Latviji. Med drugim so ugotovili, da je pogled Latvijskih študentov na podjetnike bolj negativen od preostalih dveh držav, kar se odraža predvsem v morali podjetnikov. Do neke mere je to vpliv splošnega stališča do podjetništva med Sovjetskim obdobjem, (ko je bila privatna podjetniška aktivnost prepovedana) in divjega kapitalizma iz 90-ih v post socialističnih državah. Pri Finski in Estoniji so med študenti ugotovili, da vidijo podjetništvo kot način samouresnitve, dejavnike, povezane s podjetniki in njihovo vlogo v družbi pa v glavnem pozitivno.

De Muylder, Teixeira Dias in Oliveira (2013, str. 87) so z raziskavo dokazali, da več kot 90 % študentov, začetnikov podjetniškega študija, verjame, da bo študij prispeval k njihovi podjetniški usposobljenosti. Je pa odstotek bistveno nižji pri vprašanju ali smatrajo, da bo študij pomagal pri ustanovitvi lastnega podjetja in izboljšal njihovo podjetniško inovativnost, saj pade pod 50 %.

Podjetniško izobraževanje spodbuja samozaposlovanje, kot karierno alternativo, obenem pa študentom daje kompetence, spretnosti in znanje, potrebno za oblikovanje podjetja. Raziskava o podjetniškem vedenju nakazuje, da ima prva dimenzija odziva znanja, t.i. odziv učenja, negativen vpliv na podjetniško vedenje univerzitetnih študentov višjih letnikov, medtem, ko druga dimenzija odziva znanja, t.i. odziv izkušnje, skupaj z odzivom znanja, ne pojasnjuje zadostno variance naše odvisne spremenljivke: podjetniškega vedenja (Cavus, Koc, & Aksoy 2014, str. 46).

Kljub zahtevam študentov do politike vlade in visokega šolstva po olajšanju podjetniške aktivnosti, je še vedno zelo malo diplomantov, ki si prizadevajo nadaljevati po podjetniški poti. Kaj je potrebno za ponovni razmislek o tem? Nekatere raziskave nakazujejo odgovor. Npr. Harris in Gibson (2008) ter Jones in Iredale (2009) trdijo, da bi morali uporabiti pristop evolucije za vzgojo študentov v »razumne pustolovce« in za razvoj »podjetne miselnosti«. Menita, da bi to pomagalo nekaterim študentom navezati podjetniško učenje na individualne življenjske izkušnje in jim dovoliti, da v realnosti postopno prevedejo podjetniški namen v podjetniško dejavnost.

Tudi v Sloveniji podjetniško izobraževanje dobiva zagon. Poleg Ekonomske fakultete se tudi druge institucije lotevajo tovrstnih programov in temu sledi tudi vedno večje število raziskav s tega področja. V raziskavi ponudnika Yes je bilo ugotovljeno, da obstaja povezanost med udeležbo v programu podjetniškega izobraževanja in pridobitvijo specifičnih manjkajočih podjetniških znanj (Gorše, 2014, str. 59). Raziskava je sicer premalo kvantitativna, da bi se nanjo lahko z veliko zanesljivostjo oprli. Nadalje sicer tudi navaja, da to prinaša pozitiven učinek, ne samo posameznikom (ki so se izobraževali na tem programu), temveč tudi gospodarstvu kot celoti. Vendar pa v tem delu ne navaja nekih statističnih rezultatov, izsledkov oz. dokazov. Bi pa bila takšna analiza vsekakor

dobrodošla, posebej, ker velja splošno prepričanje, da so podjetništvo, mala podjetja in start-upi glavno gonilo rasti BDP razvitih in držav v razvoju.

Skupaj z različnimi ponudniki podjetniškega izobraževanja se po svetu in tudi v Sloveniji pojavljajo razne metode tovrstnega izobraževanja. Ena od raziskav proučuje t.i. dizajnerski način razmišljanja pri podjetniškem izobraževanju. Rezultat raziskave je pokazal, da so ključni učinki te metode, na miselnost študentov, večje zavedanje posameznika o pomembnosti poznavanja potreb uporabnika, zavedanje o pomembnosti natančne opredelitve problema, pred njegovim reševanjem, da posamezniki razumejo in uporabljajo prototipiranje, kot način razvoja končne rešitve in večja uporaba ter pomen izkustvenega pristopa pri posameznikih, ki se ukvarjajo z reševanjem problemov, da izboljšuje posameznikovo razumevanje pomena uporabe različnih znanj in sodelovanja med različnimi strokami. Končno je raziskava pokazala, da dizajnerski način razmišljanja povečuje zaupanje posameznikov v svoje ustvarjalne sposobnosti (Muren, 2012, str. 72).

Študije so pokazale, da je v državah z malo podjetniško prijaznimi regulativami, z manj razvitim gospodarstvom, z manj razpoložljivega finančnega kapitala, manj izobraževalnega kapitala in slabšega imidža podjetnikov, podjetniško izobraževanje značilno učinkovito. Nadalje empirične študije značilno kažejo na to, da se podjetništvo, vsaj v določenih segmentih, lahko poučuje in da se na podjetništvo lahko gleda, kot na enega ključnih instrumentov za vzgojo podjetniškega razpoloženja, namer in sposobnosti. Na osnovi raziskav so identificirane tri stopnje, na katerih podjetniki znatno pridobijo na določenih podjetniških programih in te so: stimulacija, izobraževanje in inkubacija. Študenti podjetništva na univerzitetni stopnji imajo po končanem študiju višji (v povprečju) odnos do samozaposlitve, subjektivne norme in zaznane kontrole vedenja ter do namere, da bodo postali podjetniki, kot na začetku programa.

Karimi et al. (2014, str. 16) ugotavljajo, da subjektivne norme vplivajo na podjetniške namere in da ji je moč izboljšati skozi podjetniške izobraževalne programe, vendar pa to posebej velja v kolektivističnih kulturah, kjer so pomembni družina in povezave s bližnjimi prijatelji in sorodniki. Subjektivne norme se lahko izboljšajo s pomočjo timskega dela in s tem, da se študentom ponudi priložnosti za izgradnjo omrežja z isto mislečimi in s podjetniško usmerjenimi prijatelji ter z vzorniki in podjetniki.

Karimi et al. (2014) zaključijo, da podjetniško izobraževalni programi ne vplivajo na razpoloženje glede podjetništva zato, ker je povprečna vrednost te spremenljivke visoka že na začetku izobraževanja. V tem primeru torej, ko je vrednost te spremenljivke visoka že na začetku in so slušatelji že predhodno podjetniško visoko motivirani, ima sam podjetniški izobraževalni program učinek bolj v smislu izobraževanja za start-up kot pa izobraževanja za podjetniško zavedanje. Cilj slednjega je priskrbitev informacije za študente o podjetništvu, zato da bi sprejeli podjetništvo kot alternativno izbiro za svojo kariero.

Za že predhodno motivirane slušatelje pa je cilj programov priprava posameznikov za zagon in vodenje konvencionalnega majhnega podjetja in se osredotoča na praktične vidike, povezane z ustvarjanjem novega podjetja, kot npr. kako priskrbeti financiranje in obvladati zakonske in davčne regulative (Curran, & Stanworth, 1989). Izobraževanje podjetniškega zavedanja se lahko nudi tako v obliki fakultativnega kot obveznega izobraževanja, medtem ko se izobraževanje v smislu star-up lahko nudi le v fakultativni obliki.

Pri primerjavi podjetniškega akademskega izobraževanja in podjetniškega usposabljanja (*Entrepreneurship Education and Training*, v nadaljevanju EET) ugotovimo značilno povezanost, tako s podjetniško naravnanimi resursi, kot podjetniškim rezultatom (ustanovitev podjetja), vendar pri akademskem izobraževanju bolj kot pri usposabljanju na nižjih nivojih.

3 POSTAVITEV HIPOTEZ

Raziskovalno vprašanje je ali podiplomski študij podjetništva, poleg podajanja teoretičnih odgovorov, ustvarja tudi motivacijo študentov za to, da se odločajo za ustanovitev lastnega podjetja. Nadalje bo predmet raziskave vprašanje ali znanje, pridobljeno s študijem, pozitivno vpliva na željo po ustanovitvi lastnega podjetja in na kreativnost pri podjetniških idejah, ter ali morda obremenjuje lahkotnost pri odločanju o lastni podjetniški iniciativi.

Eden od načinov zmanjševanja napake variance je z odstranitvijo vpliva nekategorične spremenljivka, to je tiste, ki ni nominalna in za katero verjamemo, da pristransko vpliva na rezultat. Kovariata pa je spremenljivka, ki je linearno povezana s tisto, ki nas najbolj zanima in jo imenujemo odvisna oz. kriterijska spremenljivka (Bryman, & Cramer, 1999, str. 209).

V članku »Ali programi dvigujejo podjetniške namere študentov tehnike in inženirstva« (Souitaris et al., 2007), avtorji proučujejo ravno to, česar sem se sam, s proučevanjem dodatne skupine študentov (ne-podjetniških smeri), želel dotakniti. Ugotovijo, da se je študentom v »programski« skupini, v primerjavi s študenti v kontrolni skupini, dvignila namera po samozaposlitvi. Program je torej dvignil podjetniško naravnano in namere. Nadalje ugotovijo, da samozaposlitvene namere niso povezane z nastajanjem podjetij ob koncu programov in pravijo, da je to zaradi časovnega zamika med namero in dejansko aktivnostjo v primeru mladih študentov. In kot tretje so ugotovili, da je navdih (in ne učenje oz. uporaba virov) tisto, kar program doprinese k povečanju subjektivne nagnjenosti k samozaposlitvi. Avtorji tega članka, nakazujejo razvijalcem programov, da če bi znanje in viri lahko povečali verjetnost za uspeh tistih, ki bodo osnovali svoje podjetje, je inspiracija tista, ki dviga naravnano in namere in povečuje verjetnost, da se bodo študenti dejansko preizkusili v podjetniški karieri nekoč v življenju. Zato, v kolikor je cilj povečanje števila podjetnikov v populaciji študentov, potem mora biti inspiracijski del

programov oblikovan s tem namenom in predavatelji morajo biti vešč, ne le poučevanja podjetniških vsebin, ampak tudi spreminjanja »src in duš« (Souitaris et al., 2007, str. 2). Kot sem tudi sam ugotovil, morajo predavatelji študente predvsem navdušiti nad podjetništvom. Omogočiti morajo pogled študentom v globino, v srž podjetništva, jim pokazati, kako bodo v podjetništvu našli veselje in hrano za svoja »dušo in srce«.

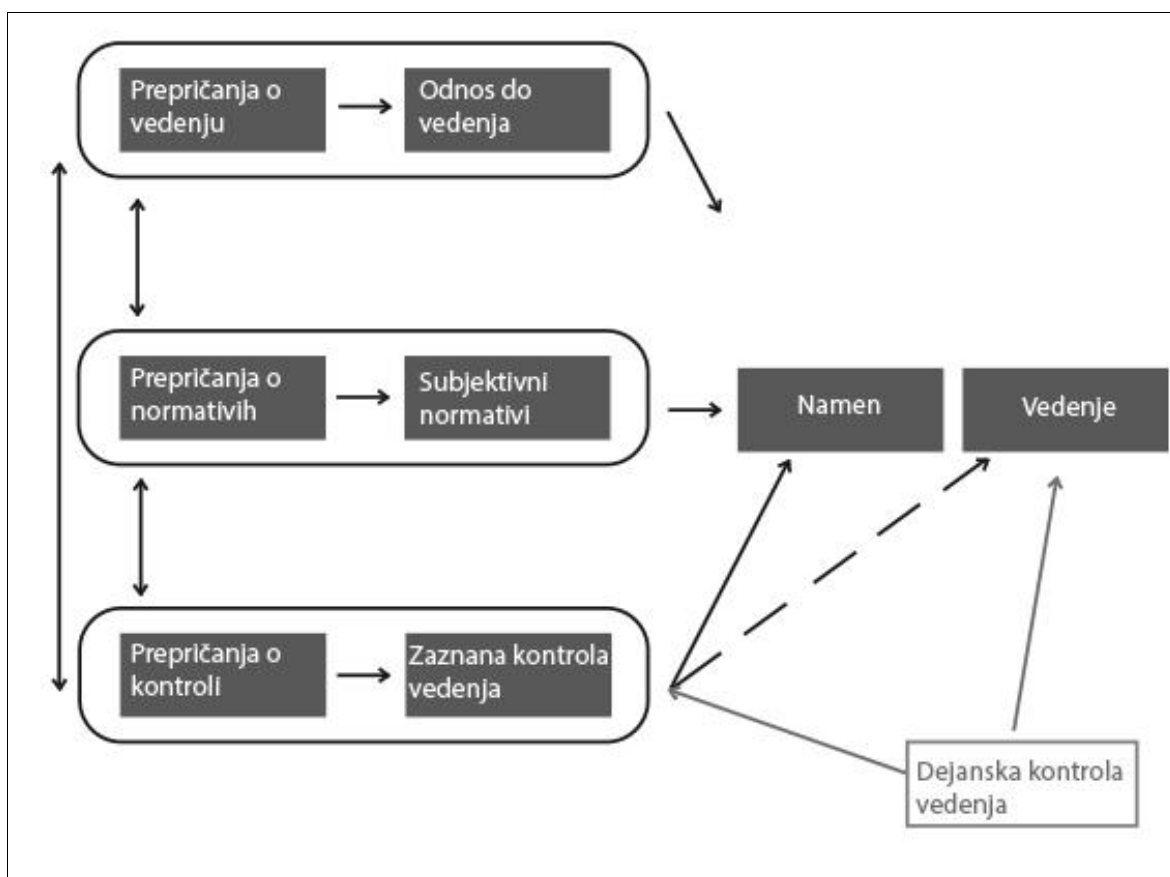
Splošno načelo psihološke teorije načrtnega obnašanja (Ajzen, 1991) je, da so načrtovana obnašanja (kar ustanovitev lastnega podjetja je) namerna in jih predvodi namera. Namera pa je najbolje predpostavljena z odnosom (odnos glede na obnašanje, subjektivne norme in zaznane kontrole vedenja). Po drugi strani pa eksogeni vplivi (kot so lastnosti, demografija, spretnosti in socialna, kulturna in finančna podpora) vplivajo na odnos in posredno na namere in vedenje (Shapero, & Sokol, 1982).

Karimi et al. (2014) so v raziskavi ugotovili, da je zaznan nadzor vedenja (angl. *Perceived behavioral control*), najmočnejši napovednik podjetniških namer študentov. Obenem pa se zaznan nadzor vedenja pospešuje s pomočjo podjetniških izobraževalnih programov. Zato bi se nosilci izobraževanj morali osredotočiti na ustrezne metode poučevanja, da bi zaznan nadzor vedenja pri študentih kar se da povečali.

Skladno s teorijo načrtovanega vedenja, ki jo je zapisal Ajzen (2002) in je shematsko prikazana na Sliki 10, so človeške aktivnosti vodene s tremi predpostavkami: zaupanje v verjetni rezultat vedenja in ovrednotenje teh rezultatov (vedenjsko zaupanje), zaupanje v normativna pričakovanja drugih in motivacije, ki izpolnjuje ta pričakovanja (normativno zaupanje) in zaupanje o prisotnosti dejavnikov, ki pospešijo uspešnost vedenja in zaznane moči teh dejavnikov (nadzorna zaupanja). Nadalje lahko vedenjska zaupanja vodijo v željeno ali neželjeno prepričanje glede vedenja, normativno vedenje v zaznan socialni pritisk ali subjektivne norme; nadzorna zaupanja pa v zaznan nadzor vedenja. V kombinaciji pa usmeritev k vedenju, subjektivne norme in zaznavanje vedenjskih nadzorov vodijo skupno v vedenjske namere.

Kot splošno pravilo, bolj kot sta poudarjena razpoloženje in subjektivne norme in večji kot je zaznan nadzor, močnejša naj bi bila namera osebe, da izvaja željeno vedenje. In končno, če imamo dovolj visoko stopnjo dejanskega nadzora nad vedenjem, se od posameznikov pričakuje, da bodo izvajali njihove namere, ko se pojavi priložnost. Namera se tedaj smatra kot neposreden predhodnik vedenja. Pri tem je smiselno obravnavati zaznan vedenjski nadzor kot dodatek nameram (Ajzen, 2002).

Slika 10: Teorija načrtnega vedenja



Vir: I. Ajzen, *Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*, 2002, str. 1

Raziskovalci so empirično preizkušali specifične dele teorije načrtovanih vedenj z uporabo samozaposlitve kot ciljnega vedenja. (Kolvereid, 1996; Krueger et al., 2000; Luthje, & Franke, 2003). V primeru podjetništva so konstrukti teorije načrtnega vedenja določeni na naslednji način: odnos do samozaposlitve je razlika med dojemanjem osebne želje postati samozaposlen in zaposlen v organizaciji. S tem visok odnos do samozaposlitve dejansko kaže na to, da je vprašani bolj naklonjen samozaposlitvi kot zaposlitvi v organizaciji (Kolvereid, 1996).

Subjektivna norma se nanaša na percepcijo, kaj pomembni ljudje, menijo o tem, da bi bili samozaposleni, obteženi z močjo motivacije (Krueger et al., 2000). In končno zaznana kontrola vedenja "odraža zaznano sposobnost postati samozaposlen (Kolvereid, 1996). Zgornji trije so vedenjski konstrukti in jim s skupnim izrazom rečemo 'odnosi'. Po drugi strani pa je "namen" opredeljen kot stanje duha, ki usmerja pozornost in ukrepanje osebe k samozaposlovanju, v nasprotju z zaposlitvijo v organizaciji (Bird, 1988). Empirični rezultati v podjetništvu torej širše potrjujejo teoretične predpostavke glede povezave med odnosi (odnos do samozaposlitve, subjektivne norme in zaznane kontrole vedenja) in nameni glede samozaposlitve. (Kolvereid, 1996; Krueger et al., 2000; Luthje, & Franke, 2003). Niso pa Krueger et al. (2000) uspeli dokazati zveze med subjektivno normo in

namenom, zato so pozvali k več raziskavam z bolj zanesljivimi merili. Kolvereid (1996) je pozval k raziskavam za generalizacijo njegove teze, pridobljene na relativno majhnem vzorcu norveških dodiplomskih študentov.

Od tu so postavljene naslednje hipoteze: 1. hipoteza: močnejši kot so odnos, subjektivna norma in zaznana kontrola vedenja glede na samozaposlitev, močnejša je študentska namera postati samozaposlen. 2. hipoteza: večje kot so namere študentov ob koncu študija, da bi postali samozaposleni, bolj visoka je nagnjenost k nastajanju novih podjetnikov in večje je število start-up aktivnosti, ki so jih sprožili ali zaključili.

Številni avtorji so ugotovili (implicitno ali eksplicitno) povezavo med podjetniškim izobraževanjem in odnosom do podjetništva, podjetniških namer in aktivnosti, a brez empiričnega dokaza. Npr. Dyer (1994) trdi, da bi s specializiranimi tečaji podjetništva ali predavanji o tem, kako ustanoviti podjetje, lahko dali nekaterim potrebno samozavest, da bi zagnali lastno podjetje. Robinson, Stimpson, Huefner in Hunt (1991) so trditev še približali teoretičnemu objektivu načrtnega vedenja s tem, da trdijo, da ima model odnosa do podjetništva za posledico podjetniške izobraževalne programe, saj so odnosi odprti do sprememb in so zato lahko pod vplivom izobraževalcev in praktikov. Krueger in Brazeal (1994) sta ugotavljala, da naj bi podjetniška izobraževanja izboljševala zaznano izvajanje podjetništva s povečanjem znanja študentov, krepila zaupanje in spodbujala samoučinkovitost. Tudi glede zaznane želje po podjetništvu naj bi bili na boljšem in sicer bi to dosegali tako, da bi pokazali študentom, da so tovrstne aktivnosti visoko spoštovane in družbeno sprejemljive in da je podjetništvo lahko samo po sebi nagradujoče delo.

Ker torej obstaja jasna potreba po empiričnih študijah, ki bi preverile povezavo med podjetniškimi izobraževanji in odnosi/nameni, je postavil še 3. hipotezo: študenti bodo po končanem študiju imeli višji (v povprečju) odnos do samozaposlitve, subjektivne norme in zaznane kontrole vedenja ter do namere, da bodo postali podjetniki, kot na začetku programa.

Podjetniške namere so ponavadi definirane kot želja nekoga, da postane lastnik lastnega podjetja ali pa da ga ustanovi. V raziskavi Bae, Qian, Miao in Fiet (2014) je ena izmed hipotez še posebej zanimiva in sicer pravi: razmerje med podjetniškim izobraževanjem in podjetniškimi namerami je močnejše kot razmerje med poslovnim izobraževanjem in podjetniškimi namerami.

Nadalje Bae et al. (2014) iz zbrane literature empiričnih raziskav sintetizira, da študenti verjetno ne bodo spremenili začetnih podjetniških namer zaradi izobraževanja, ki ga bodo deležni. Pravi celo, da podjetniško izobraževanje igra selektivno vlogo in da podjetniških namer ne more določati podjetniško izobraževanje, temveč prepričanje, ki izvira od prej. Zato je pričakovati, če nadzorujemo namere študentov pred izobraževanjem, da bo razmerje med podjetniško izobrazbo in podjetniškimi namerami spremenjeno. Od tod so

izvedli še eno variacijo hipoteze in sicer: ko preverimo podjetniške namere, preden se odvije podjetniško izobraževanje, se pozitivno razmerje med podjetniškim izobraževanjem in podjetniškimi namerami kasnejšega izobraževanja, ne bo nič razlikovalo.

Athayde (2009) v raziskavi, ki proučuje študente programa Young Enterprise Entrepreneurship Masterclasses (v nadaljevanju YE) ugotavlja, da imajo družinska ozadja samozaposlovanja pozitiven vpliv na namere študentov, da postanejo samozaposleni in postavlja konceptualna vprašanja, ki zadevajo večdimenzionalnost konstrukta 'potencial podjetja'. Raziskovalno vprašanje je avtorica osredotočila na vpliv udeležbe v YE podjetniškem izobraževalnem programu, na odnos mladih ljudi na zagon svojega podjetja in na njihov podjetniški potencial. Že Gibb (1993, 2000) je dokazoval, da podjetniške veščine niso dane podjetniške lastnosti, ampak se jih je moč naučiti in razvijati skozi izkušnje, ki so tiha predpostavka vseh izkustvenih podjetniških učnih procesov.

Na tej osnovi je Athaydejeva (2009) testirala dve hipotezi in sicer: 1. hipoteza: za udeležence programa je bolj verjetno, da bodo v prihodnje zagnali svoje podjetje, kot za neudeležence. 2. hipoteza: rezultati ATE testa (test, posebej razvit instrument za merjenje usmerjenosti študentov v podjetništvo) bodo višji za udeležence, kot tisti za neudeležence.

Nadaljnje hipoteze pa zadevajo razlike v odzivih demografskih skupin, saj npr. nacionalna statistika kaže razlike pri samozaposlitvenih ocenah glede na spol in sicer naj bi moški bolj verjetno postali samozaposleni kot ženske (Harding, & Bosma, 2006). Tu gre tudi za raziskave o tem ali so študenti privatnih šol bolj nagnjeni k samozaposlovanju od študentov javnih šol. Nato vpliv družinskega okolja ipd. Tako je postavila 3. hipotezo, da so moški in ženske različni glede na željo po lastništvu podjetja, 4. hipotezo, da se obiskovalci zasebnih šol razlikujejo po svojih podjetniških preferencah od tistih, ki obiskujejo javne šole. 5. hipoteza: otroci samozaposlenih staršev in tistih, ki niso samozaposleni, se razlikujejo glede na podjetniško zagnanost. 6. hipoteza: razlike pri podjetniški naravnosti glede na pripadnost etnični skupini, enake hipoteze pa je postavila v zvezi z rezultati ATE testov.

V raziskavi danskega izobraževalnega sistema SMC, ki je sicer eden največjih podjetniških izobraževalnih programov v Združenih državah Amerike in Evropi, so Oosterbeek et al. (2010) raziskovali vpliv programa na veščine in motivacijo glede podjetništva s pristopom instrumentalnih spremenljivk in okvira razlika-v-razliki. Odkrili so, da program ne dosega namena. Da je učinek na študentske samoocene, glede podjetniških veščin, neznačilen ter da je učinek na namere, postati podjetnik, celo negativen.

Relevanten rezultat so merili pred začetkom programa in po koncu in uporabili okvir sprememba-v-spremembi, da bi se izognili napakam različnih lokacij, pa so uporabili še pristop instrumentalnih spremenljivk. Uporabljena je bila regresijska analiza, z

upoštevanjem posameznih sprememb in rezultatov na spremenljivki-modelu. Uporabljena regresijska enačba je bila:

$$Dy_i = \alpha + dD_i + e_i \quad (1)$$

Martin, et al. (2013) so zaradi potreb vlad, ki investirajo v podjetniško izobraževanje in niso zadovoljne s konsistentnostjo raziskav, ki bi pokazale, da podjetniško izobraževanje pomaga kreirati več in boljše podjetnike, opravili raziskavo glede EET. Uporabili so kar 42 neodvisnih vzorcev (N=16.657) in ugotovili značilno povezanost med EET in podjetniško naravnanimi resursi človeškega kapitala in podjetniškim rezultatom. Razmerje med slednjim in EET je močnejše pri akademsko usmerjenih programih, kot pri programih usposabljanja. Dokazali so tudi heterogenost pri številnih korelacijah in našli številne slabosti med analiziranimi študijami in ugotovili, da praviloma tiste, z nižjo metodološko doslednostjo, precenjujejo učinek EET ter priporočili izboljšave za prihodnja raziskovanja.

Povzeli so literaturo, ki raziskuje razmerja med EET, znanjem in spretnostmi, naravnosti in namer glede podjetništva, tudi samoučinkovitosti in ugotovili, da nekatere študije ne najdejo nobene povezave ali pa najdejo celo negativne, druge izkazujejo močne povezave, tretje pa zopet neke povezanosti razkrivajo, druge ne. Na osnovi teorije človeškega kapitala, ki predvideva, da je izobraževanje pozitivno povezano z resursi človeškega kapitala, so postavili hipoteze, in sicer 1. hipotezo: EET je pozitivno povezan s podjetniško naravnanimi resursi človeškega kapitala. Nadalje so na osnovi literature, ki govori o povezavah EET in podjetniških rezultatih (npr. ustanovitev podjetja), postavili 2. hipotezo: EET je pozitivno povezana s podjetniškimi rezultati. Za nadaljnje hipoteze so pod drobnogled vzeli same podjetniške programe. Še posebej, ko gre za le kratke tečaje podjetništva ali pa obsežnejše akademske programe. Na osnovi tega so postavili 3. hipotezo in sicer:

- na usposabljanje osredotočen EET bo bolj pozitivno povezan s podjetniško naravnanimi resursi človeškega kapitala kot akademsko usmerjen EET in
- akademsko osredotočen EET bo bolj pozitivno povezan s podjetniškimi rezultati, kot EET za podjetniško usposabljanje.

Za testiranje hipotez 1 in 2 so morali določiti ali so pridobljene velikosti učinkov značilno različne od nič (95 % interval zaupanja) okoli ocenjene korelacije v populaciji. Za test hipotez 3a in 3b pa so preverjali homogenost z uporabo Hunter Schmidt-ov »75 % zakona«, pri čemer so učinki homogeni, če je več kot 75 % variance opazovanih učinkov pojasnjenih z vzorčno napako variance.

Individualni občutek samoučinkovitosti se lahko zgradi in ojača na štiri načine Karimi et al. (2014):

- z obvladovanjem izkušenj ali ponavljajočim doseganjem uspeha;

- z različnimi izkušnjami ali modeliranjem;
- z družbenim prepričanjem in
- s presojami lastnih psiholoških stanj, kot sta prebujenje in strah.

Podjetniško izobraževanje lahko igra pomembno vlogo pri razvoju podjetniške samoučinkovitosti z uporabo posebnih izobraževalnih aktivnosti in učnih metod (Bandura, 1997). Karimi et al. (2014) zato ugotovljajo, da sodelovanje tako pri fakultativnih kot pri obveznih podjetniških izobraževalnih programih lahko pozitivno vpliva na zaznan vedenjski nadzor študentov ter na samoučinkovitost. To potrjuje, da univerze lahko oblikujejo in pospešujejo podjetniško samoučinkovitost prek podjetniških izobraževalnih programov.

V raziskavi von Graevenitz et al. (2010) ugotavljajo, ali podjetniško izobraževanje vpliva na podjetniške namere uniformno ali vodi v večjo klasifikacijo študentov v smislu, da to drugo lahko zmanjša povprečne podjetniške namere, a kljub temu vpliva na družbo pozitivno. Na ta način so želeli postaviti model učenja, v katerem bi podjetniško izobraževanje generiralo signale študentom.

Najprej so preizkusili usposobljenost za podjetniške naloge tako, da so preizkušali značilnosti pred in po končanem izobraževanju. Pričakovali so tri rezultate: študente, ki se ne bodo naučili ničesar, študente, ki bodo ugotovili, da so vzljubili podjetništvo in študente, ki podjetništva potem ne bodo marali. Nato so naredili tri predpostavke:

1. usposobljenost študentov za podjetništvo kaže večjo varianco po končanem programu, če je negotovost glede podjetniške usposobljenosti dovolj visoka pred procesom,
2. vsak program izobraževanja bo imel dva učinka: študenti bodo dobili močnejše prepričanje o svojih podjetniških sposobnostih od študentov, ki ne bodo prejeli konsistentnih signalov in drugi, da bodo študenti dobili močnejše pred-programске signale, z močnejšimi zaupanji v svoje sposobnosti,
3. informativni podjetniški program bo spremenil prepričanje udeležencev manj, močnejši kot bo signal, če je le-ta konsistenten in dovolj natančen.

Na osnovi teh predpostavk so postavili:

1. hipotezo: varianca prepričanja je po podjetniškem programu večja od variance pred opravljenim programom;
2. hipotezo:
 - a) če so signali konsistentni, potem je prepričanje močnejše in
 - b) močnejši signali pred programom vodijo v močnejša prepričanja po opravljenem programu;
3. hipotezo: če študenti prejmejo konsistentne signale, potem bodo tisti, ki so prejeli močnejše signale pred izobraževanjem, manj spremenili svoja prepričanja.

Fayolle, Gailly in Lassas-Clerc (2006b) so izdelali raziskavo, da bi eksperimentalno, s tedaj novo metodologijo, ocenili podjetniške učne programe (v nadaljevanju ETP) z raziskovalnimi vprašanji: do katere mere ETP-ji vplivajo na odnos študentov do podjetniškega vedenja. Nova metodologija je osnovana na teoriji načrtnega vedenja. Raziskovali so vzorec iz študentov specialističnega programa managementa (prvi letnik po končanem magistrskem študiju), na eni izmed najboljših štirih poslovnih šol v Franciji. Ta šola je do leta 2006 spodbujala in širila podjetniški duh skozi celoten program in predmetnik že 20 let. V prvi fazi raziskave so izdelali vprašalnik za merjenje odnosa in nivoja podjetniških namer. V drugi fazi pa so uporabili iste metodološke pogoje za merjenje istih spremenljivk, s specifičnim poudarkom vpliva pedagoškega procesa na podjetniške namere. Rezultati so bili analizirani tako za celotno skupino, kot tudi za segmentirane vzorce podskupin, formirane glede na različne socialne dejavnike, ki vplivajo na podjetniške namere. Iz literature so ugotovili, da je veliko raziskav, delanih na osnovi značilnosti, kot so potreba po dosežkih, lokus nadzora, zaznavanje samoučinkovitosti, manj pa literatura posveča pozornosti izobraževalnim spremenljivkam. Tako so postavili temelje raziskavi s tremi določili: odnos do vedenja, subjektivne norme in zaznane kontrole vedenja, v odnosu do podjetniških namer. Odvisne spremenljivke so tako povezane s predhodnim podjetniškim vedenjem (merjenje odnosa do vedenja, subjektivne norme, zaznana kontrola vedenja in namer).

Nekatere študije so potrdile nagnjenost k večjemu riziku pri posameznikih, ki so ustanovili lastna podjetja, kot pri tistih, ki so le upravljali z obstoječim podjetjem. S te perspektive, nagnjenost k tveganju, postane lahko prediktor izbire kariere. Npr. Kolvereid (1996) je ugotovil, da je zveza »v izogib tveganju« čisto omenjana kot motivacijski dejavnik pri izbiri dela v neki obstoječi organizaciji.

V nasprotju s temi ugotovitvami pa druge študije, npr. Low in McMillan (1988), napeljujeta na to, da podjetniki nimajo nič večje nagnjenosti k tveganjem kot managerji oz. splošna populacija, celo, ko načrtno sprejmejo višje nivoje tveganja v svoji karieri in pri poslovnih odločitvah. Morda je torej razlika med podjetniki in managerji zgolj v toleranci do tveganja in kako procesirajo informacije v zvezi s potencialnim uspehom novih poslovnih priložnosti.

Tako so številne raziskave ugotovile, da podjetniki pogosto kategorizirajo poslovne situacije kot manj tvegane, kot ne-podjetniki (Busenitz, 1999). Z drugimi besedami, podjetniki se morda ne klasificirajo kot bolj nagnjene k tveganju, temveč kot takšne, ki kategorizirajo tvegane situacije kot pozitivne. Nekatere novejšje študije pa dokazujejo, da strpnost in pozitivno stališče glede tolerance že napeljujejo na oblikovanje podjetniških namer (Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2005) in da je nagnjenost k tveganju pozitivno povezana z namerami samozaposlitve prek svojega vpliva na določene prediktorje, kot je samoučinkovitost in pozitivno gledišče do podjetniških namer. Iz teh predpostavk je

Sánchez (2013) postavil hipotezo, da višja kot je samoučinkovitost, pro-aktivnost in tveganje v odnosu do samozaposlitve, močnejše so pri študentih samozaposlitvene namere.

Številne študije (Dickson, Solomon, & Weaver, 2008) so pokazale pomembno razmerje med podjetniškim izobraževanjem in vrsto podjetniških rezultatov. In so študije, ki tega ne kažejo, oziroma kažejo celo negativno povezavo. Na osnovi teh razkritij Sánchez (2013) postavi drugo hipotezo in sicer, da bodo ob koncu podjetniškega programa študenti imeli višjo samoučinkovitost, proaktivnost, nagnjenost k tveganju in namere postati samozaposleni, kot na začetku programa.

Na osnovi preučene literature postavim naslednji hipotezi:

1. hipoteza: izobraževalni proces smeri podjetništvo ima značilno pozitiven vpliv na namere študentov, da se po končanem študiju odločijo za podjetništvo,
2. hipoteza: izobraževalni proces smeri podjetništvo značilno pozitivno vpliva na razvoj podjetniških znanj in podjetniške pripravljenosti študentov.

Odvisna spremenljivka. V moji raziskavi neodvisno spremenljivko predstavlja pripravljenost študenta oz. osebe, ki se je podjetniško izobraževala, da udejanji svojo podjetniško naravnost v dejanskih podjetniških aktivnostih.

Neodvisne spremenljivke. So tiste, ki na osnovi sinteze literature najboljše pojasnjujejo odvisno spremenljivko.

4 RAZISKAVA

4.1 Opredelitev problema in ciljev raziskave

Krueger (2003) je zapisal, da če je »srce« podjetništva orientacija v smeri prepoznavanja priložnosti, od kod potem prihaja zaznavanje priložnosti? Razumevanje podjetniškega spoznanja je nujno za razumevanje bistva podjetništva. Kako nastane in kako se razvija. To je še posebej res, je zapisal, če se želimo premakniti od deskriptivnih metod raziskovanja do s strani teorije gnanih raziskav.

Namen tega magistrskega dela je ugotoviti, kakšna je učinkovitost izobraževanja podjetništva na Ekonomski fakulteti v Ljubljani z vidika nastajajočih podjetnikov. Namen magistrskega dela je ponuditi osnovo za morebitne izboljšave in kvalitativne spremembe programa v prihodnje.

Naloga je pomembna zaradi zasledovanja ciljev programa Podjetništvo na Ekonomski fakulteti (2016) in zaradi podajanja kvalitativne ocene izobraževanja in je lahko koristna

zato, ker nudi oporo pri ugotavljanju smiselnosti tovrstnega izobraževanja in korigiranja programov. Podaja povratno informacijo produktov – študentov – o rezultatu procesa.

Problematika je koristna za podjetja, ker jim pomaga k odgovorom kakšne kadre si je smiselno izbirati v prihodnje, kaj lahko od takšnih kadrov pričakujejo. Za izobraževalno institucijo pa je problematika pomembna zaradi uspešnega trženja programov, njihov prihodnji razvoj in pa primerjavo s konkurenčnimi programi drugih ustanov.

Cilj magistrskega dela je izdelati analizo obnašanja študentov, ki so končali program izobraževanja na Ekonomski fakulteti v Ljubljani in podati kvalitativno in kvantitativno oceno vpliva študija na njihovo podjetniško obnašanje.

4.2 Metodologija

Magistrsko nalogo sestavljata tako teoretični kot empirični del. Teoretični del je osnovan na že znanih teorijah iz literature, ki jo sestavljajo primarni in sekundarni viri. V nalogi je relevantna literatura predstavljena, sintetizirana in analizirana. Empirični del pa temelji na raziskavi med populacijo študentov podjetništva na ljubljanski Univerzi. Gre za kvalitativno metodo raziskovanja, ki je podrobneje opredeljena v nadaljevanju.

Z deskriptivno metodo, ki predstavlja skupek postopkov, s katerimi opisujemo pojave na področju vzgoje in izobraževanja, sem popisal stanje in vsebino pojavov, ne glede na vzroke, ki ta stanja in vsebine povzročajo, nato pa sem s kavzalno metodo, ki predstavlja skupek znanstveno raziskovalnih postopkov, s pomočjo katerih ugotavljamo vzročno posledično povezanost med pojavi, skušal določiti vzroke za nastanek deskriptivno določenih pojavov. Deskriptivna in kavzalna metoda sta medsebojno odvisni. Kavzalna metoda izhaja tako iz deskripcij kot tudi nekih posledic.

Iz teoretičnega dela pridobljeni temelji bodo uporabljeni za kvalitativno pripravo podlage za raziskavo. Podatke za raziskavo sem pridobil z anketo med študenti dodiplomskega in podiplomskega študija. To je strukturiran pristop z vnaprej pripravljenim vprašalnikom. Predstavitev je pripravljena po metodi zbiranja, analiziranja in združevanja podatkov ter grafične obdelave.

Ker zaradi določil Zakona o varstvu osebnih podatkov od uprave Ekonomske fakultete nisem uspel pridobiti podatkov o študentih fakultete, sem se obrnil za pomoč na profesorje in študente, ki so svojim študentom oz. kolegom posredovali vprašalnik. Tako, da sem uporabil deloma na papir natisnjen vprašalnik, ki so ga študenti izpolnili pred predavanjem, deloma pa elektronski vprašalnik (s pomočjo ponudnika Google Forms), ki so ga s pomočjo klika na posredovano povezavo izpolnili kar direktno, na medmrežju. Od anketirancev sem zbral osnovne demografske podatke, kot so letnik študija, starost, spol, smer študija, kot tudi vprašanja, ki predstavljajo spremenljivke v raziskavi.

4.2.1 Anketa in anketna vprašanja

Upravičenost raziskav. Da bi uspešno zagnali novo podjetje in mu zagotovili rast, morajo podjetniki, med drugim, zaupati svojim sposobnostim, se identificirati s svojim podjetjem in vlogo podjetnika. Podjetništvo je disciplina in kot tako se jo lahko nauči (Drucker, 1985; Vanevenhoeven, & Liguori, 2013, str. 316). Čeprav to menijo številni pisci, pa, kot je zgoraj iz literature razvidno, se nekateri raziskovalci s tem ne strinjajo. Morda še bolj kot to, da se raziskovalci ne strinjajo, ima še močnejši vpliv to, da se s tem v večini ne strinjajo sami podjetniki. Zelo velik del jih celo trdi, da se podjetništva ni moč naučiti, temveč je prirojeno (Pavšič, 2014). Na takšen način je moč slišati tudi mnenja tudi na drugih področjih, npr. managementu.

Kot že opisano, je bila osnovno orodje moje magistrske naloge anketa, sestavljena iz osnovnih, demografskih vprašanj in kvalitativnih vprašanj.

Anketirancem sem najprej postavil osnovna vprašanja, iz katerih sem črpal demografske podatke, kot so letnik študija, starost, spol in smer študija. Sledila pa so kvalitativna vprašanja, ki predstavljajo spremenljivke v raziskavi. Pri kvalitativnih vprašanjih/trditvah sem uporabil 7-stopenjsko kvalitativno lestvico zaradi večje variabilnosti odgovorov.

Kvalitativna vprašanja sem postavil v 6 sklopov in sicer prvi sklop predstavlja trditve o usmerjenosti k ciljem. Pri tem odgovori št. 1 pomenijo, da se anketiranec s trditvijo močno ne strinja, št. 7 pa, da se močno strinja.

Iz uvodoma citirane literature je moč sklepati in hipotetično predvidevati, da je usmerjenost k ciljem ena pomembnejših lastnosti, ki naj bi določale podjetnika oz. bi utegnila imeti vpliv na kasnejše odločitve za podjetniško pot posameznika. Dosežki oz. usmerjenost k ciljem so konceptualizirani in merjeni na veliko različnih načinov. Po eni strani gre za doseganje ciljev, po drugi spet za vztrajnost, prodornost, energijo. Pričakuje se, da imajo študenti podjetništva višji nivo orientacije k dosežkom kot drugi (Athayde, 2009).

Kot neodvisna spremenljivka, bi usmerjenost k ciljem utegnila biti statistično značilno povezana s podjetniškimi namerami študenta.

Tabela 1: Trditve o usmerjenosti k ciljem

	Močno <u>se ne</u> <u>strinjam</u>	Zmerno se ne strinjam	Rahlo se ne strinjam	Niti se strinjam niti se ne strinjam	Rahlo se strinjam	Zmerno se strinjam	Močno <u>se</u> <u>strinjam</u>
A. Pripravljen/a sem izbrati zahtevno delovno nalogo, iz katere se lahko veliko naučim.	1	2	3	4	5	6	7
B. Pogosto iščem priložnosti, da bi razvil/a nove spretnosti in pridobil/a novo znanje.	1	2	3	4	5	6	7
C. Obiskujem neobvezna predavanja/seminarje/delavnice v okviru predmetnika ali izven, za katera menim, da mi bodo dala podjetniško idejo ali znanja za podjetništvo	1	2	3	4	5	6	7
D. Rad/a delam v okolju, ki zahteva visok nivo sposobnosti in talenta.	1	2	3	4	5	6	7
E. Zadani cilj težko jemljem resno.	1	2	3	4	5	6	7
F. Nerealno je pričakovati, da bom dosegel/a trenutni zadani cilj.	1	2	3	4	5	6	7
G. Precej verjetno je, da bo potrebno cilj prilagoditi glede na to, kako se bodo stvari odvijale.	1	2	3	4	5	6	7
H. Odkrito povedano, vseeno mi je, ali dosežem zadani cilj ali ne.	1	2	3	4	5	6	7
I. Močno sem predan/a doseganju cilja.	1	2	3	4	5	6	7
J. Precej zlahka bi opustil/a zadani cilj.	1	2	3	4	5	6	7

Nadalje je lastnost, ki jo v splošnem povezujemo s podjetništvom, večja nagnjenost k sprejemanju tveganja. Podjetništvo samo vsebuje znatno več tveganj za posameznika od drugih ekonomskih oblik, saj poleg svojega časa in znanja v posel vloga tudi lastna finančna sredstva ali sredstva, za katera tako ali drugače jamči sam oz. s svojim lastnim premoženjem.

Nagnjenost k tveganju je osebna lastnost, ki določa tendenco in nagnjenost k temu, da je posameznik pripravljen tvegati. Ta lastnost je povezana s podjetništvom, ker podjetniška aktivnost po definiciji vključuje predpostavko neke vrste tveganja. Nagnjenost k tveganju je ena od treh dimenzij t.i. podjetniške orientacije, skupaj s pro-aktivnostjo in inovativnostjo in v tem kontekstu je to pripravljenost zavezati se virom priložnosti, ko obstaja verjetnost neuspeha. Podjetniško vedenje je v splošnem povezano z zmernim nivojem nagnjenosti k tveganju posameznika, vendar pa so empirična odkritja kontradiktorna, ko se pokaže potrjevanje teh dimenzij osebnosti, kot značilnih lastnosti podjetniškega subjekta. V tem smislu so nekatere študije ugotovile, da se lahko osebe, ki ustvarjajo novo podjetje in se borijo, da bi bile uspešne, zaznajo in reagirajo na tveganje na drugačen način (Busenitz, 1999).

Zaradi zgoraj ugotovljenega, je naslednji sklop v anketi namenjen trditvam o sprejemanju tveganja.

Tabela 2: Trditve o sprejemanju tveganja

	Močno se ne strinjam	Zmerno se ne strinjam	Rahlo se ne strinjam	Niti se strinjam niti se ne strinjam	Rahlo se strinjam	Zmerno se strinjam	Močno se strinjam
A. Nove naloge raje ne bi sprejel/a, če bi obstajala možnost, da bi se izkazal/a kot nesposoben/na.	1	2	3	4	5	6	7
B. Bolj pomembno mi je, da svojih nesposobnosti ne pokažem drugim, kot da se iz neke naloge naučim novih veščin.	1	2	3	4	5	6	7
C. Bojim se prevzeti delovno nalogo, pri kateri bi se lahko izkazalo, da imam nizke sposobnosti.	1	2	3	4	5	6	7
D. Na delovnem mestu se raje izogibam situacijam, kjer bi se izkazalo, da stvari ne obvladam.	1	2	3	4	5	6	7
E. Močno sem naklonjen malo-rizičnim projektom	1	2	3	4	5	6	7
F. Bolj sem naklonjen preizkušenim potem	1	2	3	4	5	6	7
G. Naklonjenost tveganju občutim kot negativno lastnost	1	2	3	4	5	6	7
H. Podpiram projekte, ki imajo zanesljive pričakovane donose	1	2	3	4	5	6	7

Ne toliko za samo odločitev o podjetništvu, gotovo pa za uspešnost, tako začetkov kot preživetja malih podjetnikov in start-up-ov, je pomembna lastnost samoučinkovitost. Tuja literatura uporablja izraz *self-efficacy*.

Samoučinkovitost pomeni individualno prepričanje v lastno sposobnost za doseganje zastavljenega dela ali naloge. Je tudi uporaben koncept za razlago človeškega vedenja in kot raziskava (Sánchez, 2013) kaže, igra pomembno vlogo pri določanju individualne izbire, nivoja truda in vztrajnosti. Posamezniki z visoko samoučinkovitostjo glede določene naloge, se bodo bolj verjetno učili in nato vztrajali pri tej nalogi bolj, kot nekdo z nizko samoučinkovitostjo. Podjetniška samoučinkovitost je stopnja, pri kateri ljudje sebe zaznavajo kot sposobnega za uspešno izvedbo različnih vlog in nalog podjetništva (De Noble, Jung, & Ehrlich, 1999). Brez vsaj minimalnega nivoja podjetniške samoučinkovitosti ni verjetno, da bo potencialni podjetnik dovolj motiviran za vpetost v proces ustanovitve novega podjetja.

Tu sem ravno tako uporabil 7-stopenjsko lestvico, vendar pa odgovori 1 pomenijo popolno negotovost, 7 pa popolno gotovost ob trditvi.

Tabela 3: Trditve o samoučinkovitosti

	Popolno negotov	Zmerno negotov	Rahlo negotov	Niti prepričan niti negotov	Rahlo prepričan	Zmerno prepričan	Močno prepričan
A. Zmogel/la bom doseči večino ciljev, ki si jih zastavim	1	2	3	4	5	6	7
B. Ko se soočim s težavnimi nalogami, sem prepričan/a, da jih bom zaključil/a	1	2	3	4	5	6	7
C. Prepričan/a sem, da bom učinkovito obvladal/a več različnih nalog	1	2	3	4	5	6	7
D. Tudi v težkih trenutkih se bom dobro znašel/la	1	2	3	4	5	6	7
E. Ko investiram, uporabim vse svoje podjetniško znanje in izkušnje	1	2	3	4	5	6	7
F. Kar začnem, tudi dokončam	1	2	3	4	5	6	7
G. Sposoben/na sem razviti nove ideje	1	2	3	4	5	6	7
H. Sposoben/na sem nadzorovati stroške	1	2	3	4	5	6	7

V nasprotju s samoučinkovitostjo, pa je kreativnost, kot lastnost, pomembna že v začetni fazi in morda ima nemalokrat celo odločilni vpliv na posameznikovo odločitev za začetek podjetniške poti. Timmons in Spinelli (2004) trdita, da je kreativnost središče koncepta podjetništva in da je posebej relevantna pri poučevanju podjetništva. Kreativnost pride do izraza, če vemo, da se na trgu konkurenčna prednost doseže z inovativnostjo. Kolikor je posameznik zelo kreativen in ima motivacijo po udejanjenju takšne kreativne ideje, se lahko poveča tudi usmerjenost k ciljem (se pravi, da sta spremenljivki do neke mere medsebojno odvisni), zmanjša pa se potreba po odvisnosti od sprejemanja tveganja.

Tabela 4: Trditve o kreativnosti

	Močno <u>se ne</u> <u>strinjam</u>	Zmerno se ne strinjam	Rahlo se ne strinjam	Niti se strinjam niti se ne strinjam	Rahlo se strinjam	Zmerno se strinjam	Močno <u>se</u> <u>strinjam</u>
A. Menim, da sem zelo kreativna oseba	1	2	3	4	5	6	7
B. Kreativnosti posvečam veliko časa	1	2	3	4	5	6	7
C. Imam veliko idej	1	2	3	4	5	6	7
D. Moje ideje so izvirne	1	2	3	4	5	6	7
E. Opazim stvari, ki jih drugi ne	1	2	3	4	5	6	7
F. Z lahkoto najdem predloge za izboljšave	1	2	3	4	5	6	7
G. Ko naletim na oviro, jo znam obiti	1	2	3	4	5	6	7
H. Ko najdem idejo, vidim rešitev in kmalu se spomnim izboljšav zanjo	1	2	3	4	5	6	7

Najbolj ključen sklop vprašanj/trditev v tej anketi, ki se direktno nanaša na sam študij, so vprašanja o splošnem vtisu o študiju podjetništva. Vprašanja se nanašajo direktno na tematiko, ki jo obravnavajo predmeti pri študiju podjetništva in na znanja, za katera Ekonomska Fakulteta (2016) obljublja, da jih bodo slušatelji pridobili tekom študija.

Tabela 5: Trditve o splošnem vtisu o študiju podjetništva

Pri študiju sem....	Močno se <u>ne</u> strinjam	Zmerno se <u>ne</u> strinjam	Rahlo se <u>ne</u> strinjam	Niti se strinjam, niti se ne strinjam	Rahlo se strinjam	Zmerno se strinjam	Močno se strinjam
A. ...dobil/a formalna znanja potrebna za udejanjenje mojih podjetniških idej	1	2	3	4	5	6	7
B. ...dobil/a odlične nove podjetniške ideje	1	2	3	4	5	6	7
C. ...dobil/a veliko podjetniškega znanja	1	2	3	4	5	6	7
D. ...spoznal/a zanimive ljudi z vidika podjetništva	1	2	3	4	5	6	7
E. ...spoznal/a, da je podjetništvo stvar zame	1	2	3	4	5	6	7
F. ...dobil/a veliko koristnega znanja za moj podjetniški razvoj	1	2	3	4	5	6	7
G. ...postal/a bolj nagnjen k iskanju novih podjetniških idej	1	2	3	4	5	6	7
H. ...spoznal/a način, kako priti do kreativnih podjetniških idej	1	2	3	4	5	6	7
I. ...se naučil/a kako bom ustanovil/a svoje podjetje	1	2	3	4	5	6	7
J. ...spoznal/a način, kako povezati med seboj na videz nepovezane koščke informacij	1	2	3	4	5	6	7
K. ...se naučil/a kako izbrati dobre/prave priložnosti, potem ko zaznam večje število priložnosti	1	2	3	4	5	6	7
L. ...se naučil/a kako razločiti med potencialno profitabilnimi in neprofitabilnimi priložnostmi	1	2	3	4	5	6	7

Zadnji sklop vprašanj/trditev, predstavlja odvisno spremenljivko za primer moje magistrske naloge. To je pravzaprav cilj, katerega doseganje sem raziskoval. Gre za trditve o podjetniških namerah oz. namenih študentov, da se po zaključku študija odločijo ustanoviti svoje podjetje.

Tabela 6: Trditve o podjetniških namerah

	Popolnoma negotov	Zmerno negotov	Rahlo negotov	Niti prepričan niti negotov	Rahlo prepričan	Zmerno prepričan	Močno prepričan
A. Ustanovil bom svoje podjetje	1	2	3	4	5	6	7
B. Razmislil bom o ustanovitvi lastnega podjetja	1	2	3	4	5	6	7
C. Pripravljen sem ustanoviti svoje podjetje	1	2	3	4	5	6	7
D. Močno se bom potrudil, da ustanovim podjetje	1	2	3	4	5	6	7
E. Podjetje bom ustanovil v roku enega leta	1	2	3	4	5	6	7

Sicer je možno dodajati še druge spremenljivke, z dodatnimi sklopi vprašanj v vprašalnik, vendar je potrebno na osnovi literature preceniti, kaj je še smiselno in kaj ne, da se sam rezultat po nepotrebnem ne zamegljuje. Ena takih je osebnostni nadzor (kontrola), ki ga literatura v splošnem opredeljuje kot obseg, do katerega oseba verjame, da ima nadzor nad svojim življenjem in je na nek način predpogoj za aktivnost (Robinson et al., 1991), nagnjenost k aktivnosti pa je ključna dispozicija za zagon podjetja. Zato je Osebnostni nadzor lahko zanimiv in pomemben za ustvarjalce izobraževalnih programov podjetništva. Nadalje je tu intuicija. Koncept intuicije je v primerjavi z drugimi relativno manj povezan s podjetništvom. To je sposobnost, ki je povezana s zmožnostjo, soočati se z negotovostjo in nestabilnimi okoliščinami, ki so pogosto povezane z ustvarjanjem podjetja (Gibb, 1987). Podjetniki lahko izkoristijo priložnosti, ki jih drugi zgrešijo, ker jim njihove kognitivne sposobnosti omogočajo, da so učinkovito operativni tudi, ko se soočajo z dvoumnostjo in negotovim okoljem (Alvarez, & Barney, 2002).

Tudi vodenje je pomemben dejavnik v podjetništvu, čeprav mu je bilo na področju managementa do sedaj posvečano veliko več pozornosti.

4.2.2 Izvedba anketiranja

Za vzorec sem izbral študente pri predmetih, ki jih obiskujejo študenti programa Podjetništvo, tako na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, kot na Fakulteti za računalništvo in informatiko ter Fakulteti za kemijo in kemijsko tehnologijo, vse Univerze v Ljubljani. Pri nekaterih predmetih so bili študenti Podjetništva v večini, pri drugih pa v manjšini, vendar so anketo izpolnili tako eni kot drugi. Nekatere ankete sem izvedel v učilnici, pred samim predavanjem, druge pa sem izvedel elektronsko, s pomočjo posredovanja profesorjev in študentov, s spletno aplikacijo Google Forms, pri čemer je obdelava elektronsko pridobljenih podatkov enostavnejša, zaradi enostavnejšega in hitrejšega prenosa podatkov iz spletne aplikacije v druge oblike (Excel, SPSS). Tiskane oblike anketnega formularja je obsegala dve A4 strani drobnega tiska, za izpolnitev katerega so študenti potrebovali od 7–12 min.

5 REZULTATI RAZISKAVE

5.1 Analiza anketirancev

5.1.1 Demografske značilnosti anketirancev

Anketiranci so bili v povprečju stari 25 let, najstarejši je bil star 41, najmlajši/a pa 21 let. Večina anketirancev, skoraj dve tretjini, je bilo moškega spola, pri študentih podjetništva pa je ta razlika nekoliko manjša, a še vedno v prid moškemu spolu.

Tabela 7: Demografske značilnosti anketirancev

Vzorec	Vzorec %	Štud. program \ Spol	Ž	Ž %	M	M %
142	100	Vsi	53	37,32	89	62,68
56	39	Podjetništvo	24	42,86	32	57,14
86	61	Ne-podjetništvo	30	34,88	56	65,12

5.1.2 Študijske značilnosti anketirancev

Tako iz zgornje, kot spodnje, tabele, je razvidno, da je skoraj 40% vseh anketirancev iz podjetniške smeri, precejšen delež pa jih je tudi s FRI. Skupno vsem pa je, da obiskujejo vsaj en predmet s smeri Podjetništvo.

Tabela 8: Demografske značilnosti anketirancev

	Študijska smer	Število	%
1	Podjetništvo	56	39,44
2	Računalništvo in informatika	27	19,01
3	BUN-RI (FRI)	17	11,97
4	Geodezija in geoinformatika	8	5,63
5	Management	6	4,23
6	Mednarodno poslovanje	5	3,52
7	Gradbeništvo	4	2,82
8	Bančni in finančni management	2	1,41
9	Gradbeništvo-konstrukt.	2	1,41
10	Poslovna logistika	2	1,41
11	Računovodstvo in revizija	2	1,41
12	Računovodstvo	2	1,41
13	Turizem	2	1,41
14	Informacijsko upravljaljske vede	1	0,70
15	Informatika	1	0,70

se nadaljuje

Tabela 9: Demografske značilnosti anketirancev (nad.)

	Študijska smer	Število	%
16	Kvantit. finance in aktuarstvo	1	0,70
17	Poslovna informatika	1	0,70
18	Poslovanje in organizacija	1	0,70
19	Tehnično upravljanje	1	0,70
20	Trženje	1	0,70
Skupaj		142	

5.1.3 Leta študija

Anketiranci so udeleženci zgoraj analiziranih programov, s skupnim imenovalcem vsaj enega podjetniškega predmeta, so pa na precej različnih stopnjah študija in sicer je v splošnem velika večina anketirancev vpisanih v 3 letnik dodiplomskega študija. Tudi povprečni anketiranec, ki ni vpisan na Podjetniški smeri, obiskuje 3. letnik dodiplomskega študija, medtem ko povprečni študent Podjetništva obiskuje 1. letnik podiplomskega študija. Analizo sem izdelal tako, da sem letnik dodiplomske študija označil s števkami 1 do 3 (prvi letnik s št. 1, drugi s št. 2 in tretjega s 3), 1. letnik podiplomskega študija s številko 4, 2. letnik pa s št. 5.

Tabela 10: Stopnja študija anketirancev

Stopnja študija	Letnik	Število	%
Dodiplomski	1	2	1,41
	2	2	1,41
	3	58	40,85
Podiplomski	1	51	35,92
	2	29	20,42
Skupaj		142	

5.1.4 Obstoječe podjetniške aktivnosti

Dva anketiranca sta obkrožila DA pri vprašanju ali sem že lastnik oz. solastnik podjetja. In sicer eden, ki študira smer Podjetništvo in drugi s smeri Kvantitativne finance in aktuarstvo.

5.2 Analiza rezultatov

Rezultate sem analiziral s programsko opremo SPSS in sicer sem rezultate ankete razdelil na dva dela. Na del, ki obsega le študente s programa Podjetništva in na del s študenti ostalih študijskih programov. Problem sem reševal z modelom multiple linearne regresije, pri čemer sem, kot odvisno spremenljivko uporabil segment odgovorov na trditve o

podjetniških namerah anketirancev. Torej, proučeval sem podjetniške namere študentov v odvisnosti od njihove usmerjenosti k ciljem, sprejemanju tveganja, samoučinkovitosti, kreativnosti in njihovega splošnega vtisa o študiju podjetništva. Uporabil sem torej rezultate ankete 142 anketirancev, ki so v 56 % primerov v trenutku ankete bili študenti podiplomskega študija, v 97 % primerov pa vsaj študenti tretjega letnika dodiplomskega študija (ali podiplomskega).

5.2.1 Preizkušanje domnev o različnosti odgovorov, glede na smer študija

Ker sem pri anketiranju dobil odgovore, tako študentov smeri podjetništva kot tudi drugih, sem se odločil testirati odgovore glede na to, ali so odgovarjali študenti podjetništva ali študenti drugih smeri. Iz tega bo moč sklepati na to, ali so si študenti po določenih specifičnostih različni glede na to, katero smer študija so ubrali.

Ker sem primerjal dve populaciji oz. dve skupini študentov med seboj, sem uporabil T-test neodvisnih vzorcev (angl. *Independent-Samples T Test*). Pri tem smer študija P pomeni Podjetništvo, NE-P pa druge smeri študija.

Tabela 11: Statistika skupine

	Smer študija	N	Aritmetična sredina	Standardna deviacija	Std. napaka aritmetične sredine
Usmerjenost k ciljem	NE-P	86	3,92	0,44	0,05
	P	56	3,89	0,39	0,05
Sprejemanje tveganj	NE-P	86	3,54	0,88	0,10
	P	56	3,52	1,00	0,13
Samoučinkovitost	NE-P	86	5,29	0,78	0,08
	P	56	5,84	0,62	0,08
Kreativnost	NE-P	86	4,89	0,94	0,10
	P	56	5,16	0,78	0,10
Splošni vtis o študiju podjetništva	NE-P	86	4,09	1,08	0,12
	P	56	4,81	0,89	0,12
Podjetniške namere	NE-P	86	3,69	1,52	0,16
	P	56	4,79	1,31	0,18

Iz Tabele 10 razberem, da so si aritmetične sredine obeh vzorcev dokaj podobne pri posameznih sklopih, bistvena odstopanja so vidna le pri Samoučinkovitosti, kjer je aritmetična sredina ocen študentov drugih smeri nekoliko zadržana in pri sklopu vprašanj o Podjetniških namerah, kjer je aritmetična sredina ocen študentov podjetništva precej višja od drugih študentov. Je pa nekoliko drugače pri standardni deviaciji, ki je precejšnja pri

obeh vzorcih pri vprašanju sprejemanja tveganja in zelo visoka pri obeh vzorcih pri sklopu vprašanj o Podjetniških namerah.

Tabela 12: Test neodvisnih vzorcev

		Levene-ov Test za enakost varianc		t-test enakosti aritmetičnih sredin						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2- tailed)	Mean Differ ence	Std. Error Differe nce	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Usmerjenost k ciljem	Predp. enakost varianc	1,513	0,221	0,402	140	0,688	0,029	0,073	-0,115	0,174
	Enakost varianc ni predp.			0,413	127	0,681	0,029	0,071	-0,111	0,170
Sprejemanje tveganj	Predp. enakost varianc	1,276	0,261	0,119	140	0,906	0,019	0,160	-0,297	0,335
	Enakost varianc ni predp.			0,116	106	0,908	0,019	0,164	-0,306	0,344
Samoučinkovitost	Predp. enakost varianc	1,692	0,195	-4,414	140	0,000	-0,549	0,124	-0,794	-0,303
	Enakost varianc ni predp.			-4,636	134	0,000	-0,549	0,118	-0,783	-0,315
Kreativnost	Predp. enakost varianc	3,913	0,050	-1,815	140	0,072	-0,275	0,151	-0,574	0,024
	Enakost varianc ni predp.			-1,892	132	0,061	-0,275	0,145	-0,562	0,013
Splošni vtis o študiju podjetništva	Predp. enakost varianc	2,314	0,130	-4,174	140	0,000	-0,723	0,173	-1,066	-0,381
	Enakost varianc ni predp.			-4,351	132	0,000	-0,723	0,166	-1,052	-0,394
Podjetniške namere	Predp. enakost varianc	0,820	0,367	-4,427	140	0,000	-1,095	0,247	-1,584	-0,606
	Enakost varianc ni predp.			-4,566	129	0,000	-1,095	0,240	-1,570	-0,621

Levenov preizkus enakosti varianc je odkril značilno razliko pri vprašanjih o kreativnosti, kjer je $F_L = 3,91$, pri $P = 0,05$, kar pomeni, da je pri dvostranskem preizkusu $P = 0,05$ značilna razlika pri domnevi o enakosti varianc. Zato preizkušam pri tem vprašanju skupini s t-preizkusom, ob predpostavki o neenakosti varianc. In sicer sem izračunal

$$t_{(m=132, \alpha=0,05)} = 1,64 < t = 1,89 < t_{(m=132, \alpha=0,01)} = 2,32 \quad (2)$$

$$(P_{(t<-1,89)} = 0,061) < (\alpha = 0,1) \quad (3)$$

Razlika je torej značilna pri $P = 0,061$.

Pri ostalih vprašanjih pa preizkušana razlika pri domnevi o enakosti varianc ni značilna, zato ta preizkus izvajam pri predpostavki enakosti varianc. Tako odkrijem pri vprašanju o samoučinkovitosti značilno razliko pri zelo majhni stopnji značilnosti

$$t_{(m=140, \alpha=0,0001)} = -3,71 > t = -4,41; (P_{(t<-4,41)} = 0,000) < (\alpha = 0,0001) \quad (4)$$

Torej je razlika značilna pri zelo majhnem P . Podobno velja še za značilnosti razlik pri preostalih dveh vprašanjih.

Za splošni vtis o študiju podjetništva odkrijem značilno razliko pri zelo majhni stopnji značilnosti $\alpha = 0,0001$, ker

$$t_{(m=140, \alpha=0,0001)} = -3,71 > t = -4,17; (P_{(t<-4,17)} = 0,000) < (\alpha = 0,0001) \quad (5)$$

in podobno pri podjetniških namerah

$$t_{(m=140, \alpha=0,0001)} = -3,71 > t = -4,43; (P_{(t<-4,43)} = 0,000) < (\alpha = 0,0001) \quad (6)$$

Iz izračunanega lahko sklepam, da pri dveh vprašanjih vzorca ne izkazuje nobene značilne razlike, značilno razliko pa vzorca izkazuje pri vprašanjih o kreativnosti, samoučinkovitosti, splošnem vtisu o študiju podjetništva in pri podjetniških namerah.

5.2.2 Analiza odvisnosti pri študentih podjetništva po metodi Forward

Tabela 13: Označbe spremenljivk

Ime spremenljivke	Oznaka spremenljivke
Podjetniške namere	NAMERE

se nadaljuje

Tabela 14: Označbe spremenljivk (nad.)

Ime spremenljivke	Oznaka spremenljivke
Usmerjenost k ciljem	USMER
Sprejemanje tveganj	TVEG
Samoučinkovitost	SAMOUČINK
Kreativnost	KREAT
Splošni vtis o študiju podjetništva	SPLVTIS

Tabela 15: Rezultati izračuna opisnih parametrov

	Opisna statistika		
	Aritmetična sredina	Standardna deviacija	N
Podjetniške namere	4,79	1,31	56
Usmerjenost k ciljem	3,89	0,39	56
Sprejemanje tveganj	3,52	1,00	56
Samoučinkovitost	5,84	0,62	56
Kreativnost	5,16	0,78	56
Splošni vtis o študiju podjetništva	4,81	0,89	56

Iz tabele takoj ugotovim, da so standardni odkloni relativno majhni. Več uporabnih informacij dobim, če izračunam koeficiente variacije in tako dobim, da je največji delež ocene standardnega odklona, glede na oceno aritmetične sredine pri podjetniških namerah in sprejemanju tveganja (27 % oz. 28 %), najmanjši pa pri usmerjenosti k ciljem in samoučinkovitosti (10 %). Pri tem je morda zanimivo, da je aritmetična sredina ocene pri samoučinkovitosti izmed vseh največja (koeficient variacije pa najmanjši).

Na podlagi vzorčnih podatkov iz Tabele 14 razberem, da je korelacijski koeficient med usmerjenostjo k ciljem in samoučinkovitostjo 0,051, kar pomeni, da je linearna odvisnost med tema dvema spremenljivkama šibka in pozitivna. Podobno velja za korelacijski koeficient med usmerjenostjo k ciljem in kreativnostjo, ki znaša 0,064, kar pomeni, da linearna odvisnost med tema dvema spremenljivkama šibka in pozitivna.

Tabela 16: Izračun korelacij

		Podjetniške namere	Usmerjenost k ciljem	Sprejemanje tveganj	Samoučinkovitost	Kreativnost	Splošni vtis o študiju podjetništva
Pearsonova korelacija	Podjetniške namere	1,000	-0,119	-0,342	0,499	0,229	0,412
	Usmerjenost k ciljem	-0,119	1,000	-0,217	0,051	0,064	0,166
	Sprejemanje tveganj	-0,342	-0,217	1,000	-0,584	-0,200	-0,413
	Samoučinkovitost	0,499	0,051	-0,584	1,000	0,352	0,503
	Kreativnost	0,229	0,064	-0,200	0,352	1,000	0,108
	Splošni vtis o študiju podjetništva	0,412	0,166	-0,413	0,503	0,108	1,000
Značilnost (1-stranska)	Podjetniške namere	.	0,191	0,005	0,000	0,045	0,001
	Usmerjenost k ciljem	0,191	.	0,054	0,354	0,319	0,111
	Sprejemanje tveganj	0,005	0,054	.	0,000	0,070	0,001
	Samoučinkovitost	0,000	0,354	0,000	.	0,004	0,000
	Kreativnost	0,045	0,319	0,070	0,004	.	0,214
	Splošni vtis o študiju podjetništva	0,001	0,111	0,001	0,000	0,214	.
N	Podjetniške namere	56	56	56	56	56	56
	Usmerjenost k ciljem	56	56	56	56	56	56
	Sprejemanje tveganj	56	56	56	56	56	56
	Samoučinkovitost	56	56	56	56	56	56
	Kreativnost	56	56	56	56	56	56
	Splošni vtis o študiju podjetništva	56	56	56	56	56	56

Ker ni vsebinskih razlogov za pozitivno ali negativno odvisnost, upoštevam dvostranski preizkus. Zato uporabim ničelno domnevo, da je vrednost korelacijskega koeficienta enaka 0 in alternativno domnevo, da ni enaka nič.

$$t = \frac{r}{se(r)} = 0,375 \quad (7)$$

$$(P_{(|t|>0,375)}) = 2 \cdot P_{(t>0,375)} = 2 \cdot 0,354 = 0,708 \quad (8)$$

$$t_{(\alpha = 0,05)} = 2,00 > ((P_{(|t|>0,375)} = 0,708) \quad (9)$$

Razlika torej je značilna, kar pomeni, da zavrnilo ničelno domnevo, da je vrednost korelacijskega koeficienta enaka nič in trdimo, da sta usmerjenost študentov k ciljem in samoučinkovitost med seboj povezani.

Podobno izpeljem za povezanost med usmerjenostjo k ciljem in kreativnostjo in sicer spet izberem dvostranski preizkus z ničelno domnevo, da je vrednost korelacijskega koeficienta enaka 0 in alternativno domnevo, da ni enaka nič.

$$t = \frac{r}{se(r)} = 0,471 \quad (10)$$

$$(P_{(|t|>0,471)} = 2 \cdot P_{(t>0,471)} = 2 \cdot 0,319 = 0,638) \quad (11)$$

$t_{(\alpha = 0,05)} = 2,00 > ((P_{(|t|>0,471)} = 0,638) \Rightarrow$ razlika torej je značilna, kar pomeni, da zavrnilo ničelno domnevo, da je vrednost korelacijskega koeficienta enaka nič in privzamemo, da sta usmerjenost študentov k ciljem in kreativnost med seboj povezani.

Ta ugotovitev ima za posledico izključenost spremenljivke kreativnost iz regresijske enačbe po metodi Forward.

Tabela 17: Vstavljene in odstranjene spremenljivke

Model	Vstavljene spremenljivke	Odstranjene spremenljivke	Metoda
1	Samoučinkovitost	.	Forward (Criterion: Probability-of-F-to-enter <= ,050)
a. Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere			

Iz zapisanega sledi tudi Tabela 15, od koder je torej razvidno, da je po metodi Forward edina neodvisna spremenljivka, ki sodi v regresijsko enačbo, samoučinkovitost. Ostale spremenljivke so iz regresijske enačbe izločene, kar je razvidno tudi iz Tabele 16.

Tabela 18: Koeficienti

Model		Nestandard. koeficienti		Standard. koeficienti	t	Sig.	Korelacije		
		B	Std. Nap-aka	Beta			Ze-ro order	Pa-rtial	Par t
1	(Konstanta)	-1,378	1,466		-,940	,351			
	Samoučinkovitost	1,055	,250	,499	4,229	,000	,499	,499	,499
a. Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere									

Regresijsko enačbo torej zapišemo takole:

$$NAMERE'' = -1,378 + 1,055 SAMOUČINK \quad (12)$$

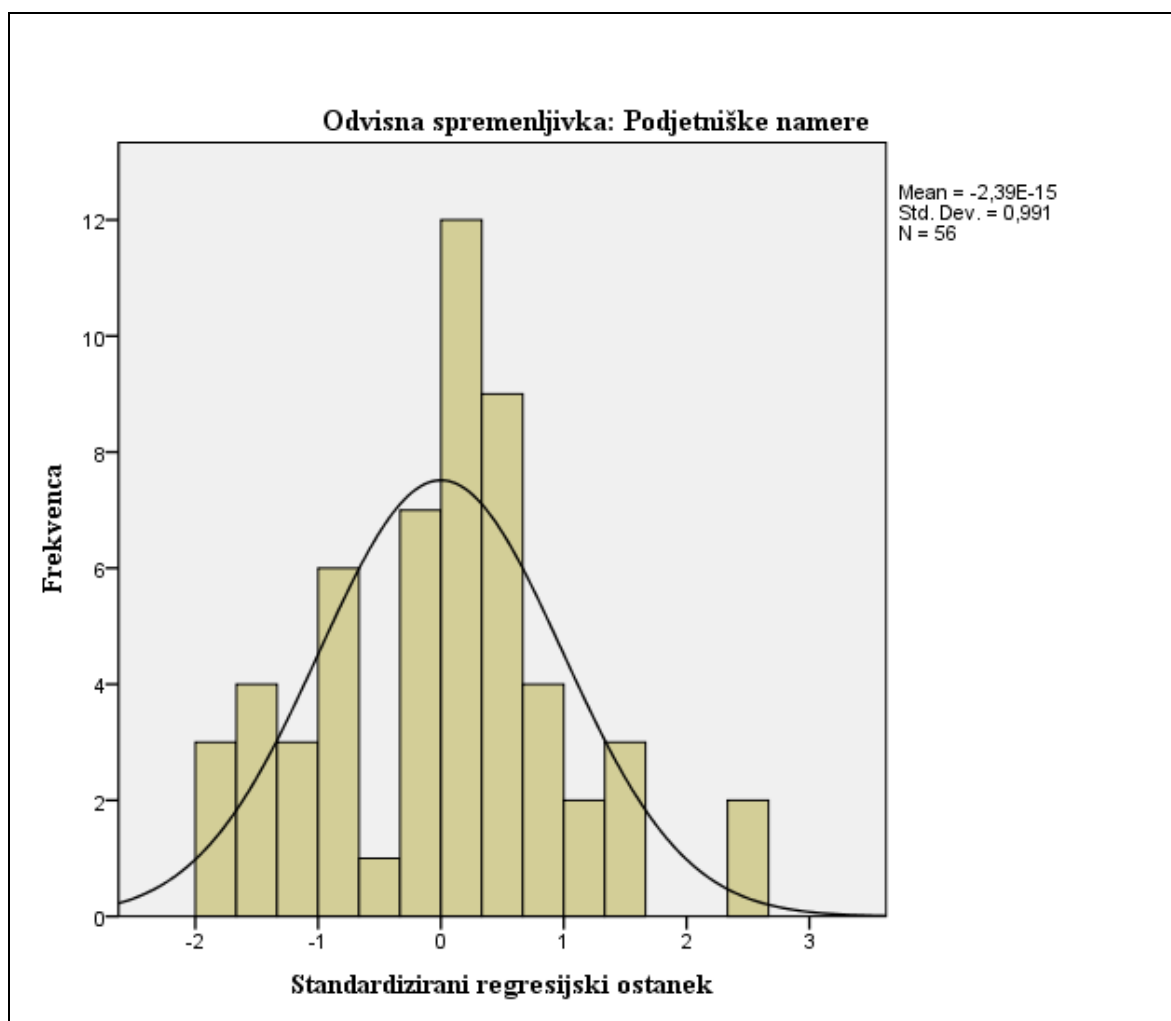
Tabela 19: Izključene spremenljivke

Model		Beta In	t	Sig.	Parcialna korelacija	Toleranca kolinearne statistike
1	Usmerjenost k ciljem	-,145 ^b	-1,233	,223	-,167	,997
	Sprejemanje tveganj	-,078 ^b	-,532	,597	-,073	,659
	Kreativnost	,061 ^b	,479	,634	,066	,876
	Splošni vtis o študiju podjetništva	,216 ^b	1,604	,115	,215	,747
a. Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere						
b. Prediktorji v modelu: (Konstanta), Samoučinkovitost						

Metoda Forward torej da rezultat, pri katerem je za izračun regresijske povezanosti z odvisno spremenljivko pomembna le spremenljivka samoučinkovitost. Izključuje pa usmerjenost k ciljem, sprejemanje tveganja, kreativnost kot tudi splošni vtis o študiju podjetništva.

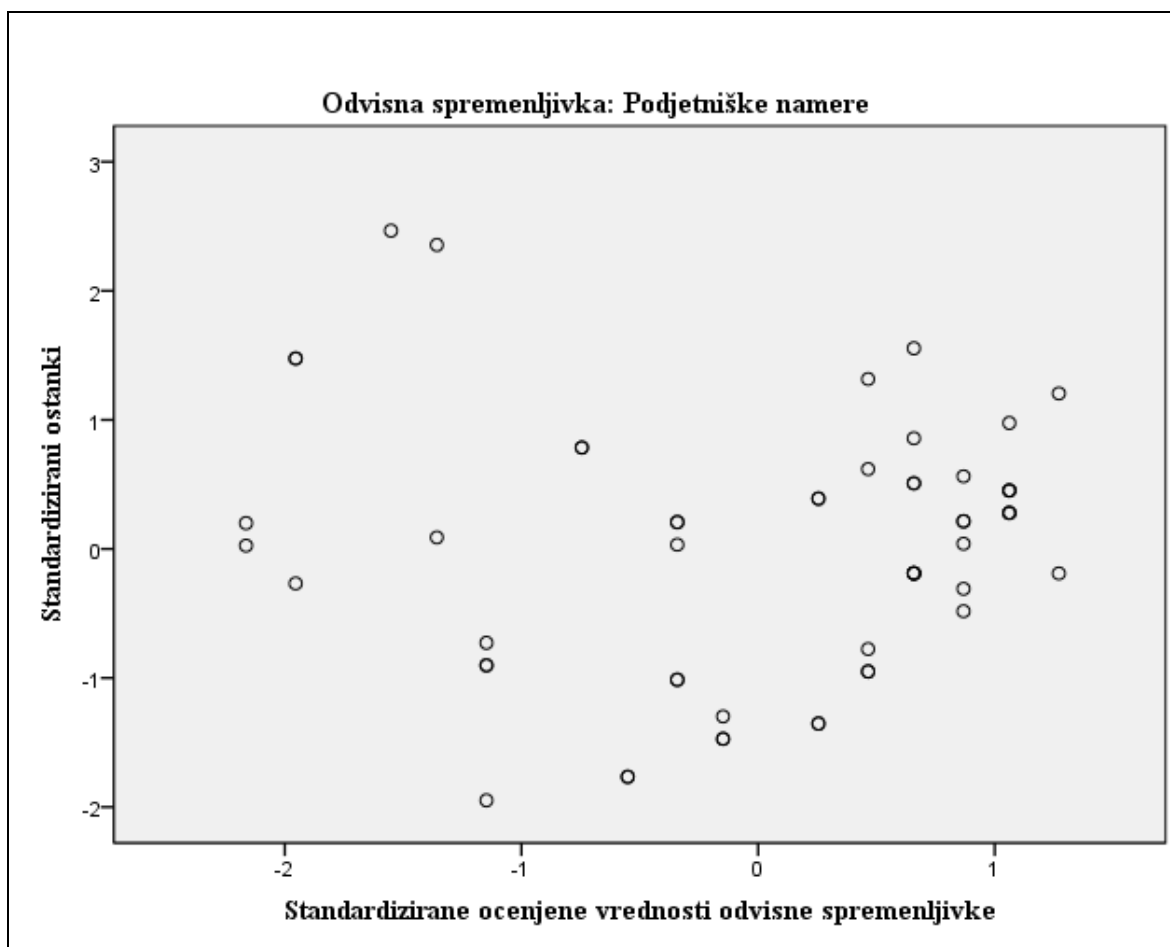
Slika 11:

Histogram



Histogram na Sliki 11 prikazuje porazdelitev standardiziranih ostankov skupaj s prilagojeno normalno porazdelitvijo. Če ju med seboj primerjamo, vidimo, da so ostanki približno normalno porazdeljeni.

Slika 12: Razsevni diagram



Razsevni grafikon na Sliki 12 prikazuje odvisnost standardiziranih vrednosti ostankov od standardiziranih ocen odvisne spremenljivke. Točke niso povsem razporejene v obliki horizontalnega pasu, kar lahko pomeni določena odstopanja od predpostavk regresijskega modela.

5.2.3 Analiza odvisnosti pri študentih podjetništva po metodi Enter

Pri metodi Enter so vključene vse spremenljivke in sicer ima ocena regresijske funkcije naslednjo obliko:

$$NAMERE'' = a + b_1.USMER + b_2.TVEG + b_3.SAMOUČINK + b_4.KREAT + b_5.SPLVTIS \quad (13)$$

Tabela 20: Vstavljene/odstranjene^a spremenljivke

Model	Vstavljene spremenljivke	Odstranjene spremenljivke	Metoda
1	Splošni vtis o študiju podjetništva, Kreativnost, Usmerjenost k ciljem, Sprejemanje tveganj, Samoučinkovitost ^b	.	Enter
a. Odvisne spremenljivke: Podjetniške namere			
b. Vse ponujene spremenljivke vstavljene.			

Tabela 17 prikazuje vstavljene spremenljivke, odstranjenih pa zaradi uporabe metode Enter ni.

Tabela 21: Koeficienti

Model	Nestandardizirani koeficienti		Standardizirani koeficienti		t	Sig.	Korelacije		
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	1,554	2,95			0,53	0,60			
Usmerjenost k ciljem	-0,671	0,40	-0,20		-1,67	0,10	-0,12	-0,23	-0,19
Sprejemanje tveganj	-0,119	0,19	-0,09		-0,61	0,54	-0,34	-0,09	-0,07
Samoučinkovitost	0,634	0,34	0,30		1,85	0,07	0,50	0,25	0,21
Kreativnost	0,155	0,21	0,09		0,73	0,47	0,23	0,10	0,09
Splošni vtis o študiju podjetništva	0,366	0,20	0,25		1,79	0,08	0,41	0,25	0,21
a. Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere									

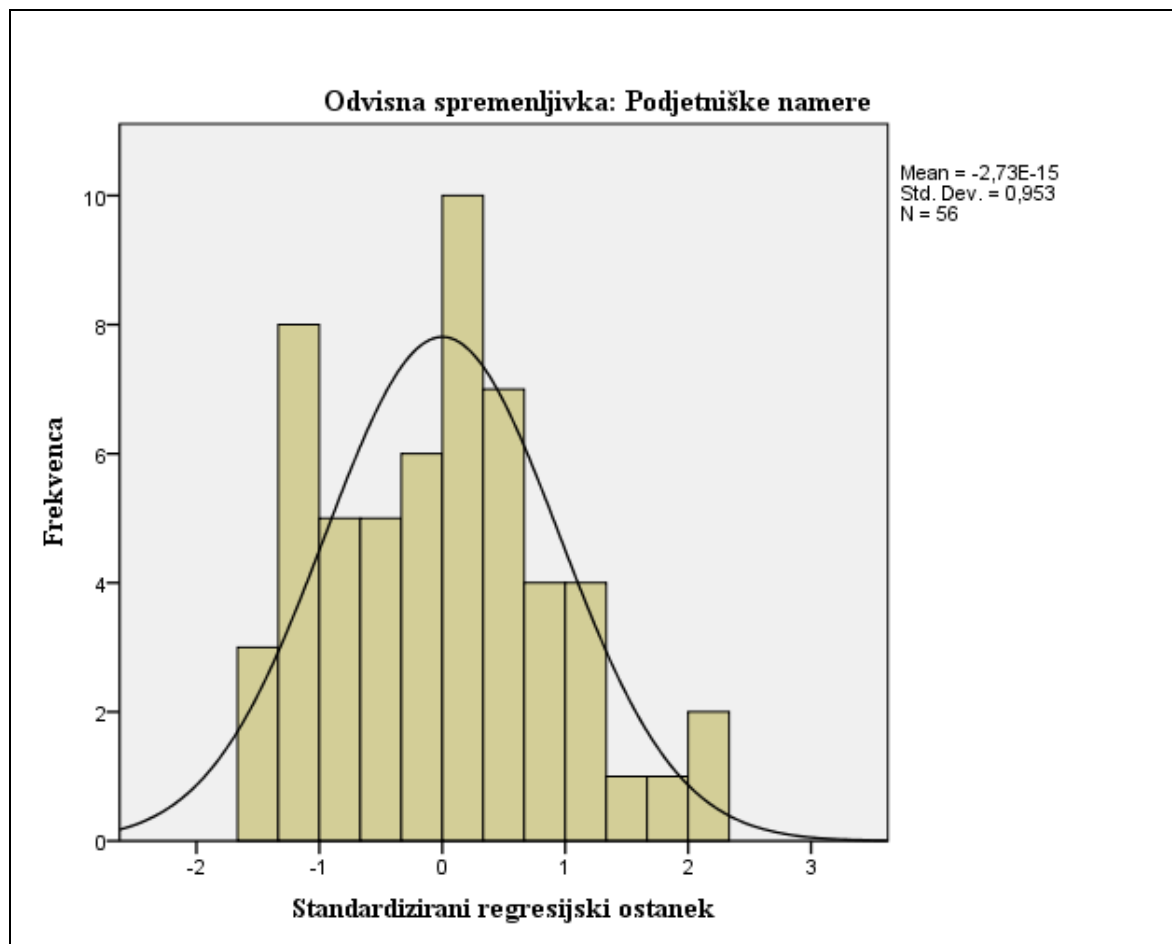
Od tod sledi končna oblika ocene regresijske krivulje, ki je torej:

$$NAMERE'' = 1,554 - 0,671.USMER - 0,119.TVEG + 0,634.SAMOUČINK + 0,155.KREAT + 0,366.SPLVTIS \quad (14)$$

Iz dobljene ocene regresijske funkcije lahko zaključimo, da na podjetniške namere študentov podjetništva najbolj vplivata usmerjenost študentov k ciljem in njihova

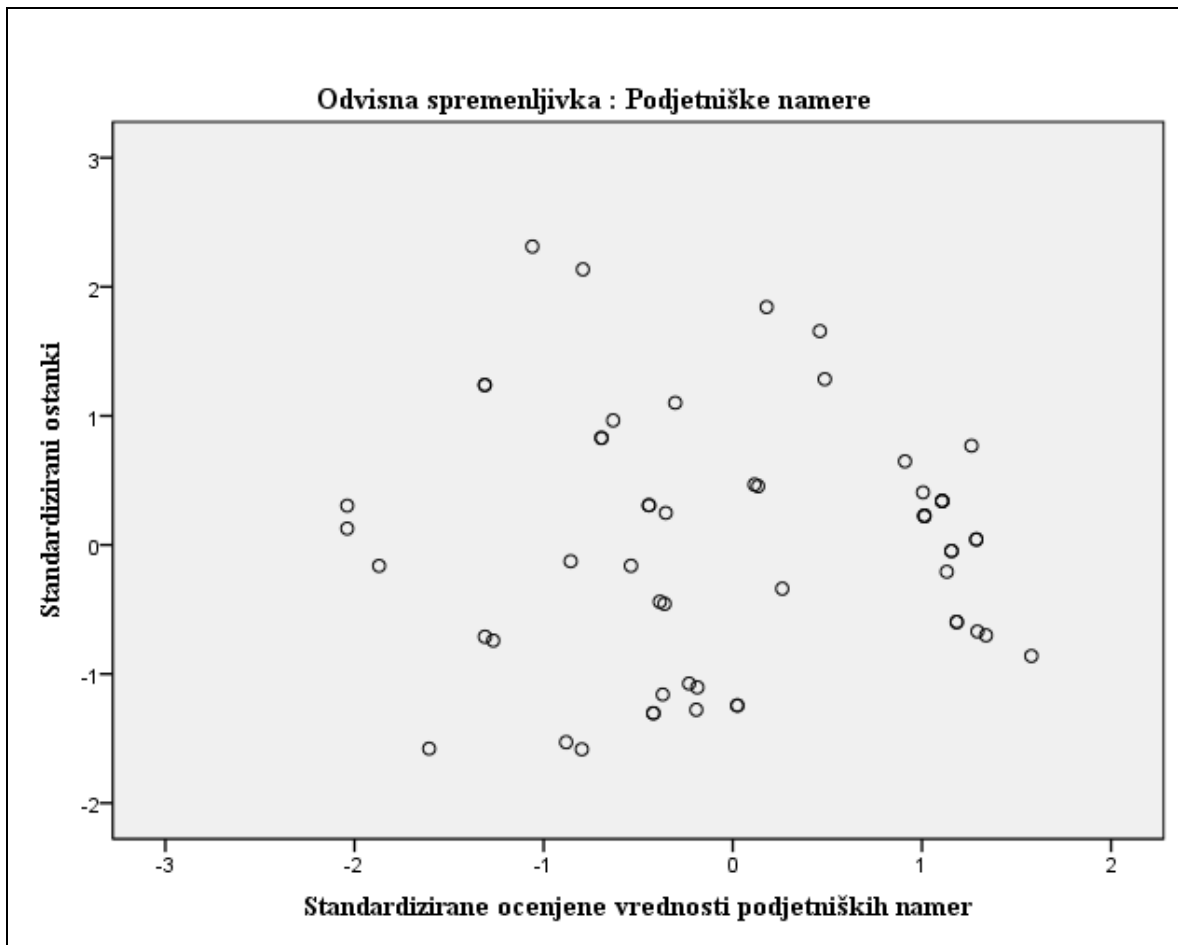
samoučinkovitost, pa tudi njihova znanja, ki jim jih študij da. Majhen, a pozitiven vpliv imata sprejemanje tveganj in kreativnost.

Slika 13: Histogram



Histogram na Sliki 13 prikazuje porazdelitev standardiziranih ostankov skupaj s prilagojeno normalno porazdelitvijo. Če ju med seboj primerjamo, vidimo, da so ostanki dokaj normalno porazdeljeni.

Slika 14: Razsevni diagram



Razsevni grafikon na Sliki 14 prikazuje odvisnost standardiziranih vrednosti ostankov od standardiziranih ocen odvisne spremenljivke. Točke so precej razpršene okoli horizontalnega pasu, kar lahko pomeni določena odstopanja od predpostavk regresijskega modela.

5.2.4 Analiza odvisnosti pri študentih ostalih smeri (razen študentov podjetništva) po metodi Forward

Tabela 22: Opisna statistika

	Aritmetična sredina	Standardna deviacija	N
Podjetniške namere	3,69	1,52	86

se nadaljuje

Tabela 23: Opisna statistika (nad.)

	Aritmetična sredina	Standardna deviacija	N
Usmerjenost k ciljem	3,92	0,44	86
Sprejemanje tveganj	3,54	0,88	86
Samoučinkovitost	5,29	0,78	86
Kreativnost	4,89	0,94	86
Splošni vtis o študiju podjetništva	4,09	1,08	86

Iz tabele takoj ugotovim, da so standardni odkloni relativno majhni. Podobno, kot sem analiziral koeficiente variacije pri študentih podjetništva, naredim tudi sedaj in ugotovim, da je največji delež ocene standardnega odklona, glede na oceno aritmetične sredine pri podjetniških namerah, le da je tu koeficient mnogo večji (kar 41 %). Podobna vrednost pa je pri sprejemanju tveganja (25 %). Tudi sicer so koeficienti variacije podobni pri istih vprašanjih, le sam odstotek je različen. Najmanjši je, tako kot pri podjetnikih, pri usmerjenosti k ciljem in samoučinkovitosti (11 % oz. 15 %).

Tabela 24: Korelacije

		Podjetniške namere	Usmerjenost k ciljem	Sprejemanje tveganj	Samoučinkovitost	Kreativnost	Splošni vtis o študiju podjetništva
Pearson-ova korelacija	Podjetniške namere	1,000	0,223	-0,004	0,351	0,304	0,340
	Usmerjenost k ciljem	0,223	1,000	0,271	0,207	0,311	0,213
	Sprejemanje tveganj	-0,004	0,271	1,000	-0,115	-0,025	0,131
	Samoučinkovitost	0,351	0,207	-0,115	1,000	0,548	0,274
	Kreativnost	0,304	0,311	-0,025	0,548	1,000	0,199
	Splošni vtis o študiju podjetništva	0,340	0,213	0,131	0,274	0,199	1,000

se nadaljuje

Tabela 25: Korelacije (nad.)

		Podjetniške namere	Usmerjenost k ciljem	Sprejemanje tveganj	Samoučinkovitost	Kreativnost	Splošni vtis o študiju podjetništva
Znač. (1-stranska)	Podjetniške namere	.	0,020	0,484	0,000	0,002	0,001
	Usmerjenost k ciljem	0,020	.	0,006	0,028	0,002	0,024
	Sprejemanje tveganj	0,484	0,006	.	0,146	0,411	0,114
	Samoučinkovitost	0,000	0,028	0,146	.	0,000	0,005
	Kreativnost	0,002	0,002	0,411	0,000	.	0,033
	Splošni vtis o študiju podjetništva	0,001	0,024	0,114	0,005	0,033	.
N	Podjetniške namere	86	86	86	86	86	86
	Usmerjenost k ciljem	86	86	86	86	86	86
	Sprejemanje tveganj	86	86	86	86	86	86
	Samoučinkovitost	86	86	86	86	86	86
	Kreativnost	86	86	86	86	86	86
	Splošni vtis o študiju podjetništva	86	86	86	86	86	86

Na podlagi vzorčnih podatkov iz zgornje tabele razberem, da je korelacijski koeficient med sprejemanjem tveganja in podjetniškimi namerami -0,004, kar pomeni, da je linearna odvisnost med tema dvema spremenljivkama izjemno šibka in negativna. Podobno velja za korelacijski koeficient med sprejemanjem tveganj in kreativnostjo, ki znaša -0,025, kar pomeni, da je linearna odvisnost med tema dvema spremenljivkama šibka in negativna.

Ker ni vsebinskih razlogov za pozitivno ali negativno odvisnost, upoštevam dvostranski preizkus. Zato uporabim ničelno domnevo, da je vrednost korelacijskega koeficienta enaka 0 in alternativno domnevo, da ni enaka nič.

$$t = \frac{r}{se(r)} = -0,037 \quad (15)$$

$$(P_{(|t|>0,037)} = 2 \cdot P_{(t<0,037)} = 2 \cdot 0,484 = 0,968 \quad (16)$$

$$t_{(\alpha = 0,05)} = -1,99 < ((P_{(|t|>0,037)} = -0,968) \quad (17)$$

razlika torej ni značilna, kar pomeni, da ne moremo zavrniti ničelne domneve, da je vrednost korelacijskega koeficienta enaka nič in ne moremo trditi, da sta sprejemanje tveganja in podjetniške namere med seboj povezani.

Podobno izpeljem za povezanost med usmerjenostjo k ciljem in kreativnostjo in sicer spet izberem dvostranski preizkus z ničelno domnevo, da je vrednost korelacijskega koeficienta enaka 0 in alternativno domnevo, da ni enaka nič.

$$t = \frac{r}{se(r)} = -0,23 \quad (18)$$

$$(P_{(|t|>0,23)} = 2 \cdot P_{(t>0,23)} = 2 \cdot 0,411 = 0,822 \quad (19)$$

$$t_{(\alpha = 0,05)} = -1,99 < ((P_{(|t|>0,471)} = -0,822) \quad (20)$$

razlika torej ni značilna, kar pomeni, da ne moremo zavrniti ničelne domneve, da je vrednost korelacijskega koeficienta enaka nič in ne moremo trditi, da sta sprejemanje tveganja in kreativnost med seboj povezani.

Tabela 26: Vključene in izključene spremenljivke

Model	Vključene spremenljivke	Odstranjene spremenljivke	Method
1	Samoučinkovitost	.	Forward (Criterion: Probability-of-F-to-enter <= ,050)
2	Splošni vtis o študiju podjetništva	.	Forward (Criterion: Probability-of-F-to-enter <= ,050)
a. Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere			

Kot je razvidno od zgornje izpeljave in tabele, ki jo izpiše SPSS, sta v oceni regresijske enačbe vključeni dve neodvisni spremenljivki in sicer samoučinkovitost in splošni vtis o študiju podjetništva. Enačba ocene regresijske odvisnosti izgleda takole:

$$NAMERE'' = a + b_1.SAMOUČINK + b_2.SPLVTIS \quad (21)$$

V Tabele 23 sledijo koeficienti, ki jih vstavimo v enačbo (21).

Tabela 27: Koeficienti

Model	Nestandardizirani koeficienti		Standardizirani koeficienti	t	Sig.	Parcialne		
	B	Std. napaka	Beta			Zero-order	korelacije	Part
1 (Konstanta)	0,09	1,06		0,09	0,93			
Samoučinkovitost	0,68	0,20	0,35	3,44	0,00	0,35	0,35	0,35
2 (Konstanta)	-0,68	1,07		-0,64	0,53			
Samoučinkovitost	0,54	0,20	0,28	2,71	0,01	0,35	0,29	0,27
Splošni vtis o študiju podjetništva	0,37	0,15	0,26	2,56	0,01	0,34	0,27	0,25
a. Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere								

Iz Tabele 22 torej zapišem regresijsko enačbo na spodnji način in dobim rezultat v enačbi (22):

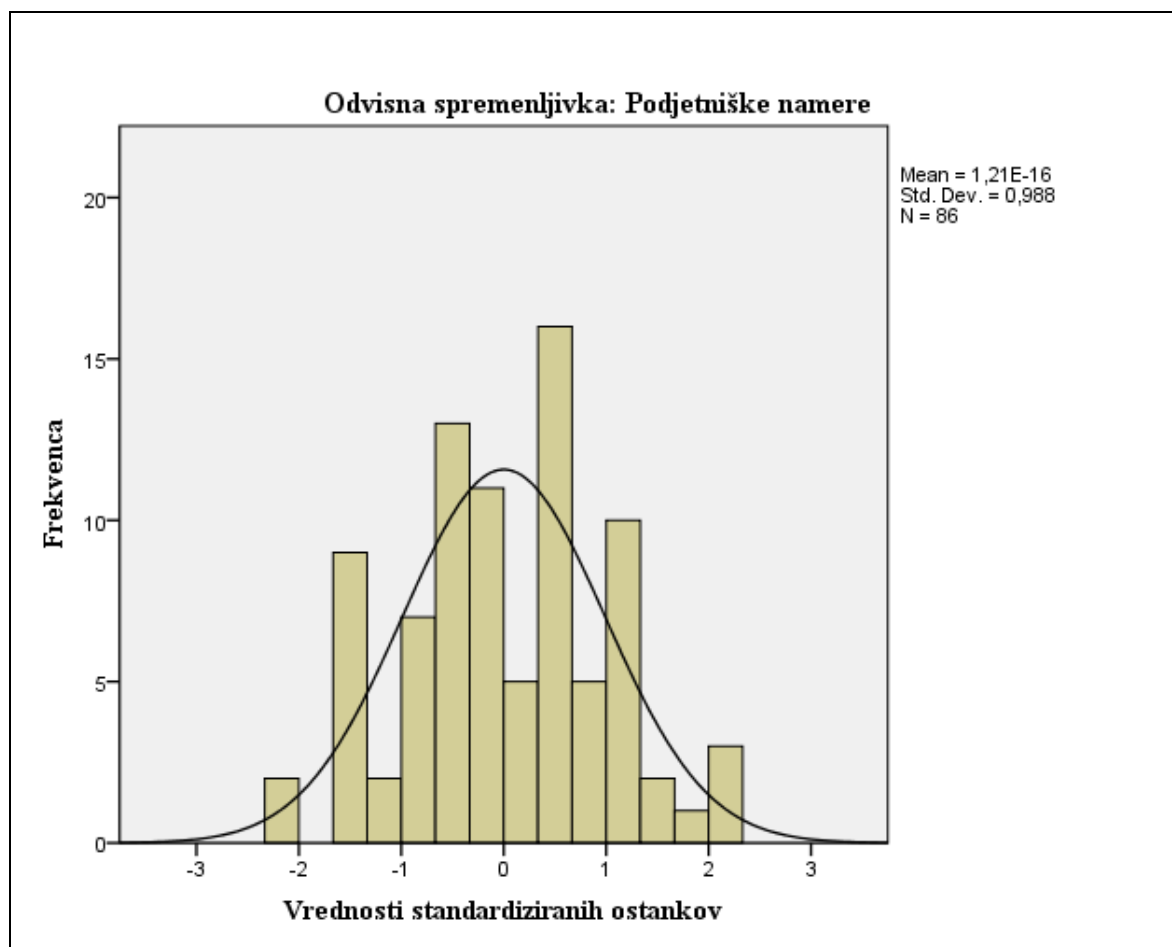
$$NAMERE'' = -0,679 + 0,540.SAMOUČINK + 0,370.SPLVTIS \quad (22)$$

Tabela 28: - Izključene spremenljivke

Model		Beta In	t	Sig.	Parcialna Koleracija	Toleranca kolinearne Statistike
1	Usmerjenost k ciljem	,157b	1,51	0,14	0,16	0,96
	Sprejemanje tveganj	,037b	0,35	0,72	0,04	0,99
	Kreativnost	,160b	1,32	0,19	0,14	0,70
	Splošni vtis o študiju podjetništva	,263b	2,56	0,01	0,27	0,93
2	Usmerjenost k ciljem	,117c	1,14	0,26	0,13	0,93
	Sprejemanje tveganj	-,007c	-0,07	0,95	-0,01	0,96
	Kreativnost	,142c	1,20	0,23	0,13	0,70
a Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere						
b Prediktorji v modelu: (Konstanta), Samoučinkovitost						
c Prediktorji v modelu: (Konstanta), Samoučinkovitost, Splošni vtis o študiju podjetništva						

V Tabeli 23 so navedene vse spremenljivke, ki jih metoda Forward izloči in to tudi tokrat, podobno kot pri študentih podjetništva, je to kar večina vseh spremenljivk.

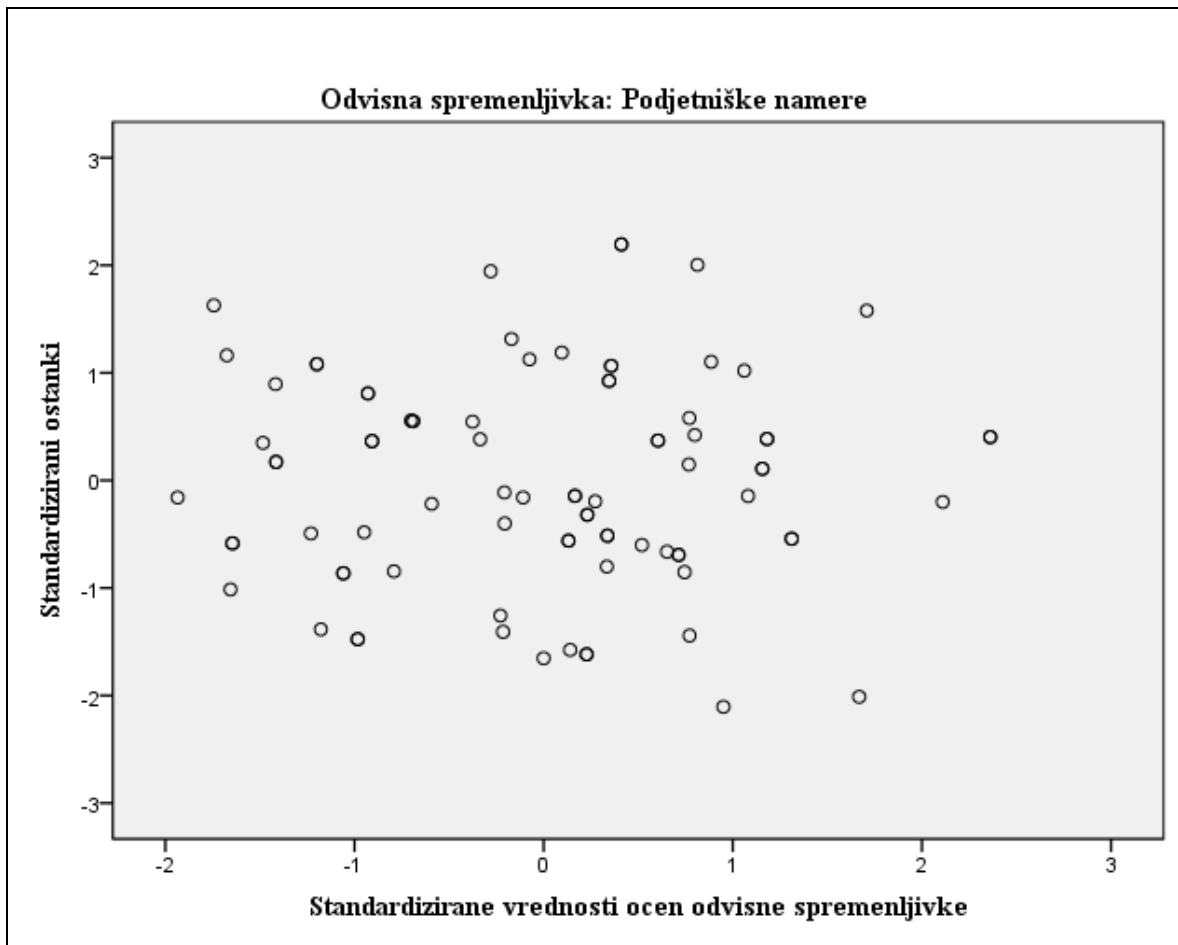
Slika 15: Histogram



Histogram na Sliki 15 prikazuje porazdelitev standardiziranih ostankov, skupaj s prilagojeno normalno porazdelitvijo. Če ju med seboj primerjamo, vidimo, da so ostanki precej normalno porazdeljeni.

Metoda Forward upošteva samo spremenljivki samoučinkovitost in splošni vtis o študiju podjetništva. Pri tem ima samoučinkovitost precej večji vpliv na namere študentov na podjetništvo, kot samo znanje, ki ga pridobijo. Kar, do neke mere, pojasnujem s tem, da ni glavni poudarek programa na poučevanju podjetniških prvin in spretnosti.

Slika 16: Razsevni diagram



Razsevni diagram na Sliki 16 prikazuje odvisnost standardiziranih vrednosti ostankov od standardiziranih ocen odvisne spremenljivke. Točke se nahajajo razporejene v horizontalnem pasu, vendar so precej razpršene okoli njega, kar bi lahko pomenilo določena odstopanja od predpostavk regresijskega modela.

5.2.5 Analiza odvisnosti pri študentih ostalih smeri (razen študentov podjetništva) po metodi Enter

Pri metodi Enter so vključene vse spremenljivke in sicer ima ocena regresijske funkcije naslednjo obliko

$$NAMERE'' = a + b_1.USMER + b_2.TVEG + b_3.SAMOUČINK + b_4.KREAT + b_5.SPLVTIS \quad (23)$$

Tabela 29: Vključene in izključene spremenljivke

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Splošni vtis o študiju podjetništva, Sprejemanje tveganj, Kreativnost, Usmerjenost k ciljem, Samoučinkovitost ^b	.	Enter
a. Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere			
b. Vse predvidene spremenljivke vstavljene			

Tabela 24 prikazuje vključenost spremenljivk, seveda nobena od njih iz računa ni izključena.

Tabela 30: Koeficienti

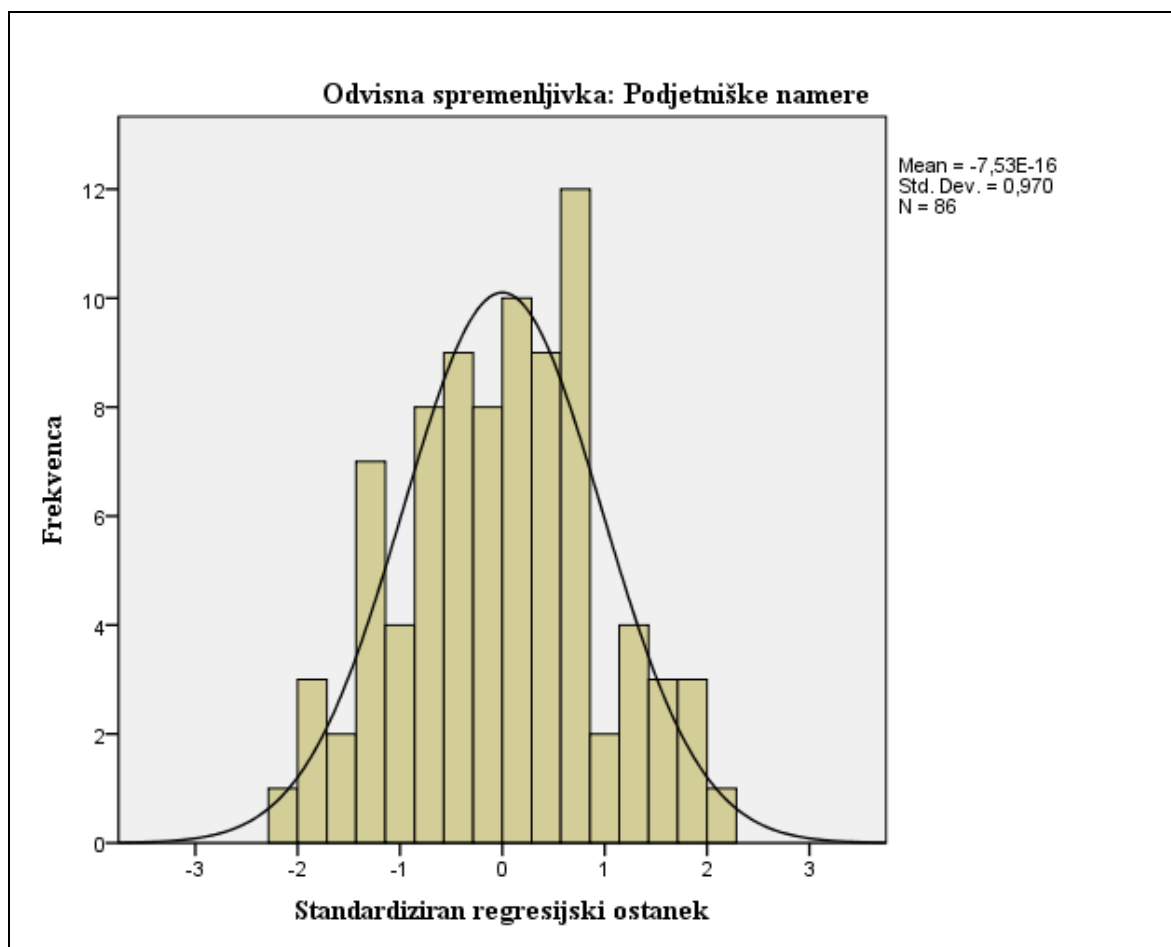
Model	Nestandardizirani koeficienti		Koeficienti			Korelacije		
	B	Std. napaka	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1 (Konstanta)	-1,78	1,59		-1,12	0,27			
Usmerjenost k ciljem	0,36	0,38	0,11	0,95	0,35	0,22	0,11	0,09
Sprejemanje tveganj	-0,07	0,18	-0,04	-0,38	0,71	0,00	-0,04	-0,04
Samoučinkovitost	0,38	0,24	0,19	1,58	0,12	0,35	0,17	0,16
Kreativnost	0,19	0,20	0,12	0,94	0,35	0,30	0,11	0,09
Splošni vtis o študiju podjetništva	0,35	0,15	0,25	2,33	0,02	0,34	0,25	0,23
a. Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere								

Iz Tabele 25 razberem posamezne koeficiente regresijske enačbe in jih zapišem v enačbo (12), ki se zato razvije v spodnjo obliko:

$$NAMERE'' = -1,785 + 0,358.USMER - 0,069.TVEG + 0,375.SAMOUČINK + 0,186.KREAT + 0,346.SPLVTIS \quad (24)$$

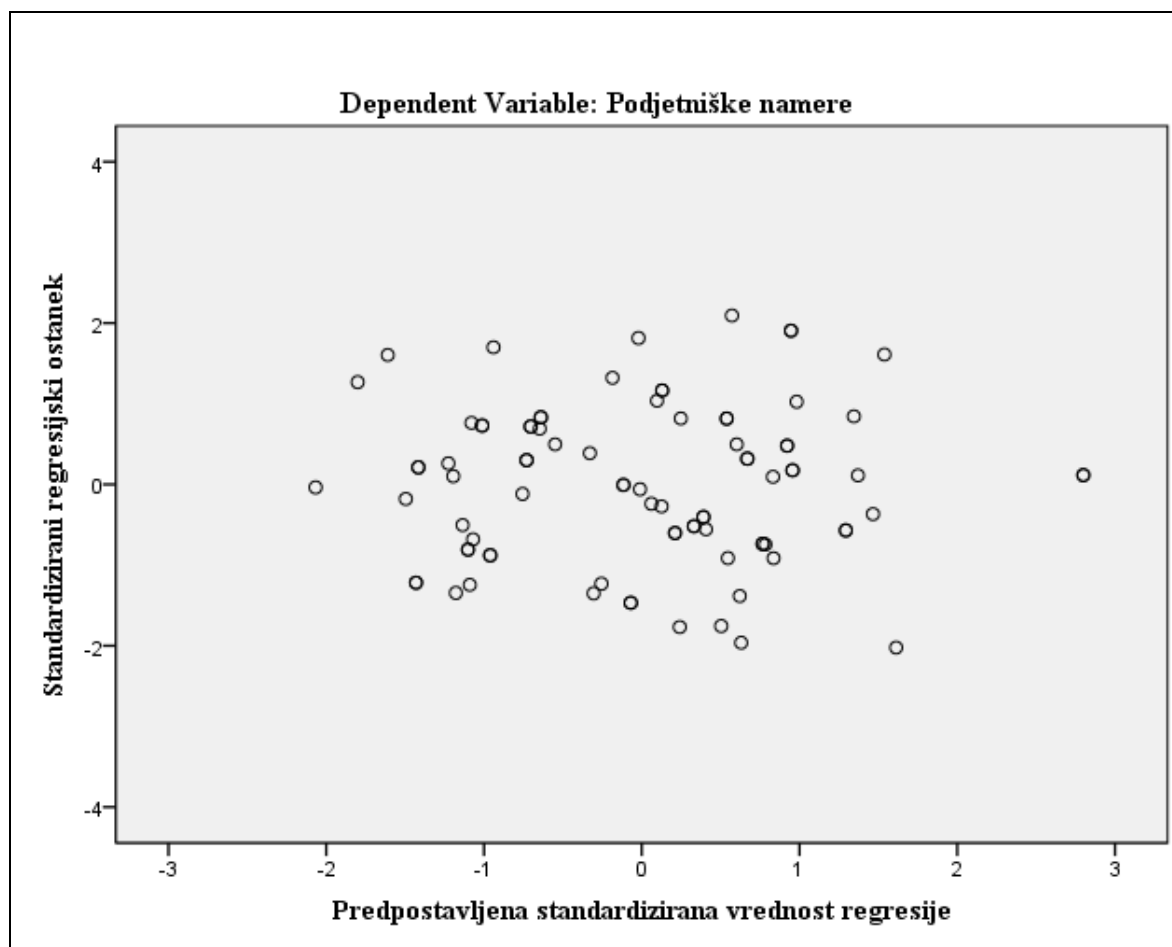
Iz dobljene ocene regresijske funkcije lahko razberem, da na podjetniške namere študentov, ki niso vpisani na smer podjetništvo, najbolj vpliva samoučinkovitost, pa tudi njihova usmerjenost k ciljem in znanja, ki jim jih študij da. Negativen, vendar zanemarljiv vpliv, ima sprejemanje tveganj, pozitiven, a relativno majhen vpliv pa tudi kreativnost.

Slika 17: Histogram



Histogram na Sliki 17 prikazuje porazdelitev standardiziranih ostankov, skupaj s prilagojeno normalno porazdelitvijo. Ob medsebojni primerjavi je razvidna praktično skladna oblika porazdelitve z ustrezno normalno porazdelitvijo.

Slika 18: Razsevni diagram



Točke v razsevni diagramu na Sliki 18 so razporejene razpršeno, okoli horizontalnega pasu, vendar ne toliko, da bi z gotovostjo trdili, da obstajajo značilna odstopanja od predpostavk regresijskega modela. Prikazana je odvisnost standardiziranih vrednosti ostankov od standardiziranih ocen odvisne spremenljivke.

5.3 Glavne ugotovitve

Najprej sem preverjal domneve o različnosti odgovorov glede na smer študija. Tu sem odkril, da sta si glede na vzorca, populaciji različni. Sklep sem naredil na podlagi ugotovitev iz primerjave dveh vzorcev študentov. En vzorec je vzet iz populacije podiplomskih študentov podjetništva, drugi vzorec pa iz populacije študentov drugih smeri, tako družboslovnih kot tehničnih. Razlika je značilna pri vprašanjih o kreativnosti, samoučinkovitosti, splošnem vtisu o študiju podjetništva in pri podjetniških namerah. To je do neke mere razložljivo z dejstvom, da je pri študentih podjetništva verjetno bila nagnjenost k podjetniški miselnosti prisotna že pred začetkom študija, ker so se zanj, pač iz nekega notranjega razloga, odločili. Pri vseh omenjenih spremenljivkah (vprašanjih) je povprečna ocena, ki so jo dali anketiranci, višja pri študentih podjetništva, kot pri drugih

študentih, kar je bilo pričakovano, glede na literaturo, ki v splošnem govori o značilni povezanosti teh spremenljivk s študijem podjetništva. Zanimivo je, da je pri nagnjenosti k tveganju povprečna ocena (sicer neznačilno) malce višja pri študentih, katerih glavna usmeritev ni podjetništvo in podobno (a morda manj presenetljivo, glede na obravnavano literaturo) je to, da so neznačilno višje ocene pri vprašanju o usmerjenosti k ciljem.

Multivariatna analiza, ki sem jo uporabil za reševanje problema proučevanja naravnosti študentov podjetništva za podjetništvo, nakazuje določeno pozitivno povezavo med samim študijem in tam pridobljenimi znanji ter tudi drugimi spremenljivkami ter podjetniškimi namerami študentov, kot odvisne spremenljivke. Pri tem je edina spremenljivka, ki se po obeh metodah in pri obeh vzorcih študentov (tako vzorca študentov podjetništva kot vzorca preostalih) pojavlja, kot zelo pozitivno vplivna in je po večini tudi najbolj vplivna, samoučinkovitost. V tej raziskavi je poleg samoučinkovitosti kot najbolj dominantne lastnosti pri vplivu na podjetniške namere značilno pomemben tudi splošni vtis o študiju, ki relativno močno vpliva na podjetniške namere vseh študentov. Usmerjenost k ciljem je pri obeh vzorcih zelo močna, vendar pri študentih podjetništva močno negativno, pri vzorcu študentov drugih programov pa močno pozitivno, vpliva na odvisno spremenljivko.

6 UGOTOVITVE RAZISKAVE

Morris, Webb, Fu in Singhal (2013) trdijo, da podjetništvo nalaga zahteve, ki se razlikujejo od tistih, s katerimi so soočeni drugi poslovni strokovnjaki in kot tako predstavlja edinstveno disciplino, ki zajema specifičen repertoar kompetenc. Podjetništvo je okarakterizirano z negotovostjo, v kateri so rezultati podjetniških aktivnosti neznane in nenadzorovane. Drugače kot managerji, računovodje, tržniki in drugi strokovnjaki, ki so jim dodeljene specifične vloge, se podjetniki srečujejo s kompleksnimi, nenadnimi, večplastnimi problemi, ki rešujejo negotovost in izkoriščajo priložnost. Medtem, ko splošni poslovneži delujejo v okviru obstoječih organizacij in jih vodijo obstoječe rutine in strukture, podjetniki ustvarjajo nove organizacije in so odgovorni sebi, si sami določajo postopke poslovanja in strukturo organizacije ter način alokacije resursov, od kod bodo resursi prišli in še mnogo drugega. Delfi študija (Morris et al., 2013) je identificirala 13 kompetenc, ki so edinstvene v disciplini podjetništvo. Kaže na vedenjske kompetence, kot so prepoznavanje priložnosti, ocena priložnosti, uravnoveženost resursov, razvoj poslovnih modelov, kot tudi kompetence odnosa – npr. odpornost, samoučinkovitost, vztrajnost. Te edinstvene kompetence lahko pomagajo določiti vsebino podjetniškega izobraževanja. Še več: različne oblike kompetenc, ki jih identificiramo v tej študiji, osvetlujejo kompleksnost podjetniške aktivnosti in predlagajo potrebo po močnejšem poudarku na izkustvenem učenju v izobraževalnem programu. To je nadalje okrepljeno s stopnjo, do katere kompetence predstavljajo močno, pozitivno interkorelacijo.

Dickson et al. (2008) dokazujejo, da lahko podjetniško izobraževanje privede do številnih zelenih rezultatov, od povečanih podjetniških namer, do samozaposlitve študentov in

njihovih rastočih podjetij. Čeprav je upanje, da bo izobraževanje tudi služilo kot platforma za transformacijo študentov v podjetnike, je verjetno, da bi še bolj zaželen rezultat moral biti transformacija študentov v uspešne podjetnike, ki posebej ključne podjetniške kompetence.

Kljub temu, da lahko izobraževalni programi proizvajajo podjetniške namere, je manj jasno ali podjetniško izobraževanje, v trenutni obliki, povečuje zaznan vedenjski nadzor v tem kontekstu (Fayole et al. 2006a). Ustvarjanje uspešnih podjetnikov zahteva premik od študija namer in samih poslovnih formacij, k študiju uspešnega poslovnega razvoja in rasti, kot zaželenega rezultata izobraževanja. Za podporo takšnemu premiku so Morris et al. (2013) v raziskavi poleg identifikacije idiosinkratskih podjetniških kompetenc poskušali zagotoviti znanstvenikom nova merila za določitev razvoja kompetenc. Uporabili so ključne izkustvene učne naloge, v katerih so se študenti posvetovali z mikro podjetniki v improvizirani postavitvi in s tem demonstrirali učinkovitost merjenja teh meril v učnem kontekstu.

6.1 Priporočila

Menim, da je glede na veliko število opravljenih raziskav s področja analize študija podjetništva še vedno relativno malo trdnih smernic, tako za investitorje (nemalokrat države), kot tudi snovalce programov podjetniškega izobraževanja. Še vedno je zelo malo znanega o samih programih, ki so pozitivno povezani s končnim rezultatom – visoko podjetniško namero oz. samozaposlitvijo.

Raziskovalci podjetniških izobraževalnih programov bi se v prihodnje morali bolj poglobiti tudi v časovno spreminjajočo komponento. Morali bi zajemati vzorce (po možnosti) iz iste populacije, v različnih časovnih intervalih. Prva anketiranja bi morala potekati ob vpisu na program, nadaljnje pa ob začetku in koncu vsakega študijskega obdobja in zadnje po končanem študiju. Zanimivo bi bilo raziskave dopolniti tudi z raziskavo kasnejših obdobj, po študiju. Na ta način bi prišel bolj do izraza trend razvoja podjetniških namer, z dodatnimi, kasnejšimi anketami istih populacij pa bi dobili tudi odziv iz popolnoma realnega okolja. Če bi ob tem zajeli tudi programske komponente, bi lahko videli, kateri programi so morda statistično značilno povezani z morebitnimi spremembami v odnosu do podjetništva. Temu ustrezno bi izobraževalne programe podjetništva na različnih stopnjah lahko različno ustrezno korigirali in prilagajali. Seveda bi takšna raziskava trajala več let, zato so stroški takšne raziskave veliki in bi bilo pred tem potrebno rešiti problem financiranja.

Kot je že raziskava Oosterbeek et al. (2010) pokazala, je zelo pomembno isti program podjetniškega izobraževanja proučevati na različnih institucijah. To omogoča pridobitev, kar se da, neodvisnih vzorcev.

Pretekle raziskave so se dotaknile tudi odvisnosti izhodne spremenljivke od demografskih in drugih spremenljivk. Do neke mere so pokazale značilno povezanost med spolom in namerami, vendar bi v prihodnje morali več teže posvečati tudi drugim merilom, kot so starost, akademska institucija, nivo izobraževanja, program, etnična pripadnost, izhodiščno podjetniško okolje, pretekle podjetniške izkušnje, pretekle zaposlitvene izkušnje, izhodiščno socialno okolje, zaznavanje cilja posameznega programa, vsebina programa in podobno.

Pri samih programih bi, v prihodnosti, morali več poudarka dati praktičnim nasvetom, receptom in izkušnjam, ki bi jih preizkušali v realnem svetu ali pa s simulacijami realnega. S primerjavo realnega in simuliranega bi lažje pojasnili varianco rezultata in bi v vsakem prihodnjem ciklu, s korekcijo simulacijskih algoritmov, tudi ta del izobraževanja izboljšali in se tako približevali dejanskemu podjetniškemu okolju.

V prihodnjih izobraževanjih bi bila zelo dobrodošla tudi primerjava posameznih programov med seboj. Na eni strani bi iskali korelacije med uspešnimi ali neuspešnimi (oz. manj uspešnimi) programi, pri čemer bi primerjali posamezne segmente programov in bi skušali ugotoviti značilnosti pri pozitivnem oz. negativnem vplivu posameznega segmenta na odnos do podjetništva. Na ta način bi odkrivali razloge za slabše rezultate pri enih in dobre rezultate pri drugih. Na drugi strani pa bi primerjali različne uspešne programe med seboj, pri čemer bi ugotavljali pomanjkljivosti posameznih, ugotavljali, kje je, že tako kakovostne programe, moč še izboljšati in s tem bi lahko še bolj optimirali uspešne programe.

Poleg samih študijski programov so ključna spremenljivka nosilci samih programov, izobraževanj in predmetov. Tudi predavatelji imajo različna izhodiščna okolja, znanja, izkušnje. Podjetništvo, ki je že samo po sebi zelo pragmatično področje, potrebuje tudi izobraževanja z močnim pridihom ali celo temelji iz dejanskega podjetniškega življenja. Zato je tudi pri vseh (tudi akademskih) programih podjetniškega izobraževanja pomembno, da so pri posameznih programih nosilci programov uravnoteženi, da je pomembno število nosilcev izkušenih podjetnikov, ki skupaj z akademiki tvorijo uravnoteženo celoto. Na ta način študenti posredno dobijo zagotovilo, da podjetništvo deluje. Glede na to, da sem že prej v nalogi ugotavljal, da igra ključno vlogo, pri končnem podjetniškem odnosu in namerah študentov, psihološki vidik, je to posredno zagotovilo lahko odločilen dejavnik. Posledično bo tak študent znanje tudi iskal in dojemal drugače, bolj motivirano, ker bo izhajal iz potrebe po znanju in bo željo po podjetništvu, zaradi visokega odnosa do njega, že imel iz samega temelja.

Podjetniki lahko identificirajo, interpretirajo in se nato odzovejo na spremembe okolja v procesu prepoznavanja in izkoriščanja priložnosti. Ob tem se okolica, sestavljena iz deležnikov, odzove na podjetnikove aktivnosti in zagotovi povratno informacijo, ki podjetnika vodi k bodisi potrditvi ali pa spremembi scenarija. Negotovost v podjetniškem

kontekstu lahko ustvari negotovost in stres. Če so priložnosti bile resnično prepoznane, je bila rešitev, ustvarjena za izkoristek priložnosti, učinkovita, ali pa so postopki, skozi katere podjetnik uporabi resurse, ustrezno usmerjeni v potrebe trga (Morris et al., 2013).

Raziskava, ki jo je Morris et al. (2013) sodelavci opravil, je tako identificirala trdnost, odpornost in samoučinkovitost, kot vedenjske kompetence, ki imajo lahko implikacije na to, kako se poučuje scenarij signifikacije, legitimacije in dominacije. Upoštevajoč to, bi profesorji utegnili ustvariti naloge, ki so za študente izjemno težke za izvajanje, kar lahko privede do namernih napak. S tem ponudijo profesorjem priložnosti za poučevanje študentov o tem, kako se na takšne udarce odzvati in kako diagnosticirati razloge za nastanek težav in onemogočenje dosegati višjih ciljev (Morris et al., 2013). Nadalje raziskava ugotovi, da se je ključni cilj podjetniškega izobraževanja s postavitvijo splošnega zavedanja o tem, kaj podjetništvo povzroči (Hills, 1988), postopno prevedel v ustvarjanje resničnih podjetnikov in da so uspeli z raziskavo predstaviti temelje za vodenje razvoja podjetniškega predmetnika. Gre za integracijo teorije z izkustvenim učenjem, ne le za ustvarjanje scenarijev, ampak tudi za dopuščanje študentom, da uravnotežijo te scenarije na smiseln način. Predvidevajo standardizacijo scenarijev in izkustvenih učnih programov skozi podjetniške programe, kot ploden cilj za razvoj te discipline.

Tako kot pri drugih izobraževanjih, bi bilo zelo smotno izboljšati vrednotenje programov in profesorjev tudi pri podjetniškem izobraževanju. Lima, Lopes, Nassif in da Silva (2014) vidijo možne izboljšave glede na percepcijo študentov in ovrednotenja, zajemajo priznanje kot pomembno perspektivo, ki jo je potrebno obravnavati skupaj z iniciativami za izboljšano izobraževanje, primarno tedaj, ko je povezano z mnenji strokovnjakov in profesorjev (Ackerman, Gross, & Vigneron, 2009). Na fakultetah administratorji in študenti izražajo kritiko, da je vrednotenje kakovosti profesorjev uporabno za le malo več kot »gašenje požara«, če je to izvedeno neučinkovito (kar pa je ponavadi slučaj). Lima et al. (2014) trdijo, da je potrebna večja vključenost študentov, saj dostikrat študenti zelo dobro vedo, kaj želijo.

Lima et al. (2014) na osnovi literature pravi, da bi bilo idealno, da bi študentom nudili izkustveni kontekst, v katerim bi lahko testirali svoje podjetniške ideje, s pomočjo podpore profesorjev, učiteljev, praktikov in drugih strokovnih sodelavcev. S tem bi omogočili premostitev, pri večini še zadnje ovire, za vstop v svet podjetništva.

Kot je prikazano že zgoraj v tem zaključku, je velik del regresijskih enačb pojasnjen enako močno, z enakimi spremenljivkami pri obeh vzorcih populacij. Tako študentov podjetništva, kot tudi študentov drugih programov, iz česar je moč sklepati, da same namere študentov, za ustanovitev svojega podjetja, niso neposredno povezane s študijem podjetništva. Študenti podjetništva torej, bodisi vpišejo program podjetništva, ker želijo ustanoviti svoje podjetje, pa potrebujejo znanja, s katerimi bi to storili, bodisi se jim

podjetništvo, kot tako, zdi zanimivo in bi ga želeli v prihodnje spodbujati, čeprav ne nujno pri sebi.

6.2 Prispevek naloge

Raziskava je pokazala, da na namere študentov glede podjetništva ne vpliva predvsem in neposredno študijski program. Študijski program daje znanja, ki pri študentih omogočajo udeležanje njihovih podjetniških (ali pa ne-podjetniških) želja in namer. In to ne glede na to, da je bila povprečna ocena obeh vzorcev, glede na sklope drugih vprašanj, pri vprašanjih o učinkih študija zelo visoka.

Zanimivo je, da je raziskava pokazala, da kljub najvišjim ocenam na področju kreativnosti le-ta ni tista, ki ima na podjetniške namere velik vpliv. Torej hipoteze 1 z raziskavo ne morem potrditi. Torej ne morem trditi, da ima izobraževalni proces smeri podjetništvo značilno pozitiven vpliv na namere študentov, da se po končanem študiju odločijo za podjetništvo. Naloga je s tem pokazala, da v kolikor želimo s študijskimi programi podjetništva doseči višjo stopnjo odločanja študentov in nekdanjih študentov programa za podjetniško pot, bi program morali ustrezno korigirati.

Na osnovi raziskave Martin et al. (2013), s katero so zavrnili hipotezo, da praktično usposabljanje na neakademski osnovi bolj spodbuja namero študentov po ustanovitvi podjetja in bi torej za doseganje tovrstnega cilja, po njihovi teoriji, morali predlagati še bolj akademski pristop k izobraževanju podjetnikov. Menim, da bi za takšno trditev bilo potrebno opraviti še kakšno raziskavo.

Vendar pa lahko trdim, da cilj in rezultat študija, kot je naveden na spletni strani (Portal Podjetništvo – Ekonomska fakulteta, 2016), ko pravi, da program nudi pridobitev tudi praktičnih spretnosti, ki omogočajo sposobnost identifikacije in ocene novih poslovnih priložnosti ter pridobivanje sredstev za ustanavljanje novih podjetij ali za prestrukturiranje obstoječih glede na zaznane tržne priložnosti in da program omogoča posameznikov razvoj podjetniškega načina razmišljanja in sposobnosti za ustvarjalno reševanje sodobnih poslovnih izzivov ter predvideva, da bodo, s študijem pridobljene sposobnosti, posamezniku omogočile razvoj podjetniške strategije za novoustanovljena in obstoječa podjetja s potencialom dinamične rasti in posledično prepoznavanje in vrednotenje poslovnih priložnosti, podjetniško svetovanje, podjetniško prestrukturiranje obstoječih podjetij, vodenje družinskih podjetij, razvijanje infrastrukture za podporo podjetništvu in inovativnosti, idr., ustreza izsledkom moje naloge. Opisano hkrati potrjuje hipotezo 2, da izobraževalni proces smeri podjetništvo značilno pozitivno vpliva na razvoj podjetniških znanj in podjetniške pripravljenosti študentov.

6.3 Omejitve naloge

Seveda ima naloga, poleg predstavljenih prispevkov, tudi nekatere omejitve, pomanjkljivosti. Ena je prav gotovo omejenost vzorca. Zaradi omejenosti resursov ima praktično vsaka raziskava svoje omejitve, tako tudi ta. Vzorca sta relativno majhna po eni strani zato, ker je samo število študentov na smeri podjetništvo omejeno, po drugi strani zaradi Zakona o varstvu osebnih podatkov ni možno direktno, s strani Fakultete, pridobiti podatkov o študentih in si je potrebno pomagati na druge načine, s pomočjo kolegov študentov in profesorjev, predavateljev. Večja vzorca bi morda prinesla določene spremembe v rezultatih zato, ker sam nisem nujno zajemal popolnoma reprezentativnih vzorcev, kot bi si jih morda v idealnih razmerah zamislil, vendar sem moral vzeti vzorce, ki so mi bili na razpolago. Nadalje bi do različnih rezultatov prišel z večjo časovno razporeditvijo anketiranja, npr. večkrat v različnih časovnih intervalih. Vendar bi bilo v tem primeru zaželeno pridobiti rezultate v različnih časovnih intervalih, od istih vzorcev, kar pa je težko, morda celo nemogoče doseči.

Nenazadnje anketa dosega študente različnih letnikov, zato je, že tako precej majhen vzorec, še razdeljen med mlajše in starejše generacije, kar morda ni najbolj reprezentativno.

Nadalje morda nekateri izpolnjevalci anket niso eksplicitno zapisali, da predmetov podjetništva niso obiskovali. Nekateri študenti so izpolnjevali anketo v elektronski obliki, v miru, v svojem prostem času, drugi so anketo izpolnjevali na papir, pred predavanjem oz. celo zagovorom seminarskih nalog. Tako se jim je morda zato mudilo, morda so jih z vmesnimi vprašanji motili kolegi v bližini ipd.

6.4 Ostala odprta vprašanja

Eno takšnih vprašanj je dejanski cilj podjetniškega izobraževanja. Ali je to zgolj in samo ustanovitev lastnega podjetja? Podjetniško izobraževanje ima, poleg učinka na zaznano izvedljivost podjetniške namere in na podjetniško samoučinkovitost, kjer je cilj ustanovitev lastnega podjetja, lahko tudi drug, pozitiven in zaželen učinek. Namreč, študenti se lahko zaposlijo in s svojim podjetniškim znanjem doprinesejo k notranjemu podjetništvu v večjih podjetjih, saj jim je njihovo podjetniško izobraževanje dalo znanja vzorčnih modelov, socialnih prepričevanj, izkušnje mojstrstva, in podpore, ki vključuje pro-aktivno delovanje, poslovno načrtovanje ter izkušnje iz simuliranega in realnega delovanja podjetij (Lima, et al., 2014).

SKLEP

Očitno je, da je zaradi nekonsistentnosti raziskav, potrebno raziskovati globlje v smeri kakovosti in oblik programov. Večina raziskav se v vsebino ne pogloblja, raziskujejo zgolj površinsko, kot da so vsi programi enakovredni.

Iz vsega opisanega in same raziskave sklepam, da so podjetniške namere (predvsem velja za splošno populacijo) močno odvisne od osebnega prepričanja posameznika, da je zmožen doseči zastavljene cilje in zaključiti težavne naloge z uporabo pridobljenega znanja. Pomembno je, da je posameznik sposoben razvijanja novih idej, obvladovanja multitaskinga, biti obenem iznajdljiv ter sposoben nadzorovati stroške. Na nek način bi ta pomemben segment s psihološkega vidika lahko opredelili kot samozavest. Samozavest pa je odraz ponotranjenega prepričanja o obvladovanju določene situacije, znanj, sposobnosti. Od tod sklepam, da je takšna samozavest, kot posledica, pozitivno povezana z znanjem, ki ga študent pridobi s študijem podjetništva in sorodnimi študiji.

Do neke mere to tezo potrjuje tudi v zgornjih regresijskih ocenah visoko rangirana spremenljivka Splošni vtis o študiju podjetništva, ki govori o tem, koliko znanj o podjetništvu je posameznik tekom študija pridobil.

Raziskava je pokazala in dokazala, da študij podjetništva ni tako zelo pomemben za razvoj podjetniških namer študentov podjetništva in sorodnih smeri, neposredno, zaradi pridobljenega znanja, ampak bolj posredno, saj vpliva na podjetniško samozavest in daje posamezniku občutek opolnomočenosti za doseganje ciljev in jih zato opogumlja za podjetniško aktivnost. Pogum pa je dostikrat glavna težava pri prehodu med zaposlitvijo in samozaposlitvijo oz. med odločanjem o zaposlitvi ali samozaposlitvi. Še posebej, ker očitno zmožnost obvladovanja tveganja celo nekoliko negativno vpliva na podjetniške namere. Tveganje je sicer zelo psihološka komponenta, občutek za obseg tveganja pa raste sorazmerno z znanjem o določenem področju, o izzivih in seveda z izkušnjami. Obvladovanje tveganja pa je v veliki meri povezano ne samo z znanjem, temveč predvsem s treningom, kajti obvladovanje tveganja je veščina. Področje tveganja in obvladovanja tveganja je eno od področij, ki zahteva več izkušenj kot preostala področja, kajti zavedanje tveganja ima močan podzavesten učinek na posameznika in vpliva na strah, ki pa je velik nasprotnik nagnjenosti k tveganju in s tem tudi podjetništvu.

Ob izdelavi naloge sem obdelal precej literature in ugotovil, podobno kot številni pisci, da so rezultati raziskav zelo različni, celo kontradiktorni. Predvsem glede rezultatov študija podjetništva in glede uspešnosti. Kljub temu pa se mi je izoblikovalo mnenje, da v prihodnje ni nujno potrebno obravnavati podjetniških namer in dejanskega ustanavljanja podjetij s strani nekdanjih študentov, kot glavna ali celo edina relevantna rezultata, ki ju je potrebno in vredno meriti. Podjetništvo je namreč tako multidisciplinaren študij in tudi poklic, da lahko znanje, pridobljeno s takšnim izobraževanjem, odlično pripomore k

uspešnosti tudi na področjih, ki so za podjetnika netipična. Ne nazadnje to dokazujejo tudi študije, ki sem jih v nalogi proučil in analiziral in ki govorijo o študentih tehničnih (inženirskih) znanosti, ki so slušatelji tudi določenih podjetniških predmetov zato, ker s svojo multidisciplinarnostjo pripomorejo k oplemenitenju njihovih tehničnih znanj in širijo njihove možnosti v njihovi osnovni izobrazbi oz. dejavnosti.

In če pogledam še globje – raziskave o študiju podjetništva raziskujejo (iščejo rezultate študija) predvsem med študenti podjetništva, v nekaterih primerih med vzorci posameznikov, neposredno ali kmalu po končanem študiju. Redkokdaj pa upoštevajo, da posameznik med študijem akumulira znanja, ponavadi teoretična, jih potem s praktičnim delom, v kasnejših letih, oplemeniti in v nekem trenutku opolnomočen izkoristi podjetniško priložnost. Sam bi to imenoval: neraziskan oz. nerazkrit potencial študija podjetništva.

LITERATURA IN VIRI

1. Ackerman, D., Gross, B. L., & Vigneron F. (2009). Peer Observation Reports and Student Evaluations of Teaching: Who Are the Experts? *The Alberta Journal of Educational Research*, 55(1), 18–39.
2. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organisational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 1–63.
3. Ajzen, I. (2002). Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations. Najdeno 20. junija 2016 na spletnem naslovu http://chuang.epage.au.edu.tw/ezfiles/168/1168/attach/20/pta_41176_7688352_57138.pdf
4. Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2002). Resource-based theory and the entrepreneurial firm. V M. A. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp, & D. L. Sexton (ur.), *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset* (str. 89–105). Oxford: Blackwell.
5. Antončič, B., Hisrich, R. D., Petrin, T., & Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.
6. Apolloni, B., Galliani, G., Zizzo, C., Epifania, F., Crosta, L., & Cesareo, I. (2013). Socializing Entrepreneurship. *Procedia Computer Science*, 22, 349–358.
7. Athayde, R. (2009). *Measuring Enterprise Potential in Young People*. Waco: Baylor University.
8. Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman and Company.
9. Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2012). *The Psychology of Entrepreneurship*. New York: Psychology Press.
10. Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Baylor University*, 217–254.
11. Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case of Intentions. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–454.
12. Bryman, A., & Cramer, D. (1999). *Quantitative Data Analysis with SPSS Release 8 for Windows*. Milton Park: Taylor & Francis e-Library.
13. Busenitz, L. W. (1999). Entrepreneurial Risk and Strategic Decision Making: It's a Matter of Perspective. *Journal of Applied Behavioral Science*, 35(3), 325–340.
14. Cavus, M. F., Koc, M., & Aksoy, A. (2014). Entrepreneurial Behaviors: Are the People Restricted by Knowledge Inertia? *International Review of Management and Marketing*, 42–48.
15. Christensen, P. S., & Peterson, R. (1990). *Opportunity Identification: Mapping the Sources of New Venture Ideas*. Paper Presented at the 10th Annual Babson Entrepreneurship Research Conference, April. Denmark, Arhus: Aarhus University Institute of Management.

16. 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.
17. De Muylder, C., Teixeira Dias, A., & Oliveira, L. C. (2013). Is it Possible to Teach Entrepreneurship? Comparative Analysis with Brazilian Students. *Revista de Ciências da Administração*, 82–91.
18. De Noble, A., Jung, D., & Ehrlich, S. (1999). *Entrepreneurial Self-Efficacy: The Development of a Measure and Its Relationship to Entrepreneurial Actions*. V. R. D. Reynolds, W. D. Bygrave, S. Manigar, C. M., Mason, G. D., Meyer, H. J., Sapienza, & K. G. Shaver (ur.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Waltham: P.R. Publication.
19. Dickson, P. H., Salomon, G. T., & Weaver, K. M. (2008). Entrepreneurial Selection and Success: Does Education Matter? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15, 239–259.
20. Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
21. Duval-Couetil, N., Reed-Rhoads, T., & Haghighi, S. (2012). Engineering Students and Entrepreneurship Education: Involvement, Attitudes and Outcomes. *International Journal of Engineering Education*, 28(2), 425–435.
22. Dyer Jr., G. W. (1994). Toward a Theory of Entrepreneurial Careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(2), 7–21.
23. European Commission. (2012). *Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education*. Bruxelles: European Commission.
24. Eurostat. (2014). Eurostat Labour Market Database. V I. Hatfield (2015) (ur.), *Self-Employment in Europe*. London: IPPR.
25. Eurostat. (2016). *Stopnja delovne aktivnosti v EU starostni skupini 15–64 let v letu 2014*. Najdeno 27. junija 2016 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/thumb/8/8a/Employment_rate%2C_age_group_15%E2%80%9364%2C_2014_%28%25%29_YB16.png/350px-Employment_rate%2C_age_group_15%E2%80%9364%2C_2014_%28%25%29_YB16.png
26. Falkang, J., & Alberti, F. (2000). The Assessment of Entrepreneurship Education, *Industry and Higher Education*, 14(2), 101–108.
27. Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006a). Assessing The Impact of Entrepreneurship Education Programs: A New Methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720.
28. Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006b). Effect and Counter-effect on Entrepreneurship Education and Social Context on Student's Intentions. *Estudios de Economía Aplicada*, 24(2), 506–523.
29. Fekri, K., Shafiabady, A., Nooranipour, R., & Ahghar G. (2012). Determine and Compare Effectiveness of Entrepreneurship Education Based on Multi- Axial Model

- and Theory of Constraints and Compromises on Learning Entrepreneurship Skills. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 69, 566–570.
30. Finkle, T., & Deeds, D. (2001). Trends in the Market for Entrepreneurship Faculty During the Period 1989–1998. *Journal of Business Venturing* 16(6), 613–630.
 31. Ge, L., & Peng, X. (2012). Research Fronts of International Entrepreneurship Education in the Visual Threshold of Knowmetrics. *Emerald Group Publishing Limited* 4(1), 55–65.
 32. Gibb, A. (1987). Enterprise Culture—its Meaning & Implications for Education and Training. *Journal of European Industrial Training*, 11(3), 2–38.
 33. Gibb, A. (1993). The Enterprise Culture and Education. *International Small Business Journal*, 11(3), 11–34.
 34. Gibb, A. (1999). Can we Build Effective Entrepreneurshi Through Management Development. *Journal of General Management*, 4, 45–53.
 35. Gibb, A. (2000). SME Policy, Academic Research and the Growth of Ignorance: Mythical Concepts, Myths, Assumptions, Rituals and Confusions. *International Small Business Journal*, 18(3/71), 13–35.
 36. Gorše, P. (2014). *Evalvacija učinkov izvedbe programa podjetništva za brezposelne: program YES Start (magistrsko delo)*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
 37. Güven, S. (2009). New Primary Education Course Programmes and Entrepreneurship. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 1, 265–270.
 38. Harding, R., & Bosma, N. (2006). Global Entrepreneurship Monitor 2006 Results, Babson College and London Business School. GEM Executive Reports. Najdeno 30. junija 2016 na <http://www.gemconsortium.org>
 39. Harris, M. L., & Gibson, S. G. (2008). Examining the Entrepreneurial Attitudes of US Business Students. *Education + Training*, 50(7), 568–581.
 40. Hatfield, I. (2015). Self-employment in Europe. Najdeno 30. junija 2016 na <http://www.ippr.org/publications/self-employment-in-europe>
 41. Hills, G. E. (1988). Variations and University Entrepreneurship Education: An Empirical Study of An Evolving Field. *Journal of Business Venturing* 3, 109–122.
 42. Hills, G. E. (1995). *Opportunity Recognition by Successful Entrepreneurs: A Pilot Study*. V W. D. Bygrave, B. J. Bird, S. Birley, N. C. Churchill, M. Hay, R. H. Keeley, & W. E. Wetzel Jr. (ur.), *Frontiers in Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
 43. Holmgren, C., From, J., Olofsson, A., Karlsson, H., Snyder, K., & Sundtröm, U. (2004). Entrepreneurship Education. Salvation or Damnation? *International Journal of Entrepreneurshi*, 8, 55–71.
 44. Hong, Z., Hong, T., Cui, Z., & Luzhuang, W. (2012). Entrepreneurship Quality of College Students Related to Entrepreneurial Education. *Energy Procedia*, 17, 1907–1913.
 45. Jansen, S., van de Zande, T., Brinkkemper, S., Stam, E., & Varma, V. (2015). How Education, Stimulation, and Incubation Encourage Student Entrepreneurship:

- Observations from MIT, IIIT, and Utrecht University. *The International Journal of Management Education*, 13, 170–181.
46. Jing, L., Li, J., Zhang, X., & Li, M. (2016). Research on the Innovation and Entrepreneurship of College Students' Education Evaluation based on Analytic Hierarchy Process. *International Journal of Hybrid Information Technology*, 9(1), 291–300.
 47. Johannison, B. (1990). Economics of Overview—Guiding the External Growth of Small Firms. *International Small Business Journal* 9, 32–44.
 48. Jones, B., & Iredale, N. (2009). Entrepreneurship Education and Web 2.0. *Emerald Group Publishing Limited*. 11(1), 66–77.
 49. Karhunen, P., Narits, N., Arvola, K., Küttim, M., Venesaar, U., Mets, T., Raudsaar, M., Uba, L., & Sauka, A. (2011). Perceptions of Entrepreneurship Among Future Creative Professionals. *Aalto University publication series*, 66.
 50. Karlan, D. S., & Valdivia, M. (2006). Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance, Clients and Institutions. *Leibniz Information Centre for Economics*, 44.
 51. Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2014). The Impact of Entrepreneurship Education: A Study of Iranian Students' Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification. *Journal of Small Business Management*, str. 23.
 52. Katz, J. A. (2003). The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education 1876–1999. *Journal of Business Venturing* 18(2), 283–300.
 53. Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47–57.
 54. Krueger, N. F. (2003). The Cognitive Psychology of Entrepreneurship. *Techniset, Denton, Manchester*, 105–140.
 55. Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
 56. Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411–432.
 57. Kuratko D. F. (2005). *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges*. Waco: Baylor University.
 58. Lans, T., Oganisjana, K., Täks, M., & Popov, V. (2013). Learning for Entrepreneurship in Heterogeneous Groups: Experiences from an International, Interdisciplinary Higher Education Student Programme, *Tartu: University of Tartu*, 4, 383–399.
 59. Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & da Silva, D. (2014). Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges. *Journal of Small Business Management*, str. 19.
 60. Low, M. B. & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139–161.

61. Luthje, C., & Franke, N. (2003). The 'Making' of an Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent Among Engineering Students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135–147.
62. Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the Formation of Human Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224.
63. Matlay, H. (2005). Entrepreneurship Education in UK Business Schools: Conceptual, Contextual and Policy Considerations. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 627–643.
64. Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights. *Journal of Small Business Management* 51(3), 352–369.
65. Muren, I. (2012). *Analiza učinkov uporabe dizajnerskega načina razmišljanja pri poučevanju podjetništva (magistrsko delo)*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
66. Myrah, K. (2003) *A Study of Public Post-Secondary Entrepreneurship Education in British Columbia: The Possibilities and Challenges of an Integrated Approach*. Vancouver: The University of British Columbia.
67. Neck, H., & Greene, P. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of Small Business Management* 49(1), 55–70.
68. Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. *The European Economic Review*, 54(3), 442–454.
69. Organization for Economic Cooperation and Development. (1998). Entrepreneurship-Policy Brief 1244. Paris, France: OECD. Najdeno 22. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.oecd.org>
70. Ozgen, E., & Baron, R. A. (2007). Social Sources of Information in Opportunity Recognition: Effects of Mentors, Industry Networks and Professional Forums. *Journal of Business Venturing* 22(2), 174–192.
71. Pavšič, A. (2012). *Dejavniki uspeha novoustanovljenih podjetij (magistrsko delo)*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
72. *Portal Podjetništvo – Ekonomska fakulteta*. Najdeno 1. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.ef.uni-lj.si/podiplomsko/podjetnistvo>
73. Premend, P., Brodman, S., Almeida, R., Grun, R., & Barouni, M. (2016). Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment Among University Graduates. *World Development*, 77, 311–327.
74. Rebernik, M., Tominc, P., Crnogaj, K., Širec, K., & Bradač, H. K. (2013). *Neznane priložnosti*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
75. Reynolds, P., Bygrave, W., & Autio, E., (2003). Global entrepreneurship monitor 2003 executive, report. Najdeno 23. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.gemconsortium.org/docs/download/259>
76. Rideout, E. C., & Gray, D. O. (2013). Does Entrepreneurship Education Really Work? A Review and Methodological Critique of the Empirical Literature on the Effects of

- University-Based Entrepreneurship Education. *Journal of Small Business Management* 51(3), 329–351.
77. Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 13–31.
 78. Rutledge, P. (2009). *The Positive Psychology of Entrepreneurship*. New York: Psychology today.
 79. Saltman, R. B., Busse, R., Mossialos, E. (2002). *Regulating Entrepreneurial Behaviour in European Health Care Systems*. Buckingham: Open University Press.
 80. Sánchez, C. (2013). The Impact of an Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Competencies and Intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447–465.
 81. Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). Self-Efficacy and Goal Setting As Predictors of Performance: An Empirical Study of Founder-Managed Natural Food Stores. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 17(1), 71–83.
 82. Sexton, D. L. (2001). Wayne Huizenga: Entrepreneur and wealth creator. *Academy of Management Executive*, 1, 40–48.
 83. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25, 217–226.
 84. Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *Social Dimensions of Entrepreneurship*. V C. Kent, D. Sexton, & C. Vesper (ur.), *The Encyclopaedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prectice-Hall.
 85. Singh, R. P., Hills, G. E., Hybels, R. C., & Lumpkin, G. T. (1999). *Opportunity Recognition Through Social Network Characteristics of Entrepreneurs*. V P. D. Reynolds, W. D. Bygrave, S. Manigart, C. M. Mason, G. D. Meyer, H. J. Sapienza, & K. G. Shaver (ur.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, (str. 228–256). Wellesley: Babson College.
 86. Small Business Administration. (1998). *The new American evolution: The role and impact of small firms*. Washington, DC: Government Prining Office.
 87. Solesvik, M. Z., Westhead, P., Matlay, H., & Parsyak, V. N. (2013). Entrepreneurial Assets and Mindsets: Benefit from University Entrepreneurship Education Investment. *Emerald Group Publishing Limited*, 55(8), 748–762.
 88. Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591.
 89. Stel, A., Storey, D., & Thurik, A. (2007). The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2/3), 171–186.
 90. *Stopnja registrirane brezposelnosti, statistične regije, Slovenija*. Najdeno 27. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/StatWeb/Common/PrikaziSlike.ashx?IdSlike=2815>

91. *Stopnja registrirane brezposelnosti, Slovenija*. Najdeno 27. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/StatWeb/Common/PrikaziSlike.ashx?IdSlike=2814>
92. Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2004). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (6th ed.). New York: McGraw Irwin.
93. Ussman, A. M. (1998). University and Entrepreneurship Development. *Universidade da Beira Interior, Portugal*, 13.
94. Vahčič, A. (2000). Stanje podjetništva v Sloveniji: Slovensko podjetje v devetdesetih. *Economic and Business Review*, 2(2), 49–59.
95. Vanevenhoeven, J., & Liguori, E. (2013). The Impact of Entrepreneurial Education: Introducing the Entrepreneurship Education Project. *Journal of Small Business Management*, 315-328.
96. Von Graevenitz, G., Harhoff, D., & Weber, R. (2010). The Effects of Entrepreneurship Education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90–112.
97. Walter, S. G., & Block, J. H. (2016). Outcomes of Entrepreneurship Education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 216–233.
98. Webb, J. W, Bruton, G. D., Tihanyi, L., & Ireland, D. (2012). Research on Entrepreneurship in the Informal Economy: Framing a Research Agenda. *Journal of Business Venturing*, 17.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anonimni vprašalnik.....	1
Priloga 2: SPSS izpis izračuna analize odvisnosti pri študentih podjetništva po metodi Forward.....	5
Priloga 3: SPSS izpis izračuna analize odvisnosti pri študentih podjetništva po metodi Enter.....	5
Priloga 4: SPSS izpis izračuna analize odvisnosti pri študentih ostalih smeri (razen študentov podjetništva) po metodi Forward	6
Priloga 5: SPSS izpis izračuna analize odvisnosti pri študentih ostalih smeri (razen študentov podjetništva) po metodi Enter	7

PRILOGA 1: Anonimni vprašalnik

Anonimni vprašalnik

Namen vprašalnika: vir za izdelavo magistrske naloge

Sestavil: Tomaž Hočevár, podiplomski študent Podjetništva;

E-naslov za pošiljanje izpolnjene ankete: anketa.mag@gmail.com

Prosim, da izpolnite vprašalnik oz. izberete ustrezen odgovor. Za odgovore vam bom zelo hvaležen. Kakovost rezultata moje naloge bo v veliki meri odvisna tudi od točnosti podatkov, ki jih boste vpisali.

1. Spol: M Ž (ustrezno obkrožite)
2. Starost: let
3. Stopnja študija (ustrezno izberite in obkrožite letnik študija, ki ga trenutno obiskujete)

dodiplomski	1. letnik	2. letnik	3. letnik	
podiplomski	1. letnik	2. letnik		Zaključen študij

4. Smer študija: PODJETNIŠTVO (če je kaj drugega, prosim prečrtajte in ustrezno napišite na črto)

.....

5. Za vsako trditev o usmerjenosti k ciljem ocenite na lestvici od 1 do 7, v kolikšni meri se strinjate oz. ne strinjate s trditvijo. Pri tem število 1 pomeni, da se s trditvijo močno ne strinjate, število 7 pa pomeni, da se s trditvijo močno strinjate.

	Močno se ne strinjam	Zmerno se ne strinjam	Rahlo se ne strinjam	Niti se strinjam niti se ne strinjam	Rahlo se strinjam	Zmerno se strinjam	Močno se strinjam
A. Pripravljen/a sem izbrati zahtevno delovno nalogo, iz katere se lahko veliko naučim.	1	2	3	4	5	6	7
B. Pogosto iščem priložnosti, da bi razvil/a nove spretnosti in pridobil/a novo znanje.	1	2	3	4	5	6	7
C. Obiskujem neobvezna predavanja/seminarje/delavnice v okviru predmetnika ali izven, za katera menim, da mi bodo dala podjetniško idejo ali znanja za podjetništvo	1	2	3	4	5	6	7
D. Rad/a delam v okolju, ki zahteva visok nivo sposobnosti in talenta.	1	2	3	4	5	6	7
E. Zadani cilj težko jemljem resno.	1	2	3	4	5	6	7
F. Nerealno je pričakovati, da bom dosegel/a trenutni zadani cilj.	1	2	3	4	5	6	7
G. Precej verjetno je, da bo potrebno cilj prilagoditi glede na to, kako se bodo stvari odvijale.	1	2	3	4	5	6	7

	Močno se ne strinjam	Zmerno se ne strinjam	Rahlo se ne strinjam	Niti se strinjam niti se ne strinjam	Rahlo se strinjam	Zmerno se strinjam	Močno se strinjam
H. Odkrito povedano, vseeno mi je, ali dosežem zadani cilj ali ne.	1	2	3	4	5	6	7
I. Močno sem predan/a doseganju cilja.	1	2	3	4	5	6	7
J. Precej zlahka bi opustil/a zadani cilj.	1	2	3	4	5	6	7

6. Za vsako trditev o sprejemanju tveganju ocenite na lestvici od 1 do 7, v kolikšni meri se strinjate oz. ne strinjate s trditvijo. Pri tem število 1 pomeni, da se s trditvijo močno ne strinjate, število 7 pa pomeni, da se s trditvijo močno strinjate.

	Močno se ne strinjam	Zmerno se ne strinjam	Rahlo se ne strinjam	Niti se strinjam niti se ne strinjam	Rahlo se strinjam	Zmerno se strinjam	Močno se strinjam
A. Nove naloge raje ne bi sprejel/a, če bi obstajala možnost, da bi se izkazal/a kot nesposoben/na.	1	2	3	4	5	6	7
B. Bolj pomembno mi je, da svojih nesposobnosti ne pokažem drugim, kot da se iz neke naloge naučim novih veščin.	1	2	3	4	5	6	7
C. Bojim se prevzeti delovno nalogo, pri kateri bi se lahko izkazalo, da imam nizke sposobnosti.	1	2	3	4	5	6	7
D. Na delovnem mestu se raje izogibam situacijam, kjer bi se izkazalo, da stvari ne obvladam.	1	2	3	4	5	6	7
E. Močno sem naklonjen malo-rizičnim projektom	1	2	3	4	5	6	7
F. Bolj sem naklonjen preizkušenim potem	1	2	3	4	5	6	7
G. Naklonjenost tveganju občutim kot negativno lastnost	1	2	3	4	5	6	7
H. Podpiram projekte, ki imajo zanesljive pričakovane donose	1	2	3	4	5	6	7

7. Za vsako trditev o samoučinkovitosti ocenite na lestvici od 1 do 7, v kolikšni meri ste v trditev prepričani. Pri tem število 1 pomeni, da ste popolnoma negotovi, število 7 pa pomeni, da ste v trditev popolnoma prepričani.

	Popolnoma negotov	Zmerno negotov	Rahlo negotov	Niti prepričan niti negotov	Rahlo prepričan	Zmerno prepričan	Močno prepričan
A. Zmogel/la bom doseči večino ciljev, ki si jih zastavim	1	2	3	4	5	6	7
B. Ko se soočim s težavnimi nalogami, sem prepričan/a, da jih bom zaključil/a	1	2	3	4	5	6	7
C. Prepričan/a sem, da bom učinkovito obvladal/a več različnih nalog	1	2	3	4	5	6	7
D. Tudi v težkih trenutkih se bom dobro znašel/la	1	2	3	4	5	6	7
E. Ko investiram, uporabim vse svoje podjetniško znanje in izkušnje	1	2	3	4	5	6	7
F. Kar začnem, tudi dokončam	1	2	3	4	5	6	7
G. Sposoben/na sem razviti nove ideje	1	2	3	4	5	6	7
H. Sposoben/na sem nadzorovati stroške	1	2	3	4	5	6	7

8. Za vsako trditev o kreativnosti ocenite na lestvici od 1 do 7, v kolikšni meri se strinjate oz. ne strinjate s trditvijo. Pri tem število 1 pomeni, da se s trditvijo močno ne strinjate, število 7 pa pomeni, da se s trditvijo močno strinjate.

	Močno se ne strinjam	Zmerno se ne strinjam	Rahlo se ne strinjam	Niti se strinjam niti se ne strinjam	Rahlo se strinjam	Zmerno se strinjam	Močno se strinjam
A. Menim, da sem zelo kreativna oseba	1	2	3	4	5	6	7
B. Kreativnosti posvečam veliko časa	1	2	3	4	5	6	7
C. Imam veliko idej	1	2	3	4	5	6	7
D. Moje ideje so izvirne	1	2	3	4	5	6	7
E. Opazim stvari, ki jih drugi ne	1	2	3	4	5	6	7
F. Z lahkoto najdem predloge za izboljšave	1	2	3	4	5	6	7
G. Ko naletim na oviro, jo znam obiti	1	2	3	4	5	6	7
H. Ko najdem idejo, vidim rešitev in kmalu se spomnim izboljšav zanjo	1	2	3	4	5	6	7

9. Za vsako trditev o splošnem vtisu o študiju podjetništva ocenite na lestvici od 1 do 7, v kolikšni meri se strinjate oz. ne strinjate s trditvijo. Pri tem število 1 pomeni, da se s trditvijo močno ne strinjate, število 7 pa pomeni, da se s trditvijo močno strinjate.

Pri študiju sem....	Močno se ne strinjam	Zmerno se ne strinjam	Rahlo se ne strinjam	Niti se strinjam, niti se ne strinjam	Rahlo se strinjam	Zmerno se strinjam	Močno se strinjam
A. ... dobil/a formalna znanja potrebna za udejanjenje mojih podjetniških idej	1	2	3	4	5	6	7
B. ...dobil/a odlične nove podjetniške ideje	1	2	3	4	5	6	7
C. ...dobil/a veliko podjetniškega znanja	1	2	3	4	5	6	7
D. ...spoznal/a zanimive ljudi z vidika podjetništva	1	2	3	4	5	6	7
E. ...spoznal/a, da je podjetništvo stvar zame	1	2	3	4	5	6	7
F. ...dobil/a veliko koristnega znanja za moj podjetniški razvoj	1	2	3	4	5	6	7
G. ...postal/a bolj nagnjen k iskanju novih podjetniških idej	1	2	3	4	5	6	7
H. ...spoznal/a način, kako priti do kreativnih podjetniških idej	1	2	3	4	5	6	7
I. ... se naučil/a kako bom ustanovil/a svoje podjetje	1	2	3	4	5	6	7
J. ...spoznal/a način, kako povezati med seboj na videz nepovezane koščke informacij	1	2	3	4	5	6	7
K. ...se naučil/a kako izbrati dobre/prave priložnosti, potem ko zaznam večje število priložnosti	1	2	3	4	5	6	7
L. ...se naučil/a kako razločiti med potencialno profitabilnimi in neprofitabilnimi priložnostmi	1	2	3	4	5	6	7

10. Za vsako trditev o trenutnih podjetniških namerah obkrožite na lestvici od 1 do 7, y kolikšni meri ste v trditev prepričani. Pri tem število 1 pomeni, da ste popolnoma negotovi, število 7 pa pomeni, da ste v trditev popolnoma prepričani.

	Popolnoma negotov	Zmerno negotov	Rahlo negotov	Niti prepričan, niti negotov	Rahlo prepričan	Zmerno prepričan	Močno prepričan
A. Ustanovil bom svoje podjetje	1	2	3	4	5	6	7
B. Razmislil bom o ustanovitvi lastnega podjetja	1	2	3	4	5	6	7
C. Pripravljen sem ustanoviti svoje podjetje	1	2	3	4	5	6	7
D. Močno se bom potrudil, da ustanovim podjetje	1	2	3	4	5	6	7
E. Podjetje bom ustanovil v roku enega leta	1	2	3	4	5	6	7

11. Ali ste že ustanovitelj / so-ustanovitelj delujočega podjetja? Ustrezno obkrožite.

DA NE

Hvala za vašo pomoč in za trud !

PRILOGA 2: SPSS izpis izračuna analize odvisnosti pri študentih podjetništva po metodi Forward

Tabela 1: Parametri po metodi Forward

Model summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,499 ^a	,249	,235	1,14736	,249	17,882	1	54	,000
a. Predictors: (Constant), Samoučinkovitost									
b. Dependent Variable: Podjetniške namere									

Tabela 2: Izračun po načinu ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23,541	1	23,541	17,882	,000 ^b
	Residual	71,088	54	1,316		
	Total	94,629	55			
a. Dependent Variable: Podjetniške namere						
b. Predictors: (Constant), Samoučinkovitost						

Tabela 3: Statistika ostankov pri metodi Forward

Statistika ostankov ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,3700	5,6174	4,7857	,65423	56
Residual	-2,23471	2,82906	,00000	1,13689	56
Std. Predicted Value	-2,164	1,271	,000	1,000	56
Std. Residual	-1,948	2,466	,000	,991	56
a. Dependent Variable: Podjetniške namere					

PRILOGA 3: SPSS izpis izračuna analize odvisnosti pri študentih podjetništva po metodi Enter

Tabela 4: Parametri pri metodi Enter

Model Summary^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,572a	0,327	0,26	1,12839	0,327	4,864	5	50	0,001
a Prediktorji: (Konstanta), Splošni vtis o študiju podjetništva, Kreativnost, Usmerjenost k ciljem, Sprejemanje tveganj, Samoučinkovitost									
b Odvisna spremenljivka: Podjetniške namere									

Tabela 5: Izračun po načinu ANOVA

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30,966	5	6,193	4,864	,001b
	Residual	63,663	50	1,273		
	Total	94,629	55			
a Dependent Variable: Podjetniške namere						
b Predictors: (Constant), Splošni vtis o študiju podjetništva, Kreativnost, Usmerjenost k ciljem, Sprejemanje tveganj, Samoučinkovitost						

Tabela 6: Statistika ostankov pri metodi Enter

Residuals Statistics^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,2561	5,97	4,7857	0,75034	56
Residual	-1,78675	2,60938	0	1,07588	56
Std. Predicted Value	-2,039	1,578	0	1	56
Std. Residual	-1,583	2,312	0	0,953	56
a Dependent Variable: Podjetniške namere					

PRILOGA 4: SPSS izpis izračuna analize odvisnosti pri študnetih ostalih smeri (razen študentov podjetništva) po metodi Forward

Tabela 7: Parametri po metodi Forward

Povzetek modela ^c									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,351 ^a	,123	,113	1,42995	,123	11,802	1	84	,001
2	,433 ^b	,187	,168	1,38506	,064	6,533	1	83	,012
a. Predictors: (Constant), Samoučinkovitost									
b. Predictors: (Constant), Samoučinkovitost, Splošni vtis o študiju podjetništva									
c. Dependent Variable: Podjetniške namere									

Tabela 8: Izračun po načinu ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,132	1	24,132	11,802	,001 ^b
	Residual	171,760	84	2,045		
	Total	195,893	85			
2	Regression	36,666	2	18,333	9,556	,000 ^c
	Residual	159,226	83	1,918		
	Total	195,893	85			
a. Dependent Variable: Podjetniške namere						
b. Predictors: (Constant), Samoučinkovitost						
c. Predictors: (Constant), Samoučinkovitost, Splošni vtis o študiju podjetništva						

Tabela 9: Statistika ostankov pri metodi Forward

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,4198	5,2412	3,6907	0,65679	86
Residual	-2,91505	3,03942	0	1,36867	86
Std. Predicted Value	-1,935	2,361	0	1	86
Std. Residual	-2,105	2,194	0	0,988	86
a Dependent Variable: Podjetniške namere					

PRILOGA 5: SPSS izpis izračuna analize odvisnosti pri študentih ostalih smeri (razen študentov podjetništva) po metodi Enter

Tabela 10: Parametri pri metodi Enter

Model Summary^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,459a	0,21	0,161	1,39057	0,21	4,261	5	80	0,002
a Predictors: (Constant), Splošni vtis o študiju podjetništva, Sprejemanje tveganj, Kreativnost, Usmerjenost k ciljem, Samoučinkovitost									
b Dependent Variable: Podjetniške namere									

Tabela 11: Izračun po načinu ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41,197	5	8,239	4,261	,002b
	Residual	154,696	80	1,934		
	Total	195,893	85			
a Dependent Variable: Podjetniške namere						
b Predictors: (Constant), Splošni vtis o študiju podjetništva, Sprejemanje tveganj, Kreativnost, Usmerjenost k ciljem, Samoučinkovitost						

Tabela 12: Statistika ostankov pri metodi Enter

Residuals Statistics^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,2514	5,6393	3,6907	0,69618	86
Residual	-2,81306	2,9115	0	1,34905	86
Std. Predicted Value	-2,067	2,799	0	1	86
Std. Residual	-2,023	2,094	0	0,97	86
a Dependent Variable: Podjetniške namere					