

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO
ŠTUDENTSKO PODJETNIŠTVO

Ljubljana, september 2003

ŽIGA KRIŽAJ

IZJAVA

Študent Žiga Križaj izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Miroslava Glasa in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

Kazalo

| | | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | UVOD | 1 |
| 2 | OPREDELITEV PODJETNIŠTVA | 2 |
| 2.1 | Podjetništvo, podjetniški proces in pogoji za razvoj podjetništva | 2 |
| 2.1.1 | Podjetništvo | 2 |
| 2.1.2 | Podjetniški proces | 4 |
| 2.1.3 | Pogoji za razvoj podjetništva | 5 |
| 2.2 | Ekonomski učinki podjetništva | 6 |
| 2.2.1 | Vpliv podjetniškega procesa na nacionalno ekonomsko rast..... | 6 |
| 2.2.2 | Potrebe po novih podjetjih | 7 |
| 2.3 | Možni ukrepi za povečanje podjetništva..... | 8 |
| 2.3.1 | Splošni ukrepi..... | 8 |
| 2.3.2 | Možnosti za Slovenijo | 9 |
| 3 | POJAV IN OPREDELITEV ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA | 11 |
| 3.1 | Pojav študentskega podjetništva..... | 11 |
| 3.2 | Opredelitev študentskega podjetništva..... | 12 |
| 3.3 | Študentsko podjetništvo: koncept, cilji, združljivost s študijskim procesom..... | 13 |
| 3.3.1 | Koncept študentskih podjetij in podjetniških organizacij | 13 |
| 3.3.2 | Cilji študentskih podjetij in podjetniških organizacij..... | 14 |
| 3.3.3 | Združljivost s študijskim procesom..... | 14 |
| 4 | VPLIV, POTREBE IN MOTIVIRANOST ZA PRAKTIČNE IZKUŠNJE V ČASU ŠTUDIJA | 18 |
| 4.1 | Mnenje študentov | 19 |
| 4.1.1 | Poklicne izbire po končanem študiju | 19 |
| 4.1.2 | Poklicne izbire po končanem študiju | 20 |
| 4.1.3 | Poklicne namere študentov..... | 20 |
| 4.1.4 | Podjetniške predispozicije študentov | 21 |
| 4.1.5 | Primerjava med dodiplomskimi in podiplomskimi študenti | 21 |
| 4.2 | Mnenje visokošolskih sodelavcev | 22 |
| 4.2.1 | Potrebe po novih podjetjih | 22 |
| 4.2.2 | Zadovoljstvo študentov z delom visokošolskih sodelavcev..... | 22 |
| 4.3 | Mnenje podjetij | 23 |
| 4.3.1 | Pripravljenost podjetij za nakup storitev študentskih podjetij | 24 |
| 5 | KORISTI OD ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA | 25 |
| 5.1 | Koristi za študente | 25 |
| 5.1.1 | Razvoj podjetniških spretnosti | 26 |
| 5.1.2 | Pridobivanje novih strokovnih znanj in zaslužka..... | 26 |
| 5.1.3 | Ustvarjanje novih poznanstev in kontaktov | 26 |
| 5.2 | Koristi za podjetja | 27 |
| 5.2.1 | Projekti, ki jih izvajajo študentska podjetja | 27 |
| 5.2.2 | Sponzorstva, namenjena študentskim podjetjem | 28 |
| 5.2.3 | Osebni stik s študenti..... | 28 |
| 5.3 | Koristi za gospodarstvo | 28 |
| 5.4 | Koristi za univerzo | 29 |
| 6 | SPODBUJANJE ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA | 30 |
| 6.1 | Univerzitetni inkubatorji kot oblika pospeševanja študentskega podjetništva..... | 32 |
| 7 | STANJE IN PRILOŽNOSTI ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA PRI NAS | 34 |

| | | |
|----------|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 8 | PRIMERI ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA | 36 |
| 8.1 | Primer uspešnega študentskega podjetja v tujini - Oscar | 36 |
| 8.2 | Primer uspešnega študentskega podjetja v Sloveniji – Xlab d.o.o..... | 37 |
| 9 | SKLEP..... | 39 |
| | Literatura..... | 42 |
| | Viri..... | 43 |
| | Priloga 1 | 1 |
| | Priloga 2 | 2 |
| | Priloga 3 | 3 |
| | Priloga 4 | 6 |

1 UVOD

Idejo za temo diplomskega dela sem dobil v času dvoletnega aktivnega delovanja v eni izmed podjetniških skupin. Kot eden izmed soustanoviteljev društva Student Project Group sem imel priložnost spremljati odzive študentov, profesorjev in predstavnikov podjetij glede študentskega podjetništva pri nas. V procesu mednarodnega povezovanja društva sem se seznanil z delovanjem organizacije JADE (evropske mreže študentskih podjetij in podjetniških skupin).

Osnovni cilj diplomskega dela je raziskati pojav študentskega podjetništva; ugotoviti njegove učinke in pomen za podjetništvo nasploh ter predstaviti možnosti za spodbujanje. Poleg tega želim analizirati še vpliv, potrebe in motiviranost študentov za praktične izkušnje v času študija ter raziskati koristi študentskega podjetništva za študente, podjetja, univerzo in gospodarstvo.

Za izhodišče diplomskega dela sem postavil naslednje trditve:

- potrebujemo podjetja, ki jih ustanovljajo študenti;
- med študenti je interes in potreba po podjetniškem udejstvovanju že v času študija, kar pa pogosto otežujejo zunanji dejavniki;
- na univerzi bi morali zagotavljati podporno okolje in spodbujati vse oblike študentskega podjetništva.

Pri izdelavi diplomskega dela sem se osredotočil na pridobivanje sekundarnih informacij in se poleg tega oprl na že izvedene raziskave, ki iz različnih strani proučujejo področje študentskega podjetništva. V analizo tako vključujem:

- raziskavo, ki je bila leta 2003 izvedena v okviru poslovnega načrta za ljubljanski univerzitetni inkubator, ter se je osredotočila na podjetniško ozaveščenost posameznih ciljnih skupin (študentov, visokošolskih učiteljev in podjetij) ter podjetniških namenov v poklicnih izbirah;
- interno raziskavo profila članov organizacije JADE iz leta 2003;
- raziskavo, izvedeno na Irskem leta 1994, ki je proučevala vpliv, učinkovitost in uporabnost podjetniških programov pri usposabljanju in spodbujanju diplomantov za ustanavljanje svojih podjetij;
- raziskavo študentskih podjetnikov, izvedeno v Kanadi leta 1989, ki je proučevala vlogo in pomembnost študentskega podjetništva.

Diplomsko delo je razdeljeno na šest poglavij ter poglavje, v katerem navajam primere študentskega podjetništva.

V prvem poglavju obravnavam pojav podjetništva, njegov pomen in vpliv na gospodarstvo ter možne ukrepe za pospeševanje podjetništva. Analiziram tudi stanje ter možnosti za Slovenijo.

Nadaljujem z opredelitvijo študentskega podjetništva. V drugem poglavju prikazujem koncept in cilje študentskega podjetništva ter možnosti za združevanje s študijskim procesom. Pomen praktičnih izkušenj analiziram z vidika vpliva, potreb in motiviranosti zanje s strani študentov v času študija. Dodajam tudi mnenje visokošolskih sodelavcev ter predstavnikov podjetij o pomenu praktičnih izkušenj. Koristi študentskega podjetništva analiziram s pomočjo že izvedenih raziskav, in sicer za študente, za podjetja, za gospodarstvo in tudi za univerzo. V petem poglavju predstavljam oblike spodbujanja študentskega podjetništva; bolj podrobno pa univerzitetni inkubator kot eno izmed bolj uspešnih oblik pospeševanja študentskega podjetništva. Zadnji del diplomskega dela sem namenil analizi stanja in priložnosti študentskega podjetništva pri nas, dodajam pa dva primera uspešnih študentskih podjetij v tujini in v Sloveniji. V sklepu skušam povzeti pomembnejše ugotovitve, do katerih sem prišel v procesu izdelave diplomskega dela in na podlagi uporabljenih raziskav.

2 OPREDELITEV PODJETNIŠTVA

Študentsko podjetništvo je poseben del splošnega podjetniškega gibanja, zato najprej opredeljujem podjetništvo v splošnem. Od študentskega podjetništva pričakujemo seveda posebne vrste podjetij, ki naj bi zagotavljala tehnološko zahtevnejše proizvode in storitve. Zato je družba zainteresirana za uspešno podjetniško dejavnost študentov, zanjo pa je potrebno ustvariti primerne razmere.

V opredelitvi podjetništva skušam najti skupne točke različnih definicij, kot jih podajajo različni avtorji. Ugotoviti želim tudi dejavnike, ki vplivajo na uspešnost podjetniškega procesa, zato analiziram tri gonilne sile podjetništva in ekonomske, sociološke in politične pogoje, ki omogočajo razvoj podjetništva.

2.1 Podjetništvo, podjetniški proces in pogoji za razvoj podjetništva

2.1.1 Podjetništvo

V času, ko je naša država tik pred vstopom v Evropsko unijo, so razmišljanja o konkurenčnosti slovenskega gospodarstva, o njegovih prednostih in slabostih vse pogostejša. Ta razmišljanja se pogosto dotikajo pomena podjetništva, njegove vloge in vpliva na gospodarsko rast in konkurenčnost gospodarstva.

V ekonomski teoriji in v razvojnih raziskavah (npr. Rebernik et al., 2003)¹ avtorji ugotavljajo, da na uspešnost nacionalnih gospodarstev odločilno vpliva prav razvito podjetništvo. Zato se postavljajo vprašanja, kako vplivati na razvoj podjetništva. Odgovor na to vprašanje nam daje

proučevanje dejavnikov, ki vplivajo na razlike v stopnji podjetništva. Potrebujemo nove vpogleda v pomen in obseg podjetniškega procesa, da bi bolje razumeli vpliv ustreznega podpornega okolja na pospeševanje podjetništva (Rebernik, 2003, str. 3).

Pri obravnavi študentskega podjetništva izhajam iz pojma podjetništva nasploh. V literaturi različni avtorji podjetništvo obravnavajo iz različnih zornih kotov; definicije so zelo povezane s časom, v katerem so nastale, in z razvojno stopnjo podjetništva, v kateri se je le-to tedaj nahajalo. Tako so v tem stoletju koncept podjetništva raziskovali zlasti z osebnega vidika (Antončič, 2002, str. 29). V tem pristopu se podjetništvo pojavlja kot dinamična razvojna kombinacija idej, talenta, kapitala, znanja in tveganja. Običajno vključuje vse menedžerske funkcije in temu dodaja še elemente prevzemanja tveganja in upošteva lastninska razmerja (Kovač, 1990, str. 11-13).

Skupne točke opredelitev podjetništva, s katerimi se strinja veliko avtorjev, so, da je podjetništvo vrsta vedenja, ki vsebuje (Antončič, 2002, str. 29):

1. dajanje pobud,
2. organizacijo in reorganizacijo družbenih ter ekonomskih mehanizmov, ki preoblikujejo vire in razmere v praktično korist ter
3. sprejemanje tveganja ali neuspeha.

Kao (Križaj, 1997, str. 3) pravi, da opredeljujejo podjetništvo naslednji štiri dejavniki:

1. podjetnik, njegova osebnost in znanje,
2. njegova naloga ali poslanstvo,
3. organizacijska oblika (podjetnik gradi organizacijo, ne le dejavnost), ki je skrita v podjetnikovi viziji in jo je potrebno šele vzpostaviti (skladno z vizijo in namenom),
4. okolje podjetja, ki lahko nanj usodno vpliva.

Za potrebe svojega diplomskega dela, v katerem obravnavam študentsko podjetništvo, sem izbral nekoliko »širšo« definicijo podjetništva, ki pomeni **kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvarili novo podjetje ali poslovno dejavnost** (Rebernik, 2003, str. 3).

Sodobno podjetništvo se razvija predvsem kot (Kovač, 1990, str. 16):

- individualno (zunanje) podjetništvo (entrepreneurship), ki temelji na tržni konkurenci malih in srednjih podjetij in običajno pomeni tesno povezanost med lastninskimi, upravljaljskimi in rizičnimi funkcijami ter kot
- korporacijsko (notranje) podjetništvo (intrapreneurship), ki je povezano z omejeno konkurenco in delitvijo zgoraj omenjenih funkcij znotraj podjetja.

¹ Rebernik Miroslav et al.: GEM Slovenija 2002 - Kako podjetna je Slovenija. IPMMP – EPF, Maribor, 2003. 56 str.

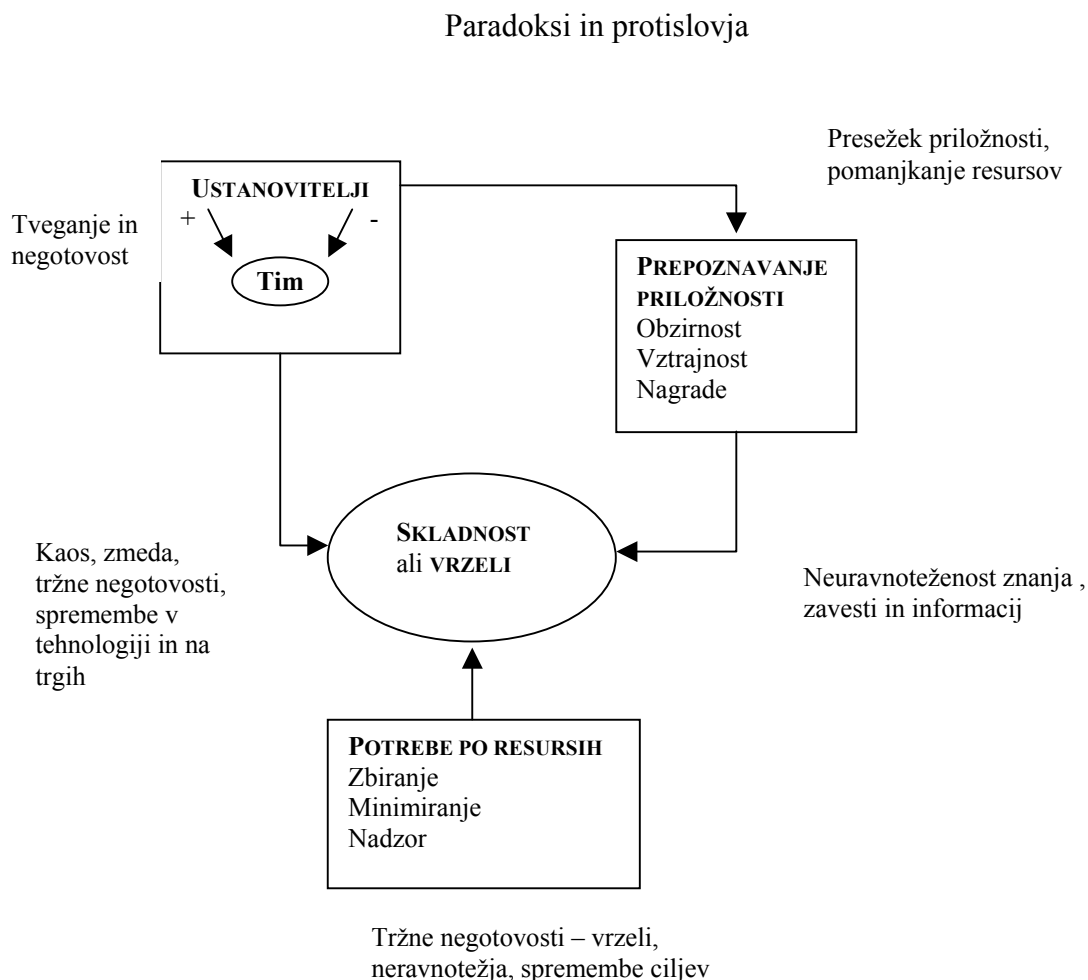
2.1.2 Podjetniški proces

Podjetniški proces vključuje vse aktivnosti, povezane s prepoznavanjem podjetniških priložnosti in vzpostavljanjem organizacije za njihovo uresničitev (Kocjančič, 2003, str. 6). Na uspeh podjetniškega procesa vpliva več dejavnikov. Prvi in ključni dejavnik so ljudje oziroma podjetniki, ki znajo poiskati prave priložnosti in iz njih iztisniti ekonomski razvojni potencial.

Za Jeffryja Timmonsa (1990, str. 15) so ključni dejavniki oziroma ključne gibalne sile podjetniškega procesa tri, in sicer (medsebojna interakcija dejavnikov je prikazana na sliki 1):

1. ustanovitelji,
2. spoznana tržna priložnost in
3. zagotavljanje potrebnih resursov.

Slika 1: Tri gonilne sile podjetništva



Vir: Glas, 1995, str. 3.

Ključnega pomena za uspešnost novega podjetja je skladno kombiniranje vseh treh dejavnikov (glej sliko 1), prav tako pa je pomembno, da podjetnik pozorno in realistično ocenjuje, kako je s temi dejavniki v njegovem poslu (Glas, 1995, str. 2). Pomemben je tudi nek realni čas, v katerem morajo biti vse tri gonilne sile usklajene, ko okno priložnosti še daje možnosti za realizacijo in ekonomsko upravičenost poslovne priložnosti. Zaključek procesa je ustvarjanje nove vrednosti, medtem ko vrednotenje tega procesa in pričakovanja za prihodnost predstavljajo osnovo za ravnanje podjetnika in vseh, ki se vključujejo v podjetniški proces (Kocjančič, 2003, str. 7).

2.1.3 Pogoji za razvoj podjetništva

Tabela 1: Vrste pogojev za razvoj podjetništva

| <i>Skupina pogojev</i> | <i>Pogoji za razvoj podjetništva</i> |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ekonomski pogoji | <ul style="list-style-type: none"> ○ Razvitost tržne institucije, kjer lahko tudi podjetje samo postane blago, ki je namenjeno nakupu in prodaji na trgu. ○ Tržna struktura in konkurenca, pomembnost sektorja malih in srednje velikih podjetij. Ta podjetja so namreč tržno prilagodljiva in razvojno dinamična ter predstavljajo temelj razvoja podjetništva. ○ Ključ učinkovitega trga je konkurenca, ki pa ni možna brez množičnega nastajanja novih podjetij. Nastajanje novih podjetij ni možno brez nosilcev podjetništva – podjetnikov. |
| Sociološki pogoji | <ul style="list-style-type: none"> ○ Podjetništvo zahteva dinamično spreminjanje in prilagajanje družbe. ○ Mobilnost in izobrazbena raven ljudi – povečanje socialne mobilnosti ljudi pozitivno vpliva na razvoj podjetništva in na oblikovanje t.i. srednjega sloja. Srednji sloj je namreč temelj razvijanja in ohranjanja novih podjetnikov. ○ Socialna stabilnost, ki se kaže kot ravnovesje med: politično-ekonomsko individualnostjo ter socialno združljivostjo in solidarnostjo ter profitno usmerjenostjo posameznikov in ekonomsko učinkovitostjo podjetij na eni ter socialno pravičnostjo dohodka na drugi strani. |
| Politični pogoji | <ul style="list-style-type: none"> ○ Obstoj temeljnih političnih in ekonomskih vrednot kot so npr.: demokracija, liberalizem, pluralizem, svoboda, ipd. ○ Način delovanja pravne države, ki ga določajo politične vrednote kot zunanji okvir. ○ Vloga države, ki mora biti nevtralna. To pomeni, da mora svobodnim posameznikom zagotavljati samo pravni okvir, ki je nevtralen v razmerju do konkurenčne podjetniške logike podjetnikov ter njihovih interesov. Svojo socialno vlogo mora opraviti tako, da s prerazdelitvijo dohodka ne zmanjšuje podjetniške iniciativnosti tistih, katerim odvzema dohodek, kot tudi tistim, ki jim želi pomagati. |

Vir: Kovač, 1990, str. 13-16.

Pogoje, ki omogočajo razvoj podjetništva, lahko po teoriji razdelimo na tri vrste (Kovač, 1990, str. 13-16); prikazujem jih v tabeli 1. Na uspešnost podjetništva poleg usklajenosti vseh treh gonilnih sil odločilno vplivajo razmere v institucionalnem sistemu. Ta lahko s svojo organiziranostjo spodbuja ali zavira razvoj podjetništva, lahko ga tudi onemogoča. Izpolnjevanje naštetih pogojev ustvarja okolje, v katerem se nato lahko uspešneje razvija podjetništvo; način urejenosti posameznih institucij lahko na podjetništvo vpliva spodbujajoče ali zavirajoče.

2.2 *Ekonomski učinki podjetništva*

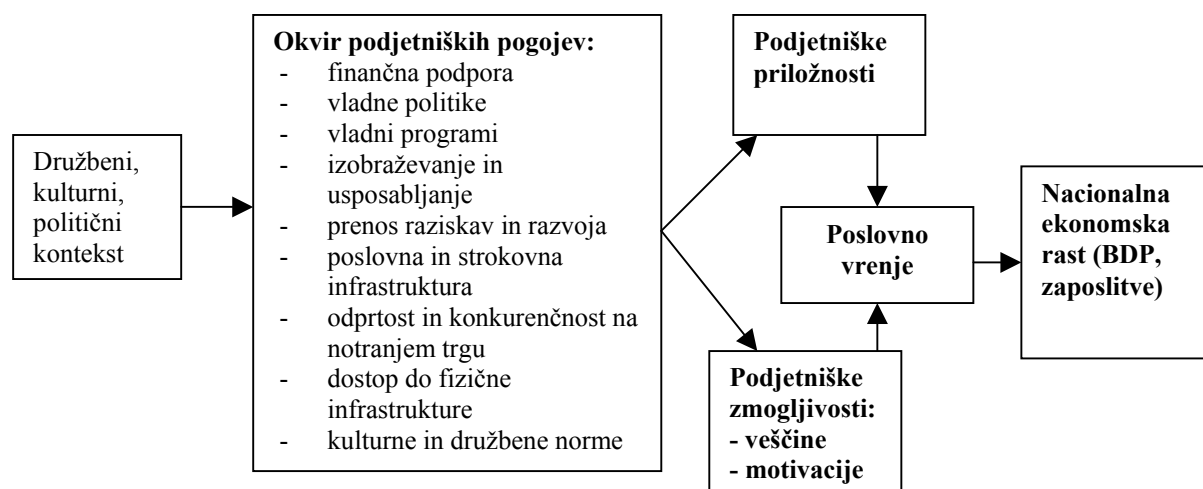
Raziskave so pokazale na pozitivno povezanost med razvojem malih podjetij, gospodarskim razvojem in učinkovitostjo gospodarstva. To pomeni, da imajo države, ki so uspele razviti močan sektor individualnih podjetij in podjetniško iniciativnost, tudi najhitrejši razvoj. Individualno podjetništvo v okviru malih in srednje velikih podjetij vpliva tudi na oblikovanje učinkovite tržne strukture (Kovač, 1990, str. 16). Pozitivni učinki majhnih podjetij na gospodarstvo so tako naslednji:

- povečevanje konkurence in s tem učinkovitosti gospodarstva (vplivajo na stabilnost cen in silijo velika podjetja k tržnim in proizvodnim spremembam);
- povečevanje narodnega dohodka s širitvijo poslovanja teh podjetij na tuje trge ter s proizvodnjo blaga in storitev, ki so se prej uvažale;
- ustvarjanje novih zaposlitev in prestrukturiranja gospodarstva ter s tem prispevek k zmanjšanju nezaposlenosti;
- lažje uresničevanje podjetniških spodbud in povečevanje socialno ekonomske mobilnosti prebivalstva;
- so pomembno sredstvo tehnološkega razvoja in globalnega spreminjanja gospodarstva, saj je malo gospodarstvo vir inovacij;
- drobna podjetja so partner velikih družb (dobavitelji);
- iz uspešnih malih podjetij se sčasoma razvijejo velike družbe (Gorenc, 1997, str. 12, Kovač, 1990, str. 16-17).

2.2.1 *Vpliv podjetniškega procesa na nacionalno ekonomsko rast*

V relativno stabilnem družbenem, kulturnem in političnem okolju delujeta dva mehanizma rasti. Prvi, temeljni vir ekonomske rasti, predstavljajo glavna uveljavljena podjetja, ki odigrajo svojo vlogo predvsem v mednarodni menjavi. V primeru, da so splošni nacionalni pogoji poslovanja stabilni, so ta podjetja lahko mednarodno konkurenčna in lahko pripomorejo k rasti mikro, malih in srednje velikih podjetij. Drugi temeljni vir ekonomske rasti je podjetniški proces (prikazan s sliko 2), ki poteka v novih in rastočih podjetjih. Nanj odločilno poleg splošnih nacionalnih pogojev vpliva takoimenovani okvir podjetniških pogojev (Rebernik, 2003, str. 3-4).

Slika 2: Podjetniški proces in nacionalna ekonomska rast



Vir: Rebernik, 2003, str. 4.

2.2.2 Potrebe po novih podjetjih

Po podatkih s področja ustanavljanja in razvoja majhnih in srednje velikih gospodarskih družb je imela Slovenija v letih 1995-1998 med šestimi državami kandidatkami (poleg Slovenije še: Ciper, Estonija, Češka, Madžarska in Poljska) najnižjo stopnjo ustanovitve novih družb. To kaže na nezadostnost trenutne ureditve (Antauer, 2003, str. 4). Poleg tega se je na podlagi mednarodne raziskave GEM² za leto 2002 Slovenija uvrstila s svojim deležem celotne podjetniške aktivnosti z indeksom 4,63³ na 25. mesto med 37 državami.

Na podlagi analize razvoja podjetništva v Sloveniji v zadnjih desetih letih je pri malih in srednjih podjetjih opaziti, da pretežni del le-teh ne raste. Konkurenčnost malih in srednjih podjetij temelji preveč na dolgotrajnem trdem delu, na sorazmerno nizkih plačah; premalo pa na odličnem znanju, inovacijah in sodobni tehnologiji (Rebernik, 2003, str. 51).

Sklep GEM raziskave je, da v letu 2002 Slovenija še ne funkcioniira kot podjetniška družba. Za uspešen razvoj je nujno koordinirano sodelovanje med državo in podjetniki, saj le teh nihče ne more prisiliti k temu, da rastejo, zaposlujejo in se razvijajo. Vse to izhaja iz njihove samomotivacije, ki je odvisna od pogojev, ki jih ustvarimo v družbi. Temeljni izziv je tako, kako vzpostaviti jasno vizijo dolgoročnega razvoja Slovenije kot podjetniške družbe ter ustvariti vzpodbudno okolje, da bi se čimveč ljudi odločilo za podjetništvo (Rebernik, 2003, str. 48). Z vidika strukture slovenskega gospodarstva najbolj primanjkuje prav podjetij, ki

² Global Entrepreneurship Monitor: Raziskava, ki primerja podjetniško aktivnost med državami, ki skupno predstavljajo tri petine svetovnega prebivalstva in 90 odstotkov BDP. GEM metodologija je osredotočena na podjetniški proces v fazi nastajanja novih podjetij in njegovo povezanostjo z ekonomsko rastjo.

³ Ta indeks pomeni, da v Sloveniji 4,63% aktivnega prebivalstva načrtuje podjetniško dejavnost ali ima podjetje manj kot tri leta.

temeljijo na novih tehnologijah. Ta podjetja predstavljajo enega izmed stebrov rasti, razvoja uspešnih podjetij in visoke dodane vrednosti ter imajo zaradi tega v vseh razvitih državah posebno mesto. Tako številne države poskušajo z različnimi ukrepi industrijske politike motivirati njihov nastanek, rast in razvoj. V Sloveniji je povprečna dodana vrednost na zaposlenega leta 2000 znašala 19 tisoč evrov, v EU pa kar 80 tisoč evrov, kar je približno štirikrat več (Kaučič, 2002a).

Podjetja, ki temeljijo na novih tehnologijah, zahtevajo specifično podporno okolje, kot je bližina univerz, tehnološki parki, tvegani kapital, koncentracija podjetij, poslovne storitve, ipd. V tem podpornem okolju imajo pomembno vlogo tudi ustrezni infrastrukturni centri, kot so inkubatorji, tehnološki centri, tehnološki parki in tehnološke cone, ki pa v Sloveniji še niso povsem ustrezno razviti (Lesjak, 2003).

2.3 Možni ukrepi za povečanje podjetništva

2.3.1 Splošni ukrepi

Splošno okolje v katerikoli državi vpliva na obstoječa podjetja in panoge ter na nastajajoča in nova podjetja. Na nastajanje novih podjetij vpliva poleg splošnega okolja tudi okvir podjetniških pogojev, kamor spadajo (Rebernik, 2003, str. 4):

- o razpoložljivost različnih vrst finančne podpore (bančni sistem, rizični kapital, neformalno investiranje, poslovni angeli);
- o zasnovanost in vodenje vladne politike, ki je lahko bolj ali manj naklonjena podjetništvu;
- o izvajanje vladnih programov, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva;
- o razširjenost in kakovost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo;
- o obstoj in učinkovitost različnih mehanizmov za prenos raziskovalnih dosežkov in tehnologije v podjetniško prakso;
- o kakovost in dostopnost poslovne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja;
- o odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu oziroma velikost vstopnih pregrad;
- o dostop do fizične infrastrukture, potrebne za poslovanje podjetij;
- o kulturne in družbene norme, ki podpirajo ali zavirajo podjetniško aktivnost.

Omenjeni podjetniški pogoji vplivajo na obstoj in zaznavanje podjetniških priložnosti ter prav tako na podjetniško zmogljivost odraslega prebivalstva (Rebernik, 2003, str. 4).

Dejstvo je, da je za ustvarjanje novega kapitala potreben začetni kapital, da je predhodno znanje potrebno za absorpcijo novega znanja, da je torej izredno težko pospeševati podjetništvo v okoljih, kjer ni razvitih tovrstnih možnosti, ter da je potrebna določena raven razvitosti, da bi zgradili infrastrukturo, ki omogoča razvoj (Rebernik, 1995, str. 6-8).

Ko so enkrat osnovni pogoji za razvoj podjetništva zagotovljeni, je naslednji korak zagotavljanje rasti podjetniške dejavnosti oziroma njeno pospeševanje. Možni ukrepi za povečanje ekonomskih učinkov malega gospodarstva na dolgi rok (Gorenc, 1997, str. 12) so:

- o spodbujanje dinamičnega podjetništva z boljšo tehnologijo, uspešnejšim pristopom na trg, večjo možnostjo rasti - ki že obetajo, da bodo gospodarstvu največ prispevala;
- o ukrepi za povečanje konkurenčnosti že obstoječih malih podjetij;
- o povečanje relativnega deleža malih podjetij;
- o razvijanje podporne infrastrukture za pomoč in financiranje drobnih podjetij v različnih fazah njihovega razvoja (seed, start up in early stage);
- o spodbujanje sodelovanja in povezovanja med drobnimi podjetji.

Omenjeni ukrepi so večinoma v domeni države in njene politike, njihova uspešnost v praksi je precej odvisna od trenutnega stanja gospodarstva ter sodelovanja akademske in poslovne sfere pri izvajanju. Posebno pozornost je potrebno nameniti možnim negativnim posledicam pri izvajanju ukrepov za pospeševanje rasti. Država mora (Mulej, 1992, str. 40):

- o podjetnikom zagotoviti dostop do potencialov;
- o nikakor se ne sme mešati v vsebino njihovega posla;
- o ustvariti mora jasen ekonomski sistem, v katerem lahko podjetniki najdejo prave načine za zmanjšanje tveganja.

Za pristop države je hkrati zelo pomembno (Mulej, 1992, str. 41):

- o čim manj birokracije, predvsem naj zmanjša število predpisov in zakonov za podjetništvo,
- o promovira naj podjetništvo preko spodbujanja varčevanja kot osnovnega vira podjetniškega kapitala,
- o več denarja za izobraževanje podjetnikov,
- o manjši davki ter olajšave na začetku poslovanja in pri investicijah,
- o izvajanje državnih nakupov pri manjših podjetjih.

2.3.2 Možnosti za Slovenijo

V Sloveniji smo po mnenju nekaterih priča tako imenovanemu »evropskemu paradoksu« oziroma slabi povezavi med gospodarstvom in raziskovalno sfero (Slovenija je na 39. mestu med 49 državami po ocenah IMD Lausanne – Švica)⁴, kar se kaže tudi v manjši konkurenčnosti gospodarstva. Poleg tega je delež inovativnih podjetij v Sloveniji 28 odstotkov, medtem ko je delež v EU 40 odstotkov (Roškar, 2003). Slovenija nima naravnih bogastev ali konkurenčnih prednosti držav z notranjim velikim trgom, prav tako ne more graditi svoje konkurenčnosti na nizki ceni delovne sile zaradi previsokega standarda

⁴ Študija proučuje mednarodno konkurenčnost, izvaja jo poslovna šola IMD (Lausanne, Švica) skupaj s svetovnim gospodarskim forumom (Rebernik, 1997, str.18)

Slovencev. Zaradi omenjenega mora Slovenija graditi svojo konkurenčnost na inovativnosti, kakovosti, znanju in fleksibilnosti (Lesjak, 2003).

Kljub zakonodaji, še zlasti pa politiki vlade, ki ni dosledno podpirala razvoja podjetništva, je zaradi iniciative podjetnikov in nekaterih drugih posameznikov in organizacij prišlo v Sloveniji do nekaterih dosežkov (Plut, 1995, str. 44):

- o množično nastajanje novih malih in srednje velikih privatnih podjetij;
- o nastajanje prvih organiziranih oblik usposabljanja in izobraževanja podjetnikov (šole, tečaji podjetništva);
- o nastajanje podjetniških inkubatorjev, podjetniško inovacijskih centrov, informacijske mreže za podjetništvo, klubov za pospeševanje podjetniških pobud, svetovalnih centrov in podobnega;
- o simpoziji, konference na področju podjetništva in sodelovanje s tujimi strokovnjaki in institucijami;
- o širjenje različnih znanj na področju ustanavljanja in vodenja novih podjetij.

Podpora razvoju podjetništva prihaja iz različnih institucij, tako iz državnih kot tudi podjetniških krogov; med temi so centri za razvoj podjetništva oziroma malega gospodarstva, pospeševalni center malega gospodarstva, regionalne razvojne agencije, univerzitetni inkubatorji ter različni skladi (Salamon, 2003, str. 4).

Pospeševanje podjetništva skušajo omenjene institucije zagotavljati preko različnih načinov. Tehnološki parki skušajo podjetjem z vključitvijo v ustrezno okolje pomagati pri razvoju nove tehnologije, izdelkov in storitev ter dostopu do tržišča. Prav tako tehnološki parki z izoblikovanimi metodami dela zagotavljajo manjše tveganje in omogočajo večje učinke; s subvencioniranjem delovanja vplivajo na optimizacijo vloženi sredstev (Lesjak, 2003).

Temeljni cilj in hkrati tudi izziv za Slovenijo je vzpostaviti jasno vizijo dolgoročnega razvoja Slovenije kot podjetniške družbe ter ustvariti vzpodbudno okolje, da bi se čimveč ljudi odločilo za podjetništvo (Rebernik, 2003, str. 48). To mora država in družba zagotoviti z oblikovanjem ustreznih pogojev v splošnem okolju in zagotavljanjem okvira podjetniških pogojev.

3 POJAV IN OPREDELITEV ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA

Na podlagi raziskave uspešnosti programov za spodbujanje podjetništva med študenti na Irskem⁵ ugotavljam, da obstaja povezava med študentskim podjetništvom in podjetništvom, pravzaprav pozitiven vpliv enega na drugo. Razlog za izvedbo raziskave je bilo prepričanje, da podjetniške spodbude oziroma podjetniški programi, ki so študentom predstavljeni v času študija, kasneje spodbujajo podjetništvo diplomantov. Raziskava v veliki meri potrjuje ta sklepanja, saj je iz pridobljenih podatkov razvidno, da ustvarjanje zavedanja o podjetniškem procesu ter razvijanje in prenašanje znanj o oblikovanju podjetja lahko spodbuja podjetništvo pri diplomantih (Fleming, 1994). Ugotovitve raziskave podrobneje povzemam v točki 5.3.

Ob teh ugotovitvah se pojavljajo tudi določena vprašanja - ali k podjetništvu nagnjeni študentje že sami bolj ne izbirajo podjetniških možnosti in programov v času študija? Ali niso podjetniški atributi posameznikov morda vzrok, da si želijo take programe? Na drugi strani je živo vprašanje, ali se je podjetništva res moč naučiti. V literaturi lahko zasledimo, da je podjetniška vloga lahko kulturno in izkustveno priučena, nanjo pa vplivata izobraževanje in praksa (Gibb, 1987). Scott (1988) meni, da je dolgoročen pritok dobro izobraženih in dobro usposobljenih podjetnikov bistvenega pomena za močno in sodobno gospodarstvo. Vodenje hitro rastočih podjetij, še posebno tistih, ki temeljijo na tehnologiji, je zelo kompleksen postopek. Precej znanja je potrebna za soočanje s tovrstnimi težavami. Omenjene poglede je dodatno okrepila študija rasti malih podjetij, ki jo je izvedel Davidsson (Fleming, 1994) in je pokazala na pozitivno povezavo med študijem, sposobnostmi ter naraščanjem števila podjetij.

Iz rezultatov raziskave je razvidno, da je vloga izobraževalnega sistema pri vplivanju na podjetništvo močna in pomembna. Študentsko podjetništvo kot način praktičnega izobraževanja v času študija tako predstavlja enega izmed načinov spodbujanja podjetništva.

3.1 Pojav študentskega podjetništva

V evropskih razpravah se vedno več pozornosti namenja dvema temama: kako postaviti prave smernice za uspešno prihodnost podjetništva v Evropi ter katere poti izbrati za poučevanje podjetništva že v zgodnjih starostnih obdobjih (Gugelmo, 2002). Odgovori na vprašanja, kako in kdaj začeti, so zelo različni. Tako se na primer v nekaterih državah v ZDA že učenci v osnovnih in srednjih šolah učijo podjetništva in z njim povezanih spretnosti. Med drugim tudi

⁵ Raziskava je bila izvedena v obliki pošne ankete, na naključnem vzorcu 121 diplomantov, ki so sodelovali pri programu za spodbujanje podjetništva. Kontrolni vzorec so predstavljali diplomanti (119), ki se tega programa niso udeležili.

že vodijo podjetja, preko katerih ob mentorstvu učiteljev prodajajo svoje izdelke. Pri tem se pojavljajo pomisleki, ali morda to ne bo vplivalo na pretiran materializem teh dijakov.

Izobraževalni programi, ki vsebujejo zgodnji stik s poslovnim svetom, imajo v ZDA že precej dolgo zgodovino. Dva najbolj znana programa sta Junior Achievement Inc., ustanovljen 1919, in Distributive Education Clubs of America Inc., ustanovljen 1947. Vendar sama programa s finančnega vidika ne težita k uspešnosti, temveč razvijanju zmožnosti učencev. Podjetja, ustanovljena v okviru Junior Achievement, navadno likvidirajo po obdobju 18 tednov, medtem ko se drugi program praktično v celoti posveča prodaji in razvijanju prodajnih spretnosti (Galante, 1987).

Čeprav obstaja več različnih teorij in možnih načinov je nesporen pojav poskusov povezave teorije, naučene na univerzi, s praktičnimi procesi poslovnega sveta prav študentsko podjetništvo. O samem nastanku in razvoju različnih oblik študentskega podjetništva ni razpoložljivih uradnih podatkov. Po informacijah, ki sem jih uspel pridobiti, segajo prvi poskusi študentov v Evropi, da bi povezali študij s podjetništvom v 70-ta leta. Leta 1967 je namreč skupina francoskih študentov v sodelovanju s francosko fakulteto Grande École ESSEC razvila koncept »študentje kot podjetniki« ter ustanovila študentsko podjetje, imenovano Junior Enterprise. Namen tega podjetja je bil približati študentom svet ekonomije ter povezati univerzitetno okolje s podjetniškim (Uniforce, 2003, Gugelmo, 2002).

V ZDA so začetki študentskega podjetništva gotovo še zgodnejši, lahko bi jih povezali z razvojem izobraževalnega programa Junior Achievement Inc., ki je bil vzpostavljen leta 1919. Program je sicer srednješolski, namenjen razumevanju poslovnega sveta, kasneje se je razvil podjetniški modul (Galante, 1987). Predvidevam, da se je tedaj začelo s podobnimi programi tudi na ameriških univerzah, vendar mi podatkov o tem ni uspelo pridobiti.

3.2 Opredelitev študentskega podjetništva

Pri opredelitvi študentskega podjetništva sem upošteval, da se študentsko podjetništvo izraža v zelo različnih pojavnih oblikah. Te se med seboj razlikujejo tako glede konceptov, ciljev, poslanstva, vizij kot tudi združljivosti s študijskim procesom. Prav tako so nekatere oblike študentskega podjetništva precej avtonomne, neodvisne od univerze, medtem ko so druge z univerzo bolj povezane tako pravno kot tudi organizacijsko oziroma njihovo delovanje nadzira fakulteta.

Ob upoštevanju omenjenega sem študentsko podjetništvo opredelil kot **različne oblike organiziranosti študentov, katerih namen oziroma delovanje je povezano s prenašanjem znanja, pridobljenega na univerzi, v poslovno okolje** (Gugelmo, 2003, JADE, 2003).

3.3 Študentsko podjetništvo: koncept, cilji, združljivost s študijskim procesom

Osnovna ideja študentskega podjetništva je povezana s prenašanjem oz. uporabo znanja, pridobljenega na univerzi, v poslovno okolje. Pri tem ob različnih odzivih s strani univerz in poslovnega okolja nastajajo različne oblike in precej raznoliki koncepti študentskega podjetništva.

V okviru študentskega podjetništva se pojavlja več konceptov glede na usmeritev, iz katere izhaja največ razlik, tako lahko opredelimo dva prevladujoča koncepta (Gugelmo, 2002, LUI, 2003):

- o koncept, pri kateremu gre za povezovanje naučene teorije s prakso oziroma praktično izobraževanje v okviru večinoma neprofitnih organizacij;
- o koncept, kjer gre v večini primerov za uresničevanje poslovne ideje študentov, ki naj bi v končni fazi prerasla v podjetje diplomantov s pomočjo podpornega okolja, ki ga zagotavljajo fakultete ali podjetja.

Koncept, ki ga navajam kot drugega, je v praksi večinoma zastavljen v obliki podpornega okolja in se pojavlja v obliki informacijski centrov, univerzitetnih inkubatorjev in tekmovanj s poslovnimi načrti. Pri opredelitvi koncepta, ciljev in združljivosti s študijskim procesom sem se bolj osredotočil na prvi koncept, medtem ko sem drugega opisal pri oblikah pospeševanja študentskega podjetništva (v točki 6).

3.3.1 Koncept študentskih podjetij in podjetniških organizacij

Gre za pretežno neprofitne organizacije, ki jih vodijo študenti, lahko tudi profesorji. Vloga profesorjev, v kolikor so vključeni v organizacijo, je navadno v svetovanju in kontroli posameznih projektov, zagotavljanju kakovosti dela študentov ter vplivanju na večjo kredibilnost same organizacije. Študentje z izvajanjem različnih vrst projektov za podjetja v različnih sektorjih gospodarstva povezujejo teoretično znanje, naučeno na fakulteti, s praktičnimi podjetniškimi dejavnostmi. Zaradi same narave dela na takih projektih pridobivajo študentje različne izkušnje in spretnosti, kot so na primer: podjetniški duh, timsko delo, kreativnost, predstavitvene spretnosti, javno nastopanje, projektno vodenje, medkulturno razumevanje, delovne izkušnje ipd.

Člani teh študentskih organizacij izvajajo poslovne in tehnične študije za podjetja. Glede na to, da so člani študentje različnih fakultet, lahko take organizacije delujejo na širokem področju storitev, v vseh sektorjih in za različne vrste podjetij, kot so npr. mednarodne korporacije, mala in srednja podjetja, različne institucije, lokalne skupnosti ter za administracijo, podjetnike, banke ipd. Nekatera izmed najpogostejših področij delovanja so: trženje, obdelava podatkov, mednarodni razvoj, inženiring, komunikacije, okolje, vodenje

kakovosti, ustanovitev podjetij, finance, raziskave in razvoj, ravnanje s človeškimi viri, informacijska tehnologija (JADE, 2003).

3.3.2 Cilji študentskih podjetij in podjetniških organizacij

Osnovni cilj je premostitev razkoraka med teorijo in prakso s strani študentov različnih univerz. Ta cilj študentje uresničujejo z izvajanjem projektov za podjetja in različne institucije. Take organizacije se večinoma trudijo za čim večjo strokovnost pri izvedbi projektov in pri sami organizaciji. To poteka v različnih oblikah zagotavljanja kakovosti pri izvedbi projektov, projektnemu vodenju in vodenju same organizacije (JADE, 2003).

Cilje bi lahko združili v naslednjih točkah, vendar je potrebno omeniti, da različne študentske podjetniške organizacije in podjetja v različnih državah dajejo prednost različnim ciljem (JADE, 2003; Interno gradivo SPG, 2001; ŠPIK, 2003):

- o uporaba naučene teorije v praksi;
- o možnost pridobivanja dodatnega znanja in zaslužka;
- o pridobivanje izkušenj ter podjetniških znanj in spretnosti (timsko delo, javno nastopanje, organizacija in vodenje projektov, ipd.);
- o neposreden stik s podjetji, ki omogoča spoznavanje načina dela v podjetjih ter odpira možnosti zaposlitve.

Študentska podjetja v ZDA postajajo vedno bolj zanimiva kot način pridobivanja praktičnih izkušenj s strani študentov. Vzporedno z študentskimi podjetji se pojavljajo tudi neprofitne skupine, ki imajo cilj pomagati študentom pri vzpostavitvi študentskih podjetij ter jih naučiti podjetniških spretnosti. Njihovi predlogi bodočim študentskim podjetnikom so naslednji (In the Learning Business, 1999):

1. jasnost in soglasje glede cilja delovanja študentskega podjetja ter o količini dela, ki ga bodo prispevali študentje in predstavnik fakultete za sam projekt;
2. raziskati je potrebno tudi podjetniške priložnosti same izobraževalne ustanove, iz katere izhajajo študentje;
3. identificirati možne ovire pred samim začetkom ustanavljanja;
4. paziti je potrebno na zadolževanje;
5. poiskati nove trge in se izogibati pretiranemu osredotočenju na projekte za zbiranje denarja.

3.3.3 Združljivost s študijskim procesom

Izobrazba je eden ključnih dejavnikov pri razvoju podjetniške baze. Visoka izobrazba predstavlja prednost pri soočanju z zapleti in problemi sodobnega poslovanja; visoko kvalificirani diplomanti so pomemben vir potencialnega podjetniškega talenta (Fleming, 1994). Kirbyjev (Fleming, 1994) predlog za povečevanje števila k podjetništvu nagnjenih

diplomantov je podjeten pristop k učenju, pri katerem bi se študentje soočali z negotovostjo in kompleksnostjo ter razvijali vse spretnosti, ki so potrebne za vodenje podjetja.

Vključevanje študentov v podjetniške programe v času študija pozitivno vpliva na plane in želje po ustanovitvi lastnega podjetja po končani diplomu (Bernard, 1989, str. 15).

Primeri vključevanja študentskega podjetništva v študijski proces z namenom vplivanja na podjetniška nagnjenja diplomantov so od države do države precej različni. Tako so na primer v Veliki Britaniji in na Irskem v drugi polovici 80-ih let razvili in preizkusili več programov z ciljem spodbujanja študentov pri ustanavljanju podjetij (Fleming, 1994):

1. Program spodbujanja podjetnosti diplomantov⁶, katerega namen je pomoč diplomantom s poslovnimi idejami pri začetku poslovanja. Program so začeli izvajati na Škotskem (1983) in v Angliji (1984) s predstavitvenimi seminarji na večjih univerzah. Raziskava iz leta 1990 je pokazala, da od polovice do tretjine podjetij udeležencev tega programa še vedno posluje; ena glavnih ugotovitev raziskave je bila, da bi 90 odstotkov diplomantov za najmanj pet let prestavilo svoje podjetniške aktivnosti, če ne bi bilo pomoči tega programa.
2. Program podjetnosti v visokem šolstvu⁷, ki ga je začelo ministrstvo za zaposlovanje v letu 1987. Program je bil razvit s ciljem spodbujanja razvoja podjetniških kvalitet med posamezniki študenti, ki se izobražujejo v Angliji, na Škotskem, v Walesu ter v Severni Irski. Ta cilj skušajo doseči z razvijanjem prenosljivih znanj študentov z vključitvijo ustreznih, z delom povezanih ter na delu temelječih metod učenja, in nenazadnje s spodbujanjem študentov k prevzemanju večje odgovornosti za svoje učenje (Whiteley, 1995).
3. Program razvoja podjetnosti⁸, ki se je začel leta 1990 izvajati na Irskem ima za cilj programa opremiti mlade diplomante s potrebnimi podjetniškimi znanji, ki jim omogočajo pripravo, začetek in razvoj svojega podjetja. V praksi se program izvaja kot enoletna podpora mladim diplomantom pri raziskovanju in razvijanju njihove poslovne ideje. Vsakdo, ki vstopi v ta program, ima svojega nadzornika ter neke vrste štipendijo na tedenski osnovi; poleg tega pa tudi možnost financiranja stroškov razvoja. Po štirih letih je kot posledica tega programa delovalo 55 podjetij (od ustanovljenih 70), ki so ustvarila 219 novih delovnih mest.

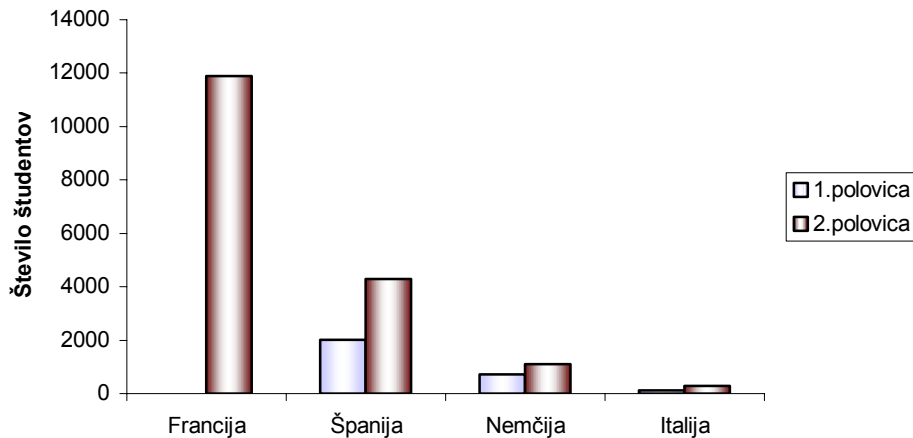
Raziskava profila članov v največji mreži študentskih podjetij in podjetniških skupin v Evropi, JADE, je pokazala naslednjo razporeditev glede faze študija, v kateri se nahajajo člani omenjene organizacije. Primerjava je bila opravljena za evropske države, ki imajo največ študentskih podjetij, včlanjenih v organizacijo JADE. Zaradi različnih dolžin študija v posameznih državah in na posameznih univerzah je bila razporeditev narejena glede na to, ali se študentje v posameznih študentskih podjetjih nahajajo v prvi ali drugi polovici študija.

⁶ The Graduate Enterprise Programme

⁷ The Enterprise in Higher Education Programme

⁸ The Enterprise Development Programme

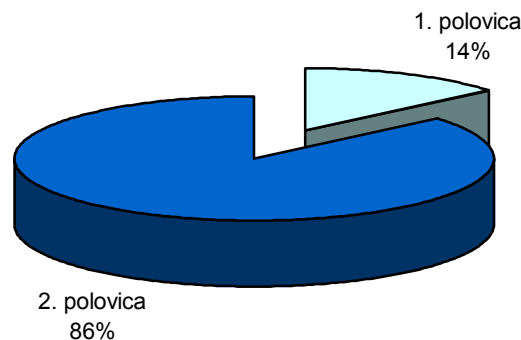
Slika 1: Faza študija – pregled po državah



Vir: Interna raziskava profila članov JADE, 2003.

Na podlagi dobljenih podatkov ugotavljam, da v vseh državah prevladujejo študentje v drugi polovici študija. Največje odstopanje je zaradi specifičnih razmer študija pri Franciji⁹, kjer so pravzaprav vsi študentski podjetniki v drugi polovici svojega študija.

Slika 2: Faza študija – pregled po deležu študentov



Vir: Interna raziskava profila članov JADE, 2003.

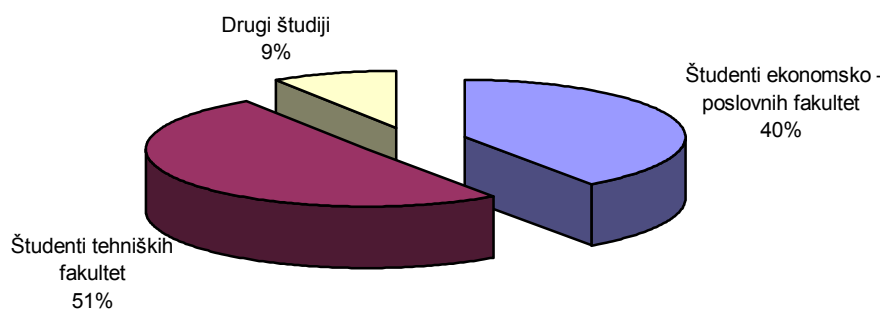
Skupna primerjava deležev študentov glede na fazo študija pokaže, da je delež študentov, ki se ukvarjajo s študentskim podjetništvom v drugi polovici svojega študija kar 86 %. Na ta odstotek sicer pomembno vplivajo specifične razmere v Franciji, vendar je kljub temu

⁹ Velika večina v raziskavo vključenih študentov študira na fakulteti “Grandes Écoles”, ki nudi 3-letni program študija. Za vstop nanjo se je potrebno pripravljati dve leti. Zato so francoski študentje, ki so v študentska podjetja vključeni v prvih dveh letnikih zaradi primerjave z drugimi državami, v drugi polovici.

mogoče zaključiti, da je precej večje zanimanje študentov za študentsko podjetništvo v višjih letnikih študija. Tedaj se očitno začnejo bolj zanimati za dodatno izobraževanje ter razvijanje podjetniških spretnosti. Vsi študiji vsekakor ne omogočajo podjetniških pristopov, poleg tega so akademski sistemi prav tako od države do države precej različni. To otežuje združevanje študentov glede na vrsto študija za različne države.

Primerjava vrste študija pokaže, da je praktično 90 odstotkov študentov znotraj organizacije JADE vpisanih na tehniške in ekonomsko-poslovne fakultete. Na podlagi omenjenih podatkov lahko sklepamo, da tovrstne smeri študijev omogočajo lažjo praktično aplikacijo v obliki projektov (glej sliko 3).

Slika 3: Deleži študentov posameznih vrst študijev v študentskih podjetjih



Vir: Interna raziskava profila članov JADE, 2003.

Na drugi strani ima lahko ukvarjanje s študentskim podjetništvom kot obštudijsko dejavnostjo lahko tudi negativne posledice na študente. To ugotavljam na podlagi primera Kitajske, kjer je veliko fakultet dovolilo svojim študentom, da za nekaj časa prekinejo z izobraževanjem in odprejo svoje podjetje; pri tem pa obdržijo študentski status. Vendar je prihodnost teh študentskih podjetij na Kitajskem precej negotova. Raziskava, ki sicer pokaže le »prez« stanja, ne analizira pa možnih vzrokov v 16 študentskih podjetjih na Kitajskem, je pokazala na:

- izredno počasno pridobivanje osnovnega kapitala,
- četrtnina študentskih podjetij je bila prodana ali združena,
- več kot polovica študentskih podjetij ni mogla poslovati zaradi primanjkljaja kapitala.

Glede na izkušnje iz Kitajske lahko udejstvovanje študentov v takih podjetjih negativno vpliva na samo študentsko podjetništvo in tudi študij (Prospect of student companies uncertain, 2000).

4 VPLIV, POTREBE IN MOTIVIRANOST ZA PRAKTIČNE IZKUŠNJE V ČASU ŠTUDIJA

Konkurenca za delovna mesta, ki je v času gospodarske recesije še večja, se je v ZDA začela kazati tudi v vedno večjem pomenu poletnega dela oziroma prakse pred samo zaposlitvijo. Podjetja tako kot dodaten kriterij pri izbiri novozaposlenih od študentov pričakujejo že določene delovne izkušnje pred samo zaposlitvijo. Praktične izkušnje so ob siceršnjem teoretičnem znanju postale konkurenčna prednost pri iskanju zaposlitve (A Mad Scramble for Internship, 2002).

Potrebe po praktičnih izkušnjah se niso začele kazati šele v zadnjih letih. Tako sta na primer Jackson in Vitberg (Fleming, 1994) analizirala posledice velike konkurence, pritiske k zniževanju stroškov ter pripojitve in prevzeme podjetij. Ugotovila sta, da se posledice kažejo v prestrukturiranju velikih podjetij ter vplivajo na rušenje tradicionalnih vrednot, kot so zvestoba zaposlencev, varnost in zasluge za dosežene rezultate. Omenjeno se odraža, tako Duffy in Stevenson, v naraščanju števila študentov, ki vidijo alternativo zaposlenosti v uveljavljenem podjetju, v odprtju in vodenju lastnega podjetja (Fleming, 1994). Tako postajajo študentska podjetja v ZDA vedno bolj zanimiva oblika pridobivanja praktičnih izkušenj s strani študentov. Vzporedno s študentskimi podjetji se pojavljajo tudi neprofitne skupine, ki imajo cilj pomagati študentom pri vzpostavitvi študentskih podjetij ter jih naučiti podjetniških spretnosti (In the learning business, 1999).

Učenje na podlagi praktičnih izkušenj je med najučinkovitejšimi načini učenja. Na ta način naj bi bila namreč povprečna stopnja pomnjenja posameznika, ki se uči preko praktičnih primerov kar 75-odstotna.

Tabela 1: Pomnjenje pri različnih metodah učenja¹⁰

| Metoda učenja | Povprečna stopnja pomnjenja v % |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| Predavanja | 5 |
| Branje | 10 |
| Avdio-vizualni pripomočki | 25 |
| Predstavitve, demonstracije | 30 |
| Skupine za diskusijo | 50 |
| Praktični primeri | 75 |
| Poučevanje drugih / takojšnja uporaba | 90 |

Vir: Lowery, 2003.

¹⁰ Tabela sem oblikoval na podlagi t.i. piramide učenja iz internetne predstavitve Loweryja (2003) v prilogi 2.

Pri upoštevanju zastavljenih ciljev študentskega podjetništva ugotavljam, da študentsko podjetništvo preko svojega delovanja omogoča učenje z visokimi povprečnimi stopnjami pomnjenja. S timskim delom, javnim nastopanjem ter vodenjem in delom na projektih so študentje bolj dovzetni za nova znanja. Študentsko podjetništvo s tega vidika in ob upoštevanju navedenih ciljev predstavlja tudi zelo dobro metodo učenja.

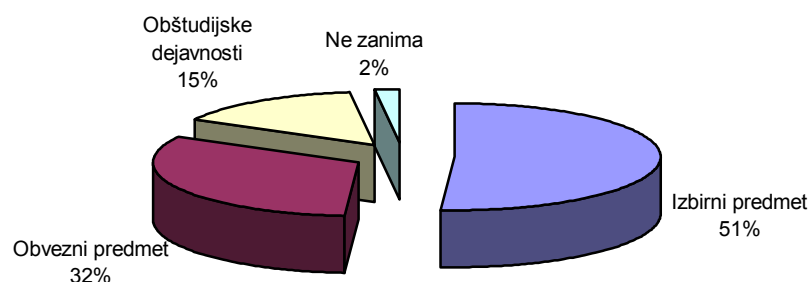
V nadaljevanju povzemam raziskavo, ki je bila izvedena v okviru poslovnega načrta za ljubljanski univerzitetni inkubator. Osredotočala se je na podjetniško ozaveščenost posameznih ciljnih skupin (študentov, visokošolskih učiteljev in podjetij) ter podjetniških namenov v poklicnih izbirah. Poglavitne ugotovitve raziskave povzemam z vidika vsake od ciljnih skupin posebej, in sicer v točki 4.1 mnenje študentov, v točki 4.2 mnenje visokošolskih učiteljev ter v točki 4.3 mnenje predstavnikov podjetij. V posameznih točkah dodajam še ugotovitve drugih avtorjev in raziskav v obliki primerjav in sklepov.

4.1 Mnenje študentov¹¹

Kar 90 % anketiranih študentov dodiplomskega študija meni, da bi jim sodelovanje v kakršnikoli obliki podjetništva koristilo pri kasnejši karieri. Odstotek je pri podiplomskih študentih, ki vidijo v sodelovanju pri podjetniških projektih koristi še višji, in sicer 98 %. Želje po podjetniškem izobraževanju v času študija je izrazilo kar 98 odstotkov anketirancev (glej sliko 4), kar kaže na veliko motiviranost posameznikov za tovrstna znanja (Drnovšek et al., 2003, str. 12).

4.1.1 Poklicne izbire po končanem študiju

Slika 4: Želje po dodatnem podjetniškem izobraževanju



Vir: Drnovšek et al., 2003, str. 12.

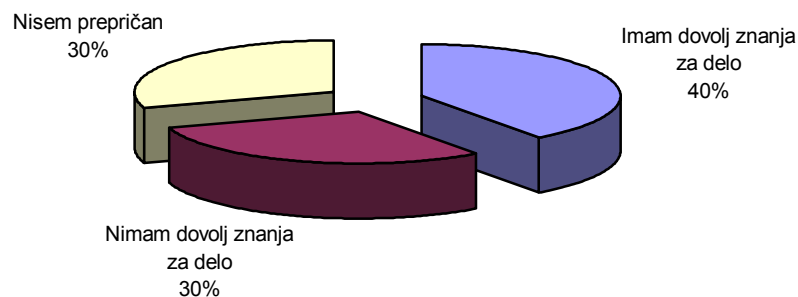
¹¹ Vzorec je zajemal 966 študentov, od tega 856 (88,6 %) dodiplomskih in 110 (11,2 %) podiplomskih. Največji delež anketiranih študentov je študentov EF in FE (37,6 % oziroma 36,9 % vseh anketiranih), sledijo študenti FKKT, BF in FFA. Največ anketiranih je starih 22 let, 55,2 % je starih največ 22 let. Zastopanost anketiranih po spolu je enakomerna, 58 % je moških, 42 % pa žensk.

Dobra polovica anketiranih študentov daje prednost podjetniškemu izobraževanju v obliki izbirnega predmeta, 32 % pa v obliki obveznega predmeta. V okviru obštudijskih dejavnosti, kamor v večini svojih oblik spada tudi študentsko podjetništvo, bi se izobraževalo 15 odstotkov anketirancev. Ti posamezniki predstavljajo »že motiviran« potencial študentskega podjetništva (Drnovšek et al., 2003, str. 12). O sami motiviranosti študentov za praktično izobraževanje kot obštudijski dejavnosti v okviru študentskega podjetništva zgovorno priča približno 22.000 študentov v trinajstih državah Evrope, ki preko leta delujejo v okviru mreže študentskih podjetij in podjetniških skupin v organizaciji JADE (Interna raziskava profila članov JADE, 2003). Glavni razlogi za odločanje študentov za podjetništvo, ki so bili ugotovljeni v raziskavi, ki je bila izvedena v Kanadi¹², so bili osebni izziv, želja biti sam svoj šef ter želja po ustvarjanju nečesa (Bernard, 1989, str. 7).

4.1.2 Poklicne izbire po končanem študiju

Skoraj 40 % anketiranih meni, da imajo dovolj znanja za strokovno delo na svojem področju, nekoliko zaskrbljujoč je podatek o 30-odstotnem deležu tistih, ki mislijo, da nimajo dovolj specifičnega znanja. V vzorec so bili vključeni posamezniki, ki se nahajajo v zadnjih letnikih različnih študijskih programov. Delež posameznikov, ki niso prepričani, ali imajo dovolj znanja, lahko kaže na njihovo neseznanjenost s potrebnimi znanji za delo na področju študija oziroma na neprepičanost v svoje lastno znanje, ki ga po vsej verjetnosti še niso preizkusili.

Slika 5: Mnenje o pripravljenosti za delo na svojem področju



Vir: Drnovšek et al., 2003, pril. v.

4.1.3 Poklicne namere študentov

Med anketiranimi študenti je le 5,5 %¹³ takih, ki želijo delati v svojem podjetju, kar je celo nižji odstotek od tistih, ki želijo delati v javni upravi. Omenjeni odstotek kaže na skromno

¹² Raziskava je bila izvedena leta 1989 na vzorcu 115 študentov dodiplomskega in podiplomskega študija, pretežno podjetniških smeri.

¹³ Pri podiplomskih študentih je ta odstotek pričakovano višji, in sicer 13,6%.

zanimanje za ustanovitev podjetij med študenti in odpira vprašanja usmerjenosti izobraževalnega sistema (Piry, 2003). Pri podobni raziskavi¹⁴, ki je bila izvedena 1991 v ZDA, je bil odstotek študentov, ki nameravajo delati v lastnem podjetju primerljiv, in sicer 5%. Pri popolni svobodi izbiranja med zaposlitvami je 55 % študentov izrazilo preferenco do dela v lastnem podjetju (Fleming, 1994). Omenjeno se odraža tudi pri nas, saj se ob ponujeni eksterni pomoči odstotek posameznikov, ki bi ustanovili podjetje, zviša na slabih 80 %, kar nakazuje na potrebe po razvoju podpornega okolja. Med oblikami podpore so največje potrebe po finančni pomoči ter informacijah. Od tistih, ki bi ustanovili podjetje, bi jih 66,6 % ustanovilo podjetje skupaj s partnerji, 14 % skupaj z družinskimi člani, 16,5 % pa samostojno. Glavne ovire za podjetniško dejavnost študentov predstavlja prioriteten položaj študija in pomanjkanje časa; pomembno oviro predstavlja tudi pomanjkanje začetnega kapitala (Bernard, 1989, str. 7).

4.1.4 Podjetniške predispozicije študentov

Kar 94 % anketiranih študentov daje prednost strokovnemu delu v interdisciplinarnih skupinah v primerjavi s samostojnim delom. O proizvodu oziroma storitvi, ki bi ga lahko proizvajali in si obetali dober zaslužek, razmišlja 51 % anketirancev, medtem ko ima 4,3 % že konkretno idejo. V razmišljanju o novem proizvodu 94 % odstotkov študentov Ekonomske fakultete v Ljubljani razmišlja z vidika tržne naravnosti, medtem ko skoraj polovico študentov ostalih fakultet zanima predvsem tehnološka plat produkta, kar kaže na pomemben vpliv smeri študija na pojav poslovnih idej. Poleg tega je iz odgovorov razvidno, da so študenti, ki so obkroženi s podjetnimi ljudmi, bolj nagnjeni k podjetništvu kot tisti, ki nimajo podjetniških znanecv.

4.1.5 Primerjava med dodiplomskimi in podiplomskimi študenti

Odstopanja pri odgovorih obeh skupin anketirancev so:

- o Skoraj enkrat višji delež podiplomskih študentov kot dodiplomskih namerava v naslednjih petih letih ustanoviti lastno podjetje.
- o Podiplomski študenti imajo v povprečju več izkušenj pri pripravi poslovnih načrtov, posebej študenti tehničnih in naravoslovnih fakultet.

Ugotovitev, da se študentje bolj zanimajo za podjetništvo in kariero v kasnejših letih študija, se potrjuje tudi pri primerjavi odstopanj v odgovorih med dodiplomskimi in podiplomskimi študenti, kar je najverjetneje posledica že pridobljenega znanja in potrebe po izbiri službe.

¹⁴ Brenner O.C. et al.: Perceived Fulfilment of Organisational Employment Versus Entrepreneurship. Journal of Small Business Management, Bk., 28(1991), 9. Raziskava je bila izvedena na vzorcu 237 diplomantov.

4.2 Mnenje visokošolskih sodelavcev¹⁵

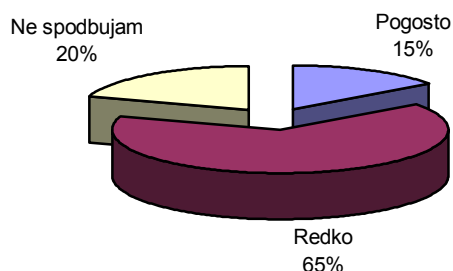
4.2.1 Potrebe po novih podjetjih

Večina (80 %) visokošolskih sodelavcev ocenjuje, da na njihovem strokovnem področju obstaja potreba po vstopu novih podjetij. Ključne omejitve za vstop novih podjetij v panogo, na katero se navezuje njihovo strokovno področje, vidijo predvsem v:

- o pomanjkljivih sredstvih za ustanovitev, kar je kot glavno omejitev navedlo 46 % anketirancev,
- o nezadostnih tržnih potrebah (14 %).

V nasprotju z zaznavanjem potreb po novih podjetjih profesorji ne spodbujajo pogosto študentov k podjetništvu (glej Sliko 6), kar je gotovo tudi posledica neprilagojenega izobraževalnega programa za podjetniške spodbude (Piry, 2003).

Slika 6: Pogostost podjetniških spodbud študentom s strani profesorjev



Vir: Drnovšek et al., 2003, pril. viii.

Velika večina profesorjev ne spodbuja študentov k podjetništvu ali pa to počno redko, kar pomeni, da morajo študentje iniciativo za podjetnost bolj ali manj najti v sebi oziroma v svojih podjetniških kolegih.

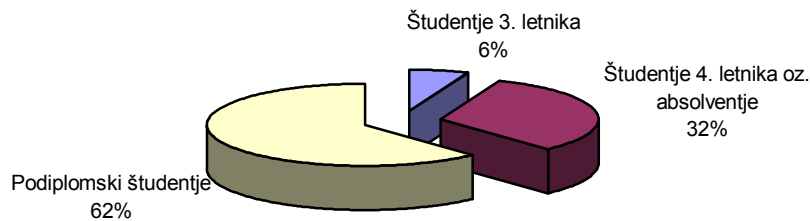
4.2.2 Zadovoljstvo študentov z delom visokošolskih sodelavcev

Visokošolski sodelavci imajo zaradi narave svojega dela največ stika s študenti. Iz tega razloga so tudi dobro seznanjeni s povprečno ravniyo znanja študentov ter njihovimi sposobnostmi. Na podlagi podatkov v sliki 7 ugotavljam, da velika večina visokošolskih

¹⁵ Na vprašalnik je odgovorilo je 90 visokošolskih sodelavcev. Moških respondentov je 76 %, ženskih pa 24%. Na BF predava 17 % respondentov, 23 % na EF, 36 % na FE, 21 % na FFA in 3 % na FKKT. Povprečno število let delovnih izkušenj respondentov na fakulteti znaša petnajst let, povprečno število let izkušenj v praksi pa tri leta.

sodelavcev meni, da študentje dosežejo zadovoljivo raven strokovnega znanja šele s podiplomskim študijem, kar gotovo ni vzpodbudno mnenje. Mnenje izraža potrebo po dodatnih znanjih in spretnostih, ki bodo študentom omogočila, da dosežejo zadovoljivo strokovno znanje s svojega področja pred zaključkom visokošolskega izobraževanja.

Slika 7: Mnenje visokošolskih sodelavcev o doseganju zadovoljive strokovne usposobljenosti



Vir: Drnovšek et al., 2003, pril. ix.

Profesorji so bili pri odgovorih tudi strogi pri ocenjevanju tehničnega znanja diplomantov, ki bi jih potrebovali za ustanovitev in vodenje podjetja. Med anketiranimi profesorji jih 72 % meni, da imajo diplomanti malo ali kar veliko premalo potrebnega tehničnega znanja. Po mnenju polovice visokošolskih sodelavcev imajo študentje dovolj poslovnega znanja, ostalih 50 % pa tudi v tem primeru ocenjuje poslovno znanje diplomantov kot pomanjkljivo. Vsi respondenti so enotnega mnenja, da so podjetniška znanja vsekakor koristna za kasnejšo kariero in kar 79 % odstotkov je pripravljeno nuditi strokovno pomoč študentom pri ustanavljanju novega podjetja.

4.3 Mnenje podjetij¹⁶

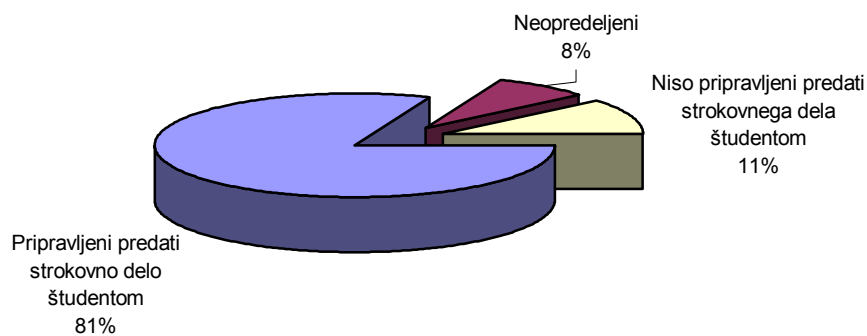
Polovica respondentov podjetij, ki do sedaj še ni sodelovala s fakultetami, si takšnega sodelovanja ne želi niti v prihodnosti. Med tistimi, ki si želijo sodelovanja, bi se večina odločila za honorarno zaposlitev študentov (13 %), sodelovanje pri raziskovalnih projektih (25 %) oziroma si želijo obeh oblik sodelovanja (25 %). Podjetja v manjši meri kažejo željo po sodelovanju s profesorji (7 %) oziroma habilitaciji svojih strokovnjakov na Univerzi v Ljubljani (9 %).

¹⁶ Odgovorilo je 48 podjetij. Moških respondentov je 87 %. Več kot 90 % respondentov ima visokošolsko izobrazbo. Več kot 10 let delovnih izkušenj ima 80 % respondentov, pri čemer ima največji delež izkušnje na področju vodenja (19 %) in na področju razvoja in tehnologije (15 %). Na več področjih (tudi marketing, proizvodnja, finance ipd.) ima izkušnje 50%. Večina respondentov (56 %) je zaposlenih v podjetju kot manager, 11 % je lastnikov podjetja, 4 % je ustanoviteljev, ostalih 28 % pa je v podjetju v vseh omenjenih funkcijah.

4.3.1 Pripravljenost podjetij za nakup storitev študentskih podjetij

Mnenje predstavnikov podjetij o potencialni kakovosti dela študentskih podjetij je izhodišče za pripravljenost nakupa storitev študentskih podjetij. Podjetja so v veliki meri pripravljena kupiti storitve študentskih podjetij (Graf 7), kar je zelo spodbuden podatek za študentsko podjetništvo, ki ima očitno na strani povpraševanja realen potencial.

Slika 8: Pripravljenost podjetij za nakup študentskih storitev

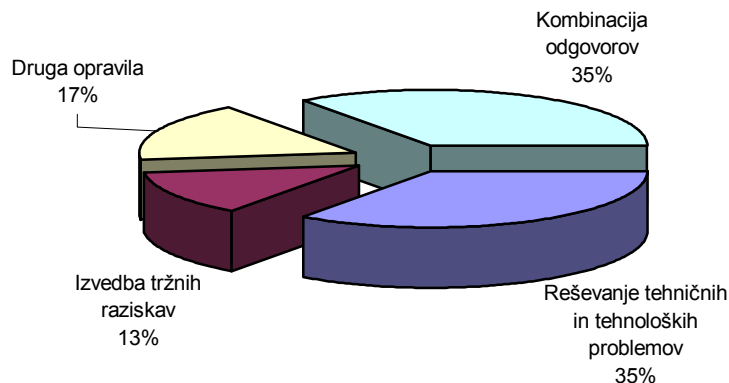


Vir: Drnovšek et al., 2003, pril. xi.

Na podlagi podatkov o pripravljenosti podjetij za nakup študentskih storitev ugotavljam, da na strani podjetij praktično ni večjih zadržkov, povezanih z možno kakovostjo storitev, ki jih lahko ponudijo študentje v študentskih podjetjih. Kljub temu je treba upoštevati še to, da so podjetja, ki z Univerzo že sodelujejo in so tako že imela stik s študenti, bolj skeptična glede predajanja strokovnega dela študentom. Takih, ki bi najela študente za strokovno delo, je 79%, v drugi skupini podjetij je takih 86 %. Razlog za tako razliko je najverjetneje v slabih izkušnjah s študentskim podjetništvom v preteklosti, kar ob dejstvu, da je to v Sloveniji še precej neuveljavljeno, dodatno kaže na potrebo po strokovnem svetovanju in pomoči.

Podjetja so pripravljena študentom zaupati izvajanje tudi bolj zahtevnih storitev, ki so strateškega pomena za podjetja, kot npr. reševanje tehničnih in tehnoloških problemov ter tržnih raziskav (glej sliko 9). Zaupanje v znanja, ki jih študentje pridobijo na univerzi, se kaže tako tudi pri vrstah dela, ki so jih podjetja pripravljena prepustiti študentom. Vrste poslov, ki bi jih podjetja naročila pri študentskih podjetjih, so še: raziskovalni projekti, meritve, administrativna dela, zbiranje literature ipd. Seveda je zaupanje v strokovno znanje strogo povezano z letnikom, v katerem se študentje nahajajo. Po mnenju 44 % respondentov so za strokovna dela dovolj usposobljeni študenti četrtega letnika oziroma absolventi, 40 % jih meni, da so za opravljanje strokovnega dela usposobljeni le podiplomski študenti, slabih 10 odstotkov pa bi zaupalo strokovno delo tudi študentom tretjega letnika dodiplomskega študija.

Slika 9: Vrste dela, ki bi jih podjetja zaupala v izvajanje študentom



Vir: Drnovšek et al., 2003, pril. xii.

5 KORISTI OD ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA

Dejstvo je, da študentsko podjetništvo preko svojih različnih pojavnih oblik vpliva na okolje, v katerem se pojavlja, ter na vse udeležence procesa. V nadaljevanju sem se osredotočil le na vidik koristi, ki jih študentsko podjetništvo lahko prinaša posameznim skupinam. Ali se ti pozitivni vplivi tudi v resnici pojavljajo, je odvisno od več dejavnikov in sicer resnosti posameznih študentskih organizacij in podjetij, osebne angažiranosti posameznih študentov, povezanosti študentskih podjetij z univerzo, ipd. Na podlagi podatkov raziskave, izvedene na Irskem, ugotavljam tudi morebitne pozitivne vplive študentskega podjetništva na gospodarstvo (v točki 5.3).

5.1 Koristi za študente

Šola za podjetništvo Longwood College je leta 1994 razvila model kakovosti z namenom boljše priprave študentov za delo. Glavne komponente tega modela so (Wood, 2000, str. 44-47):

- o razvijanje praktične študijske izkušnje in sposobnosti,
- o učinkovita organizacijska struktura poslovne fakultete ter
- o močan sistem vrednot fakultete, ki odraža bistvene vrednote poslovnega sveta.

Model se je v praksi izkazal kot zelo učinkovit in uspešen. Ena izmed predpostavk tega modela je tudi, da je študij lahko uspešen le, če imajo študentje praktične tržne izkušnje, učinkovito organizacijsko strukturo v poslovni šoli ter razvit močan sistem vrednot. V okviru različnih oblik študentskega podjetništva se posamezniki soočajo in spopadajo s podobnimi situacijami in problemi, kot se pojavljajo na različnih ravneh in področjih podjetja. Na ta način pridobivajo izkušnje in znanja, ki jih le preko »teoretičnega učenja« ni moč razviti in

pridobivajo konkurenčne prednosti pred študenti, ki takih izkušenj in sposobnosti niso razvili in pridobili (Ottavi, Pienkowska, 2002).

Koristi, ki jih posamezniki pridobivajo preko delovanja v študentskih podjetjih, je glede na cilje študentskih podjetij in podjetniških skupin moč povzeti v naslednja področja:

- razvoj podjetniških spretnosti,
- pridobivanje novih strokovnih znanj in zaslужka,
- ustvarjanje novih poznanstev in kontaktov med drugimi študentskimi podjetniki in v podjetjih, državnih institucijah in najrazličnejših organizacijah.

5.1.1 Razvoj podjetniških spretnosti

Preko projektnega dela, tako znotraj študentskega podjetja kot v obliki projektov za različne naročnike (podjetja, državne institucije, univerzo, ipd.), imajo študentje priložnost razviti določene podjetniške spretnosti. Študentje imajo tako priložnost (Foundation of a Student-Run Consulting Company, 2002):

- o reševati poslovne probleme;
- o iskati nove rešitve in ideje;
- o razvijati nove strategije;
- o sprejemati nove izzive;
- o ter pridobivati izkušnje.

Z delom v timih se naučijo prevzemanja odgovornosti, komunikacije z drugimi člani timov ter z naročniki, postavljanja časovnih prioritet, poleg tega razvijajo vodstvene in organizacijske spretnosti.

5.1.2 Pridobivanje novih strokovnih znanj in zaslужka

Študentska podjetja v svojem delovanju pokrivajo različna področja. Projekti, ki jih izdelujejo za naročnike, so tako (Ottavi in Pienkowska, 2002): trženjski projekti, projekti s področja financ, tehnični projekti, projekti s področja informacijske tehnologije in številni, drugi projekti, kar je odvisno od vrste in smeri študija. Delo pri interdisciplinarnih projektih in delo pri projektih s področja študija omogoča posameznikom pridobivanje novih znanj. Poleg izobraževalne funkcije je študentsko podjetništvo tudi priložnost za zaslужek, saj so projekti za naročnike večinoma izpeljani za plačilo.

5.1.3 Ustvarjanje novih poznanstev in kontaktov

Študentje, ki izvajajo projekte za naročnike, so v kontaktu z najrazličnejšimi podjetji, institucijami in organizacijami tudi na mednarodnem nivoju. Na ta način imajo na eni strani možnost spoznati, kako delujejo podjetja, po drugi strani lahko tudi podjetja na ta način spoznajo posamezne študente, njihove sposobnosti in znanja ter jih na ta način preizkusijo in kasneje tudi zaposlijo (Interno gradivo društva SPG, 2001). Poleg tega so v stiku s podobno mislečimi in motiviranimi posamezniki, s katerimi lahko uresničijo skupne podjeme¹⁷ in ideje. V nemškem podjetju Oscar tako svoje podjetje ustanovi kar 30 % mladih strokovnjakov (Kaučič, 2002).

5.2 Koristi za podjetja

Ameriška podjetja so pri zaposlovanju novih kadrov vedno bolj zahtevna in tako od diplomantov, predvsem poslovnih fakultet, pričakujejo že določene praktične izkušnje ter nekatere s službo povezane spretnosti. Na podlagi raziskave, ki jo je izvedla ameriška poslovna fakulteta Univerze v Longwoodu, so pričakovanja zaposlovalcev od diplomantov naslednja (Wood, 2000, str. 44-47):

- o imeti morajo praktične izkušnje,
- o imeti morajo močan sistem vrednot kot osnovo za sprejemanje etičnih odločitev,
- o delati in učiti se morajo v in iz okolja, ki je podobno tistemu v uspešnih podjetjih,
- o preko učenja timskega dela morajo biti sposobni učinkovito delovati v heterogenih timih, tako z vidika hierarhije kot vrednot,
- o zelo dobro morajo imeti razvite komunikacijske spretnosti.

Koristi od sodelovanja podjetij s študentskimi podjetji je moč ugotavljati z več vidikov, in sicer (Ottavi in Pienkowska, 2002):

- o projekti, ki jih izvajajo študentska podjetja za podjetja, ki so naročniki,
- o sponzorstva, namenjena študentskim podjetjem in mednarodnim mrežam študentskih organizacij,
- o osebni stik s študenti.

5.2.1 Projekti, ki jih izvajajo študentska podjetja

Študentska podjetja so zaradi svojega koncepta in ciljev, prenašanja izkušenj iz generacije na generacijo ter svetovanja s strani visokošolskih sodelavcev in dostopnosti informacijske tehnologije, sposobna izvajati visokokakovostne projekte za svoje naročnike. Poleg tega lahko zaradi načina poslovanja in organiziranosti projekte izvajajo z nižjimi stroški kot podjetja, ki na trgu ponujajo tovrstne storitve in na ta način ponudijo konkurenčne cene (Ottavi in Pienkowska, 2002). Študentje v večini tovrstnih študentskih podjetij (govorim o

¹⁷ S podjemom označujem posel oz. "podjetje" v njegovi vsebini in ne v njegovi pravni obliki oz. pojavnosti (Pšeničny, 2000, str. 7).

organiziranosti študentskih podjetij in podjetniških skupin pod okriljem mednarodne organizacije JADE, ki je največja tovrstna organizacija na svetu) niso redno zaposleni, poleg tega imajo v večini subvencionirane pisarne in pripadajočo infrastrukturo.

5.2.2 Sponzorstva, namenjena študentskim podjetjem

Sponzorstva se izvajajo v več oblikah (Herberg, 2003):

- o sponzoriranje posameznega študentskega podjetja, kjer gre ponavadi za materialna sponzorstva v obliki programske opreme, računalnikov, pisarne, ipd.;
- o sponzoriranje mednarodnih srečanj, ki jih organizirajo posamezna študentska podjetja. Gre v večini primerov za organizacijo okroglih miz na teme, ki jih predlaga podjetje, organizacijo delavnic v povezavi z aktualnimi problemi podjetja, razna predavanja s strani podjetij ter različne oblike oglaševanja.

Preko omenjenih oblik sponzoriranja imajo podjetja priložnost predstaviti sebe in svoje delovanje mednarodnim skupinam visokih potencialov ter bodočim podjetnikom. Ob tem lahko podjetja pridobijo tudi koristne povratne informacije, odvisno od oblike sponzoriranja (Ottavi, Pienkowska, 2002).

5.2.3 Osebni stik s študenti

Podjetja, ki so v neposrednem stiku s študentskimi podjetniki, lahko ocenjujejo delo in sposobnosti potencialnih kandidatov za službo v njihovem podjetju, še preden so le-ti diplomirali (Ottavi, Pienkowska, 2002).

5.3 Koristi za gospodarstvo

Po mnenju Vahčiča podporna okolja za spodbujanje študentskega podjetništva in samo študentsko podjetništvo vsekakor nimajo velikega vpliva na makroekonomijo in rast bruto domače proizvodnje. Sodijo med t.i. »fine mehanizme« gospodarskega razvoja. Ti fini mehanizmi dajejo rezultate šele na dolgi rok, kar učijo izkušnje iz Irske in drugih uspešnih držav (Kaučič, 2002).

Vplivi študentskega podjetništva in spodbujanja le-tega se kažejo:

- o v bolj kvalificiranih delovni sili, z večjo željo po samouresničevanju in samoizpopolnjevanju, že pri novačenju zaposlencev;
- o večji stopnji podjetništva, ki ga med študenti spodbujajo različna podporna okolja v času študija.

Koristi predstavljam v nadaljevanju z glavnimi ugotovitvami raziskave, izvedene na Irskem (glej stran 11), ki je proučevala vpliv, učinkovitost in uporabnost podjetniških programov pri omogočanju in spodbujanju diplomantov za ustanavljanje svojih podjetij. Rezultati te raziskave so pokazali naslednje (Fleming, 1994):

- o študentje, ki so v času študija sodelovali pri kakšnem od podjetniških programov, se bolj pogosto udeležujejo podobnih tečajev tudi v obdobju po koncu študija, v primerjavi s študenti, ki tem programom v času študija niso bili izpostavljeni;
- o skoraj polovica študentov (45 %), ki je bila v času študija izpostavljena kateremu od podjetniških programov, meni, da so jim ti pomagali pri izbiri službe. Od teh jih 11 % meni, da je imelo sodelovanje pri katerem od podjetniških programov »zelo pomemben« vpliv na izbiro kariere. Posamezni anketiranci so izpostavili tudi pomembno vlogo takih programov pri razgovorih za službo, ki se je kazala v velikem zanimanju zaposlovalcev;
- o med vsemi anketiranci je bilo 17 % takih, ki menijo, da tovrstni programi spodbujanja podjetništva med študenti pomenijo priložnost, da študentje razvijejo projekt za začetek svojega podjetja;
- o dvakrat več diplomantov ($n = 6$), ki so sodelovali pri programu spodbujanja podjetništva je odprlo svoje podjetje, v primerjavi s posamezniki ($n = 3$), ki tem programom niso bili izpostavljeni;
- o anketiranci, ki so ustanovili svoja podjetja, so morali po pomembnosti razvrščati različne faktorje, ki so vplivali na njihovo odločitev, da postanejo podjetniki. Kot najpomembnejši faktor sta obe skupini anketirancev navedli prepoznavanje dobre podjetniške priložnosti. Skupina, ki se je udeleževala programov podjetništva v času študija, je kot drugi najpomembnejši faktor navedla prav te programe.

Pozitiven vpliv študentskega podjetništva na podjetništvo nasploh potrjujejo tudi rezultati raziskave iz Kanade, kjer kar 72 odstotkov posameznikov, ki so se ukvarjali s podjetništvom v času študija, nameravalo začeti podjetniški podjem po končanem študiju (Bernard, 1989, str. 8).

5.4 Koristi za univerzo

Podjetniška usmeritev v obliki spodbujanja organiziranih oblik študentskega podjetništva prinaša določene koristi tudi univerzi. Koristi so odvisne od vpletenosti študentskega podjetništva v učni proces ter moči in oblik povezave univerze s študentskimi podjetji in podjetniškimi organizacijami.

Temeljne koristi za univerzo prihajajo iz naslednjih usmeritev (Ottavi, Pienkowska, 2002):

- o cilji študentskih podjetniških organizacij so večinoma usmerjeni k istim ciljem kot cilji univerze,
- o promocija univerze v poslovnem okolju,
- o promocija univerze v medijih,
- o promocija med drugimi študenti.

Pri bolj povezanih oblikah, primer je program Podjetnost v visokem šolstvu, ki se izvaja v Angliji, so bili ugotovljeni naslednji pozitivni učinki podjetniških programov na univerzo (Whiteley, 1995, str. 11):

- o ustvarjanje baze strokovnega znanja, ki omogoča razvoj in prilagajanje podjetniških aktivnosti v spreminjajočem se zunanjem okolju,
- o ustvarjanje močnejših povezav med poslovno in akademsko sfero,
- o vpliv na višjo pozicijo ter upravičevanje koncepta in prakse podjetniškega izobraževanja,
- o vpliv na razvijanje profila zaposlenih na univerzi,
- o promocija oblikovanja komunikacijskih poti za vpliv študentov na poučevanje in učni načrt.

Prav tako razvoj strategij in pristopov k podjetniškem poučevanju s strani posameznih fakultet omogoča številne povezave med samimi fakultetami in naslednje prednosti (Whiteley, 1995, str. 11):

- o kontinuirano zavezanost k razvoju zaposlenih na fakulteti, preko podpiranja inovacij pri poučevanju, učenju ter ocenjevanju,
- o razvijanje partnerskega odnosa z zaposlovalci,
- o povezovanje med različnimi fakultetami z namenom izmenjave dobrih idej in koristnih izboljšav,
- o učinkovito sodelovanje študentov pri odločanju in spremljanju na vseh ravneh,
- o uporaba ugotovitev podjetniških programov pri postopkih uvajanja in presojanja, kar posledično zagotavlja kakovost vseh programov.

Poleg omenjenega je veliko fakultet po uvedbi programa Podjetnost v visokem šolstvu namenilo znatna finančna sredstva za inovacije ter razvoj učenja in poučevanja. Mnoge fakultete so tudi ustanovile izobraževalno-razvojne oddelke, pogosto v povezavi s komisijami za učenje in poučevanje, z namenom izpolnjevanja ciljev tega programa (Whiteley, 1995, str. 11).

6 SPODBUJANJE ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA

Dve izmed bolj razširjenih oblik spodbujanja podjetništva, ki se pojavljata v smislu zagotavljanja podpornega okolja, sta podjetniški inkubator in tehnološki center oziroma park. V obeh primerih gre za splošna podporna okolja, katerih namen je spodbujanje razvoja tehnološko naravnanih podjetij in podjetništva nasploh. V praksi se z namenom spodbujanja študentskega podjetništva konceptualna zasnova pogosto prenaša tudi v univerzitetno okolje. V nadaljevanju na kratko podajam koncepta obeh podpornih okolij.

Tehnološki centri in parki

Tehnološki centri in parki opravljajo svoje poslanstvo z nudenjem pomoči tehnološko naprednim podjetjem. Z vključitvijo v ustrezno okolje jim pomagajo pri razvoju nove tehnologije, izdelkov in storitev. Poleg tega je poslanstvo tehnoloških centrov in parkov še (Tehnološki park Ljubljana, 2003):

- o ustvarjati motivacijo in klimo za razvoj podjetništva, zasnovanega na lastnem znanju,
- o promovirati samozaposlovanje kot sodoben trend v družbi,
- o ustvarjati pozitivno podobo podjetnika,
- o nuditi podjetnikom poglobljene informacije,
- o ustvarjati nova delovna mesta v regiji,
- o pomagati pri preobrazbi regionalnih potencialov v ekonomske kategorije in
- o preko tujih partnerjev in mednarodnih povezovalnih mrež uvrščati tehnološko napredno podjetništvo regije na globalno tržišče.

Inkubatorji

V splošnem ločimo med dvema konceptoma dejavnosti inkubatorjev (Drnovšek et al., 2003, str. 3):

1. **Ameriški model inkubatorja** je zasnovan popolnoma tržno. Inkubator je podjetje, ki se ukvarja z ustanavljanjem in razvijanjem novih podjetij. Osnovna storitev je oddajanje prostorov podjetjem. Povprečna površina oddanih prostorov se giblje med 50 in 1.000 m².
2. **Model EU s t.im. BIC oziroma podjetniško inovacijskimi centri** daje večji pomen storitvam svetovanja in razvoju profesionalnih znanj. V center je lastniško vloženi več javnih sredstev s pretežnim ciljem pospeševanja regionalnega razvoja.

Spodbude za študentsko podjetništvo prihajajo iz različnih smeri in institucij, tako s strani države kot tudi iz podjetniške sfere. Prav tako različne so tudi oblike spodbud; v splošnem bi jih lahko opredelili kot (Tovarna podjetij, 2003):

- o informacijske centre za pomoč mladim podjetnikom,
- o univerzitetne inkubatorje,
- o sklade, namenjene mladim podjetnikom,
- o pomoč pri izvajanju študentskih projektov za podjetja,
- o tekmovanja za izbor najboljšega poslovnega načrta.

Oblike podpore in spodbud se razlikujejo od države do države. ZDA so gotovo vodilna država tako glede možnosti kot tudi podpore študentskemu podjetništvu. Tako na primer fundacija Rudd, ki je sicer privatni, neprofitni sklad, omogoča študentom državne univerze v Kansasu financiranje perspektivnih poslovnih idej in načrtov. Sklad razpolaga z milijonom dolarjev sredstev, njegov namen je spodbujati podjetniško izobraževanje ter vplivati na pospešitev ekonomskega razvoja v državi Kansas. Sklad prav tako nudi nekaj oblik pomoči študentom,

ki si iz njega želijo pridobiti sredstva, in sicer (New program offers student business opportunities, 2000):

- o pomoč pri pripravi poslovnega načrta,
- o ocena poslovnega načrta in predlogi za izboljšave,
- o mentorstvo študentom, ki pridobijo sredstva iz sklada.

Izbor za pridobitev sredstev iz sklada se opravlja na podlagi naslednjih kriterijev: poslovna ideja mora izkazati veliko verjetnost uspeha, prav tako mora obetati dobičkonosnost in prispevati k ekonomiji Kansasa. Študentje, ki predložijo poslovni načrt, morajo pokazati močno predanost ter odločnost, da poslovna ideja uspe.

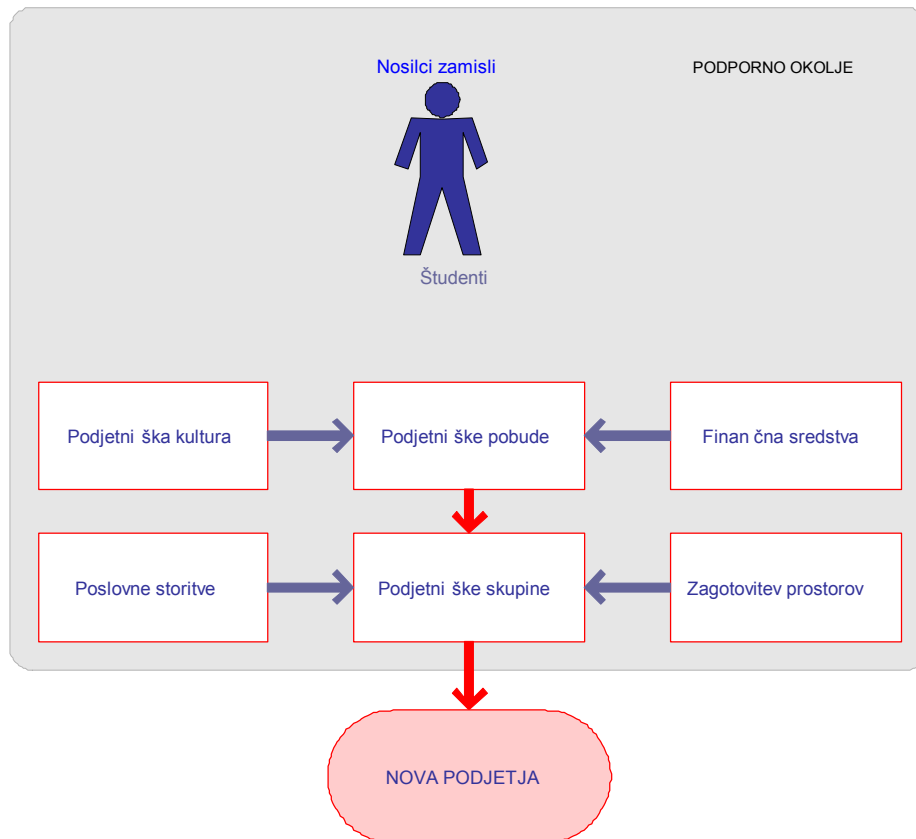
V splošnem so oblike spodbud študentskemu podjetništvu usmerjene k naslednjim ciljem (Tovarna podjetij, 2003):

- o integriranju številnih iniciativ z namenom ustvariti kritično maso znanja, izkušenj in resursov ter omogočiti mladim, visokoizobraženim strokovnjakom, zlasti tehniških profilov, da ustvarijo podjetje in ga uspešno vodijo,
- o organiziranju niza aktivnosti in dogodkov, ki spodbujajo mlade, da prevzamejo pobudo pri ustvarjanju svoje prihodnosti,
- o omogočanju strokovne pomoči mladim inventorjem in podjetnikom pri izvedbi analize trga in izdelavi poslovnega načrta,
- o zagotavljanju mreže povezav med mladimi in poslovnim okoljem,
- o organiziranju delavnic, seminarjev in strokovne pomoči mentorjev za pospešitev tržne realizacije poslovnih idej,
- o izvajanju natečajev za izbor najboljših poslovnih načrtov kot motivacijo in priložnost za mlade, da preverijo svoje podjetniške ideje,
- o zagotavljanju prostorov z opremo in drugimi viri, ki omogočajo študentom, da na enem mestu razvijajo svojo podjetniško idejo,
- o izvajanju drugih aktivnosti, ki pripomorejo k temu, da je prenos novosti v podjetniško prakso hitrejši in bolj uspešen.

6.1 Univerzitetni inkubatorji kot oblika pospeševanja študentskega podjetništva

Univerzitetni inkubatorji so v tujini že precej razširjena oblika spodbujanja podjetništva med študenti, tako ima v ZDA že vsaka večja fakulteta svoj inkubator (Vahčič v Kaučič, 2002). Z zagotavljanjem podpornih okolij se skuša stimulirati študente za ustanavljanje podjetij. Univerzitetni inkubatorji so uspešen in uveljavljen primer takih spodbud, ki si s svojim delovanjem prizadevajo širiti podjetniško kulturo ter podpirati ustanavljanje tehnološko naravnanih podjetij, ki izhajajo iz Univerze. Tako je študentom na voljo podporno okolje, prostor, svetovalne storitve in tehnična pomoč v najbolj ranljivem obdobju po ustanovitvi podjetja (Drnovšek et al., 2003, str. 3).

Slika 10: Dejavniki uspeha študentskih podjetniških projektov v inkubatorju



Vir: Drnovšek et al., 2003, str. 7.

Univerzitetni inkubator s širjenjem podjetniške kulture ter zagotavljanjem podpornega okolja vpliva že na podjetniške pobude s strani študentov, ki preko podjetniških skupin v končni fazi prerastejo v nova podjetja diplomantov. Na podlagi izkušnje tujih univerz z dejavnostjo univerzitetnih inkubatorjev lahko poslanstvo in naloge inkubatorja opredelimo z naslednjim naborom aktivnosti (Drnovšek et al., 2003, str. 4):

1. identifikacija, izbor in razvoj raziskovalnih priložnosti, ki jih je mogoče izkoristiti kot osnovo za ustanovitve novih tehnoloških podjetij;
2. zagotavljanje prostorov in infrastrukture za študente, učitelje in raziskovalce na univerzi, kjer lahko raziskujejo in ustanovijo nova tehnološko naravnana podjetja;
3. usposabljanje in priprava podjetnikov za ustanovitev in vodenje novih podjetij;
4. spodbujanje ustanavljanj zasebnih podjetij, ki izhajajo iz dela učiteljev in raziskovalcev na univerzi ter nekdanjih diplomantov;
5. razvijanje in spodbujanje podjetniške kulture na univerzi, zlasti med raziskovalci in drugim osebje v tehničnih in naravoslovnih področjih;
6. razvijanje in spodbujanje nastajanja intelektualne lastnine, patentov in tržne usmerjenosti raziskovalnih aktivnosti na univerzi.

Storitve, ki jih inkubatorji nudijo ciljni skupini inkubiranih podjetij, so (Drnovšek et al., 2003, 3-4):

1) **Infrastrukturne** storitve:

- o delovni prostor z ustrezno računalniško in telekomunikacijsko opremo,
- o laboratorijski prostor z ustreznimi priključki in energenti,
- o najem opreme,
- o različne telekomunikacijske storitve,
- o različne digitalne storitve,
- o uporaba konferenčne sobe,
- o dnevna soba: dnevni časopis, zofa, radio in televizija, avtomat za pijačo in prigrizke.

2) **Poslovne** storitve:

- o pomoč pri pisanju poslovnega načrta,
- o pomoč pri razvoju sistema poročanja,
- o organizacija poslovnih in promocijskih dejavnosti za podjetja,
- o pomoč pri vzpostavitvi organizacijske strukture in podpornega informacijskega sistema,
- o osnovna podjetniška usposabljanja in dnevni posveti,
- o svetovalne storitve in usmerjanje v: financah, računovodstvu, pravu (npr. zaščita intelektualne lastnine), trženju (npr. izvedba tržne raziskave, priprava tržne strategije),
- o povezovanje s podpornimi podjetniškimi programi EU.

Ciljni trg za storitve univerzitetnega inkubatorja so študenti, učitelji, raziskovalci in diplomanti, ki so nosilci idej za ustanovitev novih tehnološko naravnanih podjetij, kar je cilj inkubatorja.

7 STANJE IN PRILOŽNOSTI ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA PRI NAS

V Sloveniji premoremo že trideset tehnoloških centrov, štiri tehnološke parke in tri inkubatorje. Pri začetku inkubatorjev in tehnoloških parkov imamo dva vala (Kontler, 2003):

1. prvi že konec 80-ih let minulega stoletja, ki je propadel zaradi neustreznih razmer (ni bilo pravih ljudi in znanja);
2. drugi pa v prvi polovici 90-ih let ob reorganizaciji raziskovalnih inštitutov v javne raziskovalne zavode. To je spodbudilo odcepitev dela raziskovalcev, ki so bili s svojim delom vezani na trg.

Koliko podjetij so pri nas študentje ustanovili že v času študija, ni nikjer zabeleženo, evidenca se naj bi šele začela voditi. Po mnenju dr. Aleša Vahčiča z Ekonomske fakultete v vsaki generaciji nastane po več deset študentskih podjetij (Kaučič, 2002). Tržna raziskava med

potencialnimi odjemalci storitev univerzitetnega inkubatorja je pokazala, da lahko v obdobju petih let pričakujemo inkubiranje približno štirideset podjetniških skupin le v ljubljanskem univerzitetnem inkubatorju (Drnovšek et al., 2003, str. 14).

V času nastajanja diplomskega dela je pri organiziranju spodbud študentskemu podjetništvu najdlje prišla Ekonomsko-poslovna fakulteta v Mariboru, kjer so razvili neprofitni projekt Tovarna podjetmov. Projekt naj bi postal nekakšna podjetniška delavnica na Univerzi (Kaučič, 2002). Poslanstvo Tovarne podjetmov je ustvarjati razmere, v katerih bodo podjetni mladi ljudje lahko sledili svojim sanjam in uresničevali svoje podjetniške ideje. Sooblikovati želijo skupnost, kjer se bodo prepletale mladostna podjetnost, poslovna izkušnost in strokovna modrost. Tovarna podjetmov uresničuje svoj cilj s štirimi temeljnimi programi (Tovarna podjetmov, 2003):

- o z informacijskim centrom,
- o s študentskim podjetniškim inkubatorjem,
- o študentskimi projekti za podjetja in
- o z tekmovanjem za poslovni načrt leta.

Podjetniški inkubator se pripravlja tudi na Univerzi v Ljubljani, ki bo v svojem delovanju povezoval šest fakultet¹⁸; željo po ustanovitvi inkubatorja so izrazili tudi na Visoki strokovni šoli za podjetništvo v Portorožu. Prav tako nastajajo študentske podjetniške organizacije, vendar je pregled nad njimi težak, saj niso vse v enaki meri povezane s fakulteto. Tako npr. na Ekonomski fakulteti v Ljubljani delujejo naslednje podjetniške organizacije študentov: društvo Student Project Group, Špik, Management Group. V nadaljevanju povzemam opise (poslanstva, vizije in mednarodne povezave) omenjenih študentskih podjetniških skupin, ki sem jih pridobil na spletnih straneh omenjenih podjetniških organizacij.

Društvo Student Project Group

Gre za skupino študentov in absolventov trženja na Ekonomski fakulteti in Fakulteti za družbene vede v Ljubljani, združenih z namenom povezovanja slovenskih in tujih podjetij s študenti naših fakultet. Študentje delajo na projektih, s čimer dobijo izkušnje s projektnim delom, spoznajo, kako delujejo teoretični koncepti v praksi in ob prilagodljivem delovnem času tudi nekaj zaslužijo. Za naročnike izdelujejo projekte s področja trženja in tržnih raziskav. Preko mednarodne mreže študentskih podjetij in podjetniških skupin JADE (European Confederation of Junior Enterprises) pripravljajo tudi analize izvoznih priložnosti in raziskave tujih trgov. Njihovo poslanstvo je uporabiti potencial najboljših študentov trženja za izdelavo visoko kakovostnih projektov. Z novimi idejami želijo omogočiti podjetjem boljše izkoriščanje trženjskih informacij in uspešnejši nastop na trgu (Student Project Group, 2003).

¹⁸ Biotehniška fakulteta, Ekonomska fakulteta, Fakulteta za elektrotehniko, Fakulteta za farmacijo, Fakulteta za kemijo in kemijsko tehnologijo ter Fakulteta za strojništvo.

Špik

Namen ŠPIK-a je omogočiti študentom uporabo teoretičnih znanj, ki so jih dobili med študijem v praksi, in s tem pridobivanje dodatnih izkušenj, ki bi jim lahko koristile pri njihovi bodoči poklicni ali akademski poti. ŠPIK ponuja podjetjem organizirano študentsko delo pri projektih, ki so bodisi prezahtevni, preobsežni ali pa zahtevajo preveč odgovornosti, da bi jih lahko izpeljal posamezni študent preko študentskega servisa. V prihodnosti se nameravajo povezati z organizacijo SIFE - Students in Free Enterprise. Poslanstvo Špika je obojestranski prenos znanja med univerzo in gospodarstvom preko motiviranih študentov (Špik, 2003).

Management Group

Združenje Management Group je organizacija študentov, absolventov in mladih diplomantov, zbranih iz različnih profilov. Med njimi so študentje ekonomije, psihologije, elektrotehnike, računalništva, Fakultete za družbene vede, Fakultete za turizem in drugi. Družijo jih ambicioznost, želja po novih znanjih in odprtost za nove ideje. Njihov cilj je pridobiti kvalitetna znanja s področja managementa in podjetništva. Želijo se naučiti več kot nudi formalna izobrazba in tako zapolniti vrzel, ki mlade diplomante naenkrat sooči z razkorakom med teorijo in prakso. Njihovo poslanstvo vključuje različne strokovne seminarje in predavanja, delovne tematske izmenjave študentov, timsko delo in mednarodno sodelovanje, s čimer naj bi oblikovali bazo znanj in idej študentov, ki bodo ta nastajajoči potencial kasneje uporabili na vodilnih položajih v gospodarstvu, javni upravi, profitnih in neprofitnih organizacijah. Management Group je povezan z organizacijo ETNA - EuroTour Network Association (Management Group, 2003).

8 PRIMERI ŠTUDENTSKEGA PODJETNIŠTVA

Kot primer uspešnega študentskega podjetja iz tujine navajam podjetje Oscar iz Nemčije, kot primer uspešnega študentskega podjetja, ki deluje v Sloveniji, pa Xlab d.o.o., ki je član Tehnološkega parka Ljubljana, na trgu pa uspešno deluje približno dve leti.

8.1 Primer uspešnega študentskega podjetja v tujini - Oscar

Oscar je podjetje, ki deluje v Kölnu in velja za najuspešnejše študentsko podjetje v Nemčiji, ki se ukvarja s svetovanjem in raziskovanjem. Podjetje je registrirano kot družba z omejeno odgovornostjo. 1992 leta ga je ustanovila študentska organizacija in od tedaj naprej dosega velike uspehe. Zaposluje od 30 do 60 študentov iz različnih fakultet, ki podjetjem in drugim naročnikom ponujajo svetovalne storitve in deluje materialno neodvisno od univerze. Edina pomoč, ki so jo mladi podjetniki deležni, je strokovna pomoč profesorjev. Podjetje je imelo leta 2001 okoli 750 tisoč evrov prihodkov, med njihove naročnike pa sodi 70 od 100 največjih

nemških podjetij (Oscar, 2003). V času svojega delovanja so izpeljali več kot 230 svetovalnih projektov. Pri zaposlovanju je podjetje zelo pazljivo, od kandidatov pričakujejo smisel za skupinsko delo in uspešno reševanje poslovnih primerov, po začetku dela pa redna poročila o svojem delu. Študentje so v Oscarju plačani manj kot če bi si delo poiskali v drugem podjetju, vendar pridobivajo druge ugodnosti:

- o učenje na praktičnih primerih,
- o izkušnje pri vodenju podjetja,
- o spoznavanje naročnikov,
- o izkušnje pri pogajanjih,
- o izkušnje z delom v skupini.

Vse omenjeno prispeva h glavnemu cilju podjetja – po končanem delu v Oscarju namreč ustanovi svoje podjetje približno 30 odstotkov mladih strokovnjakov (Kaučič, 2002).

8.2 Primer uspešnega študentskega podjetja v Sloveniji – Xlab d.o.o.

Pridobivanje izkušenj

Podjetje XLAB so ustanovili študentje različnih fakultet Univerze v Ljubljani: Ekonomske fakultete, Fakultete za računalništvo in informatiko, Fakultete za elektrotehniko ter Fakultete za matematiko in fiziko. Podjetniška skupina se je oblikovala na podlagi predhodnega medsebojnega sodelovanja pri projektih, s katerimi so si nabrali različna znanja in izkušnje. Projekte so izvajali v sektorju informacijskih tehnologij za različna podjetja, ki se ukvarjajo z razvojem programske opreme.

Ideja in motiv

Povod za ustanovitev podjetja je bilo magistrsko delo enega izmed ustanoviteljev podjetja XLAB d.o.o.. O ustanovitvi svojega podjetja so, seveda različno od posameznika do posameznika, začeli razmišljati v drugi polovici študija. Razlogi za ustanovitev lastnega podjetja so bili v splošnem:

- o želja po svobodi in ustvarjalnem delu;
- o plačilo, ki je odvisno od kvalitete in kvantitete opravljenega dela;
- o poslovna priložnost;
- o samodokazovanje, možnost ustvariti nekaj iz nič;
- o pridobivanje znanja in izkušenj na lastnih napakah;
- o odgovornost za svoje delo;
- o motiviranost za delo, ki pripelje do uspeha.

Zunanja pomoč

Po ustanovitvi podjetja so ohranili tesne stike z raziskovalnimi institucijami (posebej z Inštitutom Jožef Stefan) in Univerzo v Ljubljani ter se vključili v Tehnološki park Ljubljana. V letu 2003 so v podjetju ustanovili tudi lastno raziskovalno skupino. Poskušajo združevati raziskovanje in razvoj oziroma znanje prenašati v prakso.

Nastanek

Podjetje je bilo ustanovljeno junija 2001 kot "spin-off" z Inštituta Jožef Stefan (laboratorij za digitalne telekomunikacije in računalniške mreže), kjer se je eden izmed ustanoviteljev ukvarjal z razvojem vzporedne programske opreme za računalniške gruče (parallel computing for clusters). Na podlagi predstavitve poslovnega načrta je bilo podjetje istega leta sprejeto v redno članstvo Tehnološkega parka Ljubljana, ki jim omogoča subvencioniran najem poslovnih prostorov, pomoč pri administraciji, infrastrukturo, ipd.

Podjetje danes

XLAB d.o.o. je mlado tehnološko podjetje, ki pri delu združuje znanja s področij računalništva, elektrotehnike, avtomatizacije procesov, matematike, ekonomije in prava. Interdisciplinarno ekipo povezujejo izkušnje pri razvoju aplikacij za Microsoft Windows in Linux/Unix programsko okolje.

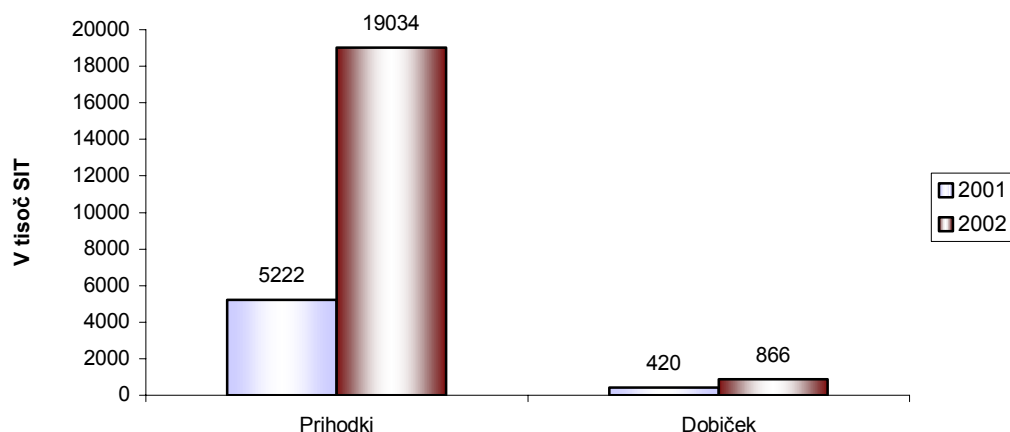
Primarni namen podjetja je sodelovanje na visoko tehnoloških projektih, in sicer na področju razvoja vzporedne programske opreme za gruče računalnikov (parallel computing for clusters). Cilj podjetja XLAB je zagotoviti najvišjo kakovost vseh njihovih proizvodov in storitev v dogovorjenih rokih. Uresničitev vizije vidijo v sodelovanju s poslovnimi partnerji doma in v tujini. Poleg razvoja vzporedne programske opreme so v podjetju organizirani naslednji razvojni oddelki:

- o poslovne programske rešitve,
- o komunikacije in omrežja,
- o spletni portali,
- o izobraževalne rešitve,
- o programska oprema v medicini.

Koncept poslovanja podjetja je takšen, da poskuša pritegniti čimveč mladih, znanja željnih ljudi, ki imajo znotraj podjetja veliko svobode za ustvarjalnost in izražanje. Želijo postati tehnološki razvojni center, kjer se bo koncentriralo znanje in raziskovalna moč. Tako v podjetju dela interdisciplinarna ekipa šestnajstih mladih strokovnjakov, s področja programiranja in informatike, krepijo pa tudi ekipo za trženje in prodajo številnih programskih izdelkov na področjih poslovne programske opreme, komunikacijskih rešitev, izobraževanja, medicine in spletnih rešitev.

V sliki 11 prikazujem prihodke in dobiček podjetja za leti 2001 in 2002. Kljub dejstvu, da podjetje v letu 2001 ni poslovalo dvanajst mesecev je moč opaziti rast na strani prihodkov in dobička.

Slika 11: Xlab, prihodki in dobiček v letu 2001 in 2002¹⁹



Vir: Xlab - odgovori na vprašanja, 2003.

V dveh letih delovanja so v podjetju izvedli projekte za več kot petnajst naročnikov, ti so med drugimi tudi KDD - Centralna klirinško depotna družba d.d., Univerzitetni klinični center Ljubljana, Agencija za telekomunikacije, radiodifuzijo in pošto Republike Slovenije in drugi.

Vir: Xlab, 2003, Xlab - odgovori na vprašanja, 2003 (Priloga 4).

9 SKLEP

Študentsko podjetništvo je poseben del splošnega podjetniškega gibanja. Od njega pričakujemo posebne vrste podjetij, ki naj bi zagotavljala tehnološko zahtevnejše proizvode in storitve.

V ekonomski teoriji in v razvojnih raziskavah avtorji ugotavljajo, da na uspešnost nacionalnih gospodarstev odločilno vpliva prav razvito podjetništvo. Ugotovljena je pozitivna povezanost med razvojem malih podjetij, gospodarskim razvojem in učinkovitostjo gospodarstva. To pomeni, da imajo države, ki so uspele razviti močan sektor individualnih podjetij in podjetniško iniciativnost, tudi najhitrejši razvoj.

¹⁹ Podjetje Xlab je v letu 2001, ko je bilo ustanovljeno, poslovalo le 9 mesecev.

V Sloveniji je v zadnjih desetih letih pri malih in srednjih podjetjih opaziti, da pretežni del letih ne raste. Konkurenčnost malih in srednjih podjetij ne temelji v zadostni meri na odličnem znanju, inovacijah in sodobni tehnologiji. Slovenija tako še ne funkcionira kot podjetniška družba. Temeljni izziv je vzpostaviti jasno vizijo dolgoročnega razvoja Slovenije kot podjetniške družbe ter ustvariti vzpodbudno okolje, da bi se čimveč ljudi odločilo za podjetništvo.

Raziskave potrjujejo povezavo med študentskim podjetništvom in podjetništvom nasploh. Podjetniške spodbude oziroma podjetniški programi, ki so študentom predstavljeni v času študija, kasneje spodbujajo podjetništvo diplomantov. Vloga izobraževalnega sistema pri vplivanju na podjetništvo je močna in pomembna. Študentsko podjetništvo, kot način praktičnega izobraževanja v času študija, predstavlja enega izmed načinov spodbujanja podjetništva. Primeri vključevanja študentskega podjetništva v študijski proces, z namenom vplivanja na podjetniška nagnjenja diplomantov, so od države do države precej različni.

Študentsko podjetništvo se izraža v zelo različnih pojavnih oblikah. Te se med seboj razlikujejo tako glede konceptov, ciljev, poslanstva, vizij kot tudi združljivosti s študijskim procesom. Zanimanje študentov zanj je precej večje v višjih letnikih študija, ko se očitno začnejo bolj zanimati za dodatno izobraževanje ter razvijanje podjetniških spretnosti. Praktične izkušnje so, ob siceršnjem teoretičnem znanju, postale konkurenčna prednost pri iskanju zaposlitve. Študentsko podjetništvo predstavlja tudi zelo dobro metodo učenja.

Velika večina študentov (90 odstotkov) meni, da bi jim sodelovanje v kakršnikoli obliki podjetništva koristilo pri kasnejši karieri; temu mnenju se pridružujejo tudi visokošolski sodelavci. Glavne ovire za podjetniško dejavnost študentov predstavlja prioriteten položaj študija in pomanjkanje časa; pomembno oviro predstavlja tudi pomanjkanje začetnega kapitala.

Podjetja so v veliki meri pripravljena kupiti storitve študentskih podjetij, kar je zelo spodbuden podatek za študentsko podjetništvo, ki ima očitno na strani povpraševanja realen potencial.

Študentsko podjetništvo preko svojih različnih pojavnih oblik vpliva na okolje, v katerem se pojavlja, ter na vse udeležence procesa. Ali se ti pozitivni vplivi tudi v resnici pojavljajo, je odvisno od več dejavnikov (resnosti posameznih študentskih organizacij in podjetij, osebne angažiranosti posameznih študentov, povezanosti študentskih podjetij z univerzo ipd.). Koristi sodelovanja v podjetniških skupinah in študentskih podjetjih so za študente predvsem razvoj podjetniških spretnosti, pridobivanje novih strokovnih znanj in zaslужka, ustvarjanje novih poznanstev in kontaktov med drugimi študentskimi podjetniki in v podjetjih, državnih institucijah in najrazličnejših organizacijah.

Koristi od sodelovanja podjetij s študentskimi podjetji so: projekti, ki jih izvajajo študentska podjetja za podjetja, ki so naročniki; sponzorstva, namenjena študentskim podjetjem in mednarodnim mrežam študentskih organizacij, osebni stik s študenti.

Podporna okolja za spodbujanje študentskega podjetništva in samo študentsko podjetništvo vsekakor nimajo velikega vpliva na makroekonomijo in rast bruto domače proizvodnje, rezultate dajejo šele na dolgi rok, kar učijo izkušnje iz Irske in drugih uspešnih držav.

Vplivi študentskega podjetništva in spodbujanja le-tega se poleg večje stopnje podjetništva kažejo tudi v bolj kvalificiranih delovni sili, z večjo željo po samouresničevanju in samoizpopolnjevanju.

Podjetniška usmeritev v obliki spodbujanja organiziranih oblik študentskega podjetništva prinaša določene koristi tudi univerzi. Koristi so odvisne od vpletenosti podjetniškega pristopa in oblik spodbujanja študentskega podjetništva v učni proces ter moči in oblik povezave univerze s študentskimi podjetji in podjetniškimi organizacijami.

Univerzitetni inkubatorji so uspešen in uveljavljen primer spodbujanja študentskega podjetništva, ki si s svojim delovanjem prizadeva širiti podjetniško kulturo ter podpirati ustanavljanje tehnološko naravnanih podjetij, ki izhajajo iz Univerze. Tako je študentom na voljo podporno okolje, prostor, svetovalne storitve in tehnična pomoč v najbolj ranljivem obdobju po ustanovitvi podjetja.

Koliko podjetij so pri nas študentje ustanovili že v času študija, ni nikjer zabeleženo, vendar naj bi v vsaki generaciji nastalo po več deset študentskih podjetij. Tržna raziskava med potencialnimi odjemalci storitev univerzitetnega inkubatorja je pokazala, da lahko v obdobju petih let pričakujemo inkubiranje približno štirideset podjetniških skupin le v ljubljanskem univerzitetnem inkubatorju.

Literatura

1. Antauer Igor, Pučnik Janko: Pravni sistem za podporo inovacijam. Poslovne priložnosti, Ljubljana, 8(2003), 2-3, str. 4.
2. Antončič Boštjan et al.: Podjetništvo. Ljubljana : GV Založba, 2002. 210 str.
3. Drnovšek Mateja et al.: Ljubljanski univerzitetni inkubator – poslovni načrt. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2003. 40 str., 56 pril.
4. Bernard Hellen: A survey of student entrepreneurs. Bk : National Centre for Management Research and Development, 1989, 18 str., 25 pril.
5. Lesjak Iztok: Aktivnosti in načrti Tehnološkega parka Ljubljana v letu 2003. Poslovne priložnosti, Ljubljana, 8(2003), 2-3, str. 8-10.
6. Fleming Patricia: The role of structured interventions in shaping graduate entrepreneurship. IBAR, Dublin, (1994), 15, str. 146 – 159.
7. Galante Steven P.: Teen Tycoons: More schools Give Students a taste of Business Life.... Wall Street Journal, New York, 14. Januar (1987), str. 1.
8. Gibb Alan: Enterprise Culture- Its Meaning and Implications for Education and Training. Journal of European Industrial Training, Bk, 11(1987), 2, str. 17- 19.
9. Glas Miroslav: Podjetništvo: gradivo za srednje šole. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1995. 45 str.
10. Gorenc Mihael: Spremembe v stališčih študentov do trga in podjetništva: Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska Fakulteta, 1997. 41 str.
11. Gugelmo Manola, Horn Alexander: Teaching Entrepreneurship & being an Entrepreneur. The Entrepreneur. 1. april 2002, page 13.
URL: http://www.jadenet.org/downloads/news/entrepreneur_20020401.pdf
12. Kaučič Primož: Študentsko podjetništvo. Podjetnik, Ljubljana, 11(2002), 9, str. 14-16.
13. Kaučič Primož: Uspešnost slovenskih podjetij. Podjetnik, Ljubljana, 11(2002a), 9, str. 8-9.
14. Kocjančič Jože: Notranje podjetništvo. Specialistično delo. Ljubljana : Ekonomska Fakulteta, 2003. 80 str., 23 pril.
15. Kontler – Salamon Jasna: Podjetnik gre tja, kjer mu več ponujajo. Delo: priloga Znanost, Ljubljana, (2003), 10. marec, str. 4-5.
16. Kovač Bogomir: Uvod v podjetništvo. Ljubljana : Univerza v Ljubljani, 1990. 118 str.
17. Križaj Robert: Raziskava stališč do podjetništva med študenti Ekonomske fakultete: Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska Fakulteta, 1997. 45 str.
18. Mulej Robert: Država je težava. Gospodarski vestnik, Ljubljana, (1992), 12, str. 40-41.
19. Rebernik Miroslav in soavtorji: Podjetništvo in management malih podjetij. Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta in Fakulteta za strojništvo, 1997. 594 str.
20. Rebernik Miroslav et al.: Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2002 : kako podjetna je Slovenija. Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, 2003. 56 str.

21. Piry Ivo: Infrastruktura in inovacijski podporni sistem. Poslovne priložnosti, Ljubljana 8(2003), 2-3, str. 5.
22. Plut Helena in Tadeja: Podjetnik in podjetništvo. Ljubljana : Znanstveno in publicistično središče, 1995. 173 str.
23. Pšeničny Vilijem et al.: Podjetništvo: podjetnik, podjetniška priložnost, podjetniški proces, podjem. Portorož : Visoka šola za podjetništvo, 2000. 353 str.
24. Roškar Simona: Premalo posluha za inovacijsko dejavnost. Večer, Maribor, 22.5. 2003, str. 8.
25. Scoot Michael G. et al.: The Long –Term Supply of Entrepreneurs: Student's Career Aspirations in Relation to Entrepreneurship. Journal of Small Business Management, Bk, 26(1988), 4, str. 13-17.
26. Timmons A. Jeffry: New Venture Creation, 3th ED. Boston : IRWIN, 1990. 677 str.
27. Whiteley Tim: Enterprise in Higher Education – An overview from the Department for Education and Employment. Education & Training, London, 37(1995), 9, str. 4-12.
28. Wood Cynthia N., Farmer Berkwood M., Smith Edward D.: Defining the arts of quality: A quality model at Longwood College. S.A.M. Advanced Management Journal, Cincinnati, 65(2000), 2, str. 44-47.

Viri

1. A Mad Scramble for Internship. Bk : Business Week Online, 14(2002), 2.
2. Foundation of a student-run Consulting Company. Company Consulting Team e.V., Berlin 2002, predstavitev
3. Herberg David: The German Way – Experiences in organizing a platform meeting. Company Consulting Team e.V., Bk, julij 2003, predstavitev
4. In the learning business. Alexandria : Techniques, 74(1999), 2, str. 10-12.
5. Interna raziskava profila članov JADE, 2003.
[URL:<http://www.jadenet.org/index.php?a=2&b=3&c=0>], 30.6. 2003.
6. Interno gradivo društva SPG, 2001.
7. JADE, European confederation of Junior Enterprises. [URL: <http://www.jadenet.org>], 29.6. 2003.
8. Lowery Lee L.: Teaming. [URL: <http://lowery.tamu.edu/Teaming/Morgan1/sld023.htm>], 3.7. 2003.
9. Management Group, [URL: <http://www.management-group.si>], 11.07. 2003.
10. New program offers student business opportunities: Kansas state University. Coventry : M2 Presswire, 2000, 12. oktober.
11. Oscar, [URL: <http://www.oscar.de>], 11.07. 2003.
12. Ottavi Mateo, Pienkowska Eva: JE Concept. JADE, European Confederation of Junior Enterprises, Brussels, november 2002.
13. Prospect of student companies uncertain. Bk : Beijing review, 2000, 13. november.
14. Student Project Group, [URL: <http://www.studentproject.org>], 11.07. 2003.
15. ŠPIK, [URL: <http://www.ef.uni-lj.si/spik/si/vstop.asp>], 29.06. 2003.

16. Tehnološki park Ljubljana, [URL: <http://www.tp-lj.si>], 29.07. 2003.
17. Tovarna podjetij, [URL: <http://www.tovarnapodjetij.org>], 11.07. 2003.
18. Uniforce, [URL: <http://www.uniforce.at/english/uniforce.htm>], 29.06. 2003.
19. Xlab d.o.o., [URL: <http://www.xlab.si>], 9.07.2003.
20. Xlab odgovori na vprašanja, 2003.

Priloga 1

Slovarček

quality model – model kakovost

job related skill – s službo povezana spretnost

graduate entrepreneurship – podjetništvo pri diplomantih

pool of expertise – baza strokovnega znanja

junior enterprise –

average retention rate – povprečna stopnja pomnenja

comparative advantage – konkurenčna prednost

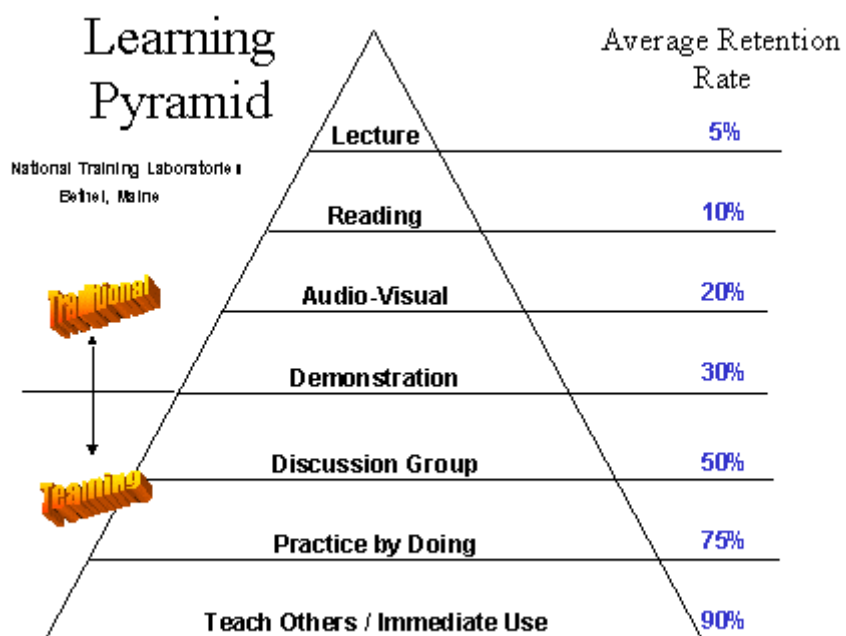
new venture – podjetje

Enterprise in Higher Education – podjetnost v visokem šolstvu

European Confederation of Junior Enterprises – evropska mreža študentskih podjetij in podjetniških skupin

Priloga 2

Piramida učenja



Vir: [URL: <http://lowery.tamu.edu/Teaming/Morgan1/sld023.htm>]

Priloga 3

Dejavnost tehnološkega parka

Vir: [URL: <http://www.tp-lj.si/documents/predstavitev/dejavnost.htm>]



1. SNOVANJE (poslovna ideja, snovanje družbe)

V fazi snovanja Tehnološki park Ljubljana nudi pomoč pri:

- o oblikovanju idej in motiviranju potencialnih podjetnikov v ciljnih skupinah (informiranje, promocija in svetovanje pri študentih, pomožnem osebju, raziskovalcih, razvijalcih, uslužbenci),
- o preverjanju poslovne ideje (uporaba TEC algoritma, posvetovanje s strokovnim osebjem s področja),
- o pisanju poslovnega načrta (svetovalna podjetja, pomoč strokovnjakov),
- o iskanju proizvodnih in/ali tržnih kooperantov (preko obstoječih institucij, mrež in vzpostavljenih kontaktov),
- o iskanju ustanovitvenega kapitala (banke, skladi),
- o oblikovanju družbeniške pogodbe in ostalih aktov družbe (svetovalci s področja, pravna služba),
- o vrednotenju in ocenjevanju poslovnega načrta (postopek za vključitev v TP Lj, pridobivanje ekspertnih mnenj, pogovori).

2. ZAČETEK DELOVANJA (začetek poslovanja družbe)

V začetku delovanja Tehnološki park Ljubljana nudi pomoč pri:

- o izobraževanju podjetnikov (delavnice za podjetnike, poglobljanje v poslovni načrt, posvetovanje z mentorji),
- o upravnem postopku registracije (zaporedje dogodkov, aktivnosti in obrazcev),
- o pridobivanju potrebnih dovoljenj za delovanje družbe,
- o zagotavljanju infrastrukture (vključitev družbe v inkubacijski center, poslovno, pravno in finančno svetovanje, prostor, priključki, administracija, storitve povezane z zgradbo: konferenčna soba, audiovizuelna oprema, okrepčevalnica, skladišča, parkirni prostori, vložišče, fotokopirnica, strežnik, knjižnica, varovanje...),
- o oblikovanju predstavitvenega gradiva (papirno in elektronsko),
- o promociji podjetja (mednarodni sejmi, predstavitve, mediji),
- o pridobivanju certifikatov ustreznosti (CE, ISO, EM...),
- o zaščiti industrijske lastnine,
- o internacionalizaciji poslovanja,
- o organizaciji poslovanja pisarne,
- o iskanju finančnih aranžmajev za poslovanje (kapitalski vložki, krediti in garancije, leasing laboratorijske in pisarniške opreme),
- o povezovanju z raziskovalnim in industrijskim okoljem (kadri, oprema).

Strokovno pomoč in subvencionirano okolje lahko družba na začetku poslovanja uživa 1-2 leti, nakar preide v fazo zorenja.

3. ZORENJE (delovanje in rast družbe)

V fazi zorenja Tehnološki park Ljubljana nudi pomoč pri:

- o iskanju strokovnega kadra,
- o vodenju družbe, pozicioniranju družbe na trgu,
- o internacionalizaciji poslovanja,
- o oblikovanju strategije razvoja,
- o prodoru na tuje trge,
- o izobraževanju podjetnikov,
- o reševanju prostorskih in ostalih infrastrukturnih problemov (delovanje družbe v inkubacijskem centru, poslovno, pravno in finančno svetovanje, prostor, priključki, administracija, storitve povezane z zgradbo: konferenčna soba, audiovizuelna oprema, okrepčevalnica, skladišča, parkirni prostori, vložišče, fotokopirnica, strežnik, knjižnica, varovanje, ...),
- o iskanju finančnih aranžmajev za poslovanje (kapitalski vložki, krediti in garancije, leasing opreme in pohištva, forum podjetnikov in finančnikov),
- o povezovanju z raziskovalnim in industrijskim okoljem (kadri, oprema, koordinacija med direktorji podjetij).

Faza delovanja in rasti družbe v subvencioniranem okolju lahko traja od 2-3 leta poslovanja (celotno obdobje zorenja ali stabilizacije poslovanja družbe traja 4-5 let).

Tehnološki park Ljubljana v vseh obdobjih rasti družbe skrbi tudi za vzbujanje sinergij med podjetji, ustanovitelji in okoljem.

Pomembno je, da lahko podjetja z daljšim stažem zagotavljajo mentorstvo mlajšim družbam in da obstoji zagotovilo za medsebojno pomoč pri poslovanju vključenih družb. Poleg tega pa TP Lj skrbi še za tematsko izobraževanje podjetnikov, za družabno življenje in za vzbujanje čuta pripadnosti.

Priloga 4

Vprašanja za podjetje Xlab d.o.o.

| |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Ali je na oblikovanje poslovne ideje vplival kakšen od predmetov - praktičnega dela, seminarske, poslovni načrt? |
| |
| 2. Ali so na oblikovanje poslovne ideje vplivale obštudijske dejavnosti, (če da katere, in kako ste se začeli ukvarjati z njimi, je bil prisoten kakšen mentor)? |
| |
| 3. V katerem letniku ste začeli razmišljati ustanovitvi podjetja in kaj vas je pripeljalo do teh razmišljanj? |
| |
| 4. Kje ste pridobivali znanja in izkušnje? |
| |
| 5. Ali ste bili deležni kakšne spodbude s strani fakultete/profesorjev v času od ideje do ustanovitve podjetja (tudi v obliki infrastrukture, svetovanj, povezav, ipd.)? |
| |
| 6. Ali ste dobili kakšno pomoč pri ustanovitvi podjetja (s strani fakultete, tehnološkega parka, ipd.)? |
| |
| 7. Zbiranje osnovnega kapitala (ste bili deleže kakšne od oblik pomoči, če da, s katerega naslova)? |
| |
| 8. V diplomsko delo bi rad vključil tudi finančne podatke, zato bi prosil, če mi jih lahko posredujete (prihodki in dobiček po letih)? |
| |