

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
**OVIRE PRI VSTOPU MLADIH NA PODJETNIŠKO POT V
SLOVENIJI**

Ljubljana, september 2022

KLEMEN POLIČ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Klemen Polič, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom *Ovire pri vstopu mladih na podjetniško pot v Sloveniji*, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko doc. dr. Patricio Kotnik

IZJAVLJAM

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

V Ljubljani, dne _____

Podpis študenta: _____

KAZALO

UVOD	1
1 PODJETNIŠTVO	2
1.1 Kaj je to podjetništvo.....	2
1.2 Podjetniški proces	2
1.3 Podjetniško okolje v Sloveniji	4
1.4 Podjetniško okolje študentov	6
2 OVIRE PRI VSTOPU V PODJETNIŠTVO	7
2.1 Ovire pri vstopu.....	7
2.2 Ovire pri vstopu mladih.....	9
3 RAZISKAVA O OVIRAH PRI VSTOPU MLADIH NA PODJETNIŠKO POT V SLOVENIJI	10
3.1 Metodologija	10
3.2 Vzorec.....	11
3.3 Rezultati in analiza.....	12
3.3.1 Izkušnje	12
3.3.2 Ovire.....	15
3.3.3 Sodelovanje	18
4 DISKUSIJA	21
5 OMEJITVE RAZISKAVE IN VPRAŠANJA ZA NADALJNJE RAZISKOVANJE	22
SKLEP	23
LITERATURA IN VIRI	23
PRILOGE	27

KAZALO TABEL

Tabela 1: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost	5
Tabela 2: Vzorec, zajet v raziskavi	11
Tabela 3: Pripravljenost študentov neposlovnih smeri na sodelovanje	2

KAZALO SLIK

Slika 1: Ocena izvedencev o podjetniškem ekosistemu v Sloveniji	5
Slika 2: Razlogi, zakaj bi bili mladi raje zaposleni pri nekom drugem kot samozaposleni ..	9

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Okvirna vprašanja za izvedbo intervjujev	1
Priloga 2: Tabela pripravljenosti študentov neposlovnih smeri na sodelovanje.....	2

SEZNAM KRATIC

GEM – Globalni podjetniški monitor

TEA – Celotna zgodnja podjetniška aktivnost

UVOD

Podjetništvo prispeva k razvoju družbe in večji ekonomski blaginji. A ostaja vprašanje, kako stimulirati podjetniško aktivnost, še posebej mladine, ki velja za prikrajšano skupino (Draksler & Sirec, 2021). Podjetniške ovire so definirane kot pogoji, ki preprečujejo prepoznavanje priložnosti in/ali njihovega zasledovanja (Khanin, Rosenfield, Mahto & Singhal, 2022). Največkrat omenjene ovire v literaturi so odgovornost, visoki finančni vložki in izkušnje (Constance Mensah & Dadzie, 2020; Lavrič in drugi, 2010, str. 135).

Vedno več mladih je vključeno v terciarno izobraževanje, a kljub izobrazbi kratkoročno službe ne dobijo (Schøtt, Kew & Cheraghi, 2015). Tukaj pride v poštev podjetniška pot, a da na to sploh pomislijo, potrebujejo ustrezne podjetniške kompetence. Mladi lahko podjetniške izkušnje in namene pridobijo predvsem skozi podjetniško izobraževanje (Draksler & Sirec, 2021).

Nekaj raziskav o ovirah pri vstopu v podjetništvo že obstaja. Poleg splošnih raziskav o ovirah (Khanin, Rosenfield, Mahto & Singhal, 2022) najdemo tudi podrobnejše raziskave na teme, kot so dojetanje podjetniških ovir mladih podjetnikov (Constance Mensah & Dadzie, 2020; Rebernik in drugi, 2022), vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške namene (Draksler & Sirec, 2021) in podjetništvo mladih (Rebernik in drugi, 2022). A ker se vse raziskave nekako naslanjajo na vpliv izobraževanja na podjetniške namene, med pregledom literature ni možno zaslediti vpliva izobraževanja na ovire, to pa je tematika drugega dela zaključne naloge.

Namen naloge je razumevanje ovir za vstop v podjetništvo študentov, naloga se osredotoča na študente neposlovnih ved. Raziskati želim, kaj že vemo o študentskem podjetništvu in ovirah; s kakšnimi ovirami se dejansko srečujejo študentje ter kako to vpliva na razvoj njihovih poslovnih idej.

Cilj naloge je predstaviti, kaj o tej tematiki v literaturi že vemo, s pomočjo kvalitativne raziskave med študenti neposlovnih smeri pa ugotoviti, kakšne so ovire pri vstopu v podjetništvo, kako jih rešujejo ter ali je sodelovanje s študentom podjetništva rešitev za te ovire. V nalogi želim odgovoriti tudi na tezo: »Več študentov neposlovne smeri študija bi se lotilo podjetništva, če bi imeli možnost partnerstva s študentom podjetništva, ki ima strokovno znanje, potrebno za uresničitev poslovne ideje ali inovacije.«

Zaključna strokovna naloga je sestavljena iz teoretičnega in empiričnega dela. V teoretičnem delu sem pregledal obstoječo literaturo in novejšje znanstvene članke. V teoretičnem delu je predstavljeno, kaj je podjetništvo, kakšen je podjetniški proces in kakšno je podjetniško okolje v Sloveniji. Nadaljuje se pregled ovir pri vstopu in specifičnih ovir za študente.

Empirični del temelji na kvalitativni metodi polstrukturiranih intervjujev. Namenski vzorec desetih oseb predstavljajo študentje neposlovnih področij študija. V diskusiji obrazložim ugotovitve polstrukturiranih intervjujev, ovire, ki jih je identificirala ta raziskava, primerjam

z ugotovitvami teoretičnega dela. Sledijo omejitve raziskave, vprašanja za nadaljnje raziskovanje ter sklep, kjer povzamem glavne ugotovitve celotne zaključne naloge.

Te ugotovitve so pomembne, saj vzpostavljajo dialog med študenti podjetništva s študenti neposlovnih smeri. Ta raziskava se lahko implicira v izobraževalni program sodelovanja študentov podjetništva in študentov neposlovnih smeri.

1 **PODJETNIŠTVO**

1.1 **Kaj je to podjetništvo**

Pojem podjetnik zelo dolgo ni imel uradne definicije. Pojem izhaja iz Francije in pomeni posrednik ali vmesnik. Skozi zgodovino se je pomen spreminjal vse od igralca in vodje večjih projektov do nekoga, ki povečuje priložnosti. Podjetnika različno dojemajo politiki, psihologi, ekonomisti in poslovneži; podjetnik je nekdo, ki v procesu ustvarja nekaj drugačnega in vrednega. V proces vloži svoj trud in čas, tvega psihološko in finančno stanje, za to pa je nagrajen v obliki denarja ali drugačnega zadovoljstva (Antončič, Hisrich, Petrin & Vahčič, 2002, str. 26). Dandanes podjetnika definiramo kot nekoga, ki odpre svoje podjetje ali inovira. Vendar so definicije, kdo je in kdo ni podjetnik, lahko omejujoče do koncepta podjetništva. Zato je pri razumevanju podjetnika treba upoštevati, da je to nekdo, ki identificira in izkorišča priložnosti, zadovoljuje potrebe na trgu in ustrezno usmerja vire (Mazzarol & Reboud, 2020, str. 13). Kasneje je OECD (2009) podal tudi uradno definicijo podjetnika: »Podjetniki so tisti ljudje (lastniki podjetij), ki želijo ustvariti vrednost z ustvarjanjem ali širjenjem gospodarske dejavnosti z odkrivanjem in izkoriščanjem novih izdelkov, procesov ali trgov.«

Podjetništvo ima pomembno vlogo v gospodarstvu, inovacije omogočajo razvoj novih izdelkov in tako novih podjetij, posledično si udeleženci lahko razdelijo več (Antončič, Hisrich, Petrin & Vahčič, 2002, str. 35). Pomembno je tudi zagotavljanje novih delovnih mest, kar velja ne glede na stopnjo razvoja družbe. V manj razvitih družbah se odraža kot edina vrsta zaposlitve, saj drugih delovnih mest ni dovolj. Tukaj ločimo dva motiva za podjetništvo, iz nuje in iz priložnosti. Podjetništvo iz nuje nima večjega razvojnega pomena, motivi so predvsem preživetveni. Podjetništvo iz priložnosti ima obetavne poslovne priložnosti, je inovativno in v rast usmerjeno podjetništvo, vodijo ga strokovno usposobljeni in izobraženi posamezniki, zaznati ga je mogoče predvsem v razvitejših gospodarstvih (Rebernik, Tominc & Crnogaj, 2011, str. 27).

1.2 **Podjetniški proces**

Kot omenjeno, je podjetnik nekdo, ki ima sposobnost identificirati priložnosti. Posledično mora te priložnosti potem raziskati in izkoristiti. A niso se vsi pripravljeni podati v podjetniške podvige, zanje je treba veliko tvegati, sprejeti raznorazne izzive, delati v

dvoumnmem in negotovem okolju, obenem nas lahko na tej poti ovira tudi osebno življenje (Mazzarol & Reboud, 2020, str. 63–64).

Podjetniški proces je proces, v katerem skozi priložnost nastane novo podjetje. V grobem ga Antončič, Hirsrich, Petrin & Vahčič (2002, str. 54) delijo na:

- Opredelitev in ovrednotenje priložnosti: podjetniki nenehno iščejo nove poslovne priložnosti. To so lahko tudi neformalne poti, kot preprosto opazovanje ljudi na zabavi in krajši pogovori z ljudmi, kakšne probleme imajo in kako ni rešitve; do formalnih, kot so razni poslovni partnerji, potrošniki, razne pritožbe itd. Vse to so poslovne priložnosti za ustanovitev novega podjetja. Vse te priložnosti je treba tudi ovrednotiti, saj se le tako lahko prepričamo, ali nam bo ideja prinesla tudi zaslužek. Po navadi si tukaj odgovarjamo na vprašanja, kakšno potrebo zadovoljujemo, kakšna je konkurenca, kakšno je stanje na mednarodnih trgih in ali so nam na voljo kakšne tržno raziskovalne raziskave za našo idejo.
- Priprava poslovnega načrta: poslovni načrt je na neki način zemljevid, kako bomo prispeli od točke A do točke B. Zajema pojasnila vse od opisa ideje ali produkta, proizvodnje, zaposlenih, trženja, strategij, kdo so kupci, podroben finančni načrt, zunanji in notranji dejavniki, kdo so vlagatelji itd.
- Določitev potrebnih sredstev: financiranje novega podjetja velja za enega težjih korakov, ki čakajo podjetnika. To lahko stori z lastniškimi ali izposojenimi sredstvi. Lastniški kapital pomeni, da v zameno za sredstva vlagatelj pridobi sorazmerno lastništvo v podjetju. Sredstva se nato uporabijo za uresničitev poslovnega načrta.
- Vodenje podjetja: ko podjetje začne rasti, je treba razrešiti vedno več operativnih problemov. Podjetje postane za podjetnika preveliko in tako mora uvajati vedno več managerskih ravni, kmalu pa vodenje prepustiti izkušenemu managerju.

A to ni edini način, kako se lotevati podjetništva. Z vedno večjim povpraševanjem študentov in tudi podjetnikov po raznoraznih podjetniških oprijemih je nastalo več podjetniških metod. Mansoori & Lackéus (2020) poleg že omenjenega poslovnega načrta navajata še pet metod, ki se najpogosteje pojavljajo pri podjetniških projektih in citiranih analizah. Te so:

- »Izvršitev.« Metoda poudarja, da je prihodnost treba kontrolirati, ne je samo predvidevati. Sloni na spoznanju, da ljudje ustvarjamo prihodnost, zato lahko prihodnost kontroliramo ali jo celo ustvarjamo. Torej lahko podjetniki skozi družbeni proces ustvarijo podjetniške priložnosti (Mansoori & Lackéus, 2020). Proces je sestavljen iz petih korakov: (1) vprašaj se, kdo si, kaj veš in koga poznaš; (2) nato si zmanjšaj tveganja tako, da si preračunaš, kakšne izgube si lahko privoščiš; (3) sprejmeš faktor presenečenja in ga uporabiš sebi v prid; (4) zmanjšaj negotovosti tako, da pridobiš zavezanost zgodnjih partnerjev; (5) osredotočiš se na aktivnosti, ki so znotraj tvojega nadzora (Sarasvathy, 2001).
- »Discovery-driven planning.« Metoda ponuja pristop, ki združuje poslovni načrt s koraki učenja, skozi katere pridemo do ključnih spoznanj (Mansoori & Lackéus, 2020). Metoda

je sestavljena iz šestih korakov: (1) okviriš zeleno poslovno idejo; (2) narediš primerjalno analizo parametrov; (3) strateško opredeliš relevantne operacije skozi glavne izdelke ali storitve; (4) dokumentiraš, testiraš in potrjuješ ali spreminjaš predpostavke; (5) razmisliš o ključnih mejnikih in načrtuješ nove mejnike; (6) najdeš kreativni način vodenja operacij z minimalnimi viri, dokler ne testiraš glavnih predpostavk (McGrath & MacMillan, 2000).

- »Preskriptivno podjetništvo.« Pri tej metodi se podjetnik osredotoča na splošno in specifično znanje, ki ga ima. Na osnovi tega znanja sistematično pride do podjetniške ideje, ki mu je strokovno blizu (Mansoori & Lackéus, 2020). Metodo sestavlja pet korakov: (1) introspekcija predhodnega, specifičnega in splošnega znanja; (2) izbira informacijskih kanalov v skladnosti z našim znanjem; (3) omejitev iskanja na priljubljene kanale; (4) iskanje signalov in hiter odziv nanje; (5) interpretacija povratnih informacij na osnovi socialno-kognitivnih dejavnikov (Fiet, 2007).
- »Lean startup methodology.« Temelji na ponavljajočem se testiranju poslovne ideje. Izdelek ali idejo testiramo skozi interakcijo s potencialnimi kupci. Zbrane podatke analiziramo in poslovno idejo ustrezno prilagodimo (Mansoori & Lackéus, 2020). Metoda je sestavljena iz treh korakov: (1) izdelava prototipa, ki omogoča zbiranje povratnih informacij; (2) testiranje izdelka pri strankah in objektivno analiziranje rezultatov; (3) učenje iz rezultatov in priprava na drugi krog testiranja (Blank & Dorf, 2012).
- »Design thinking.« Rešuje problem, ki ga ima uporabnik. Problem se najprej zelo podrobno raziše in zanj ustvari rešitev. Rešitev se testira in ustrezno prilagodi (Mansoori & Lackéus, 2020). Metoda je sestavljena iz petih korakov: (1) razumevanje problema z vidika uporabnika; (2) podrobno definiranje problema; (3) viharjenje možganov, reševanje problema s širokim naborom možnih rešitev; (4) prototipiranje rešitev in iskanje njenih prednosti in slabosti; (5) testiranje rešitev z uporabniki in zbiranje povratnih informacij za boljše razumevanje (Brown, 2008).

1.3 Podjetniško okolje v Sloveniji

Dobra polovica slovenskega prebivalstva pozna vsaj enega podjetnika, obenem pa tudi sami zaznavajo poslovne priložnosti v svojem okolju. Kljub temu jih ima le 15 % podjetniške namene, strah pred neuspehom pa je prisoten pri kar 40 % prebivalstva. Po teh podatkih Slovenija spada v slabšo polovico od 47 držav globalnega podjetniškega monitorja (v nadaljevanju GEM). Približno 60 % prebivalstva meni, da ima potrebno znanje in veščine ter da je preprosto ustanoviti lastno podjetje. Ti podatki nas uvrščajo na sredino od 47 držav GEM (Rebernik in drugi, 2022, str. 21).

V Sloveniji zgodnja podjetniška aktivnost v zadnjih dveh letih, 2021 glede na 2020, narašča iz 6,0 % na 6,7 %, a je to še vedno nizko v primerjavi z drugimi državami. Tako je v evropskih državah TEA indeks, ki predstavlja celotno zgodnjo podjetniško aktivnost, 8,7 %, v GEM državah pa celo 13,5 % (Rebernik in drugi, 2022, str. 45).

Največja starostna skupina podjetnikov v Sloveniji je dokaj mlada, od 25 do 34 let, medtem ko je največja evropska skupina od 35 do 44 let. Velik delež je tudi nastajajočih in novih podjetnikov najmlajše skupine od 18 do 24 let, ki jih je več kakor v evropskem povprečju, kar je prikazano v tabeli 1.

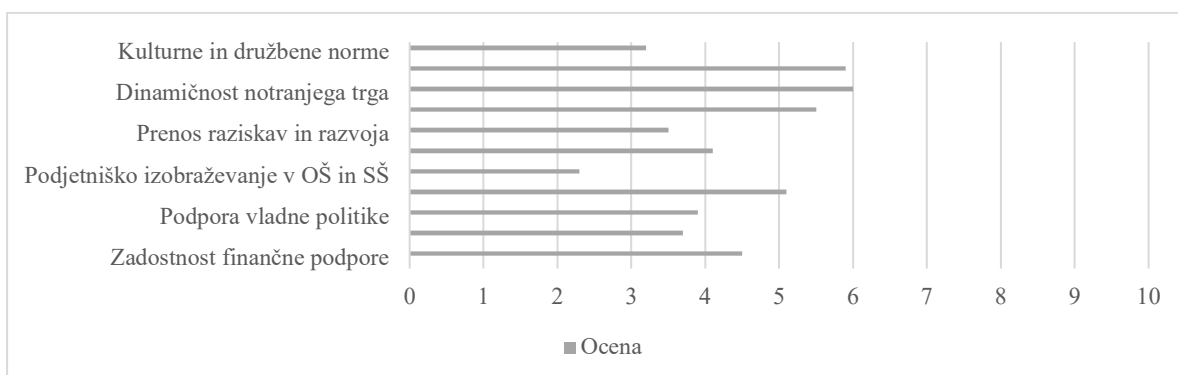
Tabela 1: Podjetniška aktivnost v Sloveniji glede na starost

Starost podjetnikov	Odstotek nastajajočih in novih podjetnikov v Sloveniji	Evropske države	Odstotek ustaljenih podjetnikov v Sloveniji	Evropske države
18–24 let	16,58	12,78	2,44	4,09
25–34 let	38,33	29,62	16,25	13,25
35–44 let	22,4	27,69	30,18	26,03
45–54 let	13,24	19,23	28,25	30,90
55–64 let	9,45	10,68	22,88	26,45

Prerejeno po Rebernik in drugi (2022, str. 67, 68).

Ocena podjetniškega ekosistema v Sloveniji je slaba, ocene na lestvici od 1 do 10 so v večini pod 5. V mednarodni primerjavi so ocene primerljive ali za tisočinko slabše. Oceni, ki izstopata od povprečja, sta kulturne in družbene norme, ki sta v Sloveniji za dve oceni slabši, in dinamičnost notranjega trga, ki je za oceno boljša od povprečja držav GEM. Podjetniško izobraževanje po srednji šoli je ocenjeno z oceno 4,1, kar je rahlo pod povprečjem GEM 4,9. Ocene je možno pregledati na sliki 1 (Rebernik in drugi, 2022, str. 21–22).

Slika 1: Ocena izvedencev o podjetniškem ekosistemu v Sloveniji



Prerejeno po Rebernik in drugi (2022, str. 22).

Raziskava Doing Business (World Bank Group, brez datuma) je pokazala, da ima Slovenija največ težav z uveljavljanjem pogodb, predvsem s številom dni, ki so potrebni za sodni dialog. Druga večja problema, ki prav tako izstopata, sta pridobivanje posojil, kjer sta problematična pomanjkanje pravic kreditorejmalcev in neurejen sistem ocenjevalcev

kreditnih sposobnosti, ter pridobivanje gradbenega dovoljenja, na katero se čaka 248 dni (World Bank Group, brez datuma).

1.4 Podjetniško okolje študentov

Veliko lahko preberemo o uspešnih in bogatih ustanoviteljih podjetij, kot so Facebook, Tesla in podobna uspešna podjetja, a je takšne zgodbe možno zaslediti tudi doma v Sloveniji. Najbolj znana sta zagotovo zakonca Samo in Iza Login z govorečim mačkom »Talking Tom«. Iz tega bi nekako lahko pričakovali, da je ustanovitev podjetja visoko na seznamu mladih. A tako kot pri vsaki uspešni zgodbi lahko zasledimo komentar: »Gotovo ni uspel na pošten način.« Raziskava podjetja Google marca 2017 na vzorcu tisoč mladih je pokazala, da bi se kar štirje od petih še vedno raje zaposlili v uveljavljenih podjetjih (Bric, 2017).

Ugotavlja se tudi, da bodo morali mladi v prihodnosti upravljati poklice, ki za zdaj še ne obstajajo, kar dodatno zamre idejo o podjetništvu. Prav tako mladi v svetu podjetništva nimajo večjih vzornikov, med mladimi podjetnicami pa je možno zaznati celo miselnost, da je podjetništvo predvsem za moške (Bric, 2017).

V izogib brezposelnosti je več kot polovica mladih pripravljena ustanoviti lastno podjetje. A za podjetniško pot, ki je uspešna, je treba mlade opremiti z veščinami in znanji o podjetništvu. Prav tako je treba v izobraževalni sistem umeščati ustanavljanje podjetij in spodbujanje mladih k podjetniški miselnosti (Lavrič in drugi, 2021, str. 144–155).

Raziskava avtorjev Lavrič in drugi (2021, str. 146) ugotavlja, da je dosedanje uvajanje podjetništva v izobraževanje študentom spodbudilo interes postati podjetnik iz 27,7 % v letu 2010 na 35,1 % v letu 2020.

Čeprav le peščica diplomantov ustanovi uspešnejša podjetja, lahko znanje, ki ga pridobijo skozi podjetniško izobraževanje, uporabijo pri raznoraznih poklicih in organizacijah. Na tak način dvigajo raven strokovnosti in inovacij v malih in srednje velikih podjetjih (Rae, 2014).

Raziskava avtorjev Draksler in Sirec (2021) potrjuje, da lahko drugi ljudje pozitivno vplivajo na posameznikov odnos do podjetništva. To so lahko učitelji, starši, prijatelji, sorodniki ali celo vzorniki. Pozitivno na odnos vplivajo tudi neformalna podjetniška izobraževanja, kot so tehnološki parki ali inkubatorji. Nasprotno, podjetniško izobraževanje študentov ne vpliva na njihove podjetniške namere. Delno vpliva le na njihov odnos do podjetništva (Draksler & Sirec, 2021).

Raziskave so prav tako opozorile, da izobraževalne ustanove ne opremijo mladih z dovolj praktičnimi znanji, da bi lahko izkoristili vse priložnosti, ki se pojavijo (Draksler & Sirec, 2021). Kot že omenjeno, so inovacije in podjetništvo pomembni dejavniki za rast in razvoj blaginje. Poleg podjetij in države ima tukaj tudi akademski svet pomembno vlogo. Podjetniško izobraževanje velja za pomembnejši del uresničitve prej navedenih ciljev.

Aktivni in eksperimentalni načini učenja podjetništva so se izkazali za ugodne, saj nudijo več povratnih informacij na delo. Vrstniško mentorstvo študentov je učinkovit način ciljno usmerjenega dela in predstavlja učenje podjetništva skozi resnične življenjske projekte (Voldsund & Bragelien, 2022).

Spodbujanja podjetniškega duha se je lotila tudi večja korporacija Spar Slovenija. Zagnali so obsežen projekt Štartaj, Slovenija. S tem so želeli pokazati, da je tudi v Sloveniji mogoče biti uspešen, da je nekdo, ki njihove ideje razume, in da jim je pripravljen pomagati. Takšnega projekta ni možno zaslediti nikjer v Evropi (Križnik, 2017).

Študenti, ki imajo svoj start-up, pa se lahko včlanijo v razne podjetniške inkubatorje po Sloveniji. Eden takšnih je tudi Ljubljanski Univerzitetni Inkubator. Delovanje inkubatorja je že na začetku ideje, torej še preden je podjetje sploh odprto. Razdeljeno je na dva segmenta, na predinkubacijo, kjer se usvojijo osnovna znanja, kako testirati idejo na trgu, ter razvoj različic produkta, ter na inkubacijo, ki je program dolgoročnega sodelovanja s podjetji, ki že ali pa so pripravljena za vstop na trg. Podjetniki se lahko udeležijo tudi raznih delavnic na teme, kot so finance, »pitching« in kako do prvih strank (Ljubljanski univerzitetni inkubator, brez datuma).

2 OVIRE PRI VSTOPU V PODJETNIŠTVO

2.1 Ovire pri vstopu

V raziskavi o podjetniških ovirah so Khanin, Rosenfield, Matho & Singhal (2022) podjetniške ovire razdelili na dve stopnji, ovire začetne stopnje prepoznavanja priložnosti in ovire v fazi realizacije priložnosti.

Pri prepoznavanju priložnosti omenjajo tri večje skupine ovir: (1) ovire življenjskega sloga, ambicioznemu podjetniku je lahko otežena vključitev v proces prepoznavanja priložnosti, zaradi kognitivnih razlogov, saj se je treba močno miselno potruditi, da prepoznamo določene posebne vzorce, ki nam kažejo na neko priložnost, in psiholoških razlogov, saj je za prepoznavanje priložnosti treba sprejeti podjetniško miselnost in prakticirati podjetniški življenjski slog; (2) dostopne ovire, to so dejavniki, ki podjetniku otežujejo pridobitev potrebnih sredstev za zagon podjetja, to so razne zavrnitve bank, neučinkovito podjetniško izobraževanje ali negativno mnenje o podjetnikih; (3) lokacijske ovire, to so dejavniki, ki podjetniku otežujejo začetek poslovanja v določeni regiji ali državi zaradi ekonomsko-operativnih razlogov, kot je nerazvita infrastruktura ali zastarela proizvodna oprema in obrati.

V fazi realizacije so prav tako oblikovali tri skupine ovir (Khanin, Rosenfield, Matho & Singhal, 2022): (1) ovire za dobro počutje nastanejo, ker lahko različni kognitivno-psihološki dejavniki otežijo vodenje rastočega podjetja; (2) legitimnostne ovire nastanejo,

ker lahko razni socialno-institucionalni dejavniki vplivajo na pridobivanje ključnih deležnikov in pomoči za nova podjetja, zaradi novosti na trgu in posledično manjšega zaupanja; (3) velikostne ovire se pojavijo, ker lahko razni ekonomsko-operativni dejavniki onemogočajo podjetniški uspeh, predvsem zaradi majhnosti podjetja in nepoštene konkurence.

O podjetniških ovirah podobno navajajo priporočila iz prakse. Skupne ovire tako literature kot prakse so nezadostne finance, izkušnje, slabo prepoznavanje poslovnih priložnosti in nepripravljenost na podjetniški način življenja. Tako poznamo sedem pogostih ovir, s katerimi se srečujejo podjetniki na začetku svoje poti (Gibbons, 2020):

- Prva izmed ovir je financiranje. Podjetništvo velikokrat zahteva večje finančne vložke, ki si jih večina ljudi ne more privoščiti. Opcij je kar nekaj, poleg osebnega varčevanja poznamo še kreditiranje pri finančni inštituciji, poslovne angele, tvegani kapital, crowdfunding itd.
- Druga pogosta ovira je neizkušenost. Dodobra moramo poznati industrijo, v kateri delujemo, in tudi osnove poslovnega managementa. Ko pride do neizkušenosti, se velikokrat zgodi, da si ne upamo na naslednji korak in posledično ideja izumre. Pomagamo si lahko z iskanjem znanja, ki nam ga primanjkuje. Udeležimo se lahko raznih spletnih delavnic ali pa si poiščemo mentorja ali drugega podjetnika, ki ga občudujemo.
- Tretja ovira je preslaba poslovna ideja. S slabo idejo bomo težko prodali produkt ali storitev, težko bomo tudi prepričali investitorje ali poslovne partnerje, da se nam pridružijo. Slabo idejo lahko izboljšamo tako, da se o njej pogovorimo z večjim številom ljudi in jo tako počasi nagrajujemo. To zahteva tudi dobro poslovno znanje, zato je priporočljivo, da se ob slabi ideji izobražujemo tudi v tej smeri.
- Četrta ovira so trenutne obveznosti. Velikokrat preprosto nimamo časa, da bi se lotili poslovne ideje. Če si želimo podjetniško idejo izpeljati, bomo primorani določene trenutne obveznosti izpustiti. Tukaj si lahko pomagamo tudi z drugimi osebami, recimo domača opravila prepustimo partnerju ali najamemo koga za pomoč.
- Peta ovira je strah pred neuspehom. Na neuspeh moramo gledati kot nekaj pozitivnega, kot nekaj, iz česar se lahko naučimo nekaj novega. Preberemo si lahko tudi kakšno podjetniško zgodbo. Tako se lahko osredotočimo na široke možnosti, ki obstajajo v podjetništvu, in ne samo na tveganja.
- Šesta ovira je odpor do stresa ali trdega dela. Za podjetništvo zagotovo lahko rečemo, da zahteva veliko časovnega vložka. Tukaj se pojavlja veliko stresnih situacij, obenem pa se to »čudno« obdobje lahko vleče tudi nekaj let. Po navadi ga spremljata več kot 40-urni delavnik in slabo plačilo ali celo neplačilo. Pomagamo si lahko le s pravo miselnostjo in pozitivnim odnosom proti končnemu cilju.
- Zadnja, sedma ovira je zgrešen čas. Veliko ljudi si govori, da zdaj ni pravi čas za nekaj, medtem ko je resnica, da nikoli ni pravi čas za začetek podjetništva. Vedno lahko najdemo razloge, zakaj ne in zakaj ne zdaj, a si moramo ta čas ustvariti sami, da bo

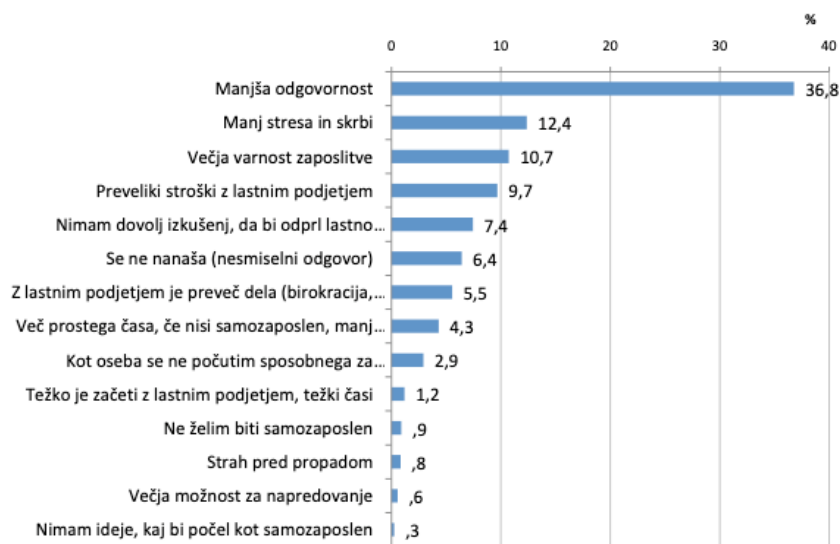
primeren za nas. Torej da deluje za nas, ne glede na to, kdaj naj bi bil primeren čas. V največjih krizah so bila zgrajena tudi številna uspešna podjetja, kot so Microsoft, Uber in Airbnb.

2.2 Ovire pri vstopu mladih

Študija avtorjev Constance Mensah in Dadzie (2020) je pokazala, da študentje dojemajo pomanjkanje kapitala, spretnosti, podpore, tržnih priložnosti in tveganje kot glavne ovire pri podjetništvu (Constance Mensah & Dadzie, 2020).

Podobne ovire se naštevajo tudi pri raziskavi avtorjev Lavrič in drugi (2010), kjer je možno zaslediti ovire, zakaj bi bili mladi raje zaposleni pri nekom drugem kot samozaposleni (Lavrič in drugi, 2010, str. 135). Te ovire so odgovornost, stres, varnost zaposlitve, finančni vložki in izkušnje. Največja ovira je odgovornost, kjer si skoraj 37% mladih želi manjše odgovornosti na svojem delovnem mestu, takoj za njim sta stres 12% in varnost zaposlitve z 11%. Vsi razlogi so podrobno prikazani na sliki 2.

Slika 2: Razlogi, zakaj bi bili mladi raje zaposleni pri nekom drugem kot samozaposleni



Vir: Lavrič in drugi (2010, str. 135).

Tako je možno študente razdeliti v štiri skupine dojetanja podjetniških ovir. Te so iskalci ugodja, nepodjetniki, potencialni podjetniki in delni podjetniki (Hojnik, Omerzel & Kregar, 2019).

Iskalcem ugodja podjetniški način življenja, poleg ekonomskega in političnega okolja, predstavlja največjo oviro. Nepodjetnikom predstavlja oviro največ stvari, te so kapital, viri, podjetniški način življenja, družbeno okolje, ekonomsko in politično okolje in osebna pričakovanja/strahovi. Potencialni podjetniki nimajo ovir, edina vidnejša je družbeno okolje, kar pomeni, da nimajo podpore družine in prijateljev, da bi začeli samostojno podjetniško

pot. Zadnja skupina so delni podjetniki, ki bi ustanovili podjetje le, če se pojavi nuja ali priložnost. Ovire, ki jih težijo, so finance, viri, osebne izkušnje/strahovi ter ekonomsko in politično okolje (Hojnik, Omerzel & Kregar, 2019).

Za zmanjšanje teh ovir se priporoča, da deležniki previdno oblikujejo šolske predmete in pravne zakone tako, da minimizirajo dožete podjetniške ovire in maksimizirajo motivacijske dejavnike. Podjetniško izobraževanje mora poudarjati izboljšavo spretnosti in znanja o podjetništvu, obenem pa preusmerjati študentske karierne odločitve proti podjetništvu (Constance Mensah & Dadzie, 2020).

3 RAZISKAVA O OVIRAH PRI VSTOPU MLADIH NA PODJETNIŠKO POT V SLOVENIJI

3.1 Metodologija

Podjetniške ideje študentov se pojavljajo povsod, ne samo na poslovno usmerjenih študijih. V znanstveni literaturi je mogoče najti različne raziskave na temo podjetniških ovir, poleg podjetniškega izobraževanja pa je konkretnih rešitev bolj malo. Tako ta raziskava proučuje možnost sodelovanja študentov podjetništva s študenti neposlovnih ved. Teoretični del zajema vpogled v to, kar razumemo pod podjetništvom ter kar že vemo o ovirah pri vstopu v podjetništvu.

Raziskava je narejena na osnovi kvalitativne metode polstrukturiranih intervjujev. Metoda poteka tako, da se pripravijo orientacijska vprašanja na osnovi pregledane literature, ki nas vodijo skozi intervju. Najprej se postavi vprašanje, nato pa glede na odgovor postavimo podvprašanja, ki jih ne moremo predvideti vnaprej (Adams, Khan & Raeside, 2014, str. 144–145).

Raziskavo sem začel s pregledom ključne literature za lažjo izvedbo polstrukturiranih intervjujev, saj je treba določiti glavne teme in izhodiščna vprašanja tem. Vprašalnik je v prilogi 1.

Nato sem napravil testni intervju. Tako sem bolje spoznal način dela spraševalca in način, kako ustrezno postavljati podvprašanja. Intervjuji so v večini potekali prek telefonskega klica. Naprej sem predstavil namen raziskave in prosil za dovoljenje za snemanje. Intervjuje sem kasneje prepisal in jih na koncu tudi analiziral. Pomagal sem si z metodo kodiranja. Kodiranje je metoda, kjer združimo več odgovorov v nekaj kategorij, ki vključujejo ključne informacije za analizo. Iz ugotovitev sem določil skupne teme in jih nato vsebinsko interpretiral (Dimovski, Penger & Škerlavaj, 2005, str. 70). Navedbe rezultatov predstavljajo vse študente, ki so tako odgovorili.

3.2 Vzorec

Raziskava o ovirah mladih na podjetniški poti v Sloveniji je bila izvedena poleti 2022. Raziskava ima namenski vzorec desetih oseb, ki obiskujejo neposlovna področja študija in imajo poslovno idejo ali inovacijo. Neposlovno področje študija je pomembno, saj odgovarja na glavno tezo možnosti sodelovanja s študentom podjetništva, kot odgovor na pomanjkanje podjetniškega znanja za izvedbo poslovne ideje.

Intervjuvance sem kontaktiral prek socialnih omrežij, preko aplikacije Facebook, nekaj sem jih poznal osebno, ostale sem kontaktiral prek objave, kjer sem prosil za pomoč pri pisanju zaključne naloge. Zapisal sem, da potrebujem osebe iz neposlovne smeri študija, ki imajo poslovno idejo ali inovacijo ter bi želele sodelovati v krajšem intervjuju. Študentje prihajajo iz najrazličnejših fakultet. Intervjuji so v povprečju trajali 12 minut, podrobnejše informacije o intervjuvancih, zajetih v raziskavi, zajema tabela 2.

Tabela 2: Vzorec, zajet v raziskavi

Oseba	Študij	Spol	Datum in trajanje intervjuva	Način	Podjetniška namera ali ideja/inovacija	Že ima ali je imel podjetje
1	Arhitektura	Ž	8. 7. 2022, 14 minut	V živo	Ideja/inovacija	Nima podjetja
2	Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi	Ž	12. 7. 2022, 9 minut	Po telefonu	Podjetniška namera	Nima podjetja
3	Video produkcija	M	12. 7. 2022, 11 minut	Po telefonu	Ideja/inovacija	Ima svoje podjetje
4	Konstruiranje in razvoj	M	22. 7. 2022, 18 minut	Po telefonu	Podjetniška namera	Sodeloval v startu-pu
5	Strojništvo	M	23. 7. 2022, 8 minut	Po telefonu	Podjetniška namera	Nima podjetja
6	Logistika	M	23. 7. 2022, 13 minut	V živo	Podjetniška namera	Je imel podjetje
7	Oblikovanje vizualnih komunikacij	Ž	27. 7. 2022, 12 minut	V živo	Ideja/inovacija	Nima podjetja
8	Grafično oblikovanje	M	1. 8. 2022, 15 minut	Po telefonu	Podjetniška namera	Nima podjetja
9	Računalništvo in informacijske tehnologije	M	3. 8. 2022, 11 minut	Po telefonu	Ideja/inovacija	Nima podjetja
10	Računalništvo in informacijske tehnologije	M	3. 8. 2022, 9 minut	Po telefonu	Podjetniška namera	Nima podjetja

Vir: lastno delo.

3.3 Rezultati in analiza

3.3.1 Izkušnje

V prvem delu raziskave so me zanimale predvsem izkušnje, ki jih imajo študentje neposlovnih smeri študija s podjetništvom. Poleg izkušenj ter raznih delavnic na temo podjetništva me je zanimalo, kakšno podporo jim nudi fakulteta glede podjetništva. To je lahko v okviru rednega programa ali pa že samo to, da vedo, na koga se lahko obrnejo, če bi potrebovali dodatne informacije.

Izkušnje študentov so najrazličnejše, zaslediti je možno vse od poslovnih idej, lastnega podjetja in sodelovanja v start-up podjetju. Največ študentov sicer navaja, da ima poslovne ideje.

- »Moje ideje so se začele pojavljati med srednjo šolo, potem pa še bolj na faksu« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).
- »Želela sem sama odpreti marketinško agencijo« (Intervjuvanec 2, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi, 2022).
- »Imel sem že nekaj idej, sicer niso bile vezane s strojništvom, čisto druga področja.« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).
- »Konkretnih izkušenj nimam, sem pa imel že kar nekaj idej. Začel sem tudi z eno spletno trgovino, ki sem jo moral dati na stran zaradi študija« (Intervjuvanec 5, Strojništvo, 2022).
- »Da, v logistični smeri. Kolega je imel preveč posla in sem želel prevzeti del posla za določeno maržo« (Intervjuvanec 6, Logistika, 2022).
- »Najraje bi v prihodnosti odprla svoj fotografski studio za umetniško fotografijo. Fotografija, ki pokriva področje mode in glasbenih ustvarjalcev, nekako fotostudio z že pripravljenimi setupi. Podobno kot new yorški pier59. Se pravi nekaj, kar lahko najamejo tudi manjši ustvarjalci« (Intervjuvanec 7, Oblikovanje vizualnih komunikacij, 2022).
- »Nekaj skozi delo pri predmetih na fakulteti, v večini pa samoiniciativni projekti za moj portfolio, ki je pomemben za naročnike. Željo imam namreč postati freelancer« (Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje, 2022).
- »Že nekaj časa imam idejo za aplikacijo za dijake, vendar še nisem izdelal ničesar konkretnega. Počasi sem idejo nadgrajeval z znanjem, ki sem ga prejel skozi šolanje« (Intervjuvanec 9, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).
- »Imam pa željo, da bi ustanovil svoje podjetje, kjer bi ponujal programske rešitve in svetovanja« (Intervjuvanec 10, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Študentje imajo poleg poslovnih idej tudi dejanske izkušnje s preprostejšimi podjetji. Zaslediti je možno video produkcijo, fotografijo in programiranje. Izkušnje sovpadajo s programi študija.

- »Na neki način vodim svoje podjetje, neke vrste popoldanski s. p., prek katerega delam projektno« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).
- »Ob študiju delam kot fotografinja. Razen fotografiranja tudi grafično oblikujem logotipe ter posterje. To delam večinoma prek študentskih napotnic. Začela sem v bistvu zaradi prijateljev, saj vedo, kaj me zanima in kaj študiram in smo pač začeli zasebno sodelovati. Sčasoma sem začela sodelovati tudi z različnimi organizatorji dogodkov, ki sem jih spoznala prek prijateljev in socialnih omrežij« (Intervjuvanec 7, Oblikovanje vizualnih komunikacij, 2022).
- »Dlje časa delam pri enem nekdanjih študentov, ki ima svoje podjetje. V večini pišem preproste programske kode« (Intervjuvanec 10, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Ena izkušnja študenta je tudi v start-up podjetju, pa čeprav neuspešnem.

- »Sodeloval sem pa pri projektu, ki mi je dal nekaj izkušenj. Start-up z idejo nekaj med helikopterjem in letalom, mogoče le prevelik zalogaj« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).

Izkušnje se nabirajo tudi med rednim programom študija. Tako je imel en študent predmet podjetništva na fakulteti, kjer so predstavili osnovne informacije o podjetništvu.

- »Imeli smo nekaj osnovnih predmetov, kako odpreš podjetje, razlike s. p. in d. o. o., samozaposlen v kulturi, novinarji« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).

Medtem ko so imeli nekateri dejanska izobraževanja v času rednega študija, so nekateri navajali izobraževanja, ki le delno zajemajo podjetniško znanje. To je razno pravo, promocija in prototipiranje.

- »Vse, kar imamo, je zakonodaja, ki jo imamo arhitekti pri svojem delovanju« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).
- »Imeli smo pa predmet, kjer smo si zamišljali, da smo lastniki Airbnb in smo morali ugotoviti, kako bi to promovirali, kakšen bi bil proračun za promocijo, ne pa, kako bi odprli to podjetje« (Intervjuvanec 2, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi, 2022).
- »Da, v tretjem letniku smo sodelovali pri treh obsežnejših projektih, kjer smo delali za dejanske naročnike. Pri dveh smo bili tudi plačani, delo sem tudi vstavil v portfolio in izkušnje zapisal v CV« (Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje, 2022).

Eden izmed študentov se je udeležil izobraževanj, ki pripomorejo k samostojni podjetniški poti v kreativnem sektorju. Navaja, da redno spremlja razna izobraževanja, ki se jih lahko udeleži, obenem pa izpostavlja, da mu je še vseeno največ o dejanskem delu obrazložil in predstavil mentor za diplomsko nalogo.

- »Organizacija Asocijacija, online predavanja na tematiko birokracija, avtorske pravice, pravo v kreativnem sektorju. Udeležil sem se tudi delavnice, kako se prijavljati na EU financirane projekte« (Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje, 2022).
- »V večini spremljam karierni center in izobraževanja, ki jih ponujajo. Dosti stvari mi je povedal mentor pri diplomski, kako potekajo stvari v praksi« (Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje, 2022).

Eden izmed študentov navaja, da je med študijem obravnavan, kot da bo zaposlen v podjetju, čeprav mu področje študija omogoča samostojno pot.

- »Na fakulteti nas usmerjajo, kot da smo mi delavci v podjetju, ne pa, kot da smo mi podjetniki« (Intervjuvanec 2, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi, 2022).

Najdejo se tudi študentje, ki nimajo nobenega stika s podjetništvom na fakulteti, čeprav imajo poslovne ideje.

- »Ne da bi vedel, nisem bil niti pozoren na to« (Intervjuvanec 5, Strojništvo, 2022).
- »Ne, imeli smo izbirne predmete, samo se jih nisem udeležil. Bolj me je zanimala stroka« (Intervjuvanec 6, Logistika, 2022).

Ker je pomanjkanje podjetniškega izobraževanja v času rednega študija očitno, so nekateri študentje to reševali z udeležitvijo raznih delavnic in izobraževanj. To so lahko tudi pogovori z gosti ali okrogla miza. Na tak način lahko izvejo več informacij ali slišijo podjetniško zgodbo, ki jih navdihne.

- »V okviru študijskega programa ne, bolj samoiniciativno. V sklopu organizacije Ljudje sem se udeležila delavnice, kako postaviti svoj 'brand', na kakšen način privabljati stranke, kako se predstavljaš kot oseba v poslu, prisotnost na platformah« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).
- »Imeli smo na fakulteti enega gosta, so nam pa predstavili možnosti za začetni kapital in podjetniško okolje inkubatorja« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).
- »Enkrat sem se udeležil enega predavanja na fakulteti, prišel je neki nekdanji študent, ki ima svoje podjetje. Predstavil je, kako je dobil idejo med študijem in jo počasi gradil, po končanju pa se dela lotil še bolj konkretno« (Intervjuvanec 5, Strojništvo, 2022).
- »Prav na temo podjetništva ali podobno ne, sem se pa udeležil enega predavanja na temo prototipiranja inovacije v računalniškem programu« (Intervjuvanec 9, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Med tem drugi niso vedeli, da takšni tečaji ali dogodki sploh obstajajo oziroma jih niso zasledili.

- »Ne, takšnih tečajev nisem zasledil« (Intervjuvanec 6, Logistika, 2022).
- »Nisem vedel, da delavnice na to temo sploh obstajajo« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).

Čeprav podjetništva na fakultetah ne obravnavajo, temveč so predavanja osredotočena na teorijo in izkušnje iz lastne stroke, študentje vedo, na koga bi se obrnili za dodatne informacije glede podjetništva. Zaslediti je mogoče mreženje.

- »Imamo pa kontakte teh profesorjev, in če jih potrebujemo, so nam na razpolago« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).
- »Verjamem, če bi kontaktiral kakšnega prodekana, da bi me usmeril naprej, ampak izven fakultete« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).
- »Tega nisem zasledila, v večini delamo na pridobivanju izkušenj. Verjamem pa, da bi mi bil kdo izmed profesorjev pripravljen svetovati« (Intervjuvanec 7, Oblikovanje vizualnih komunikacij, 2022).
- »Prepričan sem, da bi mi nasvete lahko dal tudi kakšen profesor, s katerim sem se dobro razumel« (Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje, 2022).
- »Prav aktivno ne, mi je pa znano, kateri profesorji imajo svoje podjetje. Verjetno bi bili pripravljeni pomagati, če bi jih prosil« (Intervjuvanec 9, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).
- »Ne, imam na srečo nekaj kolegov, ki imajo svoja podjetja, in mi lahko pomagajo« (Intervjuvanec 10, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Eden izmed intervjuvanih študentov se ni udeleževal podjetniških predavanj, se je pa o podjetništvu naučil veliko od prijatelja, pri katerem dela med študijem.

- »Nisem, sem se pa veliko naučil od kolega« (Intervjuvanec 10, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

3.3.2 Ovire

Ker me zanimajo ovire pri vstopu mladih na podjetniško pot, sem kot pomembnejše vprašanje intervjuvancem postavil, katera je največja ovira pri uresničitvi njihove poslovne ideje ali inovacije. Zanimalo me je tudi mnenje, kako bi na ovire vplival partner s podjetniškim znanjem.

Kot ovira pri uresničitvi poslovne ideje ali inovacije se najpogosteje navaja premalo izkušenj, nekateri jih omenjajo kot splošne podjetniške izkušnje.

- »Pa rekla bi, da tudi izkušnje so precej pomembne, da si jih nabereš, preden se spustiš sam na svojo pot« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).
- »Ker trenutno še nimam tega znanja, da bi lahko to sploh delala. Verjetno ne bi vedela, kako se lotiti, kaj je prvi korak, da odpreš nekaj svojega« (Intervjuvanec 2, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi, 2022).

Medtem pa drugi navajajo specifične izkušnje in znanja, ki jim primanjkujejo.

- »Največja je bila sam nabor produktov, ki bi se prodajal. Pa tudi marketing, sem pa za marketing imel namen izkoristiti brezplačna spletna izobraževanja« (Intervjuvanec 5, Strojništvo, 2022).
- »Sistem prispevkov, ker ne potrebujem računovodstva, se vsak mesec lovim, koliko prispevkov moram nakazati« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).
- »Posel sem izgubil, saj so se naročila zaradi korone zmanjšala. Podobnega posla sam nisem znal najti. Sem pa že kupil kombi, ki sem ga kasneje prodal« (Intervjuvanec 6, Logistika, 2022).
- »Definitivno premalo izkušenj, networkinga, poznanstva za projekte. Pa tudi življenjske izkušnje, kot so recimo komunikacija« (Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje, 2022).
- »Za delo bi zagotovo potreboval več izkušenj, kako stvari potekajo in kakšna so pričakovanja naročnikov« (Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje, 2022).
- »To, da bi imel čas aplikacijo dejansko ustvariti in jo stestirati, nekako tudi to, da bi mi nekdo znal pomagati zadevo lansirati, ko bi bila tako daleč« (Intervjuvanec 9, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).
- »Trenutno je to znanje, mogoče tudi kaka prva stranka. Nekaj malo sem že ponujal svoje storitve, nisem pa še opravil ničesar konkretnega« (Intervjuvanec 10, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Eden izmed intervjuvancev navaja, da bi potreboval vpogled v delovanje večje umetniške agencije, saj si težko predstavlja delo v njej. Navaja, da med študijem, v času obvezne prakse, kjer bi to lahko spoznal, ni, se jim pa zato svetuje prostovoljna praksa Erasmus+ v tujini.

- »Ne, takšnega vpogleda v delovanje nimam, tudi obvezne prakse med študijem ni. Težko si zamislim poslovno idejo o večjem grafičnem studiu, saj ne vem, kako delujejo. Spodbuja se pa, da se prostovoljno izkoristi Erasmus+ praksa. O tem tudi razmišljam« (Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje, 2022).

Omenjen je tudi kapital, ki študentu predstavlja neko varnost.

- »Kapital. Da kar koli začneš, potrebuješ neki začetni kapital, na neki način je tudi varovalka« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).

Tudi čas med študijem je pomemben. Obveznosti do fakultete lahko vzamejo lep del prostega časa. To je seveda odvisno tudi od fakultete, ki jo študent obiskuje.

- »Med študijem nekako nisem imel dovolj časa posvetiti se idejam niti spoznati druge ljudi, s katerimi bi lahko sodeloval« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).
- »Največja ovira je pomanjkanje časa, ker zraven dela še študiram« (Intervjuvanec 7, Oblikovanje vizualnih komunikacij, 2022).

Pri ovirah se najde tudi podpora drugih. Navedeni sta dve različni izkušnji, ena oseba ima podporo in izkušnje družine. Tako si je upala tudi podati na samostojno podjetniško pot.

- »Preden sem začel, nisem imel problemov, bil sem precej dobro obveščen, v družini smo vsi po malem podjetniki, tako da sem imel vedno nekoga, ki me je podpiral in svetoval« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).

Druga oseba podpore nima, tako ni niti prepričana o svoji ideji in tudi dvomi o njeni dodelanosti.

- »Mogoče to, da nisem bil dovolj prepričan v to idejo, da bi upal tvegati, ker je neko tveganje in moraš biti samozavesten. Ideja zato še ni dovolj dodelana, da bi kar koli začel« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).

Nekateri študentje menijo, da bi bilo s partnerjem lažje. Tako bi si upali z njim podati na podjetniško pot.

- »Ja, s partnerjem bi bilo dosti lažje, s partnerjem bi si upala iti na podjetniško pot« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).
- »Bi pomagal« (Intervjuvanec 2, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi, 2022).
- »Zagotovo bi bil v enem trenutku koristen, kot sem omenil za lansiranje in nadaljnje poslovanje. Trenutno bi pa pravzaprav bolj potreboval še kakšnega programerja ali pa grafika, da bi se aplikacija dejansko razvila. To se mi zdi pomembnejše« (Intervjuvanec 9, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Nekateri pa se s partnerjem vidijo le ob predpostavki, da ima partner ustrezne podjetniške izkušnje ali celo znanje v izbranem področju.

- »S predpostavko, da ima izkušnje« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).
- »Verjetno je boljše začeti z nekom, ki ve več kot pa neki čisti začetnik, ki bi na začetku milijon napak naredil« (Intervjuvanec 2, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi, 2022).
- »Iskreno ne, razen če bi bil to partner s področja ideje. Posebej, če bi tudi on verjel v idejo, potem bi mi dal neki zagon, tako pa nimam nobenega feedbacka in ne vem, če sem sploh na pravi poti in če je povpraševanje po tem ali ne« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).
- »Če bi partner znal dobro analizirati trg in iskati deficit na tem področju, bi morda našel nov posel in ideja ne bi zamrla« (Intervjuvanec 6, Logistika, 2022).

Tukaj so tudi študentje, ki se ukvarjajo s podjetništvom, a na takšnih področjih, kjer partner ni smiseln in ga ne potrebujejo. Če že, vidijo možnost v nekakšnem podjetniškem svetovanju.

- »Ga ne potrebujem, neko svetovanje bi bilo čisto dovolj. A ker trenutno še ne poslujam na veliko, se pač s tem zaenkrat še sam ubadam, bi se pa problema rešil takoj, če bi plačal kako računovodjo« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).

- »Prav poslovnega partnerja si ne bi želel, kakšno mentorstvo, še posebej iz spletne prodaje, bi mi pa prišlo prav« (Intervjuvanec 5, Strojništvo, 2022).
- »Definitivno izziv, največ se naučiš, ko kaj počneš. Lahko bi izpeljal kakšne manjše projekte, ne pa še kot polna zaposlitev« (Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje, 2022).
- »Ga pravzaprav ne potrebujem, kvečjemu če bi postal večji, kakšno redno ali pa občasno pomoč. Mogoče koga na terenu, ukvarjal bi se nekako z urejanjem in integracijo podatkovnih baz podjetij« (Intervjuvanec 10, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Eden izmed intervjuvancev bi potreboval administrativno pomoč, če bi se lotil konkretizacije ideje, pa investitorja.

- »Jaz se ukvarjam s kreativnim delom, potrebovala bi pa nekoga za administrativni del, če bi se lotila česa takšnega, bi potrebovala kvečjemu kakšnega investitorja« (Intervjuvanec 7, Oblikovanje vizualnih komunikacij, 2022).

3.3.3 Sodelovanje

Glede na pregledano literaturo spodbujanja podjetništva študentov sem intervjuvance povprašal o predlogu izbirnega predmeta. Izbirni predmet je organiziran tako, da na podjetniški ideji dela študent neposlovnih smeri študija s študentom podjetništva pod vodstvom mentorja na fakulteti. Poslovni načrt je na koncu tudi ocenjen. Zanimalo me je, ali se intervjuvancem zdi takšen način dela in sodelovanja zanimiv in ali jim je to dobra iztočnica za sodelovanje izven šolskih klopi, da postaneta poslovna partnerja.

Večini študentom se ideja o izbirnem predmetu sodelovanja s študentom podjetništva zdi dobra. Se pa razdelijo v dve kategoriji. Prva so takšni, ki bi se predmeta udeležili takoj in jih povezovanje veseli.

- »Ja, z veseljem. Menim, da nekaj takšnega manjka. Vse to povezovanje v celem času študija si samo v svojem balončku. Ko boš zaposlen, boš vedno delo opravljal v povezavi z nekom drugim in nas ne učijo nikjer, kako se povezati z drugimi in kako nekaj zgraditi, ker nikoli ni vprašanje enega, ampak je vedno od zadaj neki kolektiv, za kar koli že gre« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).
- »Bi se udeležil, takšna organizacija dela se mi zdi zelo koristna« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).
- »Ja, ne sliši se slabo« (Intervjuvanec 5, Strojništvo, 2022).
- »Absolutno, ideja je dobra. Ideje po navadi znam tehnično izpeljati, a ne znam raziskovati trga in iskati poslovne priložnosti« (Intervjuvanec 6, Logistika, 2022).
- »To bi bilo zanimivo ja, mogoče bi dobil tudi neki poslovni vidik, kako mora aplikacija delovati, ker na tem še nisem nič delal« (Intervjuvanec 9, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

- »Bi bilo lahko zanimivo, nisem o čem takšnem nikoli razmišljal. Bi bilo pa zanimivo imeti kakšen predmet, kjer delaš na svoji ideji pa ti nekdo pomaga in svetuje« (Intervjuvanec 10, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Druga skupina pa meni, da bi bilo treba imeti najprej zares dobro idejo, in ko bi bila že ideja do potankosti izdelana, bi se šele takrat prijavili na omenjen izbirni predmet.

- »Bi se udeležila, sploh če imaš neko res dobro idejo« (Intervjuvanec 2, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi, 2022).
- »Zelo dobro ja, vendar ne vem, če bi se osebno prijavil, ker nisem imel toliko izdelane ideje« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).
- »Takšno sodelovanje bi znalo biti zanimivo, še posebej glede na prihodnost, saj trenutno pri fotografiji ne potrebujem pomoči. Ne vem pa, kako bi bilo delati na tej ideji že zdaj, med študijem in drugimi obveznostmi« (Intervjuvanec 7, Oblikovanje vizualnih komunikacij, 2022).
- »Je smiselno sodelovanje, čeprav se še vedno nagibam k temu, da bi za začetek potreboval sodelovanje s kakšnim sošolcem ali drugim programerjem, da se aplikacija dejansko razvije do te mere, da se lahko predstavi« (Intervjuvanec 9, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Želja študenta je tudi po že izdelanem prototipu ali pa vsaj informaciji, če je tehnična ideja sploh izvedljiva.

- »Mogoče neki delujoč prototip ali pa informacijo, če je stvar prevelika/predraga. Se pravi neki 3D model, mogoče celo simulacijo, torej nekaj konkretnega, ne samo ideje na papirju. Če bi dobil dober feedback na izdelek, bi se bil pa pripravljen udeležiti tega predmeta« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).

Seveda prototipi nekaj stanejo, a za večino izdelkov študent ocenjuje, da jih lahko izdelava z do 1000 EUR denarnega vložka. To so lahko razne naprave in pripomočki.

- »Za večino izdelkov mislim, da z manj kot 1000 EUR lahko že marsikaj narediš, če je tvoja ideja večja, ne vem električni avto ali skiro, pa je to že malo več. Težko je govoriti na splošno. Za neke 'gadgets', pripomočke in naprave pa se da za 1000 EUR« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).

Pomisliki glede predmeta so različni, nekako sta vidnejši želji dobro izdelana ideja že pred začetkom predmeta ter da je predmet res praktično naravnan, da profesorji niso zgolj pedagogi, ampak dejanski podjetniki iz prakse, torej da ima profesor izkušnje z izpeljevanjem ideje. Eden izmed študentov navaja, da bi si želel, da je skupina večja, da lahko sodeluje še s študentom iz iste stroke.

- »Nimam pomislekov, če je ideja dobra« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).

- »Res pa je, da to ni primerno za vsakogar, ne moreš imeti že toliko izdelane ideje, da lahko začneš že takoj, ko se predmet začne, to je oktobra« (Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj, 2022).
- »Pomislike imam, vsaj takšno izkušnjo sem imel na fakulteti, da predavatelji niso imeli izkušenj s prakse, kot bi mogoče morali imeti, kot da niso nikoli dejansko izpeljali ideje v življenju. Želim si ljudi iz prakse in ne samo pedagoge« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).
- »Ne, se mi zdi neka 'win-win' situacija, razen če je to neki teoretični predmet, da se učiš, kako se poslovni načrt dela, ne pa da ga dejansko delaš« (Intervjuvanec 6, Logistika, 2022).
- »Mogoče bi raje sodelovala z mentorjem, ki ima dejanske izkušnje« (Intervjuvanec 7, Oblikovanje vizualnih komunikacij, 2022).
- »Kot sem rekel, sodelovanje je smiselno, se mi pa zdi, da bi bilo še bolj, če bi deloval v trojici s sošolcem recimo« (Intervjuvanec 9, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).
- »Koliko bi bilo individualnega pristopa, da se ne bi na splošno nekaj predavalo, ne bi pa se predstavil noben konkreten primer delovanja podjetja« (Intervjuvanec 10, Računalništvo in informacijske tehnologije, 2022).

Polovica študentov vidi možnost sodelovanja s študentom podjetništva po končanju predmeta. Tako imajo željo s študentom podjetništva postati poslovni partner in odpreti podjetje. Seveda, če so se s tem študentom v ekipi dobro razumeli. Mogoče sami tudi niso najbolj spretni za izpeljevanje česa takšnega, zato se jim zdi nadaljnje sodelovanje smiselno.

- »Če bi se dobro ujela, povezala in bila na isti valovni dolžini, ja, z veseljem« (Intervjuvanec 1, Arhitektura, 2022).
- »Če je obema všeč ideja in če se razumeta, potem ja, posebej ker sta že neki skupni trud vložila v to« (Intervjuvanec 2, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi, 2022).
- »Sigurno ja, čisto možno, da se razvije sodelovanje na to temo« (Intervjuvanec 3, Video produkcija, 2022).
- »Ja, dejansko je zelo dobra iztočnica, nekako podobno kot kakšni 'hackathoni'« (Intervjuvanec 5, Strojništvo, 2022).
- »Ja, veliko ljudi to dela. Sam nisem najbolj spreten« (Intervjuvanec 6, Logistika, 2022).

Eden izmed študentov dejansko partnerstvo v podjetju težko ocenjuje za naprej. Pomembno se mu zdi, da je že začetno izhodišče enako, saj se na njem gradi naprej.

- »Težko je to oceniti za naprej, posebej da si z nekom na enakem izhodišču« (Intervjuvanec 7, Oblikovanje vizualnih komunikacij, 2022).

4 DISKUSIJA

Namen zaključne naloge je ugotoviti, kaj so glavne ovire na podjetniški poti študentov neposlovnih smeri ter ali je partnerstvo s študentom podjetništva odgovor na te ovire. Na osnovi raziskave, narejene v okviru te naloge, je bilo ugotovljeno, da je partnerstvo s študentom podjetništva smiselno le delno oziroma približno s polovico vprašanih študentov neposlovnih smeri.

Izkušnje s podjetništvom, ki jih imajo študentje neposlovnih smeri, so najrazličnejše, vse od poslovnih idej, dela v lastnem preprostem podjetju do dela za start-up podjetje. Tovrstne delovne izkušnje so pričakovane, pričakovani so tudi odgovori o pomanjkanju podjetniških vsebin v času rednega študija, na kar opozarja tudi teorija (Draksler & Sirec, 2021; Rebernik in drugi, 2022, str. 22).

V odgovorih je mogoče zaslediti osredotočenost na lastno stroko v času študija, brez kakršnega koli poudarka na možnosti zaposlitve po študiju. Kljub ustrezni strokovni usposobljenosti se študentje sprašujejo, kako delujejo organizacije, v katerih bodo po končanem študiju delali, ter kakšne so možnosti za samostojno podjetništvo. O tovrstnih informacijah v času študija ni govora, zato tudi ostaja zmeda, kaj točno si želijo ustvariti. Iz tega lahko tudi sklepamo, zakaj določene poslovne ideje niso bolje izdelane. Kot smo že omenjali, podjetniško izobraževanje ustvarja tudi podjetniške namene (Draksler & Sirec, 2021).

Zanimiva je tudi povezava študenta, ki ima podjetje. Navaja, da je imel podporo družine, kjer je vsak po malem podjetnik in so mu lahko svetovali. Ta povezava še dodatno potrjuje raziskavo avtorjev Draksler in Sirec (2021), da lahko drugi ljudje pozitivno vplivajo na posameznikov odnos do podjetništva.

Študentje neposlovnih smeri so v večini omenjali ali namigovali, da je neizkušenost tista, ki jih ovira pri izpeljavi poslovne ideje. To potrjuje tudi Gibbons (2020), ki omenja neizkušenost na drugem mestu med ovirami.

Večina študentov bi se bila pripravljena udeležiti izbirnega predmeta, ki je bil izpostavljen v raziskavi kot eden od možnih predlogov, a imajo kljub poslovni ideji nekateri pomisleke, če so vseeno kandidati za takšen predmet. Tukaj bi bilo pomembno, da se pri predmetu natančno opredeli, kdo se ga lahko udeleži ter kako se bodo ideje pri predmetu razvijale, saj bodo le tako lahko študentje spoznali, ali so primerni kandidati. Smiselno je poudarek, da predmet ni nujno namenjen le tistim, ki so pripravljene vstopiti na trg, ampak se ga lahko udeležijo tudi tisti, ki potrebujejo pomoč pri testiranju ideje na trgu in razvoju različic produkta. Mogoče bi bila tukaj smiselna tudi kakšna poletna delavnica, kjer bi se predmet predstavil, obenem bi se že začelo delo na »piljenju« poslovne ideje oziroma inovacije, da bi lahko študentje samozavestno pristopili k predmetu.

Študentje so sodelovali tudi na prostovoljnih delavnicah, udeležili so se nekaterih na podjetništvo navezanih delavnic. Vsekakor pa je očitna ovira pomanjkanje informiranja na ravni fakultet. Posledično se je težje udeležiti ustreznih delavnic in obdržati motivacijo za izpeljevanje podjetniške ideje in kasneje udeleževanje pri omenjenem predmetu.

Pomembno je izpostaviti, da nekatere neposlovne fakultete razvijajo tudi dejanske tehnične produkte, zato se tukaj omenja tudi finančni vložek za razvoj prototipov. Takšen vložek bi v povprečju znašal 1000 EUR. To je pomembna informacija za privabljanje tovrstnih tehničnih fakultet in študentov v sodelovanje, saj predstavljajo drugačen način dela.

Izbirnega predmeta, ki ga ta naloga navaja, bi se večina študentov udeležila, vendar so razdeljeni v dve skupini. Takšni, ki bi se predmeta udeležili takoj in takšni s predpostavko, da imajo prej dobro dodelano idejo. Ob vprašanju, ali so pripravljeni sodelovati s študentom podjetništva tudi izven šolskih klopi in odpreti podjetje, jih je večina odgovorila z da, če se z osebo dobro razumejo. Je pa tukaj pomembno poudariti njihove podjetniške ideje, ki čeprav so pripravljeni sodelovati, onemogočajo sodelovanje. Te ideje so recimo fotograf ali grafični oblikovalec. Partnerja vidijo šele, ko bi se podjetje širilo. Za to skupino bi bilo treba razmisliti, kako se jim lahko pomaga. Podrobnejša predstavitev se nahaja v Prilogi 2.

5 OMEJITVE RAZISKAVE IN VPRAŠANJA ZA NADALJNJE RAZISKOVANJE

Omejitev raziskave je zagotovo majhen in namenski vzorec. Izkušnje desetih študentov težko predstavljajo izkušnje celotne populacije študentov neposlovnih smeri. Za razumevanje večjega splošnega dela študentov neposlovnih smeri bi lahko uporabili anketo. So pa ugotovitve polstrukturiranih intervjujev dobra iztočnica za sestavo vprašalnika, ki bi bil osnova širše zastavljene kvantitativne analize.

Med raziskavo so se pojavila nova raziskovalna vprašanja, vezana na sodelovanje študentov podjetništva in študentov neposlovnih smeri s poslovno idejo ali inovacijo, ki jih bi bilo smiselno vključiti v nadaljnja raziskovanja te tematike:

- Kakšno je dejansko znanje podjetništva študentov neposlovnih smeri?
- Do katere faze bi morali imeti po vašem mnenju izdelano poslovno idejo, da bi se priključili izbirnemu predmetu, omenjenemu v tej raziskavi?
- Deljivost nadaljnje raziskave na študente, ki bi sodelovali in tiste, kjer to ni smiselno.
- Kako bi lahko blažili ovire, s katerimi se srečujejo študentje, kjer sodelovanje ni smiselno?

SKLEP

Študentje neposlovnih smeri študija se srečujejo z različnimi podjetniškimi ovirami. Te so lahko vse od znanja, financiranja pa do časa za izpeljevanje ideje med študijem. Ta naloga raziskuje, kaj točno so te ovire, in se še posebej osredotoča na sodelovanje s študentom podjetništva kot enega izmed načinov naslavljanja teh ovir. Osredotočenost je na študentih, ki ne obiskujejo poslovnih smeri študija. Teza, ki jo naloga navaja, sklepa, da je sodelovanje s študentom podjetništva odgovor na te ovire.

Ključne ugotovitve, ki jih je raziskava predstavila, so, da se študentsko podjetništvo neposlovnih smeri študija deli na dve obliki, na takšne, ki so inovativni in pripravljeni sodelovati, torej bi zaposlovali druge, ter takšne, ki ne bi sodelovali in ne bi zaposlovali drugih, saj se lotevajo preprostejših poslovnih idej, kot so fotograf in grafični oblikovalec, kjer sodelovanje ni smiselno. Ovire, ki so bile predstavljene, so predvsem pomanjkanje znanja, časa in izkušenj.

Posledično se je zastavljena teza potrdila pri skupini, ki bi sodelovala, ne pa tudi pri drugi. Skupina, ki bi sodelovala, pozdravlja idejo o sodelovanju s študentom podjetništva in se ji zdi tovrstno sodelovanje smiselno. Prav tako pozitivno sprejemajo možnost nadaljnjega sodelovanja pri podjetniški ideji izven šolskih okvirjev.

Ta raziskava je koristna za študente, ki imajo podjetniško idejo ali inovacijo, za profesorje podjetništva ter vse, ki imajo stik s študentskim podjetništvom. Raziskava jim predstavlja najpogostejše ovire, ki se lahko pojavijo, pripravljenost študentov na sodelovanje v okviru uradnega izobraževanja in partnerstva s študentom podjetništva pri poslovni ideji ali inovaciji.

Raziskovalna vprašanja, ki so se pojavila in bi jih bilo smiselno vključiti v nadaljnje raziskave, so, kakšno je dejansko znanje podjetništva študentov neposlovnih smeri študija, do katere podjetniške faze si želijo izdelano poslovno idejo, preden bi se udeležili omenjenega izbirnega predmeta, ter kako bi pomagali študentom, kjer sodelovanje ni smiselno.

LITERATURA IN VIRI

1. Adams, J., Khan, H. T. A. & Raeside, R. (2014). *Research Methods for Business and Social Science Students*. Sage Publications Pvt. Ltd.
2. Antončič, B., Hisrich, D. R., Petrin, T. & Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: GV založba.
3. Blank, S. G. & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. Pescadero: K & S Ranch.

4. Bric, U. (2017, 24. marec). Podjetništvo? Mladi odgovarjajo: Ne, hvala! *Svet kapitala*. Pridobljeno 4. julija 2022 iz <https://svetkapitala.delo.si/finance/podjetnistvo-mladi-odgovarjajo-ne-hvala/>
5. Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84–92.
6. Constance Mensah, A. & Dadzie, J. (2020). Application of Principal Component Analysis on Perceived Barriers to Youth Entrepreneurship. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 9(5), 201.
7. Dimovski, V., Penger, S. & Škerlavaj, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela 2. del*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
8. Draksler, T. Z. & Sirec, K. (2021). The study of entrepreneurial intentions and entrepreneurial competencies of business vs. Non-business students. *Journal of Competitiveness*, 13(2), 171–188.
9. Fiet, J. (2007). A Prescriptive Analysis of Search and Discovery. *Journal of Management Studies*, 44, 592–611.
10. Gibbons, S. (2020, 20. oktober). 7 Obstacles That Prevent People From Starting Businesses (And How To Overcome Them). *Forbes*. Pridobljeno 24. julija 2022 iz <https://www.forbes.com/sites/serenitygibbons/2020/10/20/7-obstacles-that-prevent-people-from-starting-businesses-and-how-to-overcome-them/?sh=3b90fea43064>
11. Hojnik, J., Omerzel, D. G. & Kregar, T. B. (2019). To be or not to be an entrepreneur Students' perceptions of barriers to entrepreneurship. *International Journal of Innovation and Learning*, 25(4), 430.
12. Khanin, D., Rosenfield, R., Mahto, R. V. & Singhal, C. (2022). Barriers to entrepreneurship: Opportunity recognition vs. opportunity pursuit. *Review of Managerial Science*, 16(4), 1147–1167.
13. Križnik, B. (2017, 27. januar). »Po četrtoletja uspeha smo želeli Sloveniji vrniti vero v to, da se da«. *Delo*. Pridobljeno 24. julij 2022, s <https://old.delo.si/gospodarstvo/podjetja/po-cetrtoletja-uspeha-smo-zeleli-sloveniji-vrniti-vero-v-to-da-se-da.html>
14. Lavrič, M., Flere, S., Tavčar Kranjc, M., Klanjšek, R., Musil, B., Naterer, A., ... Lešek, P. (2010). *MLADINA2010*. Ljubljana: Urad za mladino, Ministrstvo za šolstvo in šport.
15. Lavrič, M., Deželan, T., Klanjšek, R., Lahe, D., Naterer, A., Radovan, M., ... Majce, M. (2021). *Mladina 2020 položaj mladih v Sloveniji*. Maribor, Ljubljana: Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba, Založba Univerze v Ljubljani.
16. Ljubljanski univerzitetni inkubator. (brez datuma). *Za startupe*. Pridobljeno 24. julija 2022 iz <https://www.lui.si/za-startupe>
17. Mansoori, Y. & Lackéus, M. (2020). Comparing effectuation to discovery-driven planning, prescriptive entrepreneurship, business planning, lean startup, and design thinking. *Small Business Economics*, 54(3), 791–818.
18. Mazzarol, T. & Reboud, S. (2020). *Entrepreneurship and Innovation: Theory, Practice and Context*. Singapore: Springer Singapore.

19. McGrath, R. G. & MacMillan, I. (2000). *The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty*. Boston, Mass: Harvard Business Review Press.
20. OECD. (2009). *Measuring entrepreneurship: A collection of indicators*. Paris: OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme.
21. Rae, D. (2014). Graduate Entrepreneurship and Career Initiation in the 'New Era' Economy. *Journal of General Management*, 40(1), 79–95.
22. Rebernik, M., Tominc, P. & Crnogaj, K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva: GEM Slovenija 2010*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
23. Rebernik, M., Tominc, P., Hojnik, B. B., Crnogaj, K., Rus, M. & Širec, K. (2022). *Vzdržljivost podjetniške aktivnosti: GEM Slovenija 2021* (1. izd.). Maribor: University of Maribor Press.
24. Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), 243–263.
25. Schøtt, T., Kew, P. & Cheraghi, M. (2015). *Future Potential: A GEM Perspective on Youth Entrepreneurship*. Pridobljeno 26. avgusta 2022 iz <http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2015/08/gem-2015-youth-report-1436523546.pdf>
26. Voldsund, K. H. & Bragelien, J. J. (2022). Student peer mentoring in an entrepreneurship course. *Procedia Computer Science*, 196, 856–863.
27. World Bank Group. (brez datuma). *Explore Economies*. Pridobljeno 19. julija 2022 iz <https://archive.doingbusiness.org/en/data/exploreeconomies>

PRILOGE

Priloga 1: Okvirna vprašanja za izvedbo intervjujev

1. Izkušnje

- Ali imate že kakšne izkušnje iz podjetništva?
- Ali ste se udeležili kakšnega programa/delavnice na temo podjetništva?
- Ali vam fakulteta, ki jo obiskujete, ponuja kakšno podporo pri podjetništvu?

2. Ovire

- Kaj vam predstavlja največjo oviro pri uresnitvi inovacije/poslovne ideje?
- Kako menite, da bi na ovire vplival partner, ki ima podjetniško znanje?

3. Sodelovanje

- Ali bi se udeležili izbirnega predmeta, kjer bi lahko na podjetniški ideji delali skupaj s študentom/tutorjem, ki prihaja iz ekonomske fakultete, iz programa podjetništvo? (Skupaj pripravita poslovni načrt, načrt in delo kasneje oceni profesor.)
- Ali se vam zdi takšno sodelovanje s študentom podjetništva zanimivo?
- Menite, da je to dobra iztočnica, da s tem študentom postanete poslovni partner in načrt dejansko izpeljete?
- Kakšne morebitne pomisleke ali potencialne skrbi bi imeli v zvezi s to možnostjo?

Priloga 2: Tabela pripravljenosti študentov neposlovnih smeri na sodelovanje

Tabela 3: Pripravljenost študentov neposlovnih smeri na sodelovanje

Intervjuvanec	Ali bi se udeležil predlaganega izbirnega predmeta?	Ali bi sodeloval s študentom podjetništva pri dejanskem ustanovljenju podjetja?	Vrsta podjetniške ideje
Intervjuvanec 1, Arhitektura	DA	DA	Sodelovanje
Intervjuvanec 2, Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi	DA – Ob predpostavki, da je ideja dodelana	DA	Sodelovanje
Intervjuvanec 3, Video produkcija	DA	DA	Brez sodelovanja
Intervjuvanec 4, Konstruiranje in razvoj	DA – Ob predpostavki, da je ideja dodelana	DA	Sodelovanje
Intervjuvanec 5, Strojništvo	DA	DA	Brez sodelovanja
Intervjuvanec 6, Logistika	DA	DA	Sodelovanje
Intervjuvanec 7, Oblikovanje vizualnih komunikacij	DA – Ob predpostavki, da je ideja dodelana	Neodločen	Sodelovanje
Intervjuvanec 8, Grafično oblikovanje	NE	NE	Brez sodelovanja
Intervjuvanec 9, Računalništvo in informacijske tehnologije	DA – Ob predpostavki, da je ideja dodelana	DA	Sodelovanje
Intervjuvanec 10, Računalništvo in informacijske tehnologije	DA	DA	Brez sodelovanja

Vir: lastno delo.