

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

TAMARA URBANČIČ

KOPER, 2018

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

PODJETNIŠKA NAMERA ŠTUDENTOV IN
OVIRE ZA USTANOVITEV PODJETJA

Tamara Urbančič

Koper, 2018

Mentorica: prof. dr. Doris Gomezelj Omerzel

POVZETEK

Zaključna projektna naloga obravnava področje raziskave ovir za ustanovitev podjetja in podjetniško namero med študenti Fakultete za management v Kopru. V teoretičnem delu naloge so predstavljeni pojmi: podjetništvo, podjetnik, podjetništvo med mladimi, podjetništvo v Sloveniji in kariera. V nadaljevanju so opisane različne značilnosti in opredelitve ovir za ustanovitev podjetja ter podjetniške namere. V empiričnem delu zaključne naloge je prikazana in analizirana anketa, ki je bila izvedena med študenti Fakultete za management v Kopru. Nekatere ugotovitve se ujemajo z dosedanjimi izsledki raziskav, druge pa predstavljajo drugačno mnenje kot do sedaj izvedene raziskave in predstavljena teorija.

Ključne besede: podjetništvo, podjetnik, podjetništvo med mladimi, podjetništvo v Sloveniji, ovire za ustanovitev podjetja, podjetniška namera.

SUMMARY

The final project work discusses the area of research of obstacles for establishment of own company and entrepreneurial intent among the students of the Faculty of Management in Koper. In the theoretical part of the work are presented concepts entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurship among young people, entrepreneurship in Slovenia and career. Furthermore are described different characteristics and definitions of obstacles for the creation of your company and entrepreneurial intent. In the empirical part of the final work is displayed and analyzed survey, which was carried out among the students of the Faculty of Management in Koper. Some findings matches with the results of the previous researches, but something presents different opinions then the previous researches and the presented theory.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurship among young people, entrepreneurship in Slovenia, obstacles to the establishment of a company, entrepreneurial intent.

UDK: 005.71(043.2)

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredeleitev problema in teoretičnih izhodišč	1
1.2	Namen in cilji zaključne projektne naloge.....	2
1.3	Predvidene metode za doseganje ciljev	3
1.4	Predpostavke in omejitve	3
2	Podjetništvo	4
2.1	Podjetnik	7
2.2	Podjetništvo v Sloveniji	9
2.3	Podjetništvo med mladimi	10
2.4	Kariera	12
3	Ovire za ustanovitev podjetja	14
4	Podjetniška namera	17
5	Analiza ankete	19
5.1	Opis metode pridobivanja in analiziranja podatkov	19
5.2	Analiza in interpretacija podatkov	20
6	Sklep	28
	Literatura in viri	29
	Priloga	31

SLIKE

Slika 1: Shema podjetniškega procesa	6
Slika 2: Pogoji podjetništva.....	7
Slika 3: Spol študentov.....	20
Slika 4: Letnik študija	21
Slika 5: Ovire za ustanovitev svojega podjetja	22
Slika 6: Podjetniška namera	25
Slika 7: Odprtje svojega podjetja	27

KRAJŠAVE

FM Fakulteta za management

GEM Global Entrepreneurship Monitor

1 UVOD

V zaključni projektni nalogi nameravamo raziskati, preučiti in analizirati ovire za ustanovitev podjetja ter podjetniško namero med študenti FM v Kopru. Raziskali in primerjali bomo ovire za ustanovitev podjetja med mladimi na FM v Kopru danes ter pred petimi leti. Preučili in primerjali bomo podjetniško namero med mladimi na FM v Kopru danes ter pred petimi leti.

V uvodnem delu bomo predstavili in opredelili obravnavan problem ter teoretična izhodišča, navedli namen in cilje zaključne projektne naloge, predpostavke ter omejitve obravnavanega problema in opisali metode za doseganje ciljev.

1.1 Opredelitev problema in teoretičnih izhodišč

Članek *Podjetništvo med mladimi po svetu*, navaja, da danes ni težava zaposlitve mladih v premajhni zaposljivosti (torej v pomanjkanju veščin in znanja), temveč v pomanjkanju delovnih mest in dela na splošno, zato veliko mladih išče rešitve v samozaposlitvi. Mladi se odločajo za ustanovitev svojega podjetja zaradi želje po neodvisnosti (»biti, sam svoj šef«). Najpomembneje pa je, da podjetnik verjame v svoje sposobnosti in v svoj produkt oz. izdelek (Slivar 2013).

Na področju podjetništva med mladimi je izvedenih veliko raziskav, najzanimivejši sta naslednji.

Leta 2013 sta organizaciji Global Entrepreneurship Monitor in Prince's Youth Business International posredovali izsledke raziskave o podjetništvu med mladimi po svetu, ki se je nanašala na odnos mladih po svetu do podjetništva. Ugotovili so, da imajo mladi (od 18 do 35 let) v EU večji odpor do ustanovitve svojega podjetja kot mladi iz preostalega dela sveta. Za glavni razlog navajajo slabo okolje za start-upe v svoji državi, menijo, da nimajo pravega podjetniškega znanja in spretnosti, najbolj pa se bojijo neuspeha. Le 17,3 odstotka mladih v EU meni, da ima na voljo dovolj poslovnih priložnosti in se čuti sposobne za ustanovitev ter vodenje svojega podjetja. Kar 41,9 odstotka mladih v EU se boji poslovnega neuspeha, kar je glede na trenutno gospodarsko situacijo v EU popolnoma razumljivo (Rebernik idr. 2014).

Bodoči mladi podjetniki po svetu navajajo tudi druge ovire za ustanovitev podjetja, in sicer financiranje, saj mnogi ustanovitev financirajo sami ali s pomočjo družine ter prijateljev. Med druge ovire uvrščajo pomanjkanje pomembnih znanj in veščin, slabo infrastrukturo ter zelo slabo podporno okolje. V raziskavi se je večina mladih odločila, da bi ustanovili podjetje zaradi želje, »biti sam svoj šef«, in tudi zaradi vpliva družine.

V Sloveniji imajo mladi na voljo veliko institucij in organizacij, ki jim želijo pomagati pri ustanovitvi podjetij ter nadaljnjem razvoju podjetja, na voljo je tudi subvencija za samozaposlitev. Zaradi organizacij in njihove pomoči imajo mladi v Sloveniji veliko več možnosti za uspešnost podjetja pri prodoru na trg.

Druga raziskava je bila pod okriljem GEM (Global Entrepreneurship Monitor) izvedena leta 2016, rezultati pa so bili predstavljeni aprila 2017. V raziskavi je bilo ugotovljeno, da sta dve tretjini prebivalstva Slovenije naklonjeni podjetništvu. Dobro poslovno priložnost v Sloveniji vidi četrtnina prebivalcev Slovenije, vendar bi svoje podjetje odprlo v prihodnosti le 14 % posameznikov (Rebernik idr. 2017).

V nadaljevanju se bomo osredotočili na ovire za ustanovitev podjetja in podjetniško namero študentov, kar sta glavni temi naloge. Opredelili bomo podjetništvo, podjetnika, podjetništvo med mladimi, podjetništvo v Sloveniji in kariero. Opisali in opredelili bomo ovire za ustanovitev podjetja med mladimi ter podjetniško namero.

V empiričnem delu naloge bomo raziskali in primerjali ovire za ustanovitev podjetja ter podjetniško namero med študenti FM v Kopru danes in pred petimi leti. Leta 2013 je raziskavo izvedla prof. dr. Gomezelj Omerzel. En del raziskave se je nanašal na ovire za ustanovitev podjetja, drugi del na podjetniško namero. Zanima nas, kako se je spremenilo mnenje študentov o ovirah za ustanovitev podjetja in njihovi podjetniški nameri na Fakulteti za management Koper v zadnjih petih letih. V diplomski želimo izvesti isto raziskavo, kot prof. dr. Gomezelj Omerzel pred petimi leti in primerjati rezultate, saj menimo, da je v tem času prišlo do velikih sprememb, ki so pri študentih vplivale na njihovo mnenje o ovirah za ustanovitev podjetij ter na njihovo podjetniško namero.

1.2 Namen in cilji zaključne projektne naloge

Namen diplomske naloge je raziskati in primerjati mnenje študentov Fakultete za management v Kopru o ovirah za ustanovitev podjetja danes ter pred petimi leti. Predvidevamo, da bodo odgovori precej drugačni kot pred petimi leti, saj se je gospodarska kriza zelo zmanjšala in so posledično razmere na trgu boljše. Zanima nas, ali bi se danes več študentov odločilo za ustanovitev podjetja glede na trenutne razmere na trgu.

Cilji:

- preučiti vire in literaturo o podjetništvu med mladimi;
- preučiti vire in literaturo o ovirah za ustanovitev podjetja;
- izvesti anketo med študenti na Fakulteti za management Koper;
- preučiti in primerjati odgovore med študenti danes ter pred petimi leti;
- interpretirati rezultate ankete.

V anketi bom poskušala izvedeti:

- kaj vidijo študentje kot največjo oviro za ustanovitev podjetja;
- kakšna je podjetniška namera študentov;
- kolikšen delež študentov želi ustanoviti podjetje.

1.3 Predvidene metode za doseganje ciljev

Za analizo bomo uporabili primarne in sekundarne podatke. Za pridobitev primarnih podatkov bomo uporabili anketni vprašalnik in primerjali rezultate izpred petih let ter danes. V anketi sta dva sklopa vprašanj: prvi sklop sprašuje po ovirah za ustanovitev podjetja, drugi pa o podjetniški nameri študentov.

Za boljše razumevanje bomo preučili različne knjige in članke, ki imajo povezavo z obravnavano temo. Uporabili bomo tudi metodo deskripcije, s katero bomo področje proučevanja podrobno opisali, in metodo kompilacije, s pomočjo katere bomo primerjali različna mnenja različnih avtorjev.

1.4 Predpostavke in omejitve

Glavno omejitev vidimo v raziskovalnem pristopu, in sicer bodo v raziskavo vključeni samo študentje Fakultete za management Koper, zato rezultate težko posplošimo na preostale študente.

2 PODJETNIŠTVO

Zakaj podjetništvo?

Zato, ker je izziv, ki se mu mnogi ne morejo upreti; pomeni samostojno odločanje in odgovornost za vse odločitve. Izpolni skrite želje, in sicer biti, sam svoj gospodar; vendar obstajajo tudi pasti: vedeti moramo, da traja na začetku poslovanja delovni čas veliko več kot osem ur, kar je psihično utrujajoče. Prav tako ne smemo pozabiti družine, saj če se ne strinja z našo samostojno dejavnostjo, nam ne stoji ob strani in nas moralno ne podpira, lahko ogrozimo svoje poslovanje ter tudi svoj zakon.

Podjetništvo, kot ekonomski pojem, je prvi uporabil Cantillon leta 1982, ki je podjetnika imenoval najemnika zemlje, trgovca, manufakturista in vse druge, ki kupujejo po določeni ceni, da bi prodali po negotovi, ob nakupu ali najemu neznani ceni. Seveda se z razvojem gospodarstva in družbe pojem podjetništva spreminja ter razvija (Ruzzier idr. 2008).

Vodilni svetovni raziskovalci podjetništva (Timmons, Churchill, Stevenson, Bygrave, Sahlman idr.) se strinjajo, da je podjetništvo proces, pri katerem podjetnik išče, ali ustvarja nove poslovne priložnosti in jih izkorišča neodvisno od trenutno razpoložljivih virov (Platovšek 2008).

Podjetništvo predstavlja in obsega vse dejavnosti posameznika ali celotne podjetniške skupine, ki uresničijo poslovne priložnosti ter ustvarijo nove vrednosti tako, da najprej prepoznajo tržne potrebe, potem pa se učinkovito organizirajo ter pridobijo in kombinirajo vse potrebne vire. Podjetništvo je proces, ki prinaša nova delovna mesta in dodano vrednost ter je gonilna sila napredka in razvoja. Središče tega procesa je podjetnik, ki s svojim trdim delom, močno željo po uspehu, vedenjem, intuicijo, izkušnjami in znanjem gradi svoje sanje ter premika meje napredka (Ruzzier idr. 2008).

Podjetništvo povezujejo viri, tako ljudje kot opredmetena sredstva, ki omogočajo uresničitev podjetniške priložnosti. Podjetništvu želimo z odkrivanjem poslovnih priložnosti ustvariti dodatno vrednost, ter z obvladovanjem tveganja, ki ustreza tej priložnosti, s poslovnimi in komunikacijskimi sposobnostmi ter znanjem mobilizirati človeške, materialne in finančne vire, ki so potrebni za uspeh podjetja (Vahčič 2000).

Podjetništvo postaja ključni dejavnik gospodarskega razvoja, povečuje konkurenco in prisiljuje k stalnemu izboljševanju kakovosti, pospešuje tehnološki napredek, oblikuje nova delovna mesta, predstavlja najzahtevnejši ter najrazvitejši način gospodarskega udejstvovanja. Potrebe po dobrinah, ki so izhodišče podjetniškega tekmovanja, se pojavljajo v dveh oblikah: kot potrebe tekmovalca – podjetnika (denar) in kot potrebe vseh drugih ljudi, vključenih v

gospodarsko udejstvovanje. Mnogi avtorji najpogosteje označujejo pojem podjetništvo kot aktivnost posameznikov oz. podjetnikov, da bi zadovoljili potrebe trga (Pšeničny idr. 2000).

»Podjetništvo je proces ustvarjanja nečesa drugačnega in vrednega, pri čemer se vložita potrebna čas in trud, prevzema spremljajoče finančno, psihološko in družbeno tveganje ter pridobijo končne nagrade v obliki denarja ali osebnega zadovoljstva.« (Ruzzier idr. 2008, 15)

Sodobnejši avtorji menijo, da podjetništvo ni enkratno dejanje, ampak neprekinjen proces odločanja za podjetništvo, zagonov podjetij, njihove rasti in opuščanja poslovanja. Proces vodi posameznik oziroma podjetnik (Rebernik, Tominc in Crnogaj 2012).

Podjetništvo je pravzaprav organizirana oblika opravljanja dejavnosti, za katero smo se odločili in za katero prevzemamo vso odgovornost. Podjetništvo je najprej način razmišljanja, šele potem formalna oblika delovanja. Zato se začne z vzgojo in zgledom, kali, če ga podpira širše družbeno okolje, ter vzcveti, če postane vrednota (Godina Košir 2013).

Avtorica Mernik (2014), ki je napisala članek *Podjetniški proces*, podjetništvo opredeljuje kot proces, v katerem podjetniki prevzemajo tveganje, iščejo, kombinirajo proizvodne dejavnike tako, da ustvarjajo nekaj novega, za kar so nagrajeni. Podjetniški proces je odprt in dinamičen proces, v katerem se z interakcijo podjetnika kot osebe oz. tima podjetniške priložnosti ter sredstev ustvarja nova vrednost. Naloga podjetniškega procesa je pretvarjanje podjetniških idej v uresničitev poslovne priložnosti. Podjetniški proces se neprestano ponavlja oz. se nikoli ne zaključi. Na uspeh podjetniškega procesa vplivajo dobra poslovna priložnost, razpoložljiva sredstva, viri in ljudje, ki pomagajo idejo uresničiti. Je proces štirih stopenj, v katerem podjetnik ustanovi svoje podjetje; opredelitev in ovrednotenje priložnosti, priprava poslovnega načrta, določitev potrebnih sredstev ter vodenje podjetja (glej Sliko 1).



Slika 1: Shema podjetniškega procesa

Vir: prirejeno po Mernik 2014.

Ruzzier idr. (2008) navajajo, da je podjetništvo trenutno najučinkovitejša metoda za zapolnitev vrzeli med znanostjo in trgom, ustanovitev novih podjetij ter uvajanja novih izdelkov in storitev na trgu. Podjetniške dejavnosti zagotavljajo delovna mesta in dobre ekonomske temelje ter s tem pomembno vplivajo na gospodarstvo določenega območja. Zaradi možnih učinkov za celotno gospodarstvo in zaposlovanje določenega območja bi podjetništvo moralo postati osrednja točka gospodarskega razvoja.

Zaradi različnih oblik pojavljanja je podjetništvo težko enostavno opredeliti. »Rečemo lahko, da obsega vse dejavnosti posameznika in podjetniške skupine, ki vodijo do prepoznane tržne potrebe preko organiziranja, pridobivanja in kombiniranja vseh potrebnih virov do uresničitve poslovne priložnosti in ustvarjanja nove vrednosti. Je proces, v katerem podjetniška skupina ali podjetnik v določenem času in s trdom ustvari nekaj novega, z večjo vrednostjo in se pri tem sreča s finančnimi, psihološkimi in socialnimi tveganji, rezultat pa je nagrada bodisi denarna ali osebno zadovoljstvo.« (Glas 2001, po Ruzzier idr. 2008, 16)

Preden uspešno razvijemo podjetništvo, moramo poznati pogoje in ovire za razvoj podjetništva. Pogoje podjetništva delimo na politične, ekonomske in sociološke. Politični so odvisni od temeljnih političnih in ekonomskih vrednot, kot so svoboda, demokracija in pluralizem. Ekonomski pogoji so povezani s temeljnimi institucijami tržnega gospodarstva in trgom: kapitalom, konkurenco, zasebno lastnino ter tržno strukturo. Vse je odvisno od političnih razmerij in vrednostnih stališč. Za uspešnost s sociološkega vidika je pomembna

predvsem mobilnost in izobraženost ljudi (Plut in Plut 1995). Pogoje podjetništva lahko sistematiziramo v tri skupine (glej Sliko 2):

TRŽNE INSTITUCIJE	PRAVNA DRŽAVA
- zasebna lastnina,	- ločitev sodne, izvršne in zakonodajne oblasti,
- kapital,	- natančna zakonodaja,
- konkurenca,	- parlamentarna demokracija.
- motiv za čim večji dobiček.	

CIVILNA DRUŽBA
– svoboda in različnost posameznika,
– pluralizem in različnost interesov,
– zaščita človekovih pravic in svoboščin.

Slika 2: Pogoji podjetništva

Vir: prirejeno po Kovač 1990, 16.

Na pogoje vplivajo tudi volja, pripravljenost na sodelovanje in ukrepi ne le vseh nosilcev odločanja, ampak tudi vseh sodelujočih posameznikov. Nepopolno izpolnjevanje pogojev podjetništva predstavlja veliko oviro za razvoj podjetništva. Te ovire so na primer: pomanjkanje demokracije, odsotnost trgov in tržne konkurence, družbena lastnina, birokracija ter prevlada zakonodaje. Med ovire štejemo tudi dejavnike, ki negativno vplivajo na osnovne pogoje za razvoj podjetništva: močna centralizacija, pomanjkanje virov, odpor do vseh sprememb, pomanjkanje inovativnosti in kreativnosti, izogibanje tveganju, nezaupanje, osebna zavist in nerazumevanje ter korupcija in koristoljublje (Plut in Plut 1995).

2.1 Podjetnik

»Podjetništvo je proces, v katerem podjetniki posvečajo čas, napore, prevzemajo pripadajoča finančna, psihična in družbena tveganja za ustvarjanje nečesa novega, vrednega in za to prejmejo pripadajoče nagrade bodisi v obliki denarja, osebnega zadovoljstva ali neodvisnosti.« (Ruzzier idr. 2008, 24)

Kdo je pravzaprav podjetnik?

Podjetnik je posameznik, ki prevzema tveganja in ustanovi nekaj novega, nekaj svojega (Ruzzier idr. 2008).

Podjetnik je oseba, ki vidi, kar so drugi spregledali in ukrepa, medtem ko drugi dvomijo o spremembah. Razvija nove ideje in jih poskuša uresničiti. Pri tem pa kljub vsem mogočim

tveganjem trdno verjame v uresničitev podjetniške ideje in vanjo vloži ves svoj čas, denar, trdo delo ter velikokrat tudi svoj ugled (Pšeničny idr. 2000).

Podjetnik je inovator, ki je sposoben prepoznati in izkoristiti podjetniško priložnost ter jo razviti v uspešno podjetniško idejo. Pri vsem tem izbira in kombinira sredstva ter vire tako, da lahko uresniči poslovne priložnosti (Ruzzier idr. 2008).

Podjetnike lahko razdelimo v sedem skupin; razlikujejo se po načinu vodenja (Dodd 2002, po Rizzier idr. 2008, 23):

- popotnik – raziskovalec, ki postopno razvija novosti, je tekmovalen, napreden in uspešen;
- tekmovalec: tekmuje za doseg lastnih ciljev;
- borec: poleg tega, da je tekmovalen, je tudi pridobiten, agresiven in gospodovalen;
- norec: zaradi svoje pridobitnosti je razdražljiv in destruktiven;
- strastnež: ljubi svojo vlogo podjetnika in ji je globoko vdan;
- vzgojitelj: do svojega podjetja je odgovoren in zaščitniški ter ga razvija po korakih;
- graditelj: zaradi izogibanja problemom se razvija postopoma.

Glede na ustvarjalnost, inovativnost, spretnost in podjetniško znanje opredeljujemo štiri tipe podjetnikov (Timmons 1999, po Ruzzier idr. 2008, 23):

- inovator – kreativni genij; iz kreativnosti se rodi veliko idej in inovacij, vendar večine idej ne realizira, saj mu primanjkuje menedžerskih spretnosti ter podjetniškega znanja;
- birokrat – zmerno kreativen, nima pa dobrih menedžerskih sposobnosti;
- menedžer – ima dobro razvite menedžerske spretnosti in podjetniško znanje, vendar nima kreativnih ter inovativnih rešitev, njegov cilj sta uspešnost in učinkovitost;
- podjetnik – je ustvarjalen in sposoben menedžer; z bogatimi izkušnjami ustanovi podjetje ter ga tudi uspešno vodi.

Ekonomisti opredeljujejo podjetnika kot osebo, ki združi vire, delovno silo, materiale in druga sredstva tako, da je njihova skupna vrednost večja kot prej, ali pa kot osebo, ki vpeljuje inovacije, spremembe ter nov red (Ruzzier idr. 2008).

Različni avtorji različno opredeljujejo podjetnike, strinjajo pa se, da vse opredelitve vsebujejo podobne pojme, kot so stopnja novosti, organiziranje, ustvarjanje, bogastvo in tveganje.

2.2 Podjetništvo v Sloveniji

Razvoj podjetništva v Sloveniji se je začel leta 1988, ko je bil sprožen proces množičnega nastajanja malih podjetij. Zadnja leta opazamo velik premik zaposlenih iz velikih podjetij v manjša podjetja, kar nam pove, da so podjetniki našli nove poslovne priložnosti zunaj podjetij, kjer so bili zaposleni. Kljub velikim spremembam na področju podjetništva od časa osamosvojitve Slovenije se podjetniki pritožujejo, da ekonomska, davčna in finančna politika niso dovolj razvite za sledenje potrebam malega gospodarstva (Gomezelj Omerzel 2010).

Današnja vloga podjetništva je izkoriščanje poslovnih priložnosti v proizvodnih in storitvenih dejavnostih, ki jih do sedaj ni bilo, kar zadošča za gospodarsko rast. Prihodnost gospodarske rasti pa bo odvisna predvsem od zmožnosti nastajanja manjšega števila hitro rastočih podjetij, ki bodo uspela razviti globalno tržno nišo z visoko dodano vrednostjo, manj pa od novo nastalih podjetij, ki bodo usmerjena na domači trg (Antončič idr. 2002).

Raziskava GEM, v kateri sodeluje Slovenija od leta 2002, vsakoletno ocenjuje podjetniško dejavnost v obravnavani državi; temelji na sklepanju, da določene okoliščine v obravnavanih državah vplivajo na obseg podjetništva, ki vpliva na razvoj in gospodarsko rast držav (Rebernik, Tominc in Pušnik 2006).

Raziskava je leta 2008 pokazala, da se v Sloveniji vse več podjetnikov odloči za podjetništvo, ker opazijo dobro poslovno priložnost in ne zato, ker bi bili v to prisiljeni zaradi izgube zaposlitve ter potrebe po preživetju. Velika večina podjetnikov začne posel s tehnologijo, ki je na trgu vsaj pet let, sodobno tehnologijo zaznamo med ustaljenimi podjetniki. Novi podjetniki so bili leta 2008 bolj izobraženi od že ustaljenih podjetnikov in občutno bolj kot tisti, ki niso podjetniki, oz. to ne nameravajo biti. Slovenski podjetniki se občutno razlikujejo od podjetnikov iz drugih držav. Slovenski podjetniki imajo najpogosteje srednješolsko izobrazbo, medtem ko imajo podjetniki iz drugih držav najpogosteje višješolsko ali visokošolsko izobrazbo (Rebernik, Tominc in Pušnik 2009).

Po raziskavi GEM iz leta 2017 je Slovenija med 27 evropskimi državami zasedla 16. mesto po podjetniški aktivnosti. V primerjavi s prejšnjimi leti se je delež posameznikov, ki bi odprli svoje podjetje, v naslednjih treh letih povečal, do leta 2017 je ta delež iz leta v leto padal, lani pa je narasel na 14,3 odstotka. Povečanje gre pripisati zlasti nastajajočemu podjetništvu, ki se nanaša predvsem na začetne faze podjetniškega procesa: bodisi bodo podjetniki podjetje začeli ustanavljati, bodisi so ga že ustanovili, vendar so na začetku, torej ne poslujejo dlje od treh mesecev (Rebernik idr. 2017).

Slovenci menijo, da so uspešni podjetniki v družbi dobro sprejeti in uživajo visok ugled. Več kot polovica Slovencev meni, da je podjetništvo dobra izbira kariere, ravno tako zaznavajo dobro medijsko podporo za uspešne podjetniške zgodbe.

V Sloveniji meni več kot polovica posameznikov, da imajo znanje in sposobnosti za podjetništvo, kar obenem z nizkim odstotkom tistih, ki bi jih strah pred neuspehom odvrnil od podjetništva (35,7 %) nakazuje na dokaj visoko samozaznano podjetniško zmogljivost prebivalstva. Na žalost ta potencial ni dovolj izkoriščen, sploh na področjih in pri podjetjih, ki obetajo rast in ustvarjanje novih delovnih mest. Dvigovanje podjetniškega potenciala je zelo pomembno, vendar ne dovolj, če ga ne usmerjamo v aktivnosti, ki bi prinašale nova delovna mesta in bi povečevale dodano vrednost (Rebernik idr. 2017).

2.3 Podjetništvo med mladimi

Mladi so našli najboljši način hitre zaposlitve po končanem šolanju, in sicer v samozaposlitvi oz. odprtju svojega podjetja. Z ustanovitvijo podjetja postanejo drugim vzor, saj tako pokažejo, da je mogoče ustanoviti uspešno podjetje. Glavni razlog, zakaj je podjetništvo za mlade tako privlačno, je, da ponuja rešitev iz gospodarske krize (De Clercq in Honig 2011).

Podjetniška svetovalka Bogdana Rejc (2017) navaja v članku *Mladi čedalje raje v podjetništvo* za FinancePro, da sledijo mladi predvsem vzorcu podjetij starejših, naj bodo to starši ali vzorniki. Za mlade podjetnike je značilno, da odprejo svoje podjetje pogosto v panogi, ki jim je znana in s katero že imajo izkušnje. Večina se jih nagiba k ustanovitvi podjetij v storitveni panogi, v katero je lahko vstopiti, vendar obstaja tudi velika konkurenca, zato je majhna verjetnost, da bo podjetje preživelo in uspelo. Večina mladih se odloči odpreti svoje podjetje na področju informacijske tehnologije, spletne trgovine, peke slaščic, izdelovanja bio kozmetike, športnih dejavnosti in storitev, kot so varstvo otrok ter prevozne storitve.

Avtorica Poturica (2013) navaja, da je stopnja samozaposlitve mladih zelo majhna zaradi različnih tveganj. Dodatna ovira za uspeh je pomanjkanje človeškega, socialnega in finančnega kapitala. Za samozaposlitev obstajata dva tipa motivacije, in sicer »potisni«, to je samozaposlitev v primeru brezposelnosti ter »povleci«, ko podjetnik vidi možnost zaslužka.

Večina mladih se pogosto ne zaveda svojih veščin, znanja in sposobnosti; to nezavedanje lahko povzroči veliko oviro pri ustanovitvi podjetja. Če primerjamo mlade s starejšimi, imajo mladi manj predhodnih izkušenj in jim posledično primanjkuje sposobnosti za zagon ter vodenje lastnega podjetja, ravno tako se ne zavedajo prednosti strokovnega svetovanja in pomoči, zato obstaja večja možnost za njihovo brezposelnost. Mladi imajo omejen dostop do finančnih sredstev, saj večina vlagateljev ne zaupa mladim podjetjem. V primeru, da nimajo

dovolj poslovnih kontaktov in poslovnih povezav, se srečujejo s slabim socialnim kapitalom. Zagon in vodenje podjetja sta namreč brez pomembnih zvez otežena, saj večina delničarjev, kupcev, dobaviteljev ter drugih udeležencev mladim ne zaupa.

Dojemanje podjetništva pri mladih je odvisno predvsem od zasebnega okolja, svojega zavedanja in znanja o podjetništvu. Mladi podjetniki potrebujejo predvsem mlajše vzornike in priložnost pridobivanja znanja o podjetništvu, izobraževanje jih opremi s pravim odnosom ter sposobnostmi, ki so zelo pomembne za uspeh podjetja (Poturica 2013).

Po definiciji Chigunta (2002) obstajajo trije različni tipi mladih podjetnikov:

- Predpodjetniki (starost 15–19 let); v tem obdobju podjetniki šele ugotavljajo, kaj bi radi delali. To je obdobje, ko so mladi v tranziciji med domom ali izobraževalno ustanovo in med delovnim mestom. V tem obdobju se morajo zavedati in razumeti, kaj podjetje je in kaj pomeni voditi ter imeti podjetje. V tem obdobju potrebujejo institucije, ki se ukvarjajo s spodbujanjem podjetništva mladih, saj jim zagotovijo različne podporne storitve, kot so svetovanje, razvijanje podjetniškega načrta, zgled in dostop do financiranja. Mladi gredo v tem obdobju skozi fazo oblikovanja, start-upa in razvoja podjetja.
- Nadobudni podjetniki (starost 20–25 let); to je obdobje rasti, večina mladih v teh letih ima določene izkušnje, sposobnost in kapital za ustanovitev lastnega podjetja. V tem obdobju šele začnejo voditi svoje podjetje in od tega obdobja je odvisno, ali bo podjetje uspešno, ali bo propadlo ali pa bo ostalo v stranskih dejavnostih. V tem obdobju začnejo svoje poslovanje in glavni izzivi zanje so preživetje ter uspešnost v podjetju.
- Nastajajoči podjetniki (26–29 let); imajo prednost pred drugima dvema skupinama zaradi izkušenj, zato je večja verjetnost, da bodo uspešneje vodili podjetje kot mlajši ljudje. Največji izziv te skupine je, kako pretvoriti svoje podjetje v tržno donosno in konkurenčno podjetje. Njihove potrebe se razvijajo okoli naslednjih komponent: znanje za rast in transformacijo, dostop do obratnih sredstev, dostop do novih tehnologij in opreme ter razvoj novih izdelkov in dodajanje vrednosti.

Ta razdelitev služi le kot širši predlog, saj se kategorizacije razlikujejo odvisno od države in različnih poslovnih sektorjev.

Obstajajo vrste razlogov, zakaj ustanavljajo mladi svoje lastno podjetje. Ti so povezani z njihovimi življenjskimi pogoji, osebnimi stališči, preferencami, cilji in določenimi interesi ter individualnimi prednostmi. Prepoznanje razlogov je ključno za razumevanje in spodbujanje mladih v podjetništvu (Schoof 2006, 11, po Poturica 2013, 17-18):

1. Življenjske okoliščine: potreba oz. priložnost kot motivacija za podjetništvo: mladi se za podjetništvo odločijo iz nuje oz. zaradi brezposelnosti; podjetništvo iz priložnosti pa je rezultat želje in ni edina možnost ustvarjanja dohodkov ter preživetja.

2. Osebnostne značilnosti, interesi in individualne prednosti: razen življenjskih okoliščin, se motivacija mladih podjetnikov rodi iz osebnih karakteristik, preferenc, ciljev, njihovih posebnih interesov, individualnih prednosti in sposobnosti.

Glavni razlogi mladih za ustanovitev podjetja so: »biti sam svoj šef«, biti bolj neodvisen, in prilagodljiv, zasledovati nove možnosti zaposlitve, iskanje novih izzivov, zaslužiti več denarja, uresničitev vizije ali ideje, da bi pridobili večji ugled ter povezali strast s službo ali zaradi nadaljevanja družinske tradicije.

2.4 Kariera

Vsakdo lahko, ne glede na področje dela, ustvari odlično kariero. Pomembno je, kako razumemo pojem »odlična kariera«. Odlično kariero opredeljujeta dve ključni merili. Oseba z odlično kariero v življenju drugih vložijo pomemben prispevek in v njih vzbuja močan občutek predanosti ter zaupanja. To pa lahko naredi vsak ne glede na položaj ali poklic, ki ga opravlja. Vaš edinstveni prispevek je bistvo vaše odlične kariere, prihaja namreč od znotraj in predstavlja skupek vaših talentov ter strasti. Predanost in zaupanje sta posledici odlične kariere. Gre torej za rezultat vaših značajskih lastnosti, vesti in plemenitih, pozitivnih vzgibov. To so dejanja, za katera globoko v sebi veste, da jih morate narediti in kako je treba ta dejanja opraviti (Covey in Colosimo 2014).

Pri odlični karieri gre za reševanje pomembnih težav, soočanje z velikimi izzivi in bogatenje okolice s pomembnimi lastnimi prispevki. Če si kot posameznik prizadevate za velike in pomembne spremembe, nepogrešljiv prispevek, vas dobro opravljeno delo navdaja z zadovoljstvom ter posledično s srečo na drugih področjih življenja.

Odlična kariera ne izhaja iz potrebe po zunanji potrditvi, temveč iz posameznikove notranjosti, njegove radovednosti in edinstvenega skupka talentov ter strasti, kasneje pa še iz posameznikove vesti, ki nam pove, kaj je prav. Za odlično kariero sta pomembni dve dimenziji: želja in sposobnost, ki omogočata pomemben prispevek in karakter, na podlagi katerega se krepijo občutki zaupanja ter zvestobe drugih ljudi (Covey in Colosimo 2014).

Odličnost pri delu je stvar naše izbire. Vendar večina ljudi izbere povprečno kariero in precej nizko samopodobo, ki jo ustvarjajo, ko ljudje dajejo manj, kot so v resnici sposobni. Povprečni delavci so slabi vodje in slabi sodelavci, delo jim nudi malo zadovoljstva, povišice in napredovanja so bolj izjema kot pravilo.

Avtorja Covey in Colosimo (2014) nas spodbujata, stremeti k odličnosti. Naš prispevek bo večji, počutili se bomo bolje, povišice in nagrade bodo boljše (boljši zaslužek), ljudje nam bodo bolj zaupali in imeli bomo več priložnosti. Trenutno živimo v času, ko se za vsakega

posameznika odpirajo nove priložnosti in se pričakuje iskanje pomembnih rešitev. Zdajšnje delavce imenujemo »znanjski delavci«, ki sami izbirajo problematična področja in se jim posvečajo. Sami iščejo rešitve in ne dopuščajo, da bi jih karkoli omejevalo pri njihovem delu. Vsakdo, ki lahko prispeva pomembno rešitev, si lahko zagotovi lepo kariero. Trenutne divje in nepredvidljive okoliščine moramo rešiti z željo po novih priložnostih, ki nam jih težave prinašajo, teh nikakor ne primanjkuje, primanjkuje nam samo odgovorov na te težave.

Vsak posameznik si lahko sam oblikuje poklicno življenje, pri tem pa uporabi vse svoje talente, znanje in izkušnje. Tako poskrbi za edinstveno spremembo, ki je ne more prispevati nihče drug, kot le on sam. Torej začnite razvijati svojo odlično kariero.

3 OVIRE ZA USTANOVITEV PODJETJA

Slovenijo je leta 2008 prizadela velika gospodarska kriza in posledica je bila velika brezposelnost tudi med mladimi, zato so bili ti prisiljeni sprejeti dela, ki jih niso želeli opravljati. Da bi se izognili neželenemu delu, so začeli ustanavljati lastna podjetja. Danes se gospodarska kriza poslavlja, zato nas zanima, kaj predstavlja bodočim podjetnikom oviro za ustanovitev podjetja.

Kot smo že omenili, danes ne predstavlja težave premajhna zaposljivost mladih, ampak pomanjkanje delovnih mest in dela na splošno, zato je dobra rešitev samozaposlitev oz. ustanovitev lastnega podjetja, kar je gotovo izjemno pozitivna priložnost za vsakega posameznika.

Podjetništvo nam lahko prinese marsikatero nagrado od možnosti samoaktualizacije, svobode, izbire sodelavcev, dviga samozavesti in potencialno tudi do velikih zaslužkov. Na drugi strani pa moramo stopiti na realna tla, saj je pot do teh nagrad vse prej kot lahka. Potrebno je veliko truda, odrekovanja in tudi sreče, da uspemo v podjetništvu. Vedno je prisotna negotovost, potrebno je veliko trdega dela, prilagajanja, tveganja, poskušanja, inoviranja in početja stvari, ki jih večina ne želi početi: to je prodajanje, prepričevanje, drznost in razmišljanje izven okvirov.

Avtor Kos (2017), ki je napisal članek *Podjetništvo*, navaja kot zanimivost, da devet od desetih podjetij propade, zato »svari«, nikar preveč naivno v podjetništvo. Čaka nas veliko izzivov, učenja in neprespanih noči, preden pridemo do zaželene nagrade podjetništva in vseh koristi. Najpomembneje je, da si pred podjetniško potjo naredimo ustrezen načrt, ki mora biti premišljen in sistematičen; z njim si lahko močno povečamo možnost uspeha. Pred ustanovitvijo podjetja moramo temeljito razmisliti, kaj obvladamo, kje so trenutne priložnosti in skušamo izpeljati kakšen posel ali projekt, saj tako postanemo podjetni. Ne nazadnje je podjetništvo iskanje priložnosti, obračanje stvari na glavo, vizionarstvo, prodaja in delo z ljudmi.

Če želimo izvedeti, katere veščine in znanje nam primanjkujejo, se lotimo kakšnega izziva, pri katerem takoj izvemo, katere so veščine, ki jih moramo sami razviti, katere pa raje nadomestimo s sodelavci. Da nadomestimo veščine s sodelavci, moramo začeti z mreženjem, ki je pomemben del podjetništva, zato moramo biti neprestano v stiku z ljudmi, se od njih učiti, povezovati in si izmenjavati mnenja, saj so danes največji podjetniški uspehi zgrajeni v skupinah in ne kot samostojni podvigi. V sodelovanju in pogovoru z ljudmi se razvijajo tudi podjetniške ideje, iskanje mora biti čim bolj načrtno, vendar se moramo zavedati, da bomo svojo poslovno idejo še velikokrat spremenili, saj uspe le malokatero podjetje s prvotno poslovno idejo (Kos 2017).

Naslednji korak je iskanje investitorja in financiranje. Ob vsakem odprtju podjetja je zelo težko priti do sredstev za poslovanje. Velikokrat gre za sredstva, ki jih vložijo lastniki podjetja, lahko pa so to tudi posojila prijateljev, družinskih članov in vlagateljev oz. tistih, ki jih podjetnik prepriča, da je njegova ideja izvrstna. Torej gre pri financiranju predvsem za štiri F-je: Founders, Friends, Fools and Family; to se v veliki večini edina sredstva, ki jih podjetnik na začetku poslovanja pridobi. Razne institucije za podporo podjetništva in banke imajo sicer veliko finančnih sredstev, vendar je pridobitev takšne investicije precej zapletena naloga, saj želijo vlagati le v projekte, ki bodo njihov vložek oplemenitili, sankcije za neuspeh pa so zelo stroge. Obstajajo tudi nepovratna sredstva iz različnih evropskih skladov ali slovenskih institucij za podporo podjetništva. Ravno tako je priprava te dokumentacije za nekoga, ki se s tem sreča prvič, precej težko delo, saj želijo, omenjene institucije priloge celotnega finančnega načrta, ki se ga mora podjetje strogo držati, v primeru nespoštovanja določil z razpisa pa je treba sredstva z razpisa vrniti. Naslednja možnost financiranja je kredit, ki ga prav tako ni lahko dobiti, saj moramo banki predstaviti poslovno idejo in ta je zelo skeptična pri podpori podjetniških idej, zato je za odobritev kredita zelo majhna možnost (Kos 2017).

Tako je najzanesljivejša in najpogostejša investicija s strani lastnikov podjetja, njihovih prijateljev, družinskih članov in naivnežev (štirje F-ji). Skupni imenovalec vseh teh investorjev je čustvena vpletenost v poslovno priložnost, kar lahko pomeni, da pri ravnanju z denarjem niso najbolj objektivni. Po drugi strani je tako lažje pridobiti finančna sredstva, saj omenjena skupina podjetnika pozna in mu zaupa, da je sposoben izpeljati zadane cilje, vendar moramo biti pazljivi pri izposojanju denarja od znancev, saj so zapleti pri takšnem poslovanju pogosti.

Glavni mit, ki zaznamuje podjetništvo, je, da ima podjetnik prilagodljiv delovni čas, da dela, ko želi. Načeloma je podjetnik res »sam svoj šef«, se pa moramo zavedati, da je posledično tudi sam odgovoren za vse vidike poslovanja, vsaj na začetku. Delavnik je tako pogosto daljši od osmih ur dnevno, traja lahko pozno v noč, ob koncih tedna ali med prazniki, obstajajo pa tudi obdobja, ko dela enostavno ni in ko podjetnik opravlja le tekoče posle podjetja.

Vedeti moramo, da prinaša podjetništvo veliko stresa, saj mora podjetnik sebi in zaposlenim zagotoviti plačo, drugi razlog je, da v veliki meri za razliko od dela v običajni službi, podjetnik odgovarja z denarjem, ki ga je sam vložil, v primeru s. p. za dolgove podjetja jamči celo s svojim premoženjem (Kos 2017).

Kot vidimo, je ustanovitev podjetja in podjetništvo zelo zahtevna naloga, saj obstaja zelo veliko ovir, ki so gospodarskega, finančnega ali zasebnega pomena (Kos 2017). Precejšnjo oviro predstavlja ekonomsko in politično okolje, saj se zakoni spreminjajo domala vsak dan ter je spremembam na področju zakonov podjetništva zelo težko slediti. Ravno tako nas pri ustanovitvi podjetja ovira davčna zakonodaja, saj država zahteva plačilo prispevkov, ki so dokaj velik strošek za novo nastala podjetja.

Na področju ovir za ustanovitev podjetja je bilo opravljenih veliko raziskav. Ena izmed najzanimivejših je raziskava o podjetništvu med mladimi po svetu, ki se je nanašala na odnos mladih do podjetništva po svetu. Ugotovili so, da je samozaposlovanje oz. ustanovitev podjetja posledica neugodnih razmer na trgu. Mladi, ki ne morejo najti službe, se posledično odločijo ustanoviti lastno podjetje, s čimer si želijo zagotoviti delo in preživeti, torej so v samozaposlitev prisiljeni, saj nimajo druge možnosti. Mladi menijo, da nimajo dovolj znanja in spretnosti za ustanovitev svojega podjetja, še najbolj od vsega pa se bojijo neuspeha. Večina mladih bi se odločila za odprtje svojega podjetja zaradi dobrih priložnosti na trgu oz. dobrih idej (Rebernik idr. 2014).

Glavna ovira za mlade po svetu je v raziskavi dostop do virov financiranja, ki v vsakem primeru pomeni veliko finančno tveganje, saj bi mnogi ustanovili svoje podjetje s prihranki ali s pomočjo družine in prijateljev. V Sloveniji imamo na voljo državni program, ki pomaga potencialnim podjetnikom; toda vsi se ne morejo zanesti na te oblike pomoči oz. na pomoč družine ali države, zato se nekateri obrnejo na različne nevladne organizacije ali na banke (kredit). To raziskavo je leta 2014 objavil GEM (Rebernik idr. 2014).

Ker je na področju podjetništva izvedenih veliko raziskav, smo se osredotočili na podjetništvo med mladimi. Leta 2013 je bila izvedena raziskava o ovirah za ustanovitev podjetja med študenti FM v Kopru. Rezultati so bili zelo zanimivi, posebej zato, ker je takrat še trajala gospodarska kriza, tako smo se odločili, da bomo čez pet let ponovno izvedli isto raziskavo, prav tako med študenti FM v Kopru in primerjali rezultate, saj danes gospodarske krize ni več ter nas zanima sprememba mnenja o ovirah za ustanovitev podjetja.

4 PODJETNIŠKA NAMERA

Gospodarska kriza se počasi umika, delež samozaposlovanja se veča, zato bi lahko sklepali, da se želja med mladimi po ustanovitvi lastnega podjetja povečuje, vendar je raziskava, ki jo je leta 2017, izvedel Google, pokazala nasprotno. Raziskavo je izvedel v Veliki Britaniji, med tisoč mladimi (15–18 let); rezultat je pokazal, da bi kar štirje od petih raje delali v že uspešnem podjetju kot pa tvegali s podjetniško potjo. Mlade skrbita nestabilnost in tveganje, ki ju povezujemo s podjetniško potjo (Bric 2017).

V Sloveniji moramo razmisliti, kakšna sporočila pošiljamo mladim o podjetništvu, saj je skorajda vedno komentar pri uspešnem podjetniku: »ta gotovo ni uspel na pošten način«. Drugo dejstvo je, da večina mladih ve, da bodo v prihodnosti zagotovo delali v poklicih, ki jih sedaj niti ne poznajo, saj prihaja vedno več nove tehnologije in posledično drugačni delovni procesi.

Raziskava, ki jo je leta 2013 izvedla Mladina, je pokazala, da večina mladih dela zunaj strokovnih okvirov svojega izobraževanja (Sindikat mladi plus 2018).

Bric (2017) avtor članka *Podjetništvo? Mladi odgovarjajo: Ne, hvala!*, razlaga na podlagi raziskave družbe Universum, ki je na vzorcu 65.000 ameriških študentov raziskala, kakšno zaposlitev in kakšnega delodajalca si mladi želijo. V raziskavi so izvedeli, da si več kot 60 % mladih želi takšno službo, ki jo lahko kombinirajo z zasebnim življenjem; za delodajalca si več kot polovica želi takšnega, ki jih spoštuje in jim omogoča varno zaposlitev. Na lestvici najbolj zaželenih služb so službe javnega sektorja.

Bric (2017) navaja, da Slovenija pri tem ni izjema, saj si večina mladih želi službo v javnem sektorju ali v vsaj večjem stabilnem podjetju. Mladi so ugotovili, da podjetništvo in delno delo v zasebnem sektorju pomeni konec življenja ter ujetost v kariero, saj se je meja med delom in zasebnim življenjem v zadnjih desetih letih zabrisala, še posebej v zasebnem sektorju, kjer so z delom zaposleni 24 ur dnevno. Zato se mladi raje odločijo za zaposlitev, ki omogoča varnost in povprečen zaslužek.

Ko se je gospodarska kriza umikala, se niso vrnila želena delovna mesta z dodano vrednostjo in boljšo plačo, ampak slabo plačana delovna mesta v industriji in storitvenih dejavnostih. To je glavni razlog, zakaj se je večina mladih odločila za samozaposlitev. Prav takšna podjetniška pobuda, ki se razvije iz kriznih razmer, lahko pomeni uspeh, saj se nam takrat lahko porodijo odlične ideje, ker v preveč ugodnem okolju niti ne razmišljamo o rešitvah (Bric 2017).

Mladi podjetniki, ki znajo dobro prepoznati razliko med idejo in podjetniško priložnostjo, imajo večje možnosti preživetja z lastnim podjetjem. Najlažji korak je odpreti podjetje,

najtežji pa podjetje obdržati in ga voditi v višje razvojne rasti. Podjetniki razvijajo svoj cilj na način, da v tveganje vključujejo sodelavce, zunanje investitorje itd., tako zmanjšajo tveganje na najnižjo možno raven. Znano je, da podjetniki, ki želijo početi vse sami, le redko dosežejo cilje podjetja. Najboljši podjetniki si oblikujejo podjetniško ekipo, organizacijo in podjetje. Pomembno je tudi, da delijo premoženje v podjetju (Bric 2017).

Veliko ljudi želi »biti sam svoj šef« in posledično neodvisen od drugih. Vendar še zdaleč ni tako. Največkrat morajo biti odgovorni soustanoviteljem, investitorjem, kupcem, dobaviteljem, bankam in vsem drugim vpletenim. Neodvisni so samo pri sprejemanju odločitev za določen odgovor.

V raziskavi, ki jo je izvedel GEM leta 2013 o podjetništvu med mladimi po svetu, je večina mladih izrazila prav željo po odprtju lastnega podjetja in »biti, sam svoj šef«, kot pa delati v neki že obstoječi organizaciji.

Veliko ljudi raje ustanovi lastno podjetje, kot da se zaposlijo kot managerji že obstoječega. Resnica pa je, da podjetniki delajo veliko dlje in težje kot managerji v večjih podjetjih (Rebernik idr. 2014).

Prav zaradi zgoraj naštetih razlogov smo se odločili raziskati podjetniško namero v Sloveniji oz. med študenti FM v Kopru, saj bomo tako izvedeli, kateri so glavni razlogi za ustanovitev podjetja med mladimi danes in pred petimi leti, ko je bila anketa, izvedena prvič.

5 ANALIZA ANKETE

S pomočjo ankete, ki je v Prilogi 1, smo pridobili podatke s strani študentov na Fakulteti za management Koper. Namen raziskave je bil preučiti in analizirati ovire za ustanovitev lastnega podjetja, podjetniško namero ter željo po ustanovitvi lastnega podjetja danes in pred petimi leti.

Na podlagi rezultatov ankete smo želeli izvedeti, kakšne spremembe so se zgodile pri ovirah za ustanovitev lastnega podjetja in pri podjetniški nameri v petih letih. Prav tako smo lahko na podlagi pridobljenih odgovorov izvedeli, koliko študentov želi odpreti svoje podjetje.

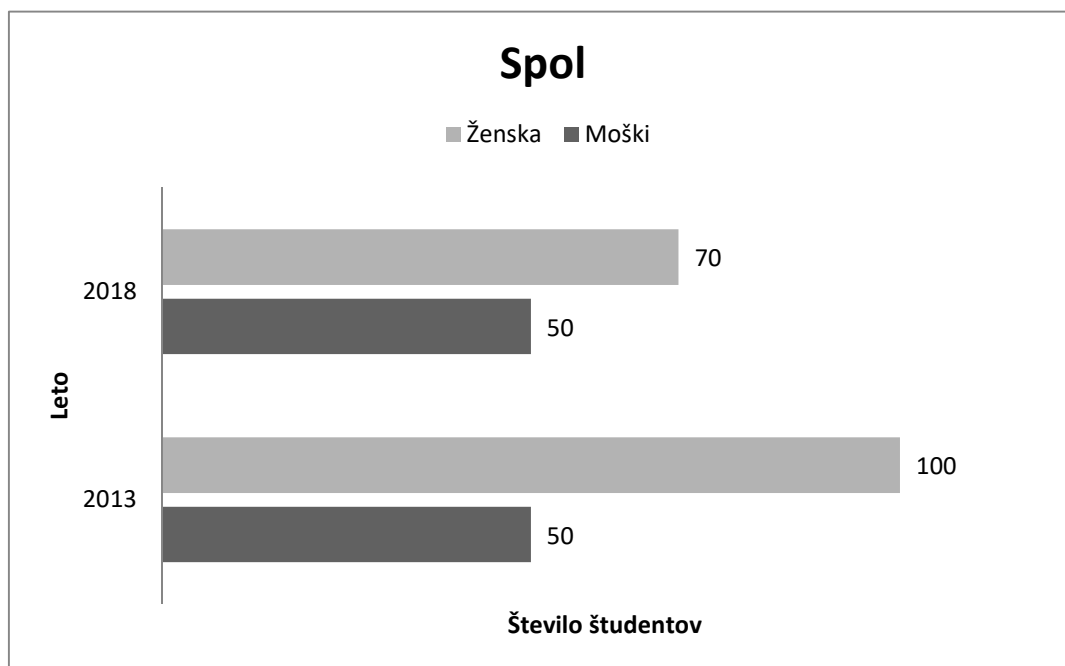
Opisali bomo metodo, s katero smo pridobili potrebne podatke, predstavili in primerjali bomo rezultate z že zbranimi podatki izpred petih let.

5.1 Opis metode pridobivanja in analiziranja podatkov

Za metodo zbiranja podatkov smo uporabili anketo. Podatke smo zbrali s pomočjo ankete, ki smo jo izvedli med študenti FM v Kopru. Leta 2013 je na anketo odgovorilo 150 študentov, pri ponovno izvedeni anketi leta 2018 pa je sodelovalo 120 študentov. Anketa je zajemala pet vprašanj, ki so bila sestavljena na podlagi ciljev in namena naloge (Priloga 1). Prvo vprašanje je demografsko, in sicer nas zanima spol študentov. V drugem vprašanju nas zanima letnik študija, ki ga obiskujejo anketirani študentje. Tretje vprašanje obsega 22 podvprašanj, ki se nanašajo na največjo oviro za ustanovitev podjetja. Četrto vprašanje ima štiri podvprašanja, ki se nanašajo na podjetniško namero. V zadnjem, petem vprašanju pa nas zanima, koliko študentov bi odprlo svoje podjetje.

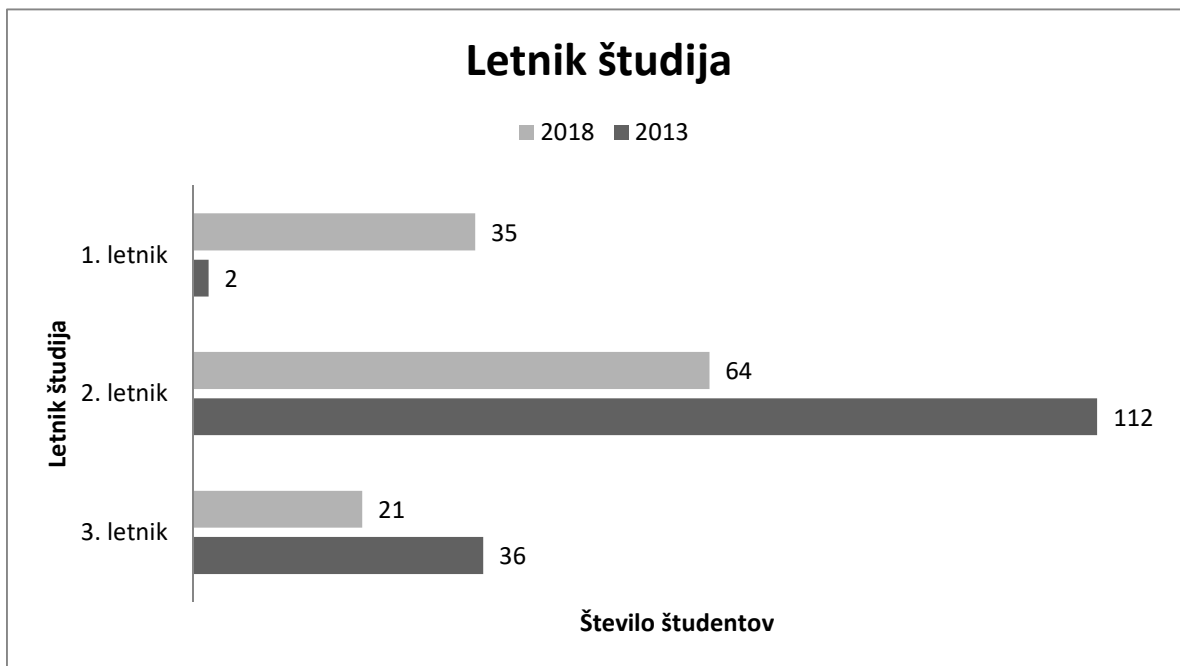
Analizo smo opravili glede na povprečje vseh odgovorov. V nadaljevanju bomo predstavili rezultate ankete in jih primerjali z že znanimi rezultati že izvedene ankete. Rezultate obeh anket smo zaradi lažje interpretacije podatkov razdelili na povprečje.

5.2 Analiza in interpretacija podatkov



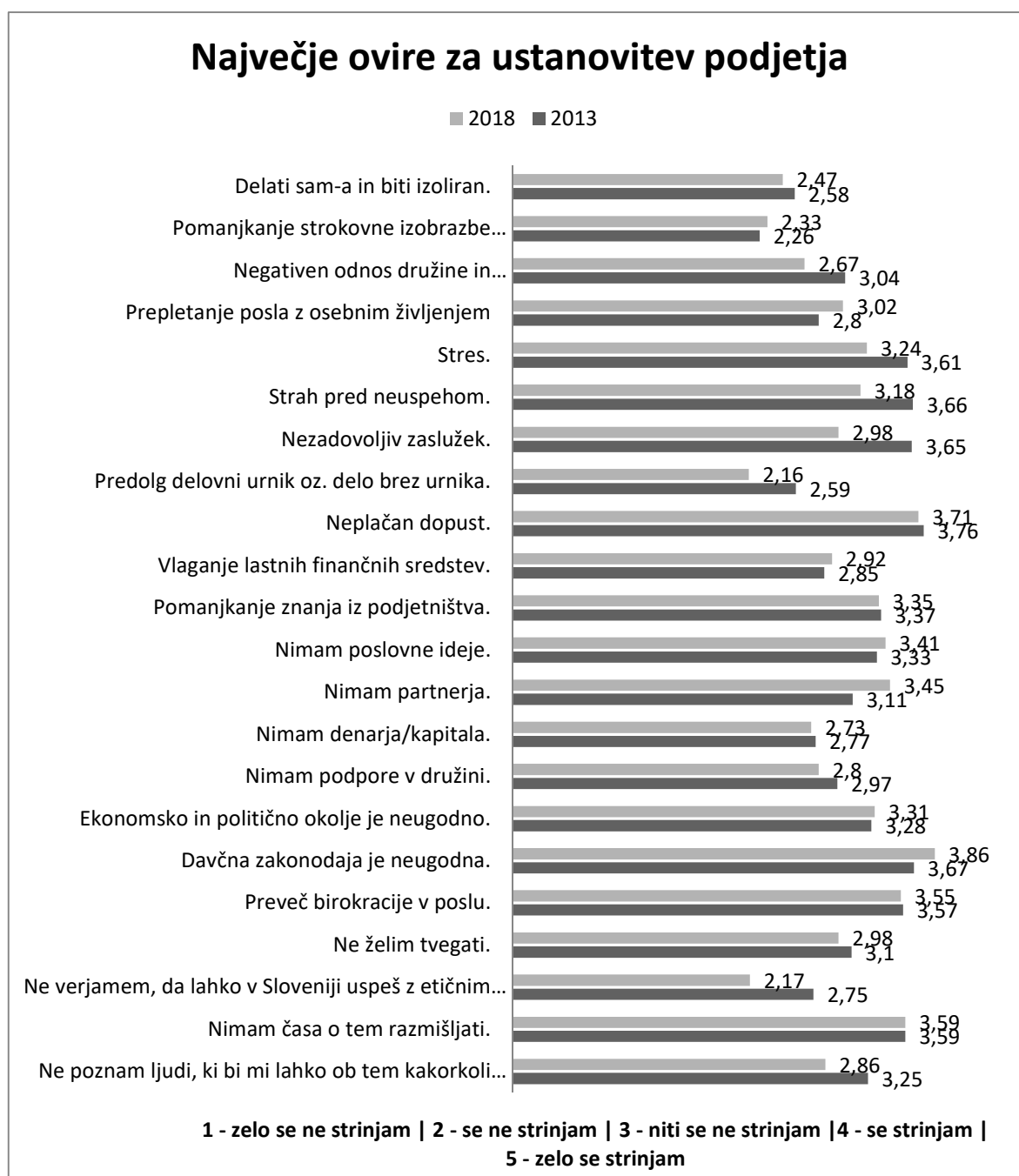
Slika 3: Spol študentov

V anketi, ki je bila izvedena leta 2013, je sodelovalo 150 študentov, od tega je bilo 100 študentk in 50 študentov. V anketi, ki je bila izvedena leta 2018, je sodelovalo 120 študentov, od tega 70 študentk in 50 študentov.



Slika 4: Letnik študija

Pri odgovorih na drugo vprašanje smo izvedeli, kateri letnik obiskujejo anketirani študentje. Leta 2013 je v anketi sodelovalo 36 študentov tretjega letnika, 112 študentov drugega letnika in 2 študenta prvega letnika dodiplomskega študija na FM v Kopru. Leta 2018 je v anketi sodelovalo 21 študentov tretjega letnika, 64 študentov drugega letnika in 35 študentov prvega letnika dodiplomskega študija na FM v Kopru.



Slika 5: Ovire za ustanovitev svojega podjetja

Pri tretjem vprašanju smo želeli od študentov izvedeti, kolikšno oviro jim predstavljajo zgoraj našteje ovire za ustanovitev podjetja na lestvici od 1 do 5. Pri tem pomeni 1 – zelo se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 – niti se ne strinjam, 4 – se strinjam in 5 – zelo se strinjam. Za lažjo analizo smo uporabili povprečje vsakega odgovora.

Ovir za mlade, ki želijo ustanoviti podjetje, je veliko, izpostavili smo najpomembnejše oz. tiste, ki po teoriji najpogosteje ovirajo mlade podjetnike pri ustanavljanju podjetja.

Delati sam in biti izoliran navaja Kos (2017), avtor članka *Podjetništvo*, je velika ovira za odprtje podjetja kot tudi za nadaljnje uspešno poslovanje, vendar so odgovori anketirancev pokazali nasprotno, saj se s tem niti malo ne strinjajo ter menijo, da so pripravljeni za uspeh podjetja delati sami in biti izolirani.

Naslednja ovira je pomanjkanje znanja, izobrazbe in virov informacij. Avtorica Poturica (2013) navaja, da se večina mladih ne zaveda svojih veščin, znanja in sposobnosti, to nezavedanje pa lahko povzroči veliko oviro pri ustanovitvi podjetja ali pa mladi preprosto ne znajo izkoristiti vseh informacij za ustanovitev podjetja. Vendar so odgovori ankete pravo nasprotje teorije, saj se anketiranci ne strinjajo s to trditvijo in so jo v obeh letih ocenili precej pod povprečjem 3.

Negativen odnos družine in prijateljev do samozaposlitve se iz leta v leto manjša, kar je razvidno iz odgovorov ankete leta 2013, ko je bilo povprečje odgovora 3,04, leta 2018 pa 2,67. Torej mladim iz leta v leto »stoji ob strani« več prijateljev in družina, ki jih podpirajo pri samozaposlitvi ter s tem spodbujajo njihovo podjetniško idejo.

Strah mladih, da bi se posel prepletal z osebnim življenjem, ravno tako iz leta v leto pada, saj se večina mladih strinja, da to ni ovira za ustanovitev podjetja.

Eno izmed ovir za ustanovitev podjetja predstavlja stres, zato nas ne preseneča, da ima zelo visoko povprečno oceno v obeh letih anketiranja, leta 2013 3,61 in leta 2018 3,24. Večina mladih se strinja, da bi jih stres oviral pri odprtju podjetja.

Strah pred neuspehom je teoretično velika ovira, saj se precej mladih ne želi podati na samostojno podjetniško pot zaradi strahu pred neuspehom; konkurenca je velika in je zato malo možnosti za obstoj na trgu. Anketa oviro potrdi v obeh letih, saj je ocenjena povprečno skoraj s 4, kar nam pove, da se mladi strinjajo, da je to ovira za ustanovitev podjetja.

Mladi so se leta 2013 strinjali, da je nezadovoljiv zaslužek ovira za ustanovitev podjetja in so jo v povprečju ocenili s 3,65, leta 2018 pa se je ocena ovire zmanjšala na 2,98. Torej mladim nezadovoljiv zaslužek iz leta v leto predstavlja manjšo oviro pri ustanovitvi podjetja.

Avtor Kos (2017) navaja, da ima podjetnik prilagodljiv delovni čas, dela, ko želi, vendar je delavnik pogosto daljši od osmih ur dnevno, traja lahko tudi pozno v noč, ob koncu tedna ali tudi za praznike, pojavljajo se tudi obdobja, ko dela enostavno ni in ko podjetnik opravlja le tekoče posle podjetja. Rezultati ankete so pokazali, da se anketiranci s to trditvijo strinjajo in so pripravljeni opravljati delo brez urnika, saj je posledica uspešno podjetje.

Neplačan dopust je na začetku poslovanja novega podjetja nekaj povsem »vsakdanjega«, vendar odgovori anketirancev povedo, da je to ena izmed glavnih ovir za ustanovitev podjetja.

Ocena ovire se sicer manjša, leta 2013 so jo povprečno ocenili s 3,76, leta 2018 pa s 3,71, vendar je še zmeraj uvrščena visoko v primerjavi z drugimi ovirami.

Vlaganje lastnih finančnih sredstev bi po teoriji morala biti precejšnja ovira, saj mladi nimajo veliko kapitala oz. prihrankov, ki bi jih vložili v podjetje. Vendar se mladi anketiranci s tem ne strinjajo in oviro ocenjujejo v obeh letih približno enako, okoli 2,9, torej jim vlaganje lastnih sredstev ne predstavlja velike ovire.

Za podjetništvo se danes odločajo mladi, ki imajo znanje iz podjetništva in mladi, ki se prvič srečujejo s podjetništvom, ko odpirajo svoje podjetje. Tem mladim je na voljo veliko ustanov, ki jim lahko posredujejo potrebno znanje iz podjetništva. Torej pomanjkanje znanja iz podjetništva ne bi smelo biti ovira pri ustanovitvi podjetja. Anketiranci so ta odgovor ocenili v obeh letih s povprečno 3 oz. se niti strinjajo, da je to ovira.

Trditev, da nimajo poslovne ideje, anketiranci v obeh letih povprečno ocenjujejo s 3 oz. se niti ne strinjajo z oviro. Glede na teorijo se veliko mladih odloča za ustanovitev podjetja prav zaradi dobre poslovne ideje, ki bi jo želeli uresničiti.

Da nimajo partnerja, mladim anketirancem ne predstavlja velike ovire pri ustanovitvi podjetja, saj so v obeh letih odgovorili povprečno s 3, torej se niti ne strinjajo z oviro. Ali partnerja že imajo ali ga ne potrebujejo in gredo na podjetniško pot sami.

Mladim ni na voljo veliko finančnih sredstev, saj je težko pridobiti kredit, ker vlagatelji težko zaupajo mladim podjetjem, zato je pogosta rešitev izposoja denarja pri družini in prijateljih. Zato bi morala biti to v današnjih razmerah precejšnja ovira. Vendar so rezultati ankete pokazali ravno obratno: v obeh letih anketiranja mladi menijo, da to ni ovira in jo povprečno ocenjujejo z 2 oz. se s trditvijo ne strinjajo.

Od naslednje ovire je lahko odvisen uspeh podjetja, saj brez podpore v družini in njene pomoči podjetnik zelo težko razvije uspešno podjetje. Anketiranci menijo, da imajo podporo v družini, saj se v obeh letih anketiranja strinjajo, da podpora družine ni ovira za ustanovitev podjetja.

K najvišje uvrščenim oz. ocenjenim oviram sodita neugodno ekonomsko in politično okolje ter neugodna davčna zakonodaja. Kljub vsem spremembam v podjetništvu se v Sloveniji ni veliko spremenilo na področju ekonomske, davčne in finančne politike, za sledenje malemu gospodarstvu. Anketiranci se obe leti strinjajo, da sta to veliki oviri za ustanovitev podjetja in ju ocenjujejo v povprečju s 3,7.

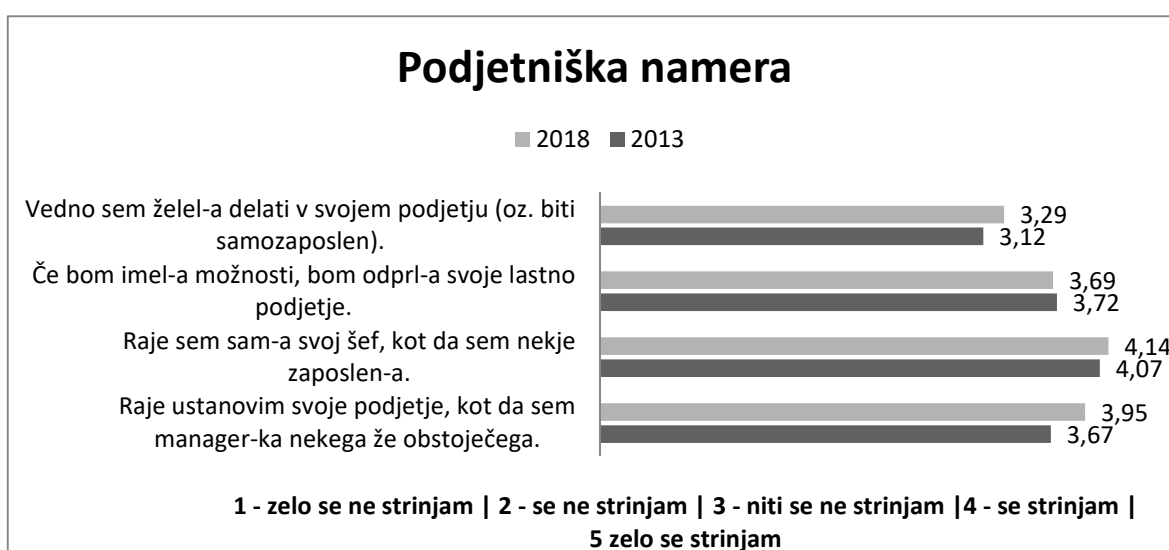
Mladim je omogočeno pri odprtju podjetja uveljavljati subvencije, vendar se za njihovo pridobitev izgubimo v dokumentacijah, še posebej, če to počnemo prvič. Pri odprtju podjetja nam lahko pomagajo nekatere organizacije, vendar je treba tudi v tem primeru veliko dokumentacije, zato mladi menijo, da je v Sloveniji preveč birokracije za uspeh v poslu in to oviro obe leti ocenjujejo s 3,5 oz. se strinjajo, da je to ovira za ustanovitev podjetja.

Kos (2017) uvršča med glavne ovire tveganje, pa naj bo to finančno, ekonomsko, politično ali zasebnega pomena. Vendar nam odgovori anketirancev povedo, da se niti malo ne strinjajo s to trditvijo, leta 2013 so jo ocenili s 3,1, leta 2018 pa z 2,98, kar pove, da večina anketirancev želi tvegati z odprtjem svojega podjetja iz leta v leto bolj.

Trditev, da ne verjamejo v uspeh z etičnim in korektnim delom, so mladi zavrgli in se z njo ne strinjajo. Torej menijo, da si lahko v Sloveniji uspešen s poštenim delom.

Velika večina anketiranih je odgovorila, da nima časa razmišljati o tem, ali bi ustanovili svoje podjetje. V obeh letih so to oviro ocenili s 3,59, torej se strinjajo s trditvijo, da so bolj zaposleni z drugimi »stvarmi« kot pa z razmišljanjem o podjetništvu in svoji prihodnosti.

Zadnja ovira, da ne poznam ljudi, ki bi mi lahko ob tem kakorkoli pomagali, nam že v teoriji pove, da brez poznanstev težko uspemo. Poznanstva predstavljajo velik del začetka poslovanja, z njihovo pomočjo lahko dobimo partnerje, kupce, dobavitelje in druge udeležence v poslovanju podjetja, ki nam sicer ne bi zaupali. Anketiranci so povprečno ocenili to oviro s 3 oz. se ne strinjajo, da je ovira. Torej anketiranci poznajo dovolj ljudi, ki bi jim pomagali nastopiti na trgu med vsemi drugimi podjetniki.



Slika 6: Podjetniška namera

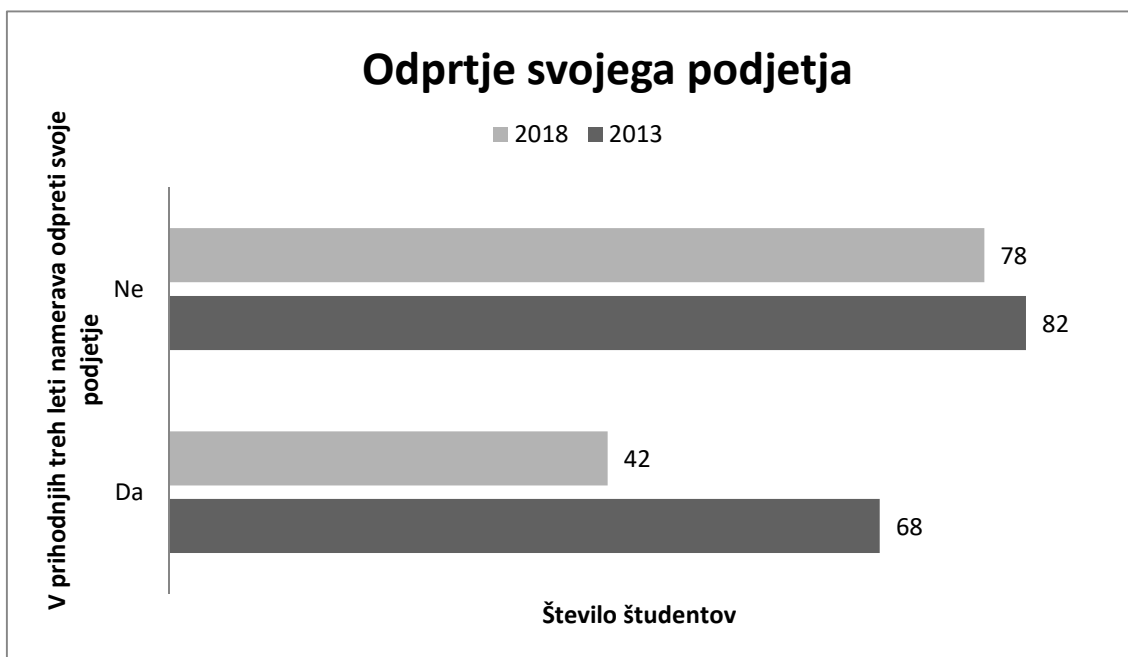
V odgovorih na naslednje vprašanje smo želeli od anketirancev izvedeti, kakšna je njihova podjetniška namera oz. kateri od zgoraj naštetih razlogov je najpogostejši razlog za ustanovitev podjetja, razlogi so ocenjeni na lestvici od 1 do 5. Pri tem pomeni 1 – zelo se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 – niti se ne strinjam, 4 – se strinjam in 5 – zelo se strinjam. Za lažjo analizo smo uporabili povprečje vsakega odgovora.

Kot smo že obravnavali, je glavni razlog za ustanovitev podjetja »biti sam svoj šef«, kar pove tudi rezultat ankete; od vseh štirih odgovorov je dobil najvišjo oceno prav odgovor, raje sem sam svoj šef kot nekje zaposlen. In sicer je bilo leta 2013 povprečje odgovora 4,07, leta 2018 pa 4,14. To nam pove, da namera iz leta v leto narašča in da se anketiranci strinjajo, da je zelo pomembna pri odprtju podjetja.

Najslabše povprečje dosega namera, da sem vedno želel delati v svojem podjetju (oz. biti samozaposlen). Leta 2013 je bilo povprečje odgovora 3,12, leta 2018 pa 3,29. To pove, da namera postaja bolj pomembna, ampak še vedno ne dovolj pomembna, da bi vplivala na odločitve za odprtje podjetja, saj se anketiranci s to trditvijo najmanj strinjajo.

Preostali dve nameri, če bom imel možnost, bom odprl svoje lastno podjetje in raje ustanovim svoje podjetje, kot da sem manager nekega že obstoječega, so anketiranci ocenili skoraj enako. Namero, če bom imel možnost, bom odprl svoje lastno podjetje, so leta 2013 ocenili s povprečjem 3,72, leta 2018 pa s 3,69, torej povprečna ocena malenkost pada, ampak je še zmeraj dovolj visoka, da se anketiranci strinjajo z namero, da je pomembna pri odločitvi odprtja podjetja.

Zadnja namera, raje ustanovim svoje podjetje, kot da sem manager nekega že obstoječega podjetja, so anketiranci ocenili leta 2013 s 3,67, leta 2018 pa s 3,95. To nam pove, da namera raste in da se anketiranci strinjajo, da je iz leta v leto pomembnejša pri odločitvi ustanovitve podjetja.



Slika 7: Odprtje svojega podjetja

Pri odgovorih na zadnje vprašanje smo od anketirancev želeli izvedeti, ali nameravajo kljub zgoraj naštetim oviram v prihodnjih treh letih ustanoviti svoje podjetje.

Leta 2013 je z »da« odgovorilo 68 študentov oziroma 45 %, z »ne« je odgovorilo 82 študentov oziroma 55 %. Leta 2018 je z »da« odgovorilo 42 študentov oziroma 35 %, z »ne« pa 78 študentov oziroma 65 %. Kljub izboljšanju stanja na trgu in kljub temu da gospodarske krize ni več, oz. se ta končuje ter različnim možnostim pomoči pri odprtju podjetja, je iz leta v leto manj študentov FM v Kopru pripravljenih tvegati z odprtjem lastnega podjetja.

6 SKLEP

V zaključni projektni nalogi smo se osredotočili na ovire pri ustanovitvi lastnega podjetja in na podjetniško namero mladih na FM v Kopru danes ter leta 2013. V prvem delu naloge smo s pomočjo literature in virov preučili obravnavane pojme: podjetništvo, podjetnik, podjetništvo v Sloveniji, podjetništvo med mladimi ter kariera. V nadaljevanju smo se seznanili z ovirami pri ustanovitvi podjetja in njihovimi zanimivostmi ter s podjetniško namero. V drugem delu naloge smo predstavili in analizirali izvedeno anketo.

Z anketo smo izvedeli, da v petih letih ni prišlo do bistvenih sprememb v mnenju o ovirah za ustanovitev podjetja in prav tako pri podjetniški nameri. Kljub temu da se gospodarska kriza počasi umika in gospodarstvo cveti, se mnenje študentov do danes ni bistveno spremenilo. Anketiranci so ovire za ustanovitev podjetja in podjetniško namero v obeh letih izvajanja ankete ocenili s približno enakimi povprečnimi ocenami, torej se kljub spremembam v gospodarstvu ovire za ustanovitev podjetja niso spremenile.

Glede na stanje gospodarstva in glede na to, da gospodarske krize ni več, so nas rezultati delno presenetili, saj smo predpostavljali, da nekatere ovire zaradi sprememb v petih letih ne bodo več ovire; zgodilo pa se je ravno nasprotno: ovire so ocenjene z isto oceno kot pred petimi leti in torej še zmeraj obstajajo.

Nalogo bi zaključili z mislijo, da začetek podjetništva ni lahek in da nas spremlja veliko ovir pri zagonu lastnega podjetja. Vendar moramo vztrajati, saj se nam na koncu obeta nagrada, ki bo v obliki denarja, osebnega zadovoljstva ali uspeha na trgu.

LITERATURA IN VIRI

- Antončič, B., R. D. Hisrich, T. Petrin in A. Vahčič. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: GV založba.
- Bric, U. 2017. *Podjetništvo? Mladi odgovarjajo: Hvala ne*. <https://svetkapitala.delo.si/finance/podjetnistvo-mladi-odgovarjajo-ne-hvala-1629> (14. 6. 2018).
- Chigunta, F. 2002. *Youth Entrepreneurship: Meeting the Key Policy Challenges*. England: Oxford University.
- Covey, S. R. in J. Colosimo. 2014. *Odlično delo, odlična kariera*. Brezovica pri Ljubljani: Založba Cangura.com.
- De Clercq, D. in B. Honig. 2011. Entrepreneurship as an integrating mechanism for disadvantaged persons. *Entrepreneurship and Regional Development* 23 (5-6): 353-372.
- Dodd, D. S. 2002. Metaphors end meaning: a grounded cultural model of US entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 17/5: 519-535.
- Glas, M. 2001. *Podjetništvo, izziv za spremembe*. Ljubljana: Center za razvoj podjetništva.
- Godina Košir, L. 2013. *Si upate?* <http://www.podjetnik.si/clanek/si-upate-20130601> (21. 4. 2018).
- Gomezelj Omerzel, D. 2010. *Podjetništvo in znanje*. Koper: Fakulteta za management.
- Kos, B. 2017. *Podjetništvo*. <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/podjetnistvo> (20. 6. 2018).
- Kovač, B. 1990. *Uvod v podjetništvo: analiza poslovnega načrta*. Študijski zvezek iz zbirke Studiom Generale ekonomija 1. Ljubljana: Univerza v Ljubljani.
- Mernik, N. 2014. *Podjetniški proces*. <https://ipodjetnik.weebly.com/novice/podjetniskiproc> (15. 5. 2018).
- Platovšek, A. 2008. *Razlikovanje med vlogo podjetnika in vlogo managerja v podjetju*. Diplomsko delo, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Plut, H. in T. Plut. 1995. *Podjetnik in podjetništvo*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Poturica, E. 2013. *Podjetništvo med mladimi; odziv na slabo zaposljivost mladih*. Magistrsko delo, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Pšeničny, V., J. Berginc, M. Letonja, I. Pavlin, J. Vadnjal in J. Žižek. 2000. *Podjetništvo, podjetnik, podjetniška priložnost, podjetniški proces, podjetem*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo, Gea College.
- Rebernik, M., P. Tominc in K. Pušnik. 2006. *Podjetništvo med željami in stvarnostjo: GEM Slovenija 2005*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.
- Rebernik, M., P. Tominc in K. Pušnik. 2009. *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008*. Maribor: Univerza v Mariboru.
- Rebernik, M., P. Tominc in K. Crnogaj. 2012. *Usihanje podjetništva v Sloveniji: GEM Slovenija 2011*. Maribor: Univerza v Mariboru.

- Rebernik, M., P. Tominc, K. Crnogaj, K. Širec, B. Bradač-Hojnik in M. Rus. 2014. *Spregledan podjetniški potencial mladih: GEM Slovenija 2013*. Maribor: Univerza v Mariboru.
- Rebernik, M., K. Crnogaj, K. Širec, B. Bradač-Hojnik, M. Rus in P. Tominc. 2017. *Dinamika podjetniškega potenciala: GEM Slovenije 2016*. Maribor, Univerza v Mariboru.
- Rejc, B. 2017. *Mladi čedalje raje v podjetništvo*. <https://pro.finance.si/8858175> (20. 5. 2018).
- Ruzzier, M., B. Antončič, T. Bratkovič-Kregar in D. Hisrich. 2008. *Podjetništvo*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
- Schoof, U. 2006. *Stimulating young entrepreneurship: barriers and incentives to enterprise start-ups by young people*. http://www.ilo.org/empent/Publications/WCMS_094025/lang--en/index.thm (12. 9. 2012).
- Sindikati mladi plus. 2018. *Mladi in dostojno delo*. https://www.mladiplus.si/wp-content/uploads/2018/06/Mladi-in-dostojno-delo_celotna.pdf (29. 5. 2018).
- Slivar, U. 2013. *Podjetništvo med mladimi po svetu*. <http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/podjetnistvo-med-mladimi-po-svetu> (29. 4. 2018).
- Timmons, A. J. 1999. *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. 5. izd. Boston: MA:Irwin.
- Vahčič, A. 2000. *Stanje podjetništva v Sloveniji*. Ljubljana: Ekonomska Fakulteta.

PRILOGA

Priloga 1 Anketa

ANKETA

Pozdravljeni, sem Tamara Urbančič, študentka Fakultete za management v Kopru. V sklopu zaključne projektne naloge izvajam raziskavo med študenti Fakultete za management v Kopru. Zanima me, katera stvar vam predstavlja največjo oviro pri ustanovitvi lastnega podjetja in kakšna je vaša podjetniška namera. Z vašo pomočjo bom lažje prišla do želenih podatkov. Prosim, odgovorite na vsa vprašanja tako, da označite ustrezni kvadratik. Anketa je anonimna.

1. Spol (označi s križcem)

Ženski	
Moški	

2. Letnik študija (označi s križcem)

1. letnik (dodiplomski)	
2. letnik (dodiplomski)	
3. letnik (dodiplomski)	

3. Prosim, ocenite ovire za ustanovitev na lestvici od 1 do 5. Pri tem pomeni 5 << zelo se strinjam >>, 4 pomeni << se strinjam >>, 3 pomeni << niti se ne strinjam >>, 2 pomeni << se ne strinjam >> in 1 pomeni << zelo se ne strinjam >>.

	Največjo oviro za ustanovitev podjetja mi predstavlja	Zelo se strinjam	Se strinjam	Niti se ne strinjam	Se ne strinjam	Zelo se ne strinjam
1	Delati sam-a in biti izoliran.					
2	Pomanjkanje strokovne izobrazbe in virov informacij.					
3	Negativen odnos družine in prijateljev do samozaposlitve.					
4	Prepletanje posla z osebnim življenjem.					
5	Stres.					
6	Strah pred neuspehom.					
7	Nezadovoljiv zaslužek.					
8	Predolg delovni urnik oz. delo brez urnika.					
9	Neplačan dopust.					
10	Vlaganje lastnih finančnih sredstev.					
11	Pomanjkanje znanja iz podjetništva.					
12	Nimam poslovne ideje.					
13	Nimam partnerja.					
14	Nimam denarja/kapitala.					
15	Nimam podpore v družini.					
16	Ekonomsko in politično okolje je					

Priloga 1

	neugodno.					
17	Davčna zakonodaja je neugodna.					
18	Preveč birokracije v poslu.					
19	Ne želim tvegati.					
20	Ne verjamem, da lahko v Sloveniji uspeš z etičnim in korektnim delom.					
21	Nimam časa o tem razmišljati.					
22	Ne poznam ljudi, ki bi mi lahko ob tem kakorkoli pomagali.					

4. Prosim, ocenite svojo podjetniško namero na lestvici od 1 do 5. Pri tem pomeni 5 <<zelo se strinjam>>, 4 pomeni <<se strinjam>>, 3 pomeni <<niti se ne strinjam>>, 2 pomeni <<se ne strinjam>> in 1 pomeni <<zelo se ne strinjam>>.

	Podjetniška namera	Zelo se strinjam	Se strinjam	Niti se ne strinjam	Se ne strinjam	Zelo se ne strinjam
1	Vedno sem želel-a delati v svojem podjetju (oz. biti samozaposlen)					
2	Če bom imel-a možnosti, bom odprl-a svoje lastno podjetje.					
3	Raje sem sam-a svoj šef, kot da sem nekje zaposlen-a.					
4	Raje ustanovim svoje podjetje, kot da sem manager-ka nekega že obstoječega.					

5. Obkrožite.

V prihodnjih treh letih nameravam odpreti svoje podjetje.	Da	Ne
---	----	----

Najlepša hvala za sodelovanje.