



**geacollege**

*fakulteta za podjetništvo*



---

# Nacionalno poročilo Slovenija GUESSS

---

**Global University Entrepreneurial Spirit  
Student's Survey 2016**

---



Ljubljana, 2016

**Doc. dr. Mitja Jeraj & Prof. dr. Ajda Fošner**



## KAZALO

1. Uvod .....	1
2. Povzetki raziskave GUESSS Slovenija 2016 .....	2
3. Analiza splošnih vprašanj .....	4
3.1 Demografski podatki .....	4
3.1.1 Starost sodelujočih .....	4
3.1.2. Spol .....	5
3.1.3 Sodelujoči glede na nacionalnost .....	6
3.2 Univerza ali visokošolski zavod, ki ga obiskujete .....	6
3.3 Raven študija .....	7
3.4 Področje študija .....	7
3.5 Karierna pot po koncu študija .....	8
3.6 Vaša izobraževalna institucija .....	9
3.7 Študenti in podjetništvo .....	10
4. Podjetniška namera .....	11
4.1 Karierna odločitev po študiju .....	11
4.2 Ustanovitev podjetja v načrtovanju, podjetniška namera .....	12
4.3 Podjetniška namera; primerjava s tujino .....	13
4.4 Razlogi za ustanovitev podjetja .....	15
4.5 Odziv okolja na kariero podjetnika .....	17
4.6 Čas do ustanovitve novega podjetja .....	17
4.7 Podjetje karierna pot po študiju .....	18
4.8 Ali ste v življenju že ustanovili kakšno drugo podjetje? .....	19
4.9 Gospodarski sektor planiranega podjetja .....	19
4.10 Izvedene aktivnosti za planirano podjetje .....	20
4.11 Motivi za ustanovitev podjetja .....	21
4.12 Predviden lastniški delež v načrtovanem podjetju .....	23
4.13 Izvor ideje za načrtovani posel .....	24
5. Družinsko ozadje in okolje .....	25
5.1 Samozaposlenost staršev .....	25
5.2 Družba kot celota .....	26
5.2.1 Otroci ponosni na osebne dosežke staršev .....	26
5.2.2 Starši ponosni na osebne dosežke otrok .....	27
5.2.3 Ostareli starši živijo s svojimi otroki .....	28
5.2.4 Otroci živijo s starši, dokler se ne poročijo .....	28

5.2.5 Urejenost in doslednost - eksperimentiranje in inovacije.....	29
5.2.6 Urejeno življenje z malo nepričakovanimi dogodki .....	30
5.2.7 Družbene zahteve in navodila so podrobno razložene .....	30
5.2.8 Spodbude za stalno izboljševanje učinkovitosti .....	31
5.2.9 Posameznikova sposobnost in prispevek družbi : Status osebe v družbi .....	31
5.2.10 Delavci imajo mnenje : ubogajo brez vprašanj.....	32
5.2.11 Moč je porazdeljena v družbi: Zgoščena na vrhu.....	32
5.2.12 Glavne nagrade za poslovno uspešnost .....	33
5.2.13 Nagrajenost inovativnosti z namenom izboljšanja učinkovitosti.....	33
6. Študentje, ki imajo svoje podjetje .....	34
6.1 Ali že imate lastno podjetje .....	34
6.2 Leto ustanovitve podjetja.....	35
6.3 Število trenutno zaposlenih .....	35
6.4 Lastniški delež v podjetju študentov .....	36
6.5 Ustanovljeno podjetje postane glavna zaposlitev po študiju .....	36
6.6 Gospodarska panoga v kateri deluje podjetje .....	37
6.7 Motivi za ustanovitev podjetja .....	37
6.8 Inovativnost in inovativni projekti .....	39
6.9 Inovativnost in delovanje v podjetju .....	40
6.10 Vstop na trg.....	41
6.11 Pregled panoge poslovanja podjetja .....	42
6.12 Prodajni prihodki.....	43
6.13 Prihodki in stroški poslovanja .....	43
6.14 Ustvarjanje dobička .....	44
6.15 Rast števila zaposlenih v 5 letih .....	44
6.16 Zadovoljstvo s podjetniško kariero .....	45
6.17 Primerjava s konkurenčnimi podjetji .....	45
6.18 Povezava posla z družbenimi dejavniki.....	46
6.19 Pristopi pri poslovanju .....	48
7. Podjetje staršev sodelujočih.....	50
7.1 Število zaposlenih .....	50
7.2 Operativno vodenje posla .....	51
7.3 Lastniški delež v rokah družine.....	52
7.4 Osebni lastniški delež v podjetju .....	52
7.5 Ali je posel družinski posel.....	53
7.6 Gospodarska panoga podjetja staršev.....	53

7.7 Delo v podjetju staršev .....	54
7.8 Pripravljenost za nadaljevanje posla staršev .....	55
7.9 Odziv družine na prevzem podjetja staršev .....	56
7.10 Čas do prevzema podjetja staršev .....	56
8. Sklep.....	57
9. LITERATURA .....	57

## KAZALO SLIK

Slika 1: Letnica rojstva .....	5
Slika 2: Spol .....	5
Slika 3: Nacionalnost sodelujočih .....	6
Slika 4: Izobraževalna institucija .....	6
Slika 5: Raven študija .....	7
Slika 6: Področje študija.....	8
Slika 7: Karierna pot po koncu študija.....	9
Slika 8: Fakulteta in spodbuda za podjetništvo .....	9
Slika 9: Stik študentov s podjetniškimi vsebinami na fakulteti .....	10
Slika 10: Zelena karierna pot po zaključku študija .....	12
Slika 11: Podjetniška namera .....	12
Slika 12: Mednarodna primerjava podjetniških namer .....	14
Slika 13: Odnos do ustanovitve podjetja .....	15
Slika 14: Odnos do podjetnosti .....	16
Slika 15: Potencial podjetništva .....	16
Slika 16: Odziv bližnjih na kariero podjetnika.....	17
Slika 17: Čas do ustanovitve novega podjetja .....	18
Slika 18: Glavno delo po študiju .....	18
Slika 19: Prej ustanovljeno podjetje.....	19
Slika 20: Gospodarski sektor planiranega podjetja .....	20
Slika 21: Gospodarski sektor planiranega podjetja .....	21
Slika 22: Primarni motivi za ustanovitev podjetja .....	22
Slika 23: Motivi za ustanovitev podjetja in poslanstvo podjetja.....	22
Slika 24: Motivi za ustanovitev podjetja in okolje poslovanja .....	23
Slika 25: Lastniški delež v načrtovanem podjetju .....	23
Slika 26: Soustanovitelji v načrtovanem podjetju .....	24
Slika 27: Ideja za načrtovani posel.....	24
Slika 28: Samozaposleni starši .....	25
Slika 29: Starši, večinski lastniki podjetja .....	26
Slika 30: Otroci so ponosni na osebne dosežke staršev.....	27
Slika 31: Starši so ponosni na osebne dosežke otrok .....	27
Slika 32: Ostareli starši živijo s svojimi otroki.....	28
Slika 33: Otroci živijo s starši, dokler se ne poročijo.....	29
Slika 34: Urejenost in doslednost - eksperimentiranje in inovacije .....	29
Slika 35: Urejeno življenje z malo nepričakovanimi dogodki .....	30

Slika 36: Družbene zahteve in navodila so razložene.....	30
Slika 37: Spodbujanje izboljševanja učinkovitosti .....	31
Slika 38: Posameznikova sposobnost : status osebe .....	31
Slika 39: Delavci imajo mnenje : ubogajo brez vprašanj .....	32
Slika 40: Moč je porazdeljena v družbi: zgoščena na vrhu .....	32
Slika 41: Nagrade za poslovno uspešnost.....	33
Slika 42: Nagrajevanje inovativnosti pri izboljševanju učinkovitosti.....	34
Slika 43: Že ustanovljeno podjetje.....	34
Slika 44: Leto ustanovitve .....	35
Slika 45: Število zaposlenih za polni delovni čas.....	35
Slika 46: Lastniški delež v podjetju .....	36
Slika 47: Podjetje postane glavna zaposlitev .....	36
Slika 48: Gospodarska panoga podjetja .....	37
Slika 49: Primarni motivi za ustanovitev podjetja .....	38
Slika 50: Motivi za ustanovitev podjetja in poslanstvo podjetja.....	38
Slika 51: Motivi za ustanovitev podjetja in okolje poslovanja .....	39
Slika 52: Implementacija inovativnosti v podjetju.....	40
Slika 53: Inovativnosti in delovanje v podjetju.....	40
Slika 54: Taktika vstopa na trg .....	41
Slika 55: Taktika uvajanja proizvodov .....	42
Slika 56: Dinamika v panogi .....	42
Slika 57: Prihodki .....	43
Slika 58: Pokrivanje stroškov.....	43
Slika 59: Dobiček.....	44
Slika 60: Rast števila zaposlenih.....	44
Slika 61: Zadovoljstvo s podjetniško kariero.....	45
Slika 62: Primerjava s konkurenco .....	46
Slika 63: Posel in ciljne stranke .....	47
Slika 64: Posel in okolje podjetja .....	47
Slika 65: Pristop k poslovanju.....	48
Slika 66: Posel in strategija dela .....	49
Slika 67: Pristop do dela.....	49
Slika 68: Posel in pristop do dejavnikov potencialnega tveganja.....	50
Slika 69: Število zaposlenih .....	51
Slika 70: Oče ali mati vodita posel.....	51
Slika 71: Lastništvo družine .....	52
Slika 72: Osebno lastništvo .....	52
Slika 73: Družinski posel .....	53
Slika 74: Gospodarska panoga podjetja staršev .....	54
Slika 75: Delo v podjetju staršev .....	54
Slika 76: Nadaljevanje posla staršev.....	55
Slika 77: Nasledstvo in posledice .....	55
Slika 78: Odziv družinskih članov na prevzem .....	56
Slika 79: Čas do prevzema.....	56

## 1. Uvod

Podjetništvo in podjetniki postajata vse bolj zanimivi področji znanstvenega proučevanja (Jeraj, 2014), kar potrjuje tudi mednarodni podjetniški raziskovalni projekt GUESSS. GUESSS raziskava se izvaja med študenti dodiplomskih, podiplomskih in doktorskih študijskih programov. Ime raziskave »GUESSS« je akronim iz besedne zveze »Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey».

Začetki raziskave GUESSS segajo v leto 2003, ko je Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship iz Univerze of St.Gallen prvič začel z izvajanjem projekta. Raziskava poteka vsako drugo ali tretje leto in vse od začetka, se število sodelujočih držav povečuje. Prejšnja raziskava se je izvajala v 34 državah, leta 2016 pa se je za sodelovanje odločilo rekordnih 51 držav. Še več, 11 držav intenzivno razmišlja, da se bodo pridružile raziskavi pri naslednjem izvajanju. GEA College - Fakulteta za podjetništvo v Ljubljani je letos izvajala GUESSS raziskavo že drugič. Prvič je bila raziskava izvedena na Fakulteti za podjetništvo in posledično tudi v Sloveniji leta 2013.

V aktualni raziskavi GUESSS je sodelovalo kar 202.277 študentov po vsem svetu. Cilj za Slovenijo je bil doseči 1000 sodelujočih v raziskavi in je bil presežen, saj je v raziskavi sodelovalo 1031 študentov. Največ sodelujočih je bilo v Nemčiji, kjer je sodelovalo kar 21.002 sodelujočih, sledila je Španija s 16.031 sodelujočimi in Brazilija, kjer je sodelovalo 12.373 sodelujočih. Za slovenske razmere v kontekstu sodelujočih bi lahko bile zanimive tudi države Avstrija, kjer je sodelovalo 7352 študentov, Hrvaška z 2456 sodelujočimi in Albanija ter Makedonija s po 254 ter 249 sodelujočimi.

Med vsemi sodelujočimi smo organizatorji izločili ustrezne odgovore, ki so imeli zadostno razmerje med odgovorjenimi in neodgovorjenimi vprašanji, da so se lahko na tej platformi izvedle relevantne statistične analize. V mednarodni raziskavi GUESSS je bilo vseh relevantnih odgovorov, ki so primerni za nadaljnjo analizo v vseh sodelujočih državah 122.509. V Sloveniji je bilo pravilno izpolnjenih vprašalnikov 575. Za primerjavo s prejšnjim odstavkom lahko ugotovimo, da je bilo v Nemčiji pravilno izpolnjenih vprašalnikov 15.984, v Španiji 7.373 in v Braziliji 7.417. V Avstriji je pravilno izpolnilo anketne vprašalnike 3.755 študentov in študentk, na Hrvaškem 1.555 in v Albaniji ter Makedoniji po 70 ter 124 študentov.

Raziskava GUESSS je v Sloveniji potekala od sredine aprila 2016 do konca meseca julija 2016. Potencialni anketiranci so bili vsi študenti in študentke, tako dodiplomskih, podiplomskih kot doktorskih programov na področju Republike Slovenije. Institucije, kjer smo izvajali raziskavo, so bile javne univerze in zasebne fakultete ter ostali zavodi, ki so v zasebni lasti.

Na manjšem vzorcu sodelujočih smo anketo pred začetkom uradnega izvajanja testirali, da smo lahko odpravili možne napake, ki smo jih nato z organizatorjem raziskave uskladili. Študentom v Sloveniji je bilo omogočeno reševanje ankete v slovenskem in v angleškem jeziku. Na ta način smo omogočili tudi tujim študentom v Sloveniji, da sodelujejo pri raziskavi. Reševanje raziskave GUESSS je od sodelujočih terjalo relativno veliko časa v primerjavi s podobnimi raziskavami, saj se je bilo potrebno opredeliti o skoraj 100 postavkah, čas reševanja pa je bil okoli 25 minut.

Raziskava GUESSS proučuje okolje, v katerem živijo študenti, ter njihovo pripravljenost za izbor podjetniške kariere - ne samo kot alternativo ob morebitni nezaposljivosti, ampak tudi kot prvo karierno izbiro po končanju študija. Številni raziskovalci so ugotovili, da ima tudi okolje in okoljski dejavniki velik vpliv na namero za ustanovitev podjetja (npr. Ibrahim in Mas'ud, 2016). V poročilu raziskave GUESSS Slovenija smo ponazorili najbolj izrazite ugotovitve ter jih ilustrirali s slikami v obliki grafov oziroma slik.

V določenih interpretacijah in ponazoritvah smo ponazorili relativno primerjavo z globalnim vzorcem, ki je sestavljen iz vseh sodelujočih držav, vključno s Slovenijo. Globalni vzorec smo za namen lažje in bolj enostavne interpretacije ter ponazoritve poimensko standardizirali in poimenovali GUESSS.

## 2. Povzetki raziskave GUESSS Slovenija 2016

1. Izvajanje raziskave med študenti:
  - a) 51 držav od sredine aprila 2016 do konca meseca julija 2016,
  - b) 1031 sodelujočih v Sloveniji,
  - c) preko 200.000 sodelujočih v celotnem vzorcu GUESSS.
2. Demografija slovenskega vzorca:
  - a) povprečna starost sodelujočih je 26 let,
  - b) 67,60% moških, 32,40% žensk,
  - c) 72,15% sodelujočih je bilo aktivnih na dodiplomskem študiju,
  - d) 55,3% anketiranih je študentov ekonomije in prava.
3. Karierni načrti:
  - a) takoj po zaključku študija bi 26,1% sodelujočih rado delalo v malem ali srednje velikem podjetju (do 50 zaposlenih, v nadaljevanju MSP),
  - b) 5 let po zaključku študija bi 33,2% sodelujočih delalo v lastnem podjetju,
  - c) v primerjavi z GUESSS smo podpovprečno podjetniško motivirani,
  - d) 20,87% sodelujočih trenutno načrtuje ustanovitev lastnega podjetja,
  - e) 6,78% sodelujočih že ima svoje podjetje (povprečje GUESSS je 8,8%).
4. Fakulteta in podjetništvo:
  - a) atmosfera za podjetništvo je na slovenskih fakultetah relativno boljša kot v povprečju GUESSS,
  - b) v Sloveniji se več študentov vključuje v podjetniške predmete kot v tujini.

5. Podjetniška namera:
  - a) slovenski študentje so bolj kot povprečni študentje iz celotnega vzorca odločeni, da bodo nekoč imeli svoje podjetje vendar niso pripravljene za to storiti toliko, kot kolegi iz tujine,
  - b) družina in prijatelji bolj podpirajo podjetniške namere posameznikov v Sloveniji kot v celotnem območju GUESSS, sošolci pa ravno obratno,
  - c) največ študentov bi podjetje ustanovilo v roku po 19. mesecih po izpolnjevanju raziskave (48%) v sektorju svetovanje (13,6%),
  - d) največ energije so ti študentje investirali v zbiranje informacij o trgu ali konkurenci (86,93),
6. Družina in družba:
  - a) 27% anketirancev pri nas ima vsaj 1 samozaposlenega starša (v tujini 36,4%),
  - b) v Sloveniji so otroci bolj ponosni na osebne dosežke staršev, medtem ko so v tujini starši bolj ponosni na osebne dosežke otrok,
  - c) v Sloveniji starejši živijo pri svojih družinah v večjem obsegu kot v tujini,
  - d) mladi v Sloveniji živijo pri starših rekordno dolgo,
  - e) učinkovitost v tujini je nekoliko višje pozicionirana kategorija kot v Sloveniji,
  - f) zaposleni v tujini imajo večje zaupanje v svoje predpostavljene (vodje) kot v Sloveniji,
  - g) moč v Sloveniji je koncentrirana centralizirano (v tujini bolj decentralizirano),
  - h) inovativnost ima v tujini večji pomen v družbi kot v Sloveniji.
7. Študenti, ki že imajo svoje podjetje:
  - a) 36,2% jih je ustanovilo podjetje pred 2010,
  - b) 54,05% jih je 100% lastnikov podjetja, kar bi lahko pomenilo, da so to v večini samostojni podjetniki,
  - c) 69,44% jih ne želi, da posel postane glavna zaposlitev po končanju študija (v tujini je ta delež 45%),
  - d) 16,20% študentov podjetnikov deluje v panogi trgovina,
  - e) slovenskim podjetnikom iz te kategorije je bilo pri ustanavljanju najpomembneje, da bi dosegli finančni uspeh, tujim podjetnikom pa, da bi počeli nekaj, kar je v skladu z vrednotami, ki jih opredeljujejo,
  - f) slovenskim podjetnikom se zdi najpomembneje odpirati nove trge, tujim pa razširiti obseg produktov/storitev,
  - g) slovenski podjetniki se ne ozirajo toliko na poslovno okolje kot tuji,
  - h) slovenskim podjetnikom se zdijo preference in zahteve strank bolj pomembne kot tujim,
  - i) dve tretjini slovenskih podjetnikov generira prihodke s svojim podjetjem (GUESSS 80,8%),
  - j) 80,56% v Sloveniji, prihodki iz prodaje pokrivajo njihove stroške poslovanja. Ta delež je na osnovi celotnega vzorca nekoliko manjši in sicer 77,8%,
  - k) 72,22% slovenskih podjetnikov ustvarja dobiček (GUESSS 78,3%),
  - l) v povprečju so slovenski podjetniki opazno manj zadovoljni z njihovo podjetniško kariero kot kolegi iz celotnega vzorca.
  - m) slovenski podjetniki so percepcijsko manj uspešni v svojih podjetjih kot kolegi iz celotnega vzorca GUESSS,
  - n) slovenski podjetniki raje pripravljajo rešitve za podjetniške cilje, medtem ko tuji kolegi raje prej planirajo, preden se začno s čim ukvarjati.



8. Podjetje staršev sodelujočih v Slovenskem vzorcu:
- a) največ teh podjetij je bilo ustanovljenih leta 1993,
  - b) 32,5% vseh podjetij ima enega zaposlenega (predvidevamo lahko, da so to s.p.),
  - c) v 92% podjetij vodi posel oče ali mati,
  - d) 85,5% študentov v tem podjetju nima deleža,
  - e) 13,4% teh podjetij je v sektorju trgovina,
  - f) slovenski študenti niso najbolj navdušeni nad prevzemom družinskega podjetja,
  - g) kariera v tem podjetju ni najbolj smiselna izbira za Slovenske študente,
  - h) če bi prišlo do prevzema podjetja bi bili najbolj zadovoljni starši, manj bližnji in drugi družinski člani,
  - i) če bodo študentje prevzeli družinsko podjetje, se bo to zgodilo v 85% v roku po 5 let od izvajanja ankete.

### 3. Analiza splošnih vprašanj

#### 3.1 Demografski podatki

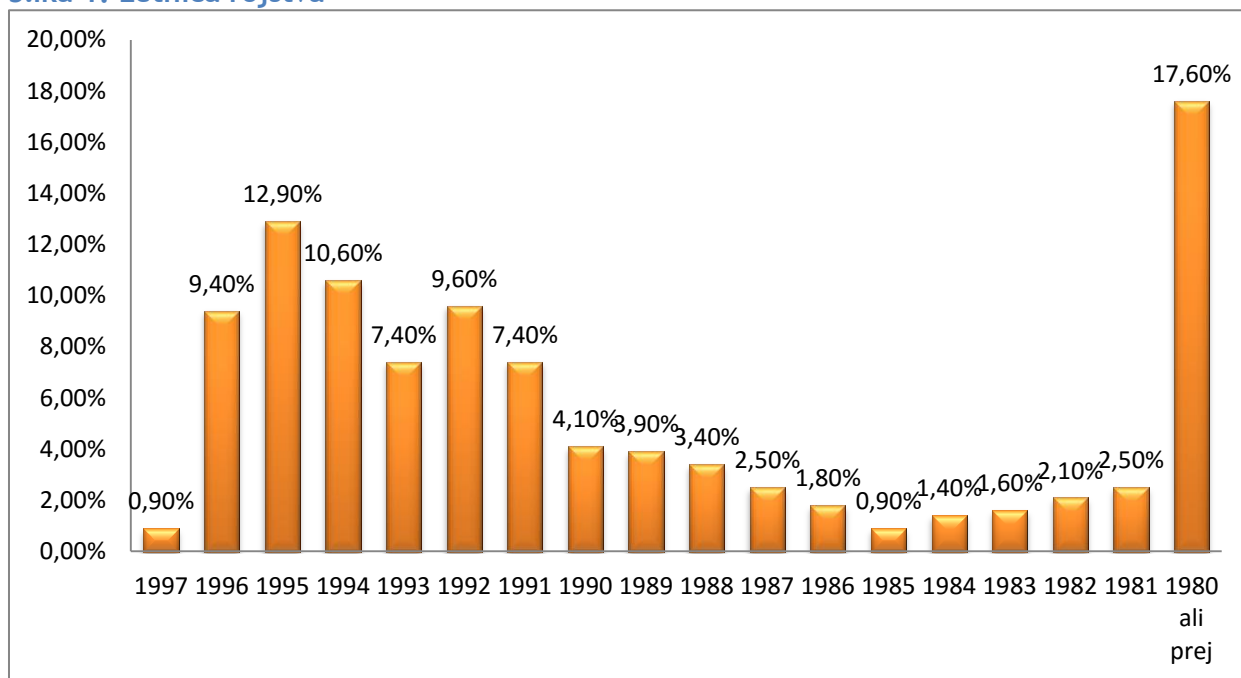
##### 3.1.1 Starost sodelujočih

Anketirane smo na začetku ankete spraševali po letu njihovega rojstva. Podrobna analiza letnic rojstev anketirancev se je začela leta 1980, pred tem pa je bilo rojenih 17,60% anketirancev. Najmlajši sodelujoči v anketi so bili rojeni leta 1997; takih je bilo 0,90%. V letu 1996 je bilo rojenih 9,40% sodelujočih, v letu 1995 12,90%, leto poprej (1994) 10,60% in v letu 1993 7,4%. V letu 1992 je bilo rojenih 9,6% sodelujočih, 1991 7,4%, leta 1990 4,1%, 1989 3,9% in v letu 1988 3,4% vseh anketiranih. Leta 1987 je bilo rojenih 2,5% anketiranih, 1986 1,8%, 1985 0,9%, v letu 1984 1,4%, 1983 1,6%, 1982 2,1% ter v letu 1981 2,5%.

Sodelujoči/a v raziskavi GUESSS Slovenija je bil/a v povprečju rojen/a v sredini leta 1989, kar pomeni, da je bil/a pri sodelovanju v raziskavi star/a 26 let. Udeleženci prejšnje raziskave GUESSS v Sloveniji so bili v povprečju stari 24 let, kar je za dve leti manj kot letos.

V tej smeri je primerjava s celotnim vzorcem GUESSS za tekočo raziskavo pokazala, da je bila povprečna starost sodelujočih dobrih 24 let. Na osnovi tega sklepamo, da je bila povprečna starost anketirancev v Sloveniji za 2 leti višja kot povprečje GUESSS.

Slika 1: Letnica rojstva



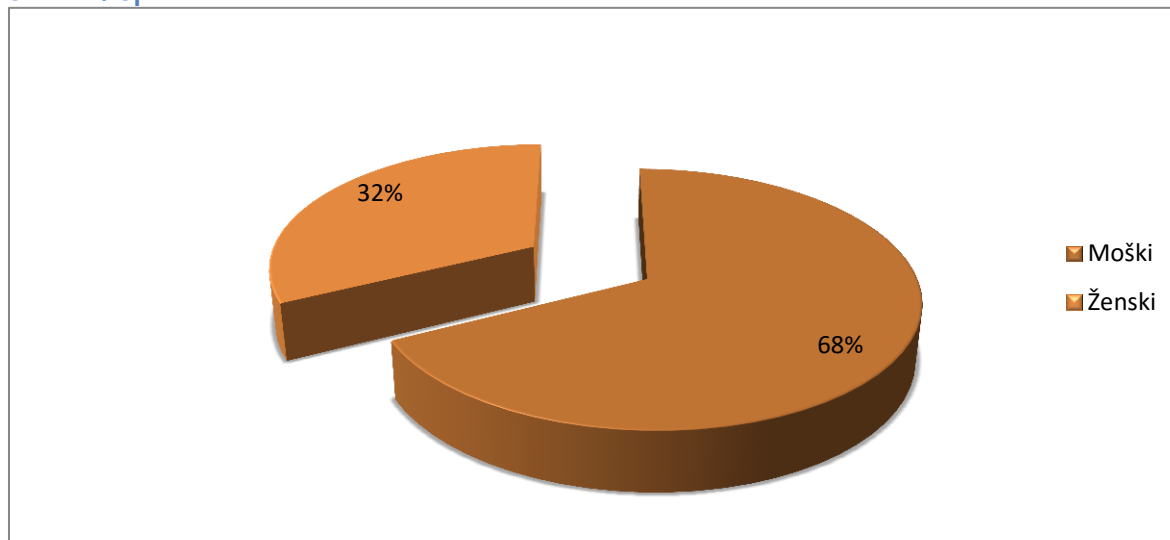
### 3.1.2. Spol

V raziskavi GUESSS Slovenija 2016 je sodelovalo 67,60% moških in 32,40% žensk.

Pri spolu je smiselno omeniti primerjavo z raziskavo GUESSS v Sloveniji v letu 2013, kjer je bilo razmerje med moškimi in ženskami ravno obratno. Takrat je večji del vzorca sestavljala ženska populacija in to kar 74%, medtem ko je bilo moških 26%.

Primerjava s celotnim vzorcem GUESSS 2016 je prav tako zanimiva, saj je v celotni raziskavi sodelovalo kar 58,5% žensk in le 41,5% moških.

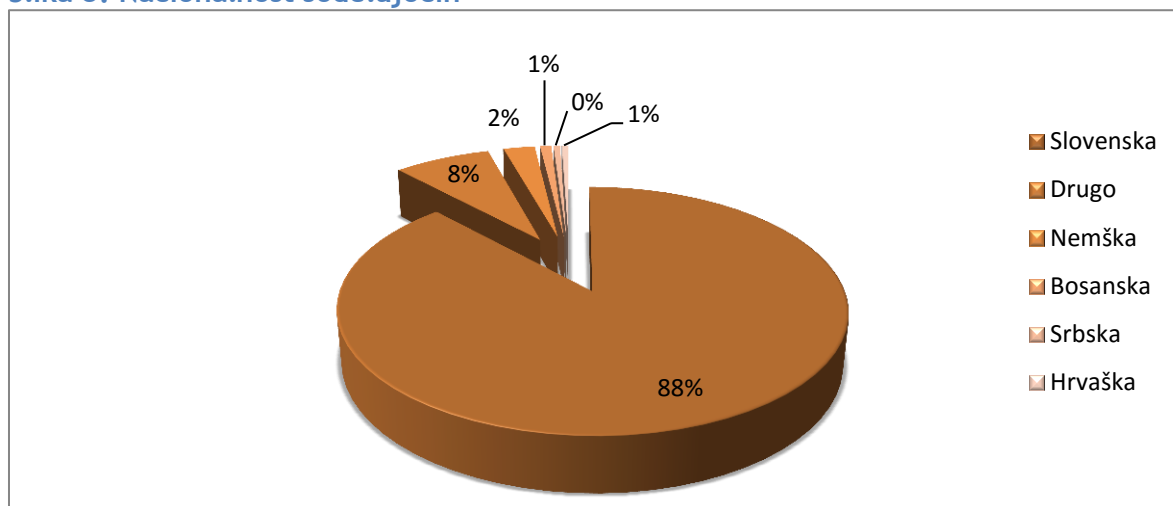
Slika 2: Spol



### 3.1.3 Sodelujoči glede na nacionalnost

Glede na nacionalnost sodelujočih v raziskavi GUESSS Slovenija ugotavljamo, da je bilo 88,11% sodelujočih slovenske nacionalnosti, 2,45% sodelujočih je bilo nemške nacionalnosti, 0,87% je bilo bosanske nacionalnosti, okoli 0,50% sodelujočih pa je bilo srbske oziroma hrvaške nacionalnosti.

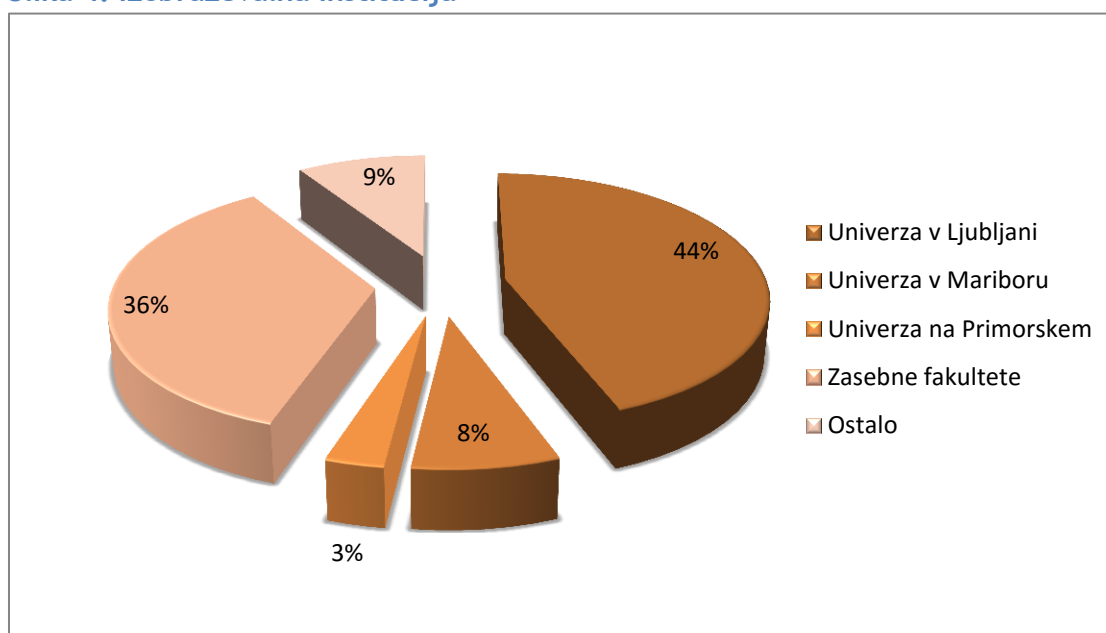
Slika 3: Nacionalnost sodelujočih



### 3.2 Univerza ali visokošolski zavod sodelujočih

Največ sodelujočih v raziskavi je bilo študentov na Univerzi v Ljubljani in to kar 44,30%. Drugi največji del sodelujočih prihaja iz zasebnih fakultet in se kaže v deležu 35,70%. Sledita Univerza v Mariboru, kjer so izpolnili 7,70% anket ter Univerza na Primorskem s 3,10% anketnih vprašalnikov. Študentov, ki so sodelovali v naši raziskavi a so bili vpisani na drugo institucijo, ki ni bila posebno omenjena v vprašalniku je bilo 9,20%.

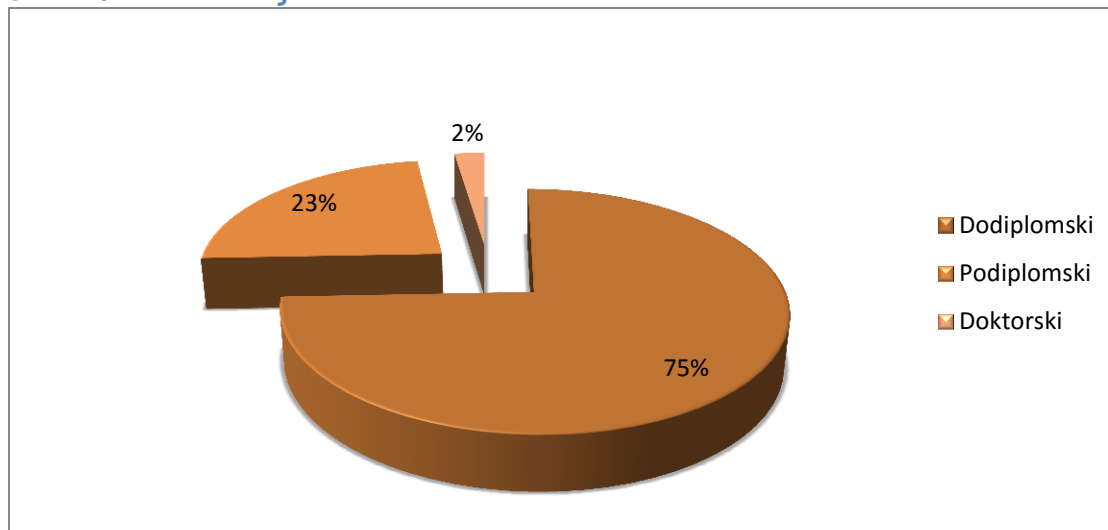
Slika 4: Izobraževalna institucija



### 3.3 Raven študija

Diplomski študij je obiskovalo 72,15% anketirancev, podiplomski študij 22,57% ter doktorski študij 2,28% vseh, ki so pravilno odgovarjali na anketni vprašalnik.

Slika 5: Raven študija



Tudi tukaj je zanimiva primerjava z raziskavo GUESSS iz leta 2013, kjer je bilo udeleženi 69% vseh sodelujočih iz dodiplomskega študija, 23% jih je obiskovalo podiplomski študij in 8% doktorski študij.

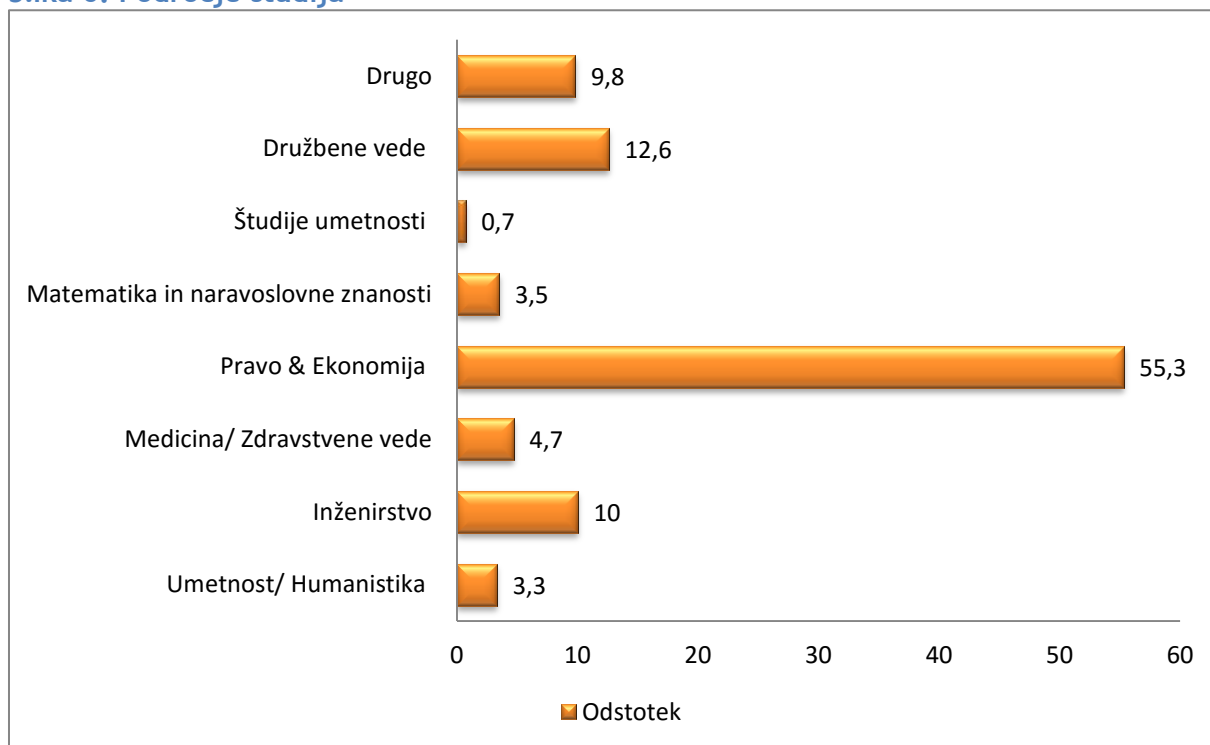
Primerjava z GUESSS mednarodnim vzorcem je pokazala, da je na dodiplomskem študiju sodelovalo 79,2%, na podiplomskem 16,2% in 4,6% na doktorskem študiju.

### 3.4 Področje študija

Vprašanje o področju študija je razkrilo ugotovitve, da je bil delež anketirancev, ki so obiskovali umetnostne študije, kamor spadajo lingvistika, kulturne študije, religija, filozofija in zgodovina 3,30%. Inženirstvo, kamor uvrščamo računalništvo in arhitekturo je obiskovalo 10,00% študentov. Medicina in zdravstvene vede sta kategoriji, ki jih študira 4,70% anketiranih v naši raziskavi. Največji del študentov in študentk, ki so sodelovali v naši anketi prihaja iz področja prava in ekonomija (vključuje študije poslovnih ved) in sicer kar 55,30%.

Matematiko in naravoslovne znanosti študira 3,50% vseh sodelujočih v naši raziskavi, študije umetnosti (npr. umetnost, oblikovanje, dramaturgija, glasba) pa 0,70% študentov. Družbene vede (npr. psihologija, politologija, pedagoške vede) obiskuje 12,60% vseh sodelujočih, ki so pravilno izpolnili anketne vprašalnike, nobeno izmed teh disciplin pa 9,80% anketiranih.

Slika 6: Področje študija

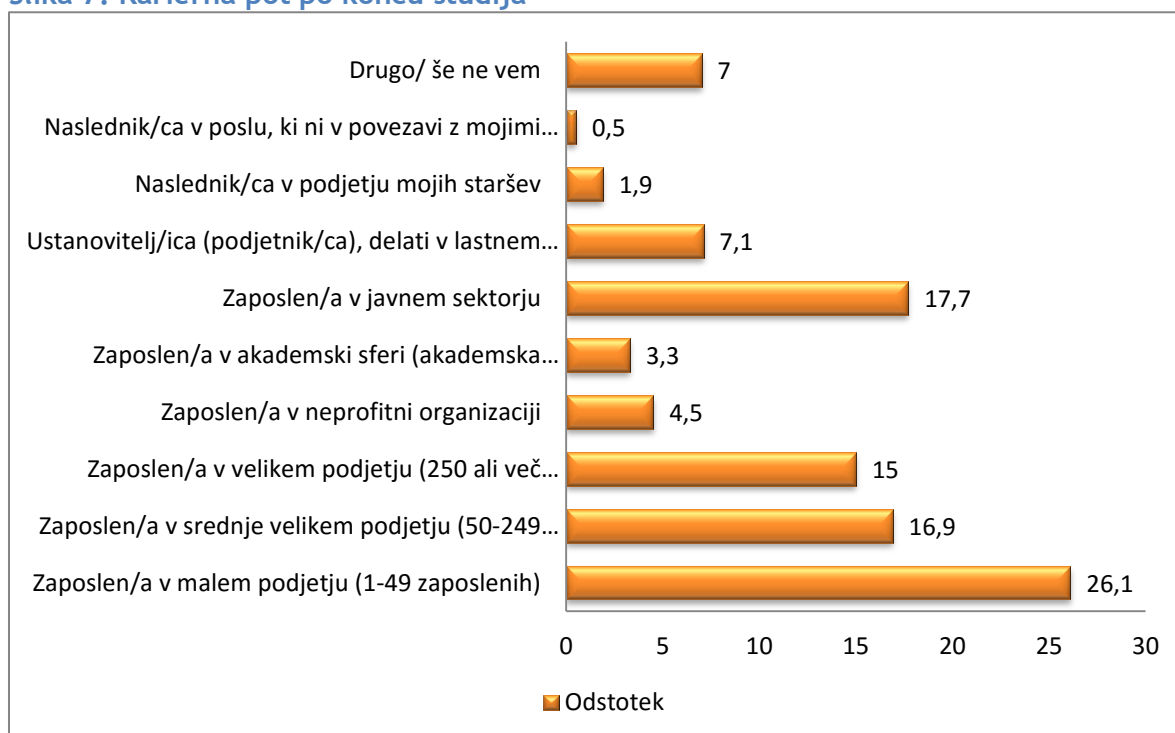


### 3.5 Karierna pot po koncu študija

Na vprašanje, kakšna je predvidena karierna pot anketirancev po koncu študija so anketirani odgovarjali v deležu 26,10%, da bodo zaposleni v majhnem podjetju (1-49 zaposlenih), 16,90% je takih, ki predvidevajo, da bodo zaposleni v srednje velikem podjetju (50-249 zaposlenih) in 15,00% takih, ki predvidevajo, da bodo zaposleni v velikem podjetju (250 ali več zaposlenih). V neprofitni organizaciji jih planira svoje delo dobiti 4,50%, v akademski sferi (akademska karierna pot) pa 3,30%. 17,70% vseh anketiranih jih namerava dobiti delo v javnem sektorju.

Ti, ki so nas pri tem vprašanju najbolj zanimali so bili bodoči podjetniki. Takšno karierno pot bo izbralo 7,10% anketiranih, ki bodo predvidoma ustanovitelji (podjetnik/ca) in bodo delali v lastnem podjetju. Med vsemi anketiranimi je tudi 1,90% takih, ki bodo naslednik/ca v podjetju njihovih staršev ter 0,50%, ki bodo nasledniki v poslu, ki ni v povezavi z njihovimi starši. Relativno nizek delež vseh (7,00%) pa še ne ve, kakšna bo njihova predvidena karierna pot.

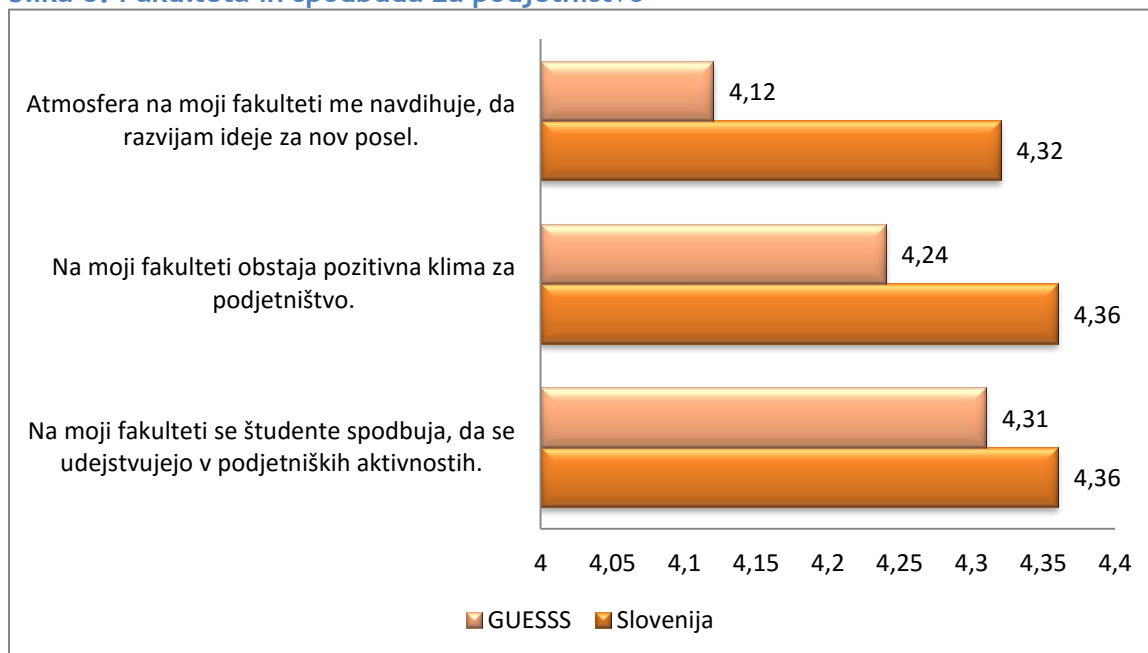
**Slika 7: Karierna pot po koncu študija**



### 3.6 Izobraževalna institucija

V nadaljevanju smo analizirali odnos fakultetnega okolja do podjetništva. Najprej nas je zanimalo, ali atmosfera na fakulteti študente navdihuje, da razvijajo ideje za nov posel. Iz slike 8 je razvidno, da slovenski visokošolski zavodi v povprečju dokaj dobro podpirajo nove podjetniške ideje, saj je skoraj 69,24% vprašanih trditev ocenilo s 4 ali več. Pri tem je največ študentov (21,79%) ocenilo trditev s 5.

**Slika 8: Fakulteta in spodbuda za podjetništvo**



Slika 8 kaže, da se večina anketiranih študentov strinja, da na njihovi fakulteti obstaja pozitivna klima za podjetništvo, saj je le slaba tretjina študentov (31,73%) trditev ocenilo s 3 ali manj. Tudi na vprašanje o spodbujanju študentov k podjetniški aktivnosti so anketirani odgovarjali podobno kot na prejšnji dve vprašanji. Slika 8 kaže tudi, da se dve tretjini študentov (66,37%) strinja, da njihova fakulteta študente spodbuja, da se udeležujejo v podjetniških aktivnostih (ocena od 4 do 7).

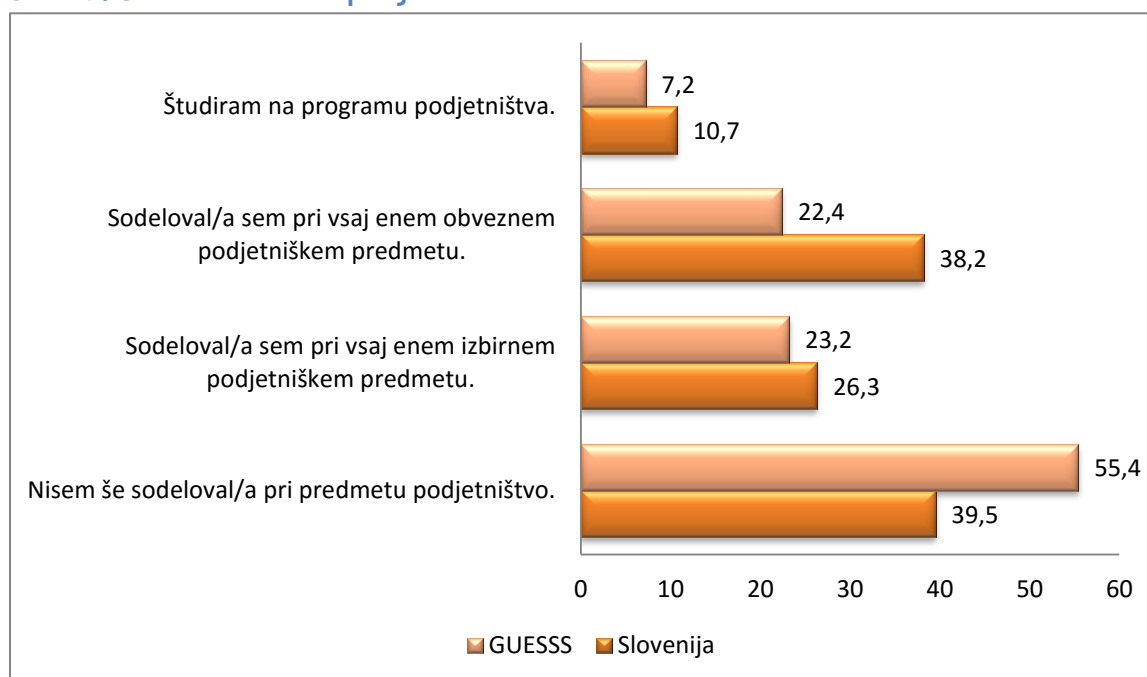
Analiza percepcijske ocene anketiranih v celotnem vzorcu GUESSS je pokazala, da je povprečna ocena podjetniškega vzdušja na fakultetah nekoliko slabša, kot so to izrazili slovenski študentje. Največja razlika je pri kategoriji, kjer so sodelujoči ocenjevali atmosfero na fakulteti, ki študente navdihuje, da razvijajo ideje za njihov posel, najmanj razlik pa je na področju spodbujanja študentov za podjetniške aktivnosti.

### 3.7 Študenti in podjetništvo

Če primerjamo situacijo slovenskih študentov s povprečjem celotnega vzorca GUESSS na področju izobraževanja v povezavi s podjetništvom, ugotovimo, da je v Slovenski raziskavi sodelovalo več posameznikov, ki so študirali na programu podjetništva. Prav tako je v Sloveniji več sodelujočih sodelovalo vsaj pri enem obveznem podjetniškem predmetu ter pri vsaj enem izbirnem.

Na osnovi tega lahko sklepamo, da so Slovenske izobraževalne institucije bolj usmerjene k transferju znanja na področju podjetništva kot v povprečju države, ki so sodelovale v raziskavi.

Slika 9: Stik študentov s podjetniškimi vsebinami na fakulteti



## 4. Podjetniška namera

Podjetniška namera bi lahko bila opredeljena kot stanje duha, ki opredeljuje pozornost in aktivnosti posameznikov proti scenariju samozaposlitve, kot nasprotje scenariju zaposlenosti (Fayolle in Gailly, 2015). Seveda pa so kategorije, ki opredeljujejo podjetniško namero precej bolj raznolike, kot je možno izluščiti iz zgornje opredelitve. V nadaljevanju predstavljamo kategorije, ki smo jih proučevali v naši raziskavi.

### 4.1 Karierna odločitev po študiju

Osrednja naloga GUESSS raziskave je proučiti namere študentov za podjetniško kariero. V tem kontekstu obravnavamo dva obdobja: namen študentov za podjetniško kariero v obdobju neposredno po dokončanju študija in namen študentov za podjetniško kariero po preteku petih let od dokončanja študija. Za obdobje petih let smo se odločili zato, ker se je po dosedanjih raziskavah izkazalo, da je to povprečno obdobje, v katerem bodoči podjetnik nabira izkušnje (npr. v nekem drugem podjetju) za ustanovitev lastnega podjetja (Brockhaus in Horwitz 1986, Zellweger, Sieger in Halter 2011).

Slika 10 prikazuje, kako so anketirani študentje odgovarjali na vprašanje, kakšno karierno pot bi želeli imeti takoj po zaključku študija in kakšno 5 let po koncu študija.

Rezultati kažejo, da se 58% študentov namerava takoj po zaključku študija zaposliti v gospodarskem sektorju. Od tega večina (kar 26,1%) v malem podjetju. Nadalje se 4,5% vprašanih načrtuje zaposliti v neprofitni organizaciji; 3,3% jih namerava svojo kariero začeti v akademskih krogih; 17,8% študentov se odloča za zaposlitev v javnem sektorju. Več kot tri četrtine vprašanih torej načrtuje zaposlitev takoj po zaključku študija. O podjetniški karieri razmišlja 9,5% vprašanih. Od teh jih večina (7,1%) namerava ustanoviti lastno podjetje, medtem ko jih bo 2,4% prevzelo vlogo naslednika. Neopredeljenih je bilo 7% študentov.

Po preteku petih let od zaključka študija so rezultati nekoliko drugačni. Opazen je padec pri zaposlitvah v malih, srednje velikih in velikih podjetjih (največji padec pri malih podjetjih iz 26,1% na 7,5%). Po drugi strani se poveča odstotek pri nameri ustanovitve lastnega podjetja (iz 7,1% na 33,2%). Prav tako se nekoliko poveča število naslednikov v poslu. Gre torej za nabiranje izkušenj pred ustanovitvijo lastnega podjetja.



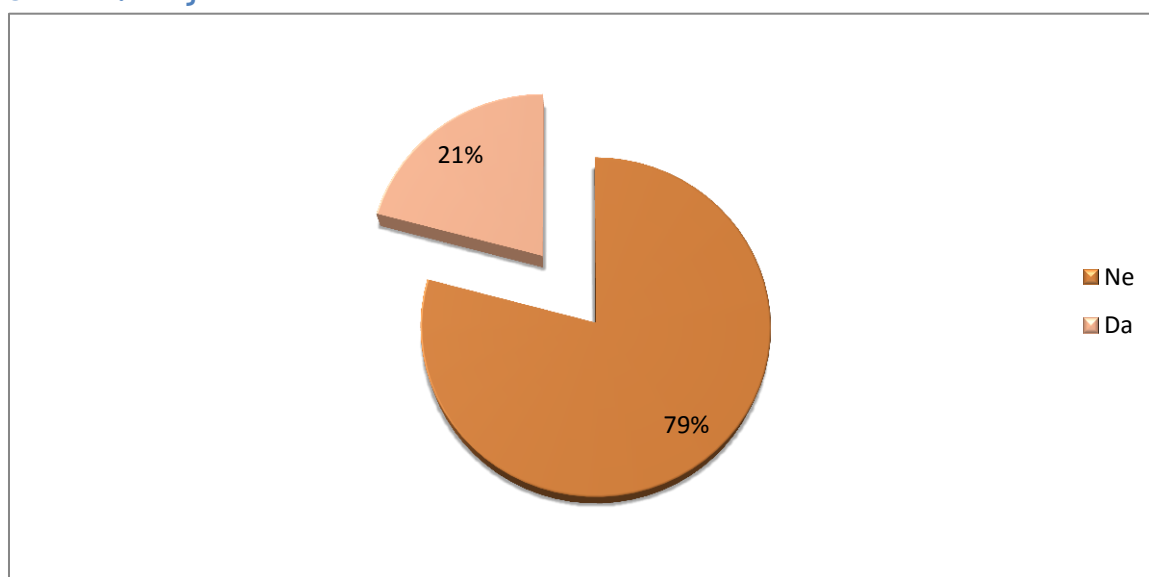
Slika 10: Želena karierna pot po zaključku študija



## 4.2 Ustanovitev podjetja v načrtovanju, podjetniška namera

Na vprašanja »Ali trenutno načrtujete ustanovitev lastnega podjetja/ postati samozaposlen?« je kar 79,13% vprašanih študentov odgovorilo, da tega ne nameravajo. Le dobrih 20% anketiranih trenutno načrtuje ustanovitev podjetja.

Slika 11: Podjetniška namera



Primerjava s celotnim vzorcem GUESSS je pokazala, da nameravajo študentje ustanoviti svoje podjetje v 21,9%, ne nameravajo pa ga ustanoviti v 78,1%. Tukaj opazamo rahlo višji odstotek pripravljenosti za ustanovitev podjetja iz strani povprečja GUESSS, kot ga imajo sodelujoči v raziskavi v Sloveniji.

### 4.3 Podjetniška namera; primerjava s tujino

Na prvo mesto pri nameri za ustanovitev podjetja 5 let po končanju študija se je uvrstil Peru, kjer kar 69,3% vprašanih izpolnjuje ta pogoj. Med podjetno bolj perspektivnimi študenti za podjetništvo je na drugem mestu Kolumbija, kjer namerava ustanoviti svoje podjetje 5 let po zaključku študija 67,4% sodelujočih in Mehika, kjer je ta delež 65,9% sodelujočih študentov. Na osnovi teh podatkov je možno sklepati, da je v Južni oziroma Srednji Ameriki populacija študentov najbolj podjetniško aktivna.

Glede na gospodarsko razvitost teh držav v primerjavi z ostalimi državami, ki so sodelovale v raziskavi bi lahko sklepali, da so študentje bolj podjetniško motivirani v državah, kjer imajo relativno nizek BDP (PPP) per capita. Po ocenah Svetovne banke (<http://www.worldbank.org>) je imel Peru v letu 2015 12,529\$ (89. mesto na lestvici), Kolumbija je imela v istem letu 13,829\$ na osebo (84. mesto na lestvici), Mehika pa je imela 17,269\$ na osebo (68. mesto na lestvici). Od Evropskih držav se najvišje na tej lestvici uvršča Ukrajina s 61,6% deležem in se sklada z zgornjo ugotovitvijo. Ukrajino, kot država v Evropi z najvišjim deležem v tem kontekstu, ima le 7,960\$ na osebo (113 mesto na lestvici).

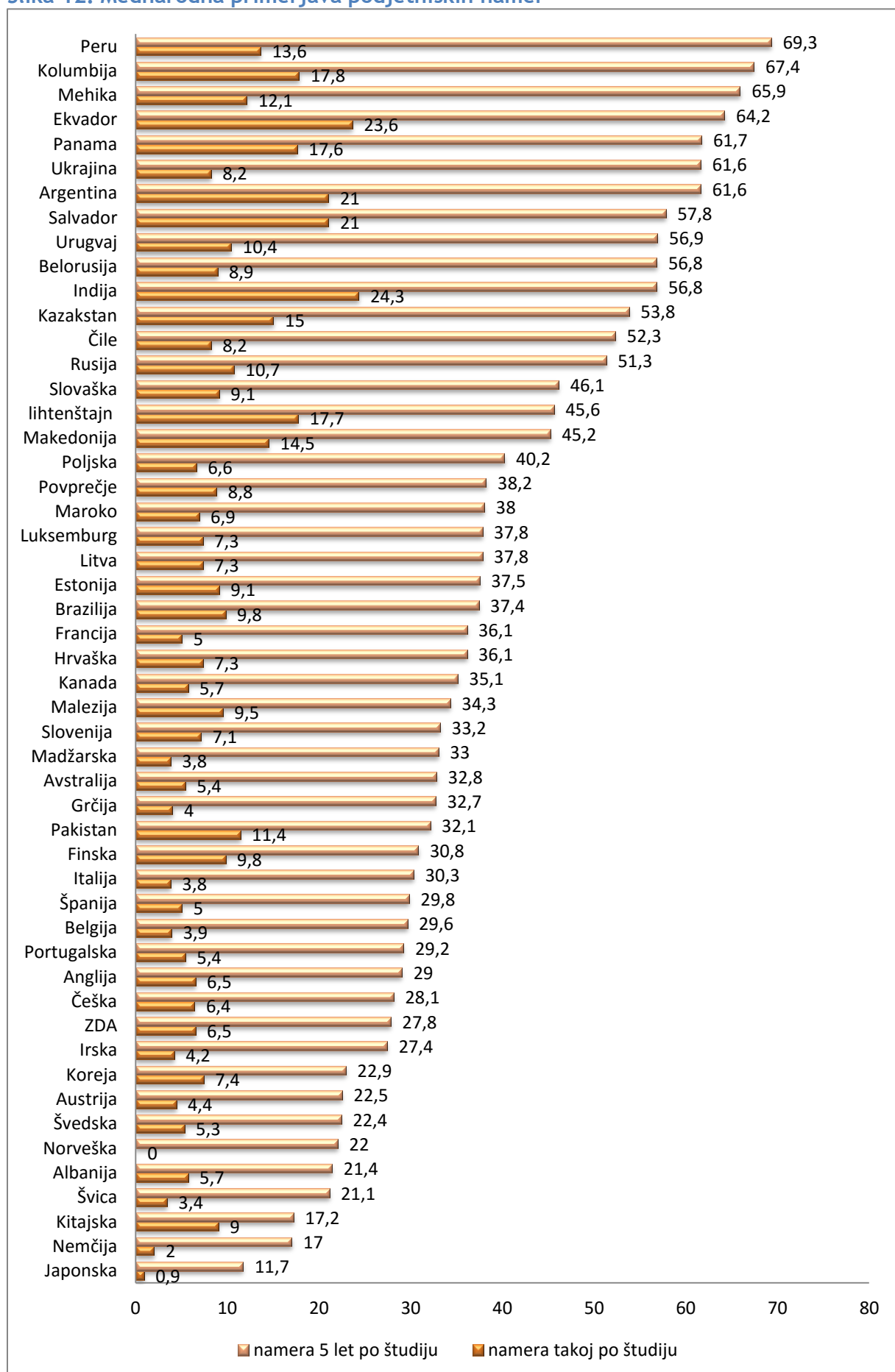
Najnižje na naši lestvici se uvršča Japonska (11,7%), od evropskih držav pa Nemčija (17%). Glede na zgornje ugotovitve bi lahko sklepali, da imajo študentje iz gospodarsko bolj razvitih držav manj interesa za podjetništvom, kot tisti, ki živijo v relativno manj razvitih državah. To izhodišče potrjujejo podatki, saj je slika na področju GDP PPP v državah, ki so najnižje na naši lestvici podjetniških namer pri študentih povsem drugačna pri tem vprašanju.

Japonska, ki je zadnja na lestvici ima BDP PPP v letu 2015 37,322\$ in je 27. na mednarodni lestvici, Nemčija, ki je v tem kontekstu druga pa ima ta kazalnik 47,377\$ in je na lestvici držav z najvišjim BDP PPP na 14. mestu.

Če pogledamo kategorijo namere za ustanovitev podjetja takoj po zaključku študija, se najvišje uvršča Indija, kjer je delež teh študentov kar 24,3%, na drugo mesto pa se je tukaj uvrstil Ekvador s 23,6% študentov. Od evropskih držav se je tukaj najvišje pozicioniral Lihtenštajn, kjer je takih študentov 17,7%. Najmanj študentov bo podjetje takoj po koncu študija odprlo, podobno kot zgoraj, na Japonskem (0,9%), v Evropi pa v Nemčiji (2%).

Primerjava z BDP PPP je tudi tukaj umestna, saj sta Indija in Ekvador na lestvici BDP PPP relativno nizko v primerjavi z Japonsko in Nemčijo.

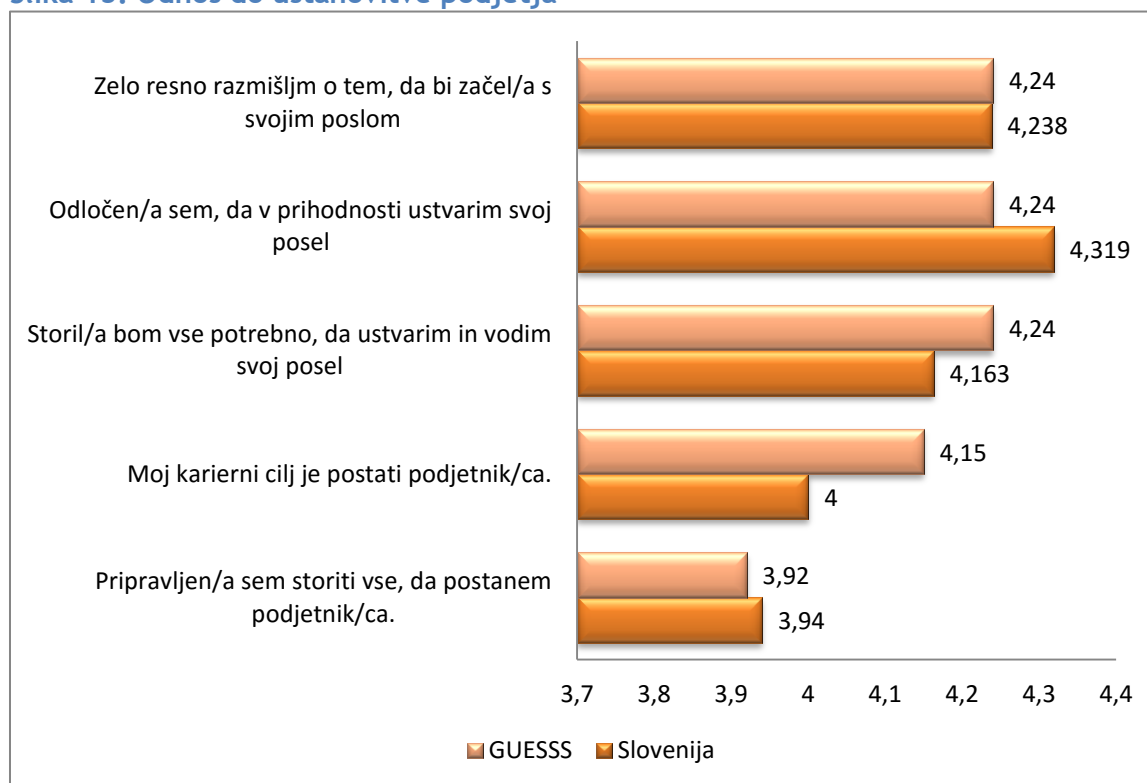
Slika 12: Mednarodna primerjava podjetniških namer



## 4.4 Razlogi za ustanovitev podjetja

Podjetnik je igralec v gospodarski dinamiki, ki s svojo energijo in z investicijo svojega časa ter kapitala transformira podjetniške ideje preko podjetniških priložnosti v podjetniške projekte. Slika 13 prikazuje, kako močna je želja študentov po podjetniški karieri (1=splah se ne strinjam; 7= popolnoma se strinjam). Anketirani so v povprečju odločeni, da ustvarijo svoj posel, zelo resno razmišljajo o tem in so tudi pripravljeni storiti vse za to.

Slika 13: Odnos do ustanovitve podjetja

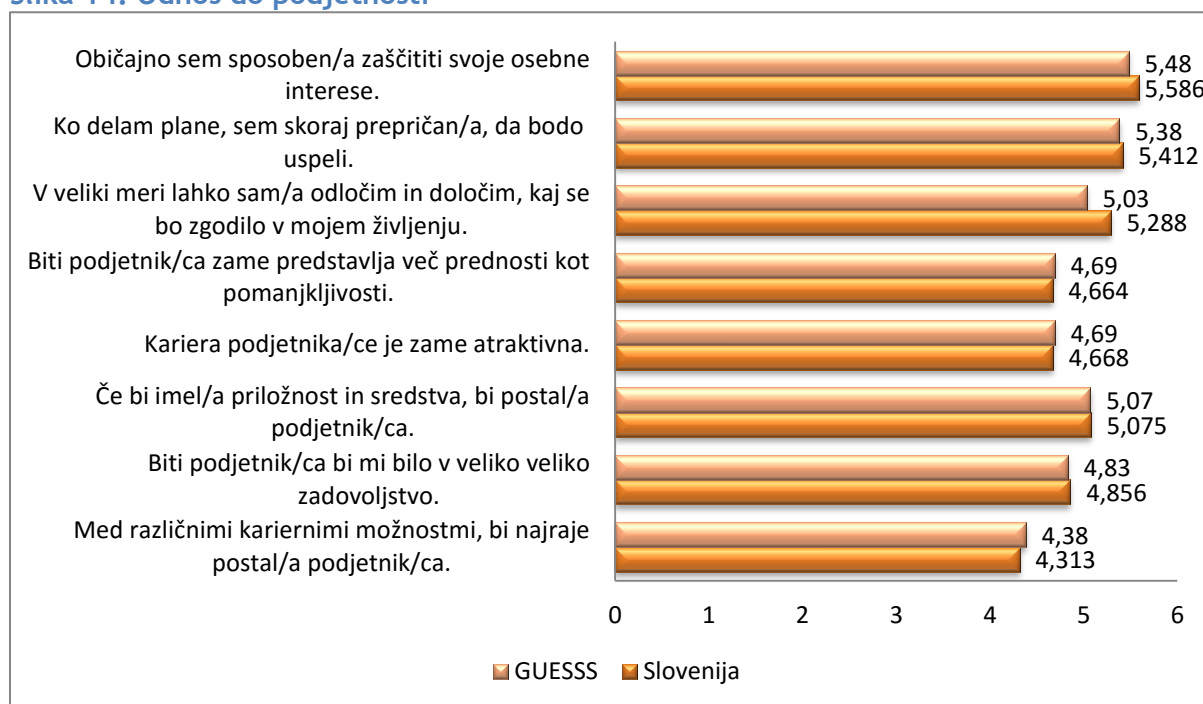


Odgovori med Slovenijo in med povprečjem celotnega vzorca GUESSS so si bili relativno podobni, razlika je nastala pri odgovorih, kjer se meri odločenost, da se v prihodnosti ustvari posel. Slovenski študentje so tukaj bolj samozavestni kot v povprečju anketirani študentje (4,32 proti 4,24), tuji študentje bodo storili več, da ustvarijo svoj posel (4,24 proti 4,16) prav tako pa je karierni cilj podjetnika/ce bolj izrazit pri povprečju iz GUESSS raziskave kot pri slovenskih študentih (4,15 proti 4).

Na uresničitev podjetniške kariere vplivajo demografski faktorji, okolje in osebni odnos do podjetništva (Liñán in Chen 2009). V naslednjem grafu je porazdeljeno mišljenje študentov, kako percipirajo podjetništvo ter v nadaljevanju, kako na njihove odločitve vplivajo dejavniki iz njihovega okolja.

Na osnovi rezultatov ugotavljamo, da so sodelujoči v raziskavi pripravljeni zaščititi svoje interese in da delajo plane na osnovi, ki jim omogoča samozavest v smeri realizacije svojih planov oziroma interesov.

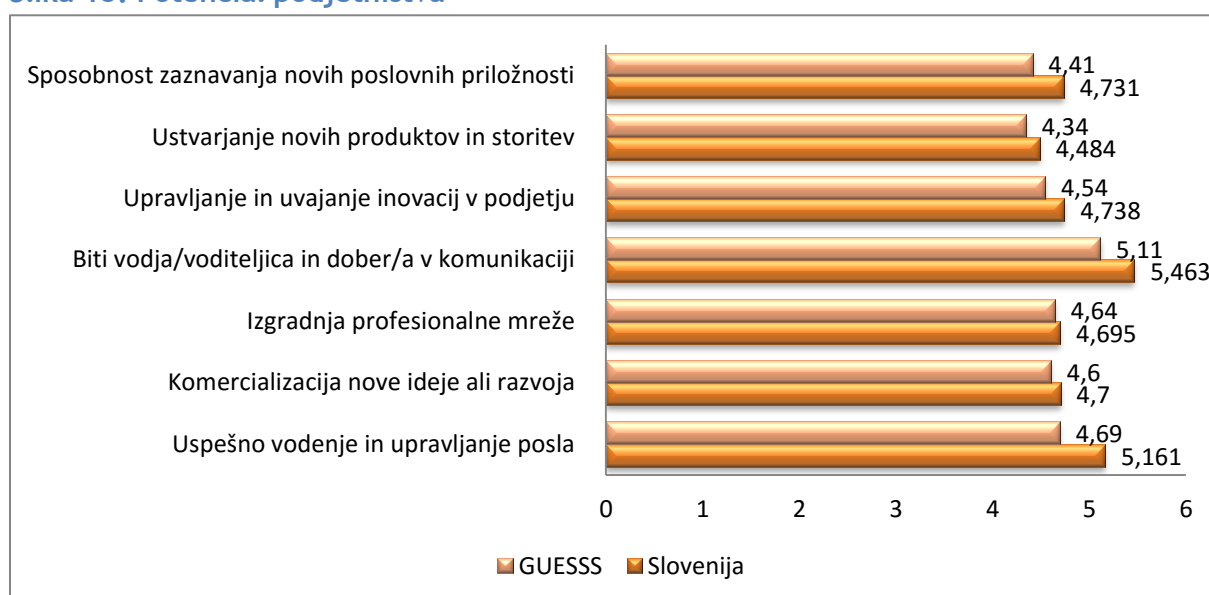
Slika 14: Odnos do podjetnosti



Pomembno vlogo pri odločitvi za morebitno podjetniško kariero ima odnos posameznika do podjetništva. Slika 15 (1=sploh se ne strinjam; 7= popolnoma se strinjam) prikazuje odnos anketiranih do podjetništva (prvih pet trditev) ter njihovo mnenje o lastnih sposobnostih za doseg cilja (zadnje tri trditve).

Iz rezultatov je razvidno, da imajo študentje dokaj pozitiven odnos do podjetništva (anketirani so prvih pet trditev ocenili z oceno več kot 4). Še bolj pa so se anketirani strinjali z zadnjimi tremi trditvami o njihovi samostojnosti glede življenjskih odločitev, uspehu ter zaščiti lastnih interesov. Spodnja slika prikazuje tudi primerjavo s celotnim GUESSS povprečjem. Najbolj izrazit potencial slovenski študentje vidijo na področju vodenja, najmanj pa na upravljanju in uvajanju inovacij v podjetju.

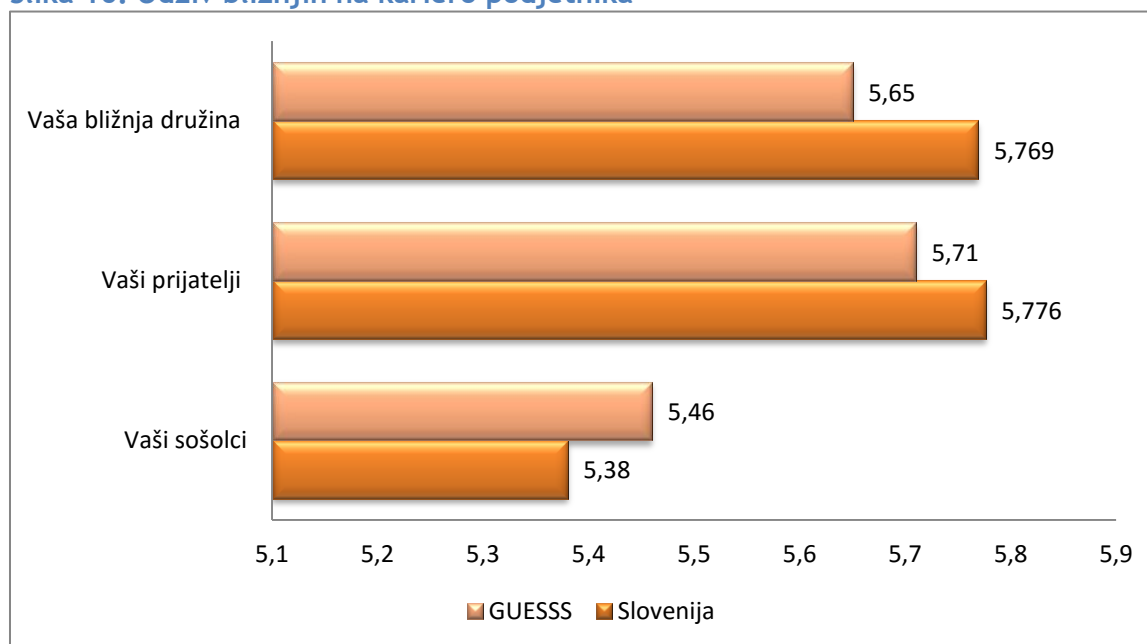
Slika 15: Potencial podjetništva



## 4.5 Odziv okolja na kariero podjetnika

Na karierno odločitev študenta vpliva tudi reakcija okolja. Zato smo anketirane povprašali o pričakovanem odzivu ljudi v njihovem okolju na njihovo morebitno odločitev za podjetniško kariero. Spodnja slika prikazuje, kako bi se bližnja družina, prijatelji in sošolci odzvali na odločitev posameznika za kariero podjetnika (1=zelo negativno; 7=zelo pozitivno).

Slika 16: Odziv bližnjih na kariero podjetnika



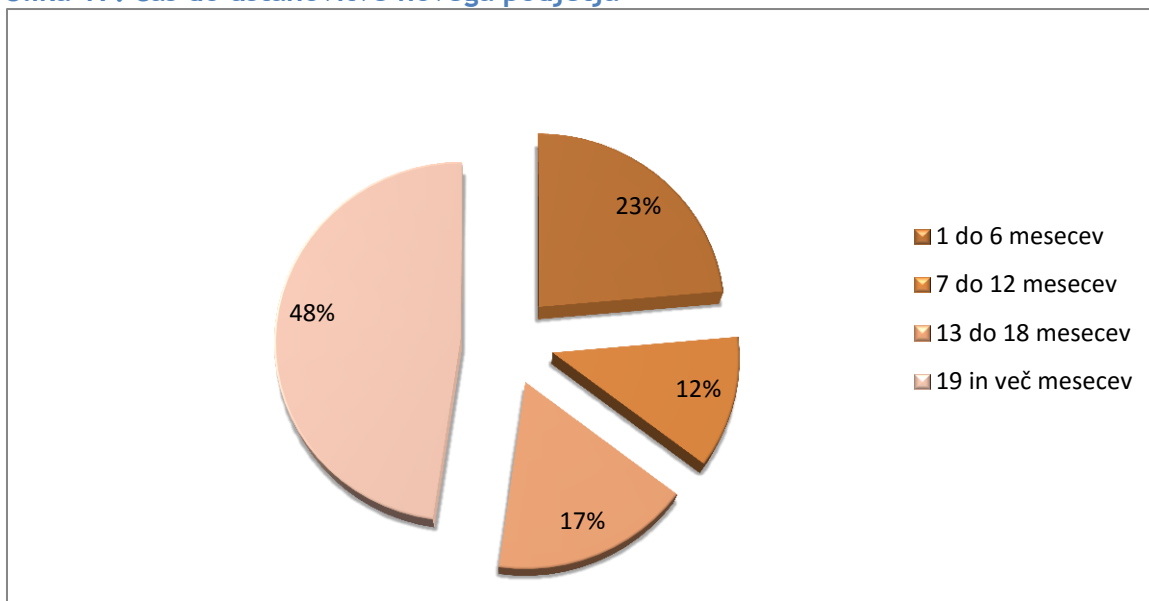
Rezultati kažejo, da študentje pričakujejo pozitivno reakcijo med vsemi tremi izbranimi skupinami (družina, prijatelji, sošolci). Pri tem pričakujejo najmanj pozitivno reakcijo med svojimi sošolci. Zgornja slika kaže tudi povprečje za celotno GUESSS raziskavo.

Največja razlika med proučevanima vzorcema je nastala pri vprašanju odziva družine, kjer bi bila družina v Sloveniji bolj navdušena nad kariero anketiranih kot v mednarodnem vzorcu.

## 4.6 Čas do ustanovitve novega podjetja

Naslednja vprašanja so bila namenjena le študentom, ki so v fazi anektiranja načrtovali nov posel. Najprej nas je zanimalo, kdaj ti študentje načrtujejo nov posel. Kar 47,6% vprašanih je odgovorilo, da nov posel ne načrtujejo pred letom in pol po sodelovanju v raziskavi.

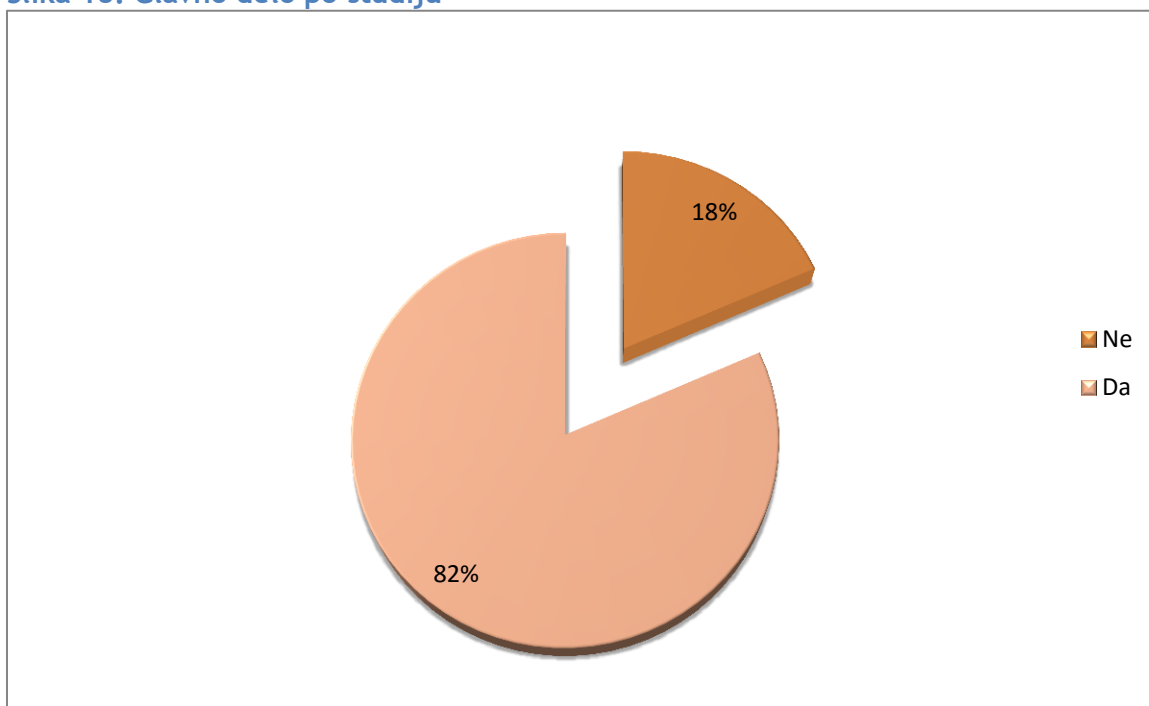
Slika 17: Čas do ustanovitve novega podjetja



#### 4.7 Podjetje; karierna pot po študiju

Ni presenetljivo, da kar 81,6% anketiranih študentov, ki bodo ustanovili podjetje, želi, da ta posel, s katerim se bodo ukvarjali, postane njihovo glavno delo po dokončanem študiju.

Slika 18: Glavno delo po študiju

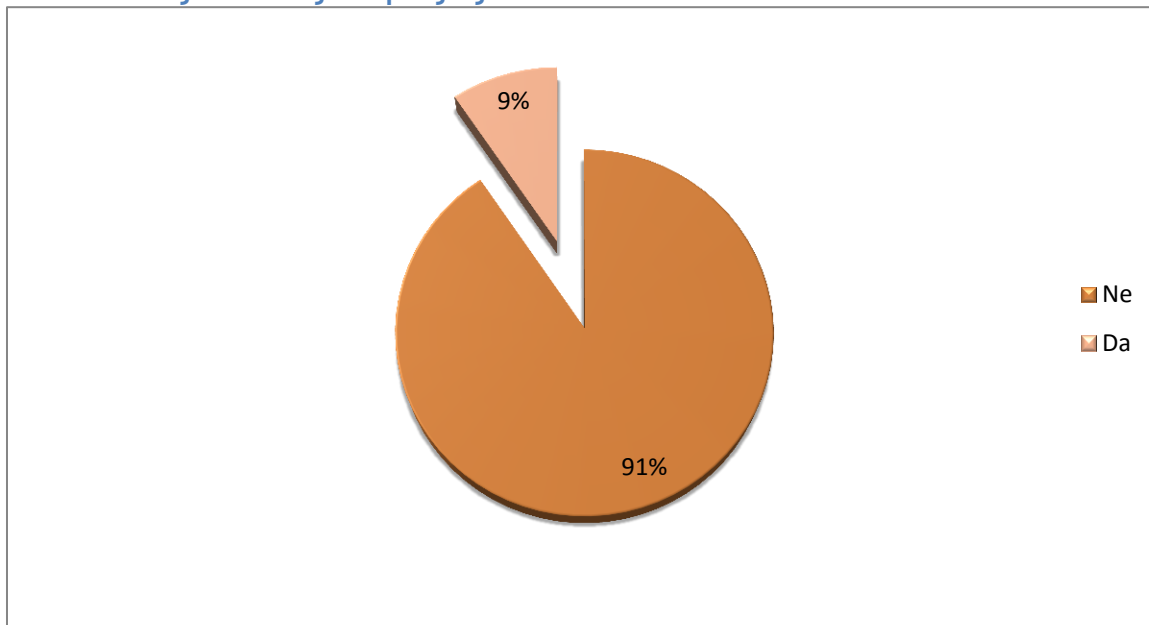


Primerjava z rezultati celotne študije GUESSS kaže, da so sodelujoči tam ocenili, da njihov planirani posel postane njihovo glavno delo po dokončanju študija v 63,8%, kar je nekoliko manj kot pri slovenskih sodelujočih v raziskavi.

#### 4.8 Ali ste v življenju že ustanovili kakšno podjetje?

Zanimalo nas je tudi, ali so študentje, ki nameravajo ustanoviti svoje podjetje, ustanovili v svojem življenju že kakšno drugo podjetje. Na to vprašanje je odgovorilo pritrdilno le 10 vprašanih (9,7% vprašanih).

Slika 19: Prej ustanovljeno podjetje



V celotnem vzorcu GUESSS je bil za delež nekoliko višji. Tisti ki nameravajo ustanoviti svoje podjetje, so v preteklosti že ustanovili podjetje v 14%.

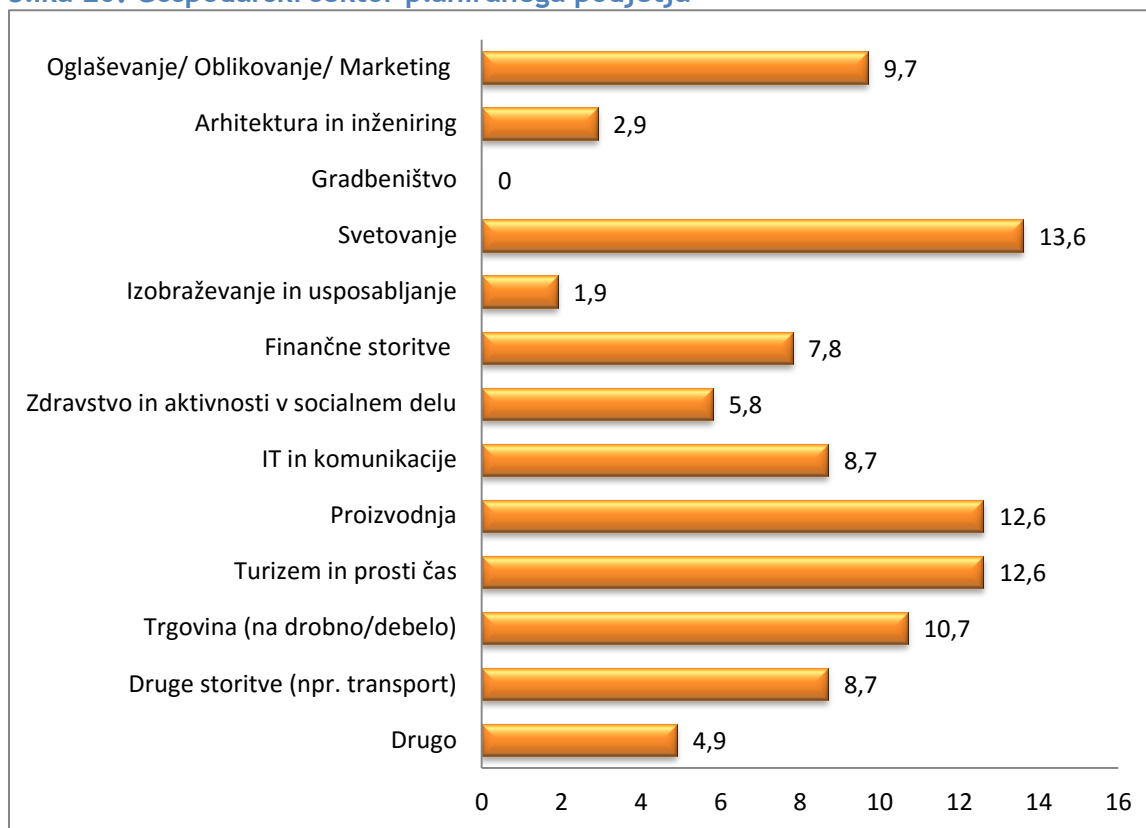
#### 4.9 Gospodarski sektor planiranega podjetja

Slika 20 prikazuje, v katerem gospodarskem sektorju bo aktivno podjetje vprašanih študentov. Pri tem izstopajo: svetovanje, proizvodnja, turizem in prosti čas. Največji manko pa je videti pri treh gospodarskih sektorjih: gradbeništvo, izobraževanje in usposabljanje, arhitektura in inženiring. Rezultati niso presenetljivi glede na naravnost slovenskega gospodarstva v zadnjih petih letih.

Največ podjetij nameravajo slovenski sodelujoči ustanoviti v sektorjih svetovanje (13,6%), proizvodnja (12,6%) in turizem in prosti čas (12,6%).



Slika 20: Gospodarski sektor planiranega podjetja

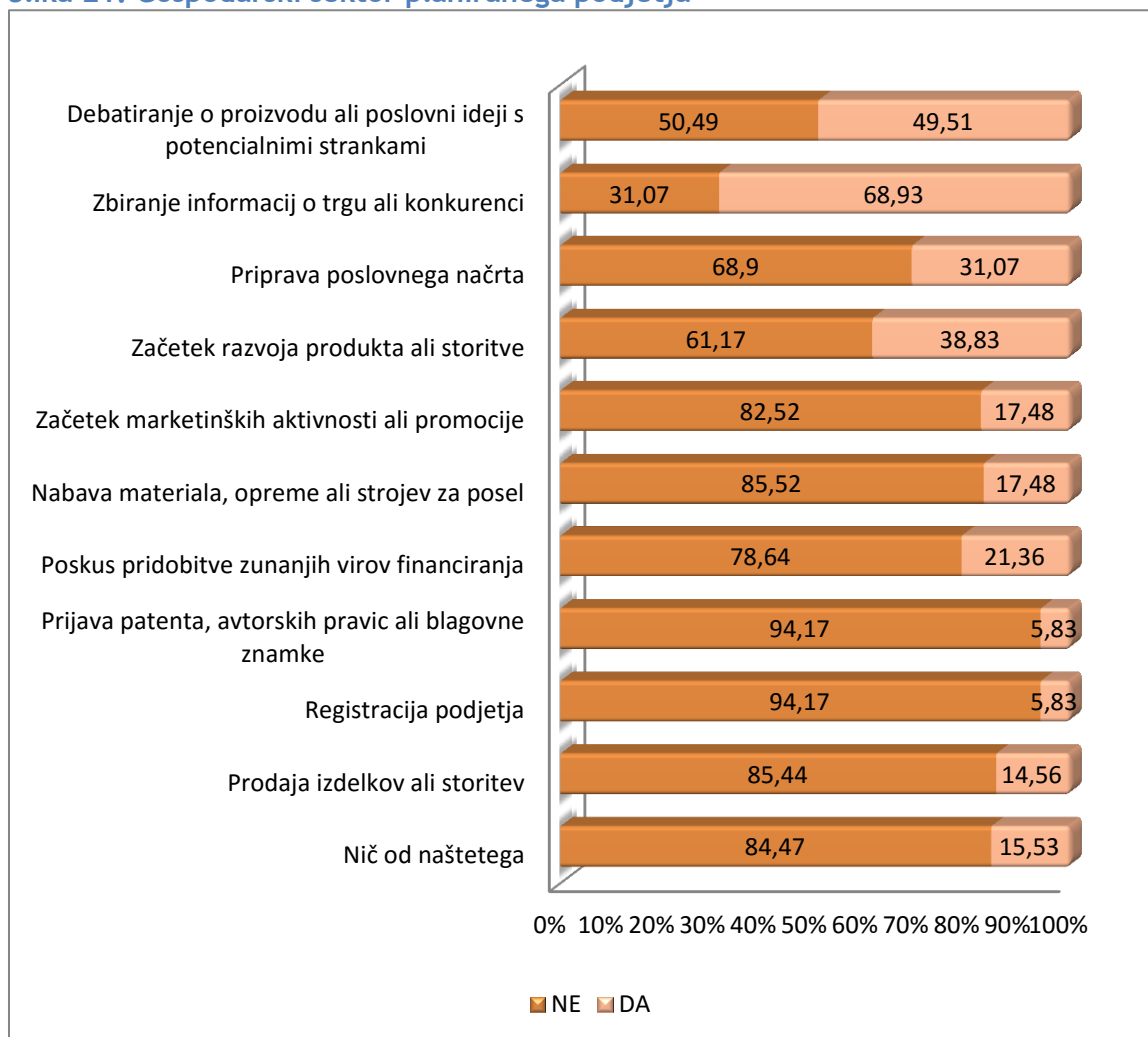


#### 4.10 Izvedene aktivnosti za planirano podjetje

Iz spodnje slike je razvidno, da se je največ vprašanih študentov že ukvarjalo z zbiranje informacij o trgu ali konkurenci in z debatiranje o proizvodu ali poslovni ideji s potencialnimi strankami. 38,83% vseh študentov pa je v tej smeri že začelo razvijati svoj produkt ali storitev.

Najmanj imajo anketirani izkušenj na področju registracije podjetja in na področju prijave patenta, avtorskih pravic ali blagovne znamke. V 85,52% pa tudi niso še nič izvajali v smeri nabave materiala, opreme ali strojev za posel.

Slika 21: Gospodarski sektor planiranega podjetja

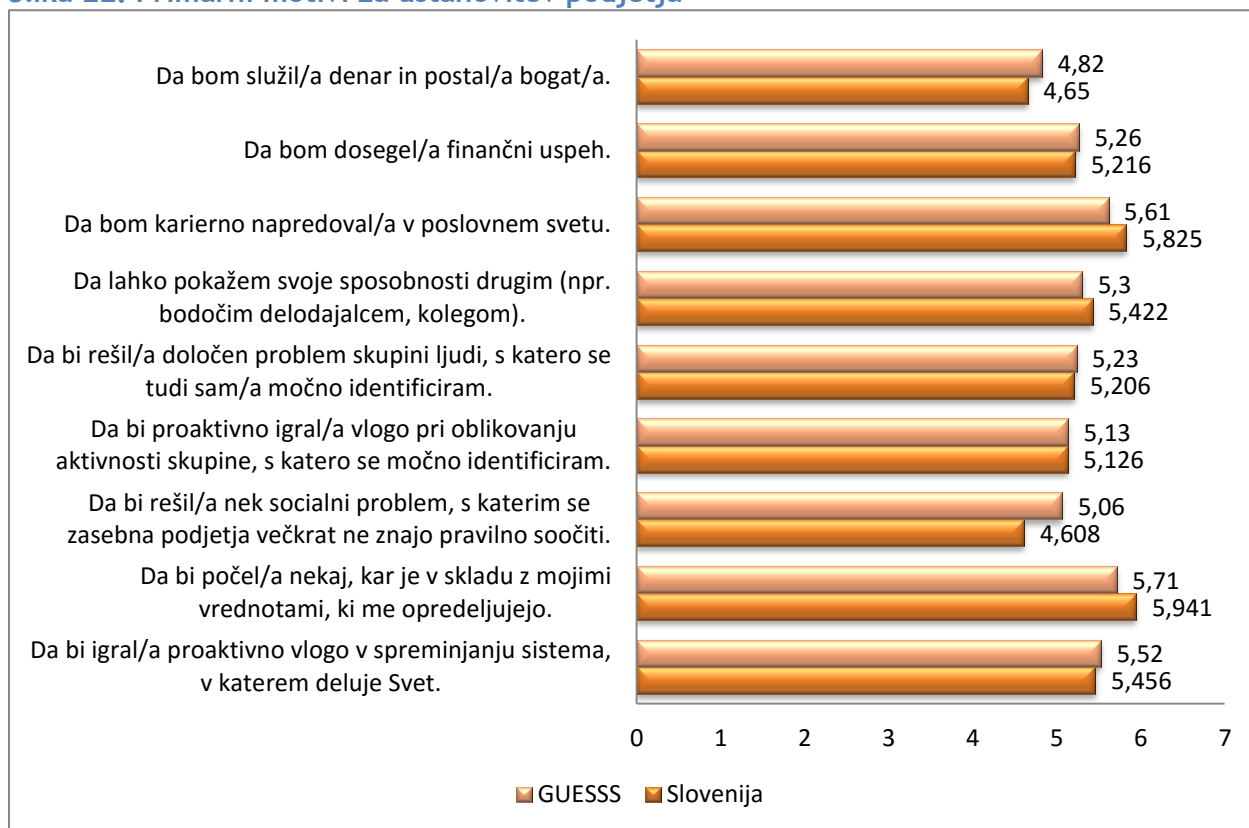


#### 4.11 Motivi za ustanovitev podjetja

Zanimalo nas je tudi, zakaj bi posameznik ustanovil svoje podjetje. Vse spodaj našete trditve so študentje ocenili z oceno več kot 4, pri čemer je bila lestvica ponovno sedem-stopenjska z odgovorom 1=splah se ne strinjam in 7= popolnoma se strinjam.

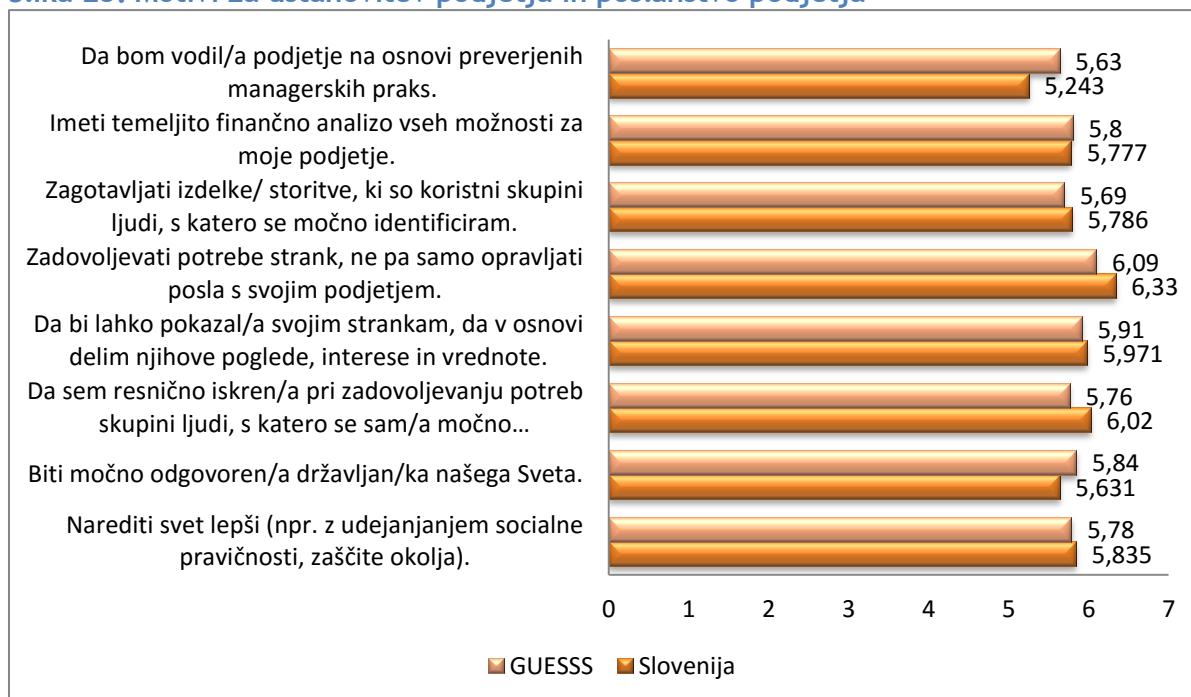
Spodnja slika prikazuje tudi primerjavo s povprečji ocen celotne GUESSS raziskave; večjih odstopanj ni zaznati, tudi z vidika celotne GUESSS raziskave so bile vse trditve ocenjene s povprečno oceno več kot štiri.

**Slika 22: Primarni motivi za ustanovitev podjetja**



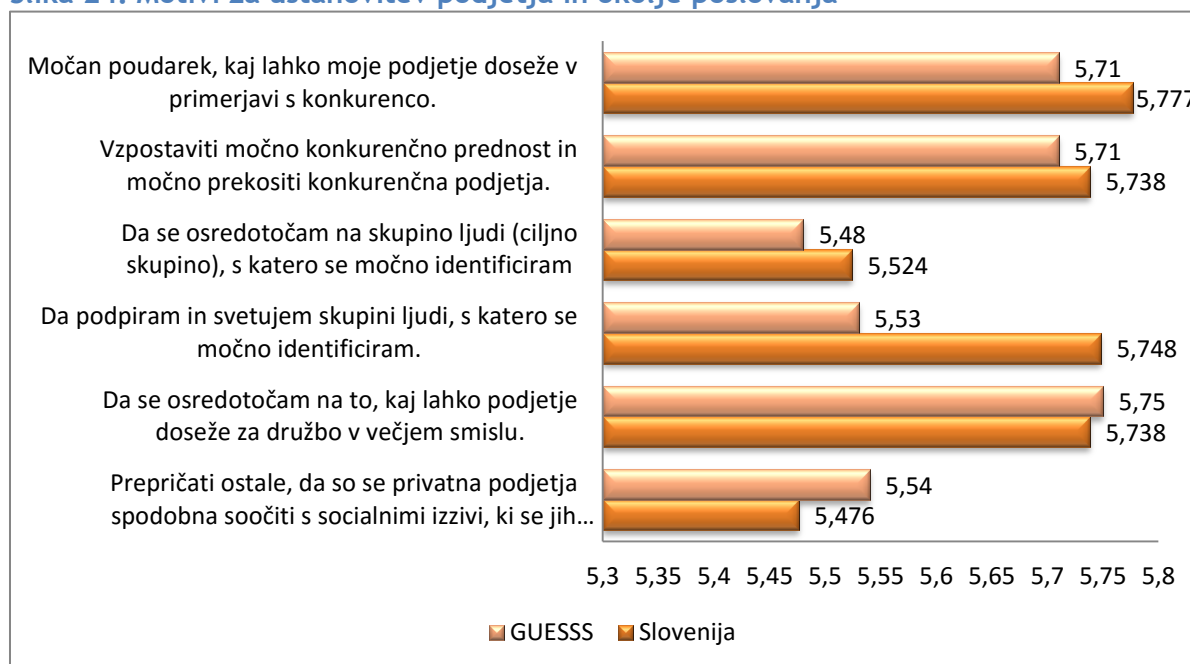
Še boljše kot zgoraj (povprečne ocene nad 5) pa so vprašani ocenili trditve, kaj bo njim kot ustanoviteljem podjetja pomembno. Povprečje slovenskih ocen in povprečje ocen celotne GUESSS raziskave kaže slika 23. Tudi tukaj ni vidnih večjih odstopanj slovenskih odgovorov v primerjavi z odgovori celotne GUESSS raziskave.

**Slika 23: Motivi za ustanovitev podjetja in poslanstvo podjetja**



Nazadnje v tem kontekstu nas je zanimalo, kaj bo za anketirane pomembno, ko bodo vodili podjetje. Kot zgoraj, so študentje trditve ocenjevali z ocenami od 1 do 7. Spodnja slika prikazuje povprečje slovenskih ocen in povprečje ocen celotne GUESSS raziskave. Vse trditve so bile ocenjene s povprečno oceno 5 ali več (v slovenski raziskavi in prav tako v celotni GUESSS raziskavi). Največje odstopanje slovenskih odgovorov opazimo pri četrti trditvi »Da podpiram in svetujem skupini ljudi, s katero se močno identificiram« (slovenska povprečna ocena je relativno večja od povprečne ocene celotne GUESSS raziskave).

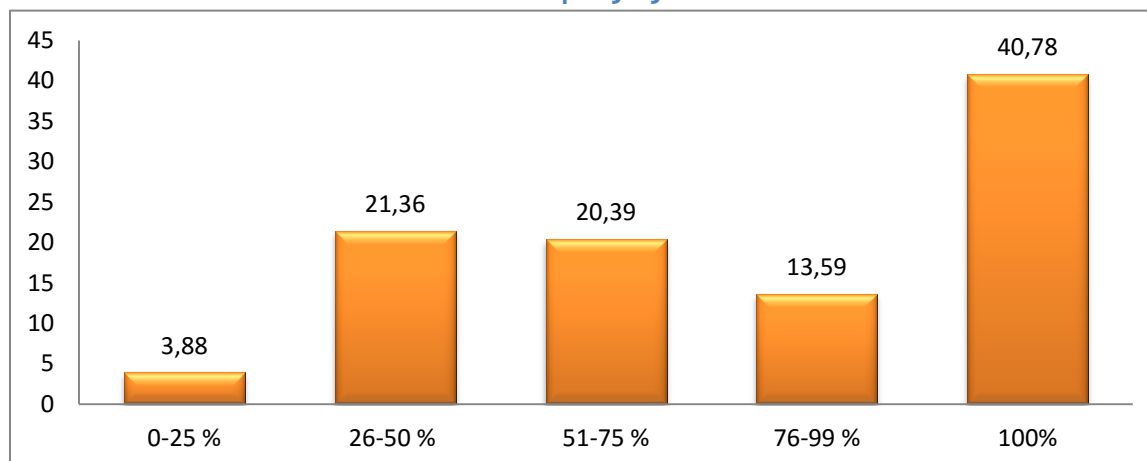
**Slika 24: Motivi za ustanovitev podjetja in okolje poslovanja**



#### 4.12 Predviden lastniški delež v načrtovanem podjetju

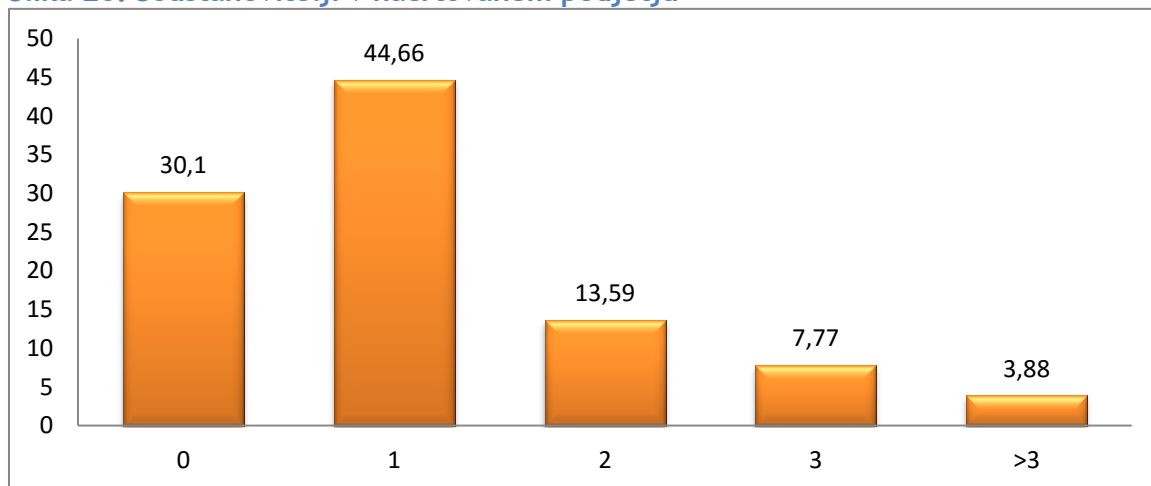
Naslednje vprašanje se je nanašalo na predviden lastniški delež v novem podjetju. Pri tem je kar 40,7% vprašanih namerava ustanoviti podjetje s 100% lastniškim deležem. To bi znala biti posledica odprtja pravno formalne oblike samostojni podjetnik.

**Slika 25: Lastniški delež v načrtovanem podjetju**



Nekoliko drugačni so bili odgovori na vprašanje »S koliko soustanovitelji nameravate ustanoviti vaše podjetje?«. Popolnoma samostojno namerava ustanoviti podjetje 30,1% vprašanih, kar 44,7% pa z enim partnerjem.

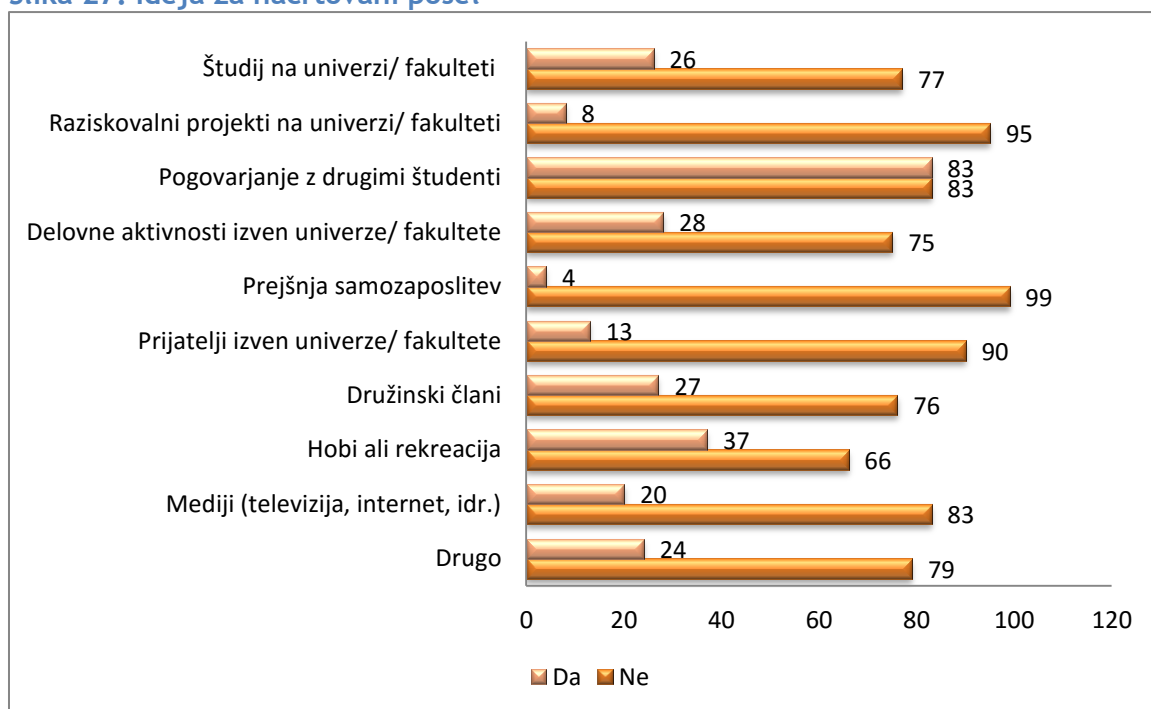
**Slika 26: Soustanovitelji v načrtovanem podjetju**



#### 4. 13 Izvor ideje za načrtovani posel

Za raziskavo GUESSS je tudi pomembno proučevati tudi vprašanje, kje so vprašani dobili idejo za svoj načrtovani posel. Naslednja slika (27) prikazuje odgovore anketiranih. Pri pritrdilnem odgovoru presenetljivo izstopa »Pogovarjanje z drugimi študenti« (80,6% jih je odgovorilo z »da«). Najmanj idej je prišlo iz prejšnje samozaposlitve, kar niti ni presenetljivo, saj velika večina študentov prej ni imela podjetja.

**Slika 27: Ideja za načrtovani posel**



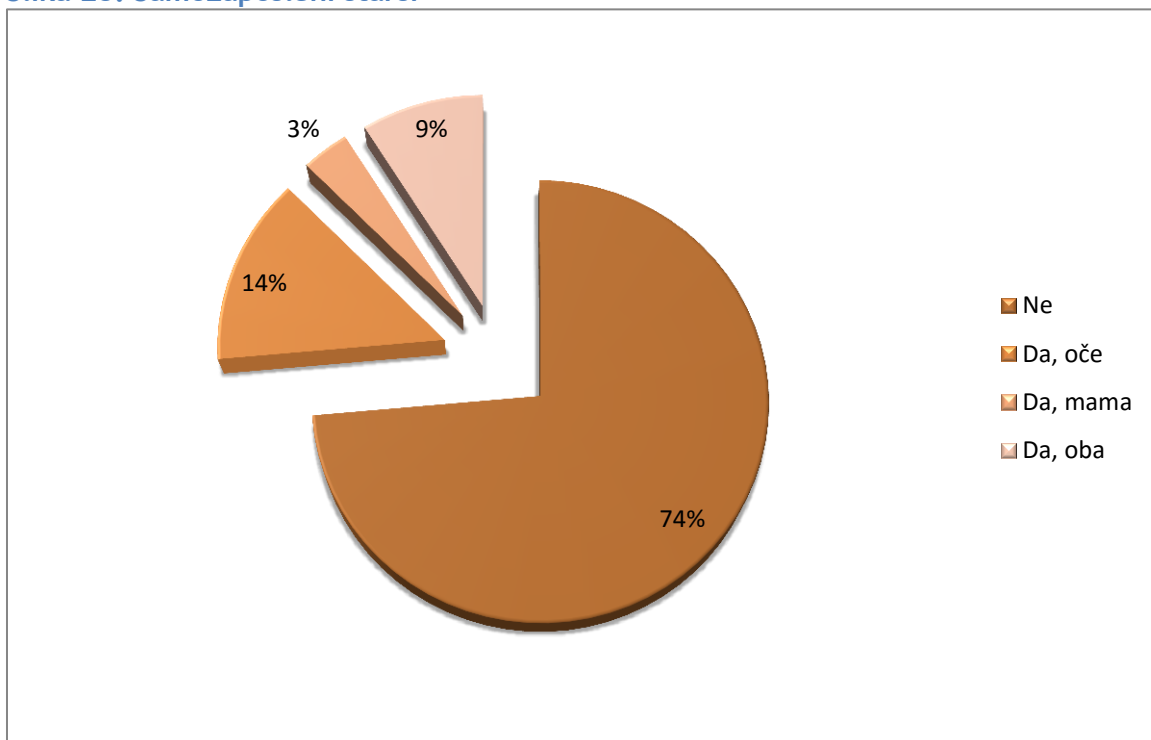
## 5. Družinsko ozadje in okolje

Na odločitve za karierno pot vplivajo poleg demografskih faktorjev, zunanjega okolja in osebnega odnosa do podjetništva tudi dejavniki, ki izhajajo iz družine oziroma osebne zgodovine posameznika (Scherer et al. 1989). Prav v primeru samozaposlenih staršev se je ta komponenta izkazala za bistveno. Raziskave namreč kažejo, da starši-podjetniki postanejo vzor svojim otrokom in večji je ta vzor, večja je verjetnost, da bodo le-ti nasledili podjetniško kariero (Scherer in ostali 1989, Ernst in Young 2012).

### 5.1 Samozaposlenost staršev

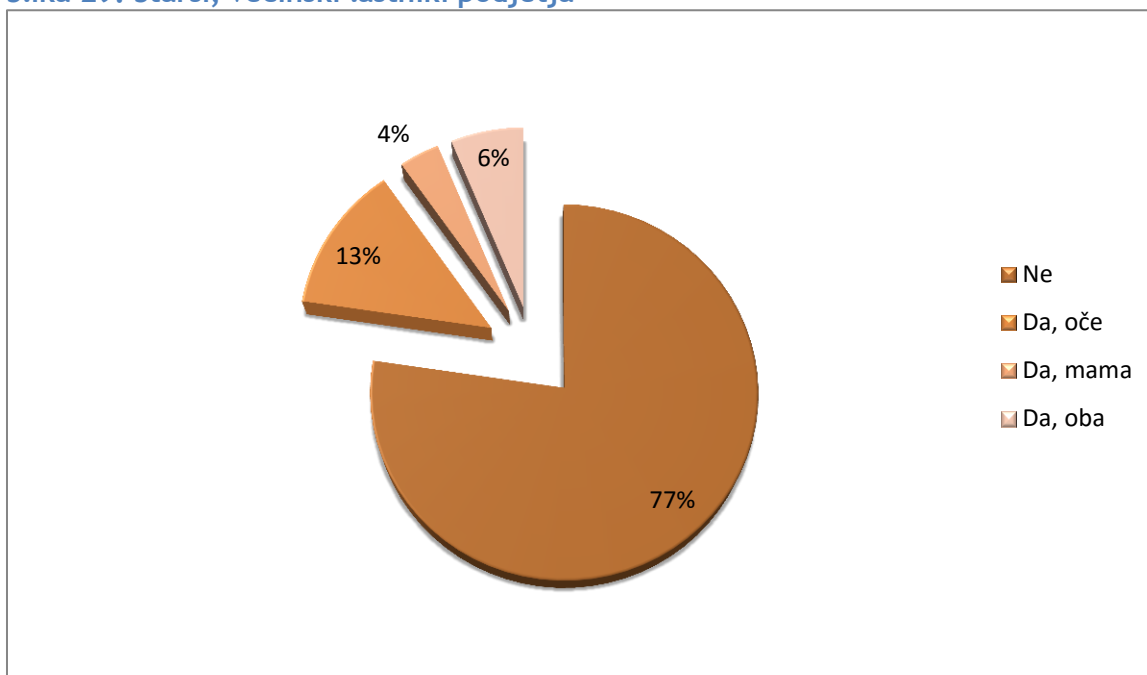
Spodnja slika kaže, da večina (več kot 73%) anketiranih študentov izhaja iz družine, v katerih niti eden od staršev ni samozaposlen. V tujini, glede na celotni vzorec GUESSS je ta odstotek nekoliko nižji, saj ima kar 36,4 vseh sodelujočih v raziskavi vsaj enega starša, ki je samozaposlen, 63,6% pa je takih, kjer ni samozaposlen nobeden izmed staršev.

Slika 28: Samozaposleni starši



77,4% sodelujočih v raziskavi je označilo, da niti eden izmed staršev ni večinski lastnik podjetja. 12,9% vprašanih ima očeta, ki je večinski lastnik podjetja, 3,5 vprašanih ima mamo, ki se komponira v konkretni pogoj ter 6,3% takih, ki imajo oba starša, ki sta večinska lastnika podjetja. Sodeč po podatkih zbranih v raziskavi ugotavljamo, da ima le 22,9% vprašanih vsaj enega od staršev, ki je večinski lastnik podjetja.

Slika 29: Starši, večinski lastniki podjetja



## 5.2 Družba kot celota

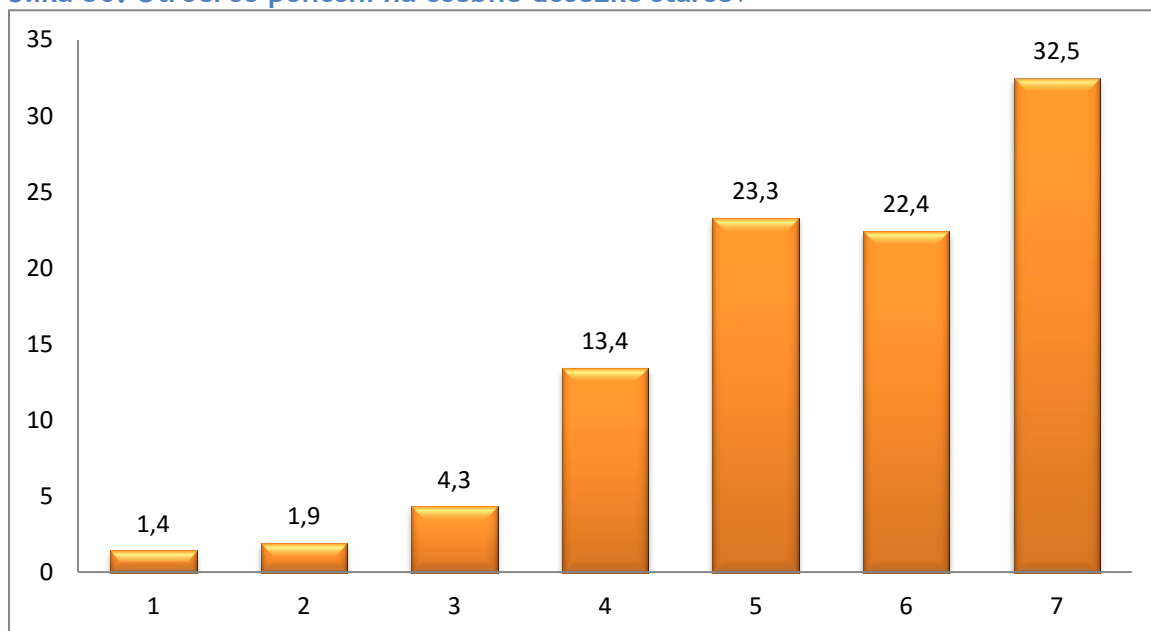
V podjetniški družbi so institucije ustvarjene in modificirane v smeri spodbujanja podjetniških aktivnosti, ki so gonilna sila pri ustvarjanju ekonomske rasti in blaginje (Audretsch, 2014). V tem delu smo ugotavljali, kako je Slovenska družba naklonjena podjetniškim podvigom oziroma razmišljanju o podjetniških aktivnostih.

Poleg odnosov med otroci in starši lahko na karierno odločitev posameznika vplivajo tudi drugi vzori iz širšega ali ožjega socialnega okolja. Zato smo anketirane vprašali, ali so v njihovi okolici in družbi otroci ponosni na osebne dosežke njihovih staršev. Več kot 78% vprašanih se je s tem strinjalo (ocena več kot 4).

### 5.2.1 Otroci ponosni na osebne dosežke staršev

Merjeno od popolnoma se ne strinjam (1) do popolnoma se strinjam (7) so anketirani v povprečju odgovarjali z oceno 5,54. Zanimivo pa je, da je največji delež odgovorov bil popolnoma se strinjam, to je kar 32,5%. Primerjava s celotnim vzorcem GUESSS pokaže, da je na mednarodni ravni povprečna ocena 5,46, kar kaže na nekoliko manjšo povprečno oceno, kot pri slovenskem vzorcu.

Slika 30: Otroci so ponosni na osebne dosežke staršev

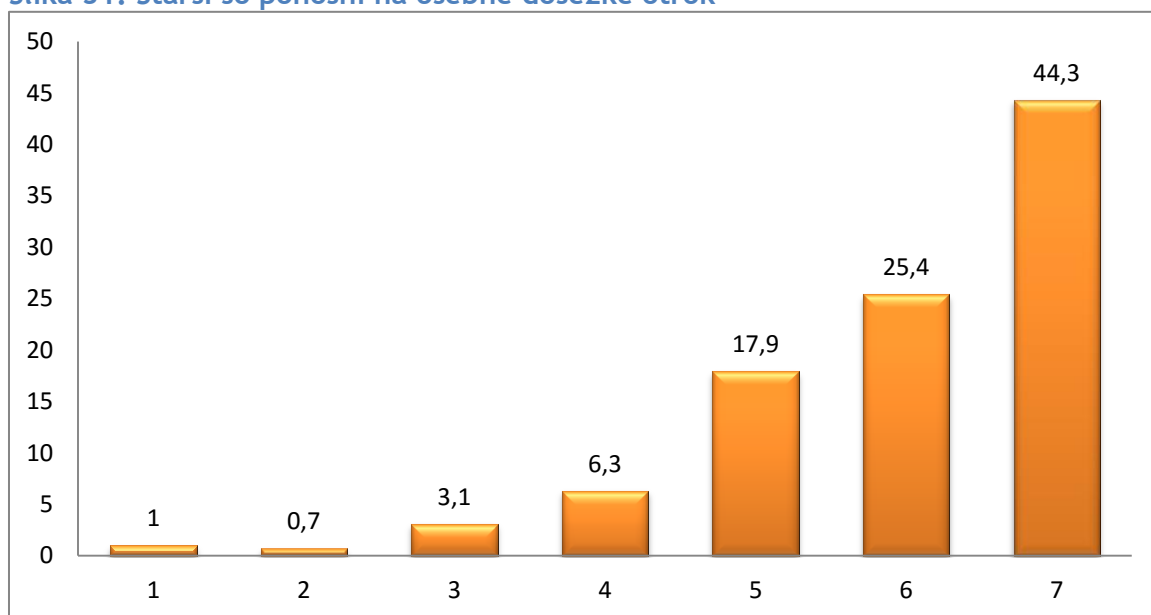


### 5.2.2 Starši ponosni na osebne dosežke otrok

Podobno kot zgoraj, se je večina vprašanih (kar 87,6%) strinjalo s trditvijo, da so v njihovi okolici in družbi starši ponosni na osebne dosežke njihovih otrok. Tukaj je bila povprečna vrednost zadovoljstva 5,96, prav tako kot pri zgornjem vprašanju pa je največ odgovorov bilo na možnosti popolnoma se strinjam. Delež takih je bil kar 44,3%.

Tukaj je primerjava z vzorcem GUESSS pokazala, da je povprečna ocena v Sloveniji nekoliko manjša, saj je na mednarodni ravni ocenjeno povprečno mnenje 6,04.

Slika 31: Starši so ponosni na osebne dosežke otrok



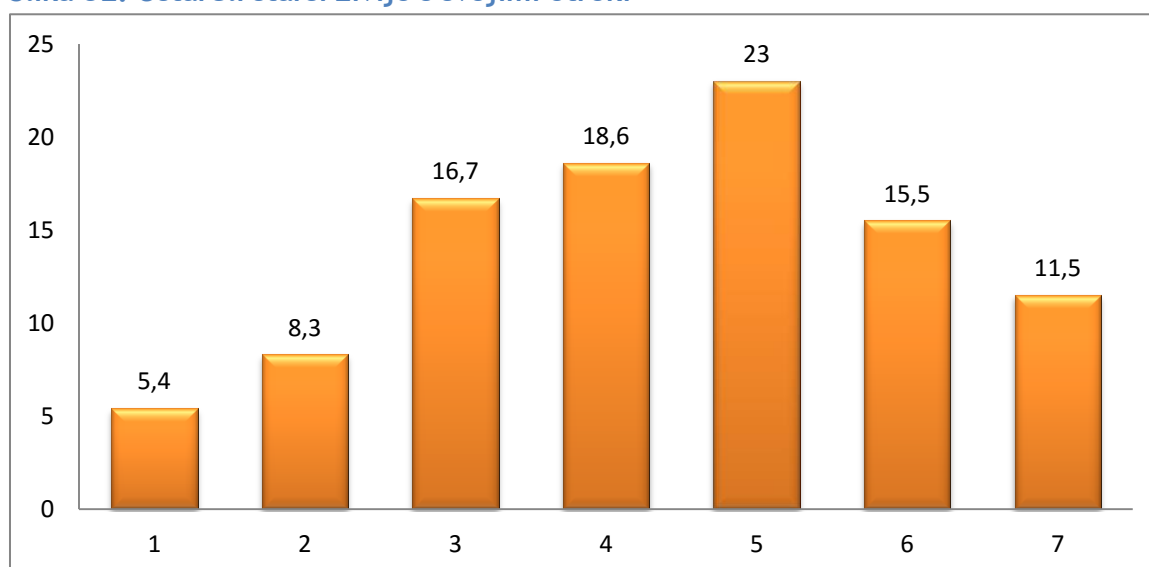


### 5.2.3 Ostareli starši živijo s svojimi otroki

Drugačne odgovore pa smo dobili, ko smo anketirane vprašali, ali v njihovi okolici ostareli starši in njihovi otroci pogosto živijo v skupnem gospodinjstvu. Polovica vprašanih je le-to potrdila, 18,6% jih je bilo neopredeljenih, ostali pa se s tem niso strinjali. Povprečna vrednost odgovorov je bila 4,4. Mnenja oseb pa so tukaj v večini generirana okoli neodločenih odgovorov, saj je največjo vrednost dobil odgovor s delno strinjam se (23%).

Zanimiva je primerjava s celotnim vzorcem GUESSS, saj je tukaj povprečje odgovorov 4,10. To kaže na dejstvo, da so tradicionalne družine v Sloveniji še vedno bolj ukoreninjene v miselne vzorce mladih na eni strani in na drugi strani, da verjetno v tujini več starejših oseb odide živeti v dom za starejše občane.

Slika 32: Ostareli starši živijo s svojimi otroki

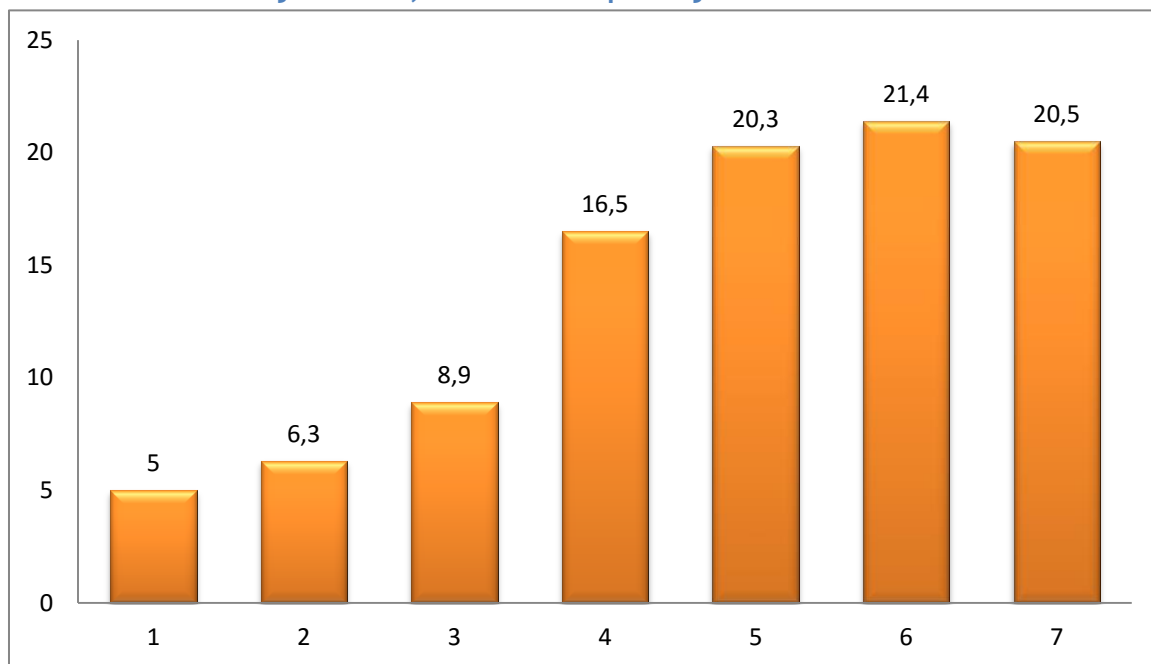


### 5.2.4 Otroci živijo s starši, dokler se ne poročijo

Prav tako nas je zanimalo, ali otroci do poroke živijo s starši ali se že prej odselijo. Večina (58,2%) vprašanih se je s to predpostavko strinjalo. Povprečna vrednost odgovorov je bila 4,89. Tudi tukaj je povprečni odgovor GUESSS raziskave v celotnem vzorcu postregel z razliko v primerjavi s Slovenijo, saj je bila povprečna vrednost odgovora pri tem vprašanju 4,36.

Ti rezultati se potrjuje z dejstvom, da po zadnjih podatkih slovenski mladi ljudje odidejo od doma najkasneje v Evropi (skupaj z Malto se uvrščamo na prvo mesto; [http://www.psihoterapija-mr.si/-ez-30-in-pri-tastarih\\_1.html](http://www.psihoterapija-mr.si/-ez-30-in-pri-tastarih_1.html)). Razlogi za to so ekonomski, saj večina mladih nima možnosti participiranja v dolgoročnem procesu dela in posledično služenja denarja. Na ta način nimajo niti minimalnih možnosti pri pridobivanju sredstev pri kreditodajalcih zato je edina ali optimalna možnost eksistiranja, da živijo pri starših.

Slika 33: Otroci živijo s starši, dokler se ne poročijo

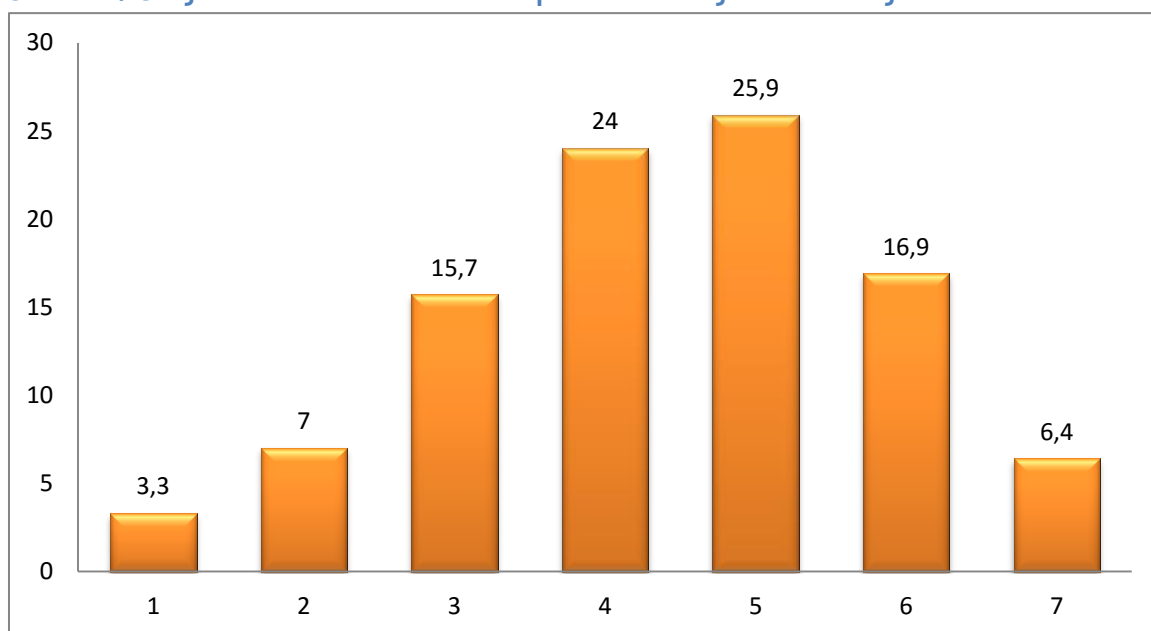


### 5.2.5 Urejenost in doslednost - eksperimentiranje in inovacije

Slika 34 kaže, da se skoraj polovica vprašanih (49,2%) strinja s tem, da je v njihovi družbi poudarek na urejenosti in doslednosti (tudi na račun eksperimentiranja in inovacij). Povprečna ocena pri tem vprašanju je bila 4,4.

Očitno imajo urejenost in doslednost še raje kot inovativnost sodelujoči v celotni raziskavi, saj je bila povprečna vrednost pri tem odgovoru v celotnem vzorcu GUESSS 4,50.

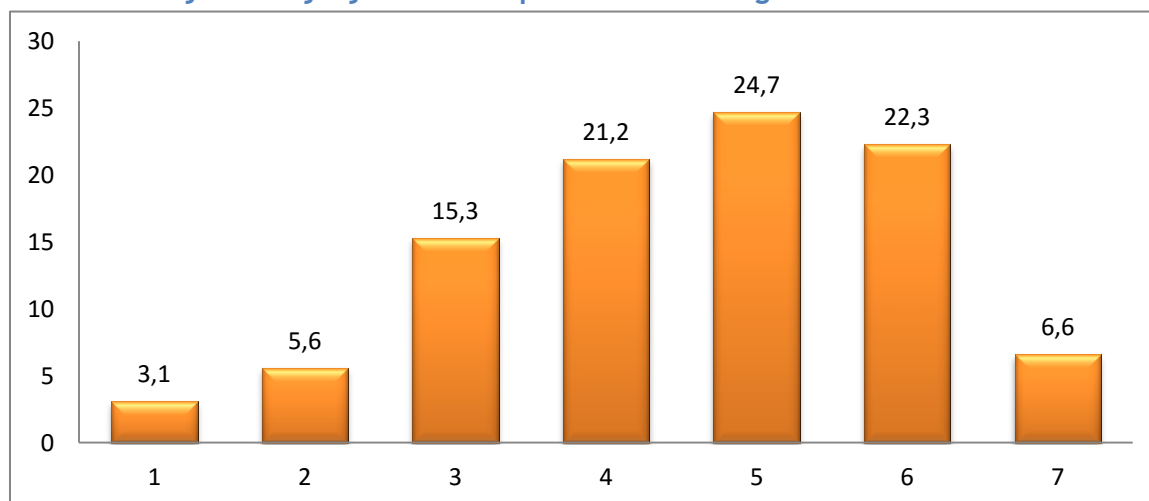
Slika 34: Urejenost in doslednost - eksperimentiranje in inovacije



### 5.2.6 Urejeno življenje z malo nepričakovanimi dogodki

Podobno kot zgoraj se je le malo več kot polovica anketiranih (53,6%) strinjalo, da v njihovi družbi večina ljudi živi zelo urejeno življenje z malo nepričakovanimi dogodki (ocena več kot 4); 21,2% jih je bilo neopredeljenih (ocena 4), ostali se s tem niso strinjali (ocena od 1 do 3). Povprečna ocena glede konkretnega vprašanja na slovenskem vzorcu je bila 4,54, medtem ko je bil povprečna ocena v celotnem vzorcu nekoliko manjša; 4,51.

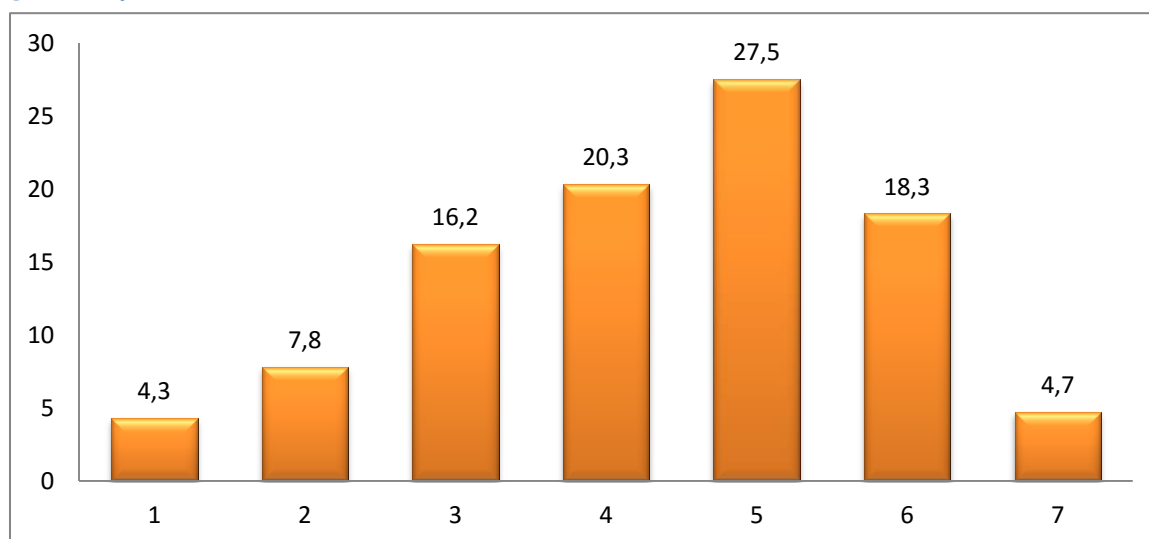
Slika 35: Urejeno življenje z malo nepričakovanimi dogodki



### 5.2.7 Družbene zahteve in navodila so podrobno razložene

Zanimalo nas je tudi, kako jasna so navodila in družbene zahteve v socialnem okolju anketiranih. Slika 36 kaže, da se polovica vprašanih študentov strinja, da prebivalci v njihovem okolju vedo, kaj se od njih pričakuje, saj so družbene zahteve podrobno razložene (ocena več kot 4). Tukaj je bila povprečna ocena na slovenskem vzorcu 4,34, pri celotni populaciji v raziskavi GUESSS pa 4,32. Tukaj lahko ugotovimo, da skoraj ni razlik.

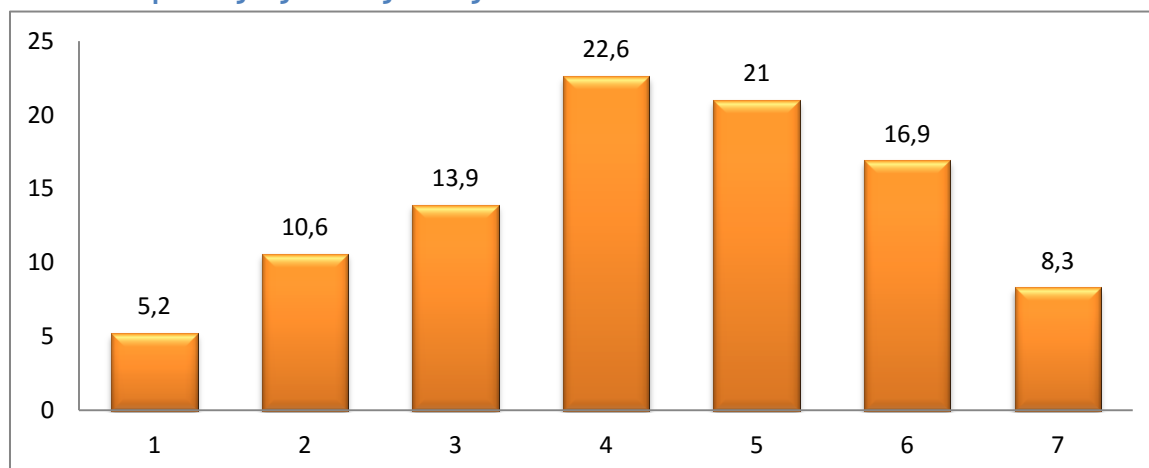
Slika 36: Družbene zahteve in navodila so razložene



### 5.2.8 Spodbude za stalno izboljševanje učinkovitosti

Presenetljivo je tudi, da le slaba polovica (46,2%) meni, da njihova okolica prebivalce spodbuja k izboljševanju učinkovitosti. Skoraj 30% vprašanih se s tem ne strinja (ocena od 1 do 3). Povprečna ocena pri tem vprašanju je tako bila 4,30 v slovenskem vzorcu, medtem ko je bila ta ocena na celotnem vzorcu v povprečju na ravni 4,55. Na osnovi tega lahko sklepamo, da je učinkovitost v tujini nekoliko višje pozicionirana kategorija kot v Sloveniji.

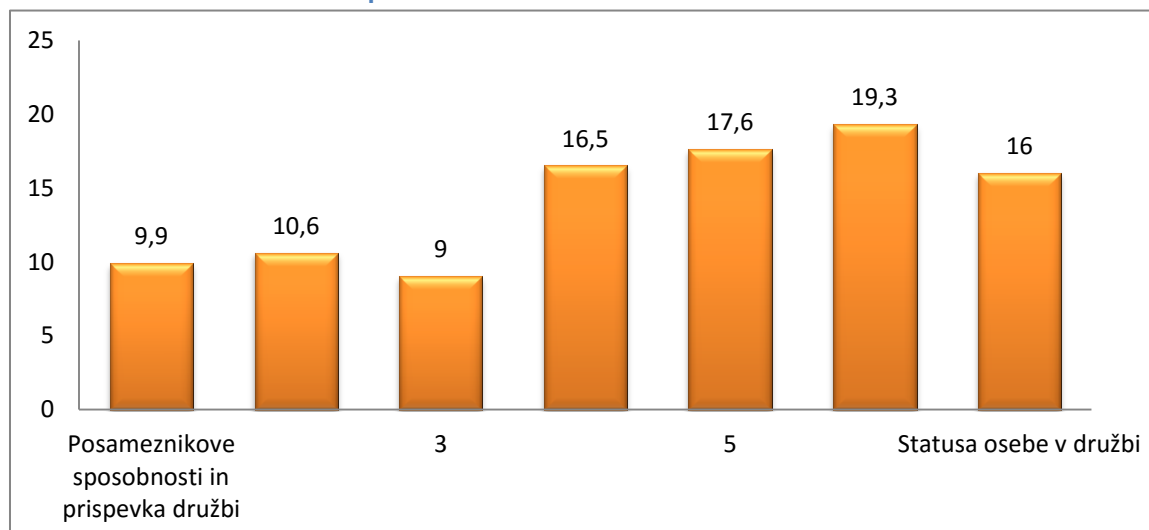
Slika 37: Spodbujanje izboljševanja učinkovitosti



### 5.2.9 Posameznikova sposobnost in prispevek družbi : status osebe v družbi

Pri tem vprašanju smo analizirali, kako je razmerje med posameznikovo sposobnostjo in prispevkom družbi in statusom osebe v družbi. Več kot polovica anketiranih (52,9%) se strinja, da je v njihovi družbi vpliv posameznika odvisen od statusa osebe v družbi, od posameznikove sposobnosti in prispevka (ocena več kot 4). Povprečna ocena tukaj je bila v Sloveniji 4,45, pri mednarodnem vzorcu GUESSS pa je bila 4,59, kar je dokaj podobno in ne izraža bistvenih razlik. Vprašanje v anketi je bilo zastavljeno kot: Izberite s katerim odgovorom se bolj strinjate. V družbi je vpliv posameznika primarno odvisen od:

Slika 38: Posameznikova sposobnost : status osebe

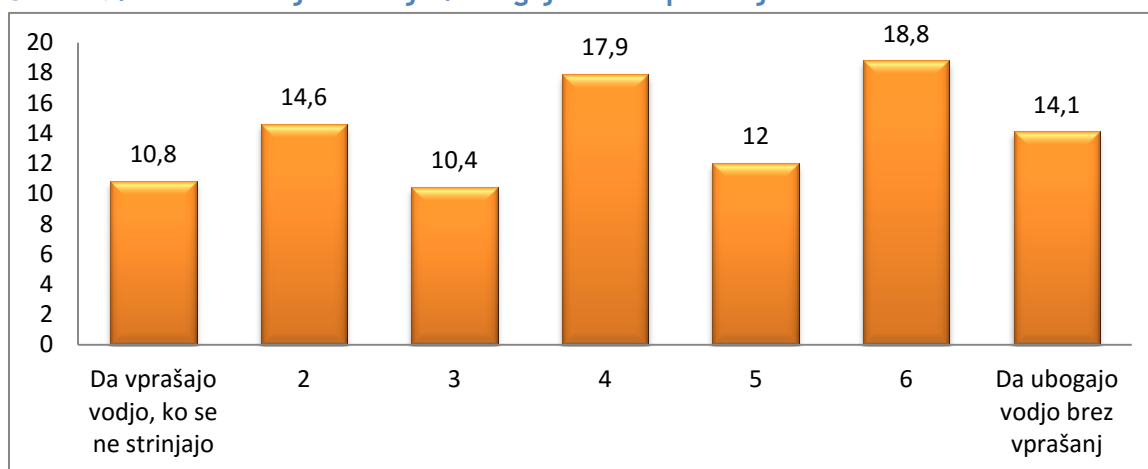


### 5.2.10 Delavci imajo mnenje : ubogajo brez vprašanj

Nadalje nas je zanimalo, ali se v družbi anketiranih pričakuje, da sledijo in ubogajo vodjo brez vprašanj tudi v primeru, ko se z njim ne strinjajo. Presenetljivo se je kar 44,9% vprašanih s tem strinjalo (ocena več kot 4); 17,9% je bilo neodločenih (ocena 4), ostali pa se s tem niso strinjali (ocena od 1 do 3).

Povprečna ocena tukaj je bila v Sloveniji 4,20, pri mednarodnem vzorcu pa je bila 4,32, kar je relativno drugače kot v Sloveniji. Na osnovi teh podatkov sklepamo, da imajo zaposleni v tujini večje zaupanje v svoje predpostavljene kot v Sloveniji.

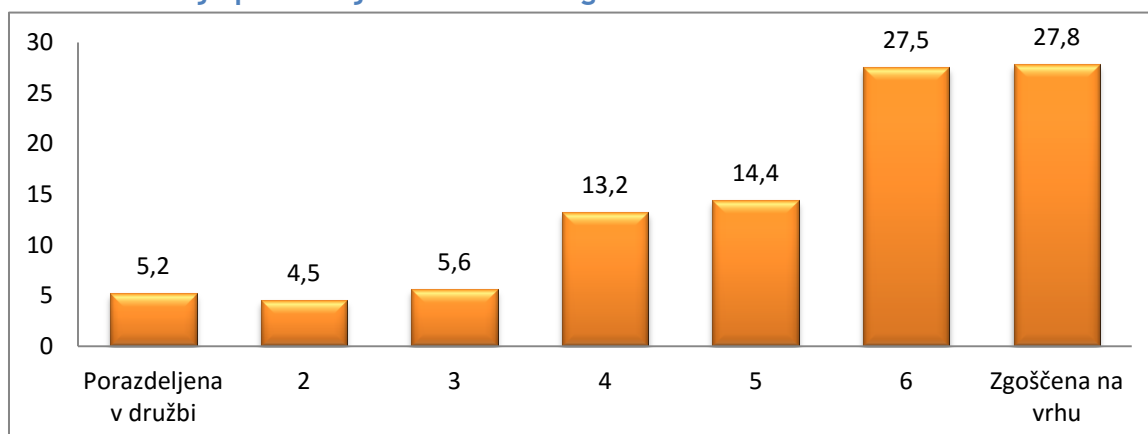
Slika 39: Delavci imajo mnenje : ubogajo brez vprašanj



### 5.2.11 Moč je porazdeljena v družbi: zgoščena na vrhu

Več kot dve tretjini anketiranih (69,7%) je tudi prepričanih, da je moč v njihovi družbi zgoščena na vrhu. Le 15,3% jih meni, da je moč v njihovi družbi porazdeljena. Povprečen odgovor se je pri tem vprašanju na slovenskem vzorcu kazal na ravni 5,25. Pri globalni raziskavi je bil odgovor nekoliko nižji, in sicer 5,16. Na osnovi tega lahko sklepamo, da je moč v Sloveniji koncentrirana centralizirano.

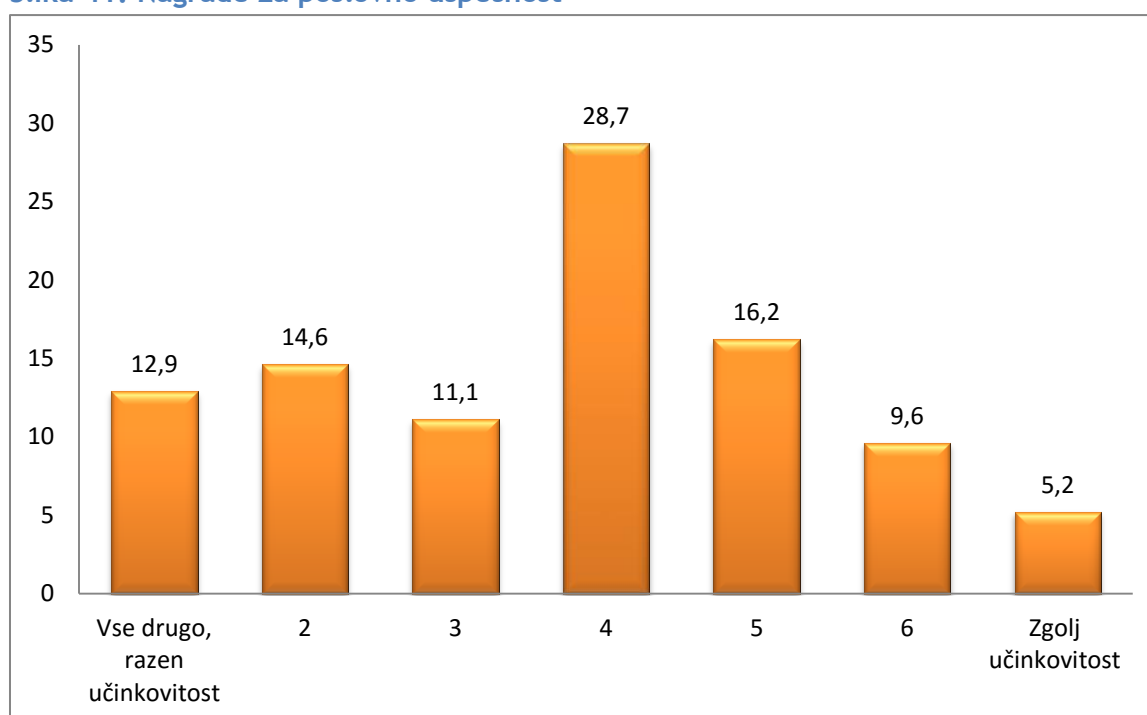
Slika 40: Moč je porazdeljena v družbi : zgoščena na vrhu



### 5.2.12 Glavne nagrade za poslovno uspešnost

Slika 41 prikazuje, ali se glavne nagrade za poslovno uspešnost dodeljujejo glede na: vse druge dejavnike razen učinkovitosti delovanja (npr. delovna doba, starost, delovno mesto) v primerjavi s samo in zgolj na podlagi učinkovitosti delovanja in opravljanja delovnih nalog. Pri tem vprašanju je bilo kar 28,7% vprašanih neopredeljenih; le 31% se jih je strinjalo, da se nagrajuje glede na učinkovitost. Slovenski vzorec je imel povprečno vrednost odgovora 3,72, medtem ko je bila ta raven pri mednarodnem vzorcu 4,25. To vprašanje je še enkrat potrdilo, da učinkovitost za Slovence ne predstavlja tako pomembne kategorije kot druge kategorije.

Slika 41: Nagrade za poslovno uspešnost

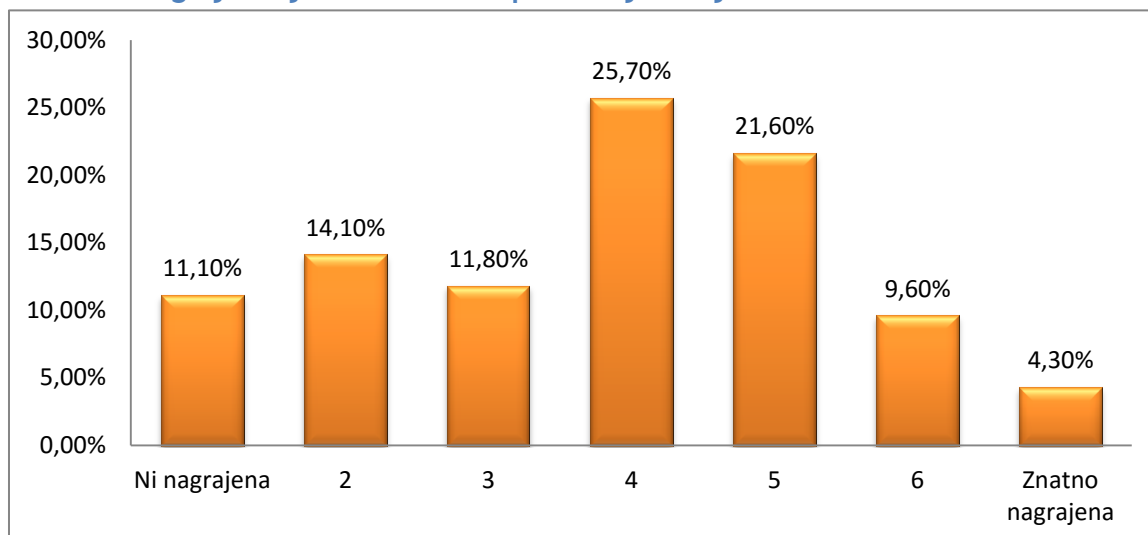


### 5.2.13 Nagrajevanje inovativnosti z namenom izboljšanja učinkovitosti

Nazadnje v tem sklopu smo študente vprašali, ali je inovativnost z namenom izboljšanja učinkovitosti v njihovi družbi nagrajena. Tudi pri tem vprašanju se kar ena četrtnina anketiranih ni opredelila (ocena 4), 35,5% anketiranih se je s tem strinjalo (ocena več kot 4), 37% pa ne (ocena od 1 do 3).

Povprečna ocena študentov, ki so sodelovali v slovenski raziskavi je bila 3,80, povprečna ocena na mednarodnem vzorcu pa je bila 4,24. Tudi tukaj lahko izluščimo, da je inovativnost na osnovi dojemanja konstrukta za slovenske sodelujoče v večji meri teorija, kot pa dejansko aplikativna kategorija v praksi.

Slika 42: Nagrajevanje inovativnosti pri izboljševanju učinkovitosti

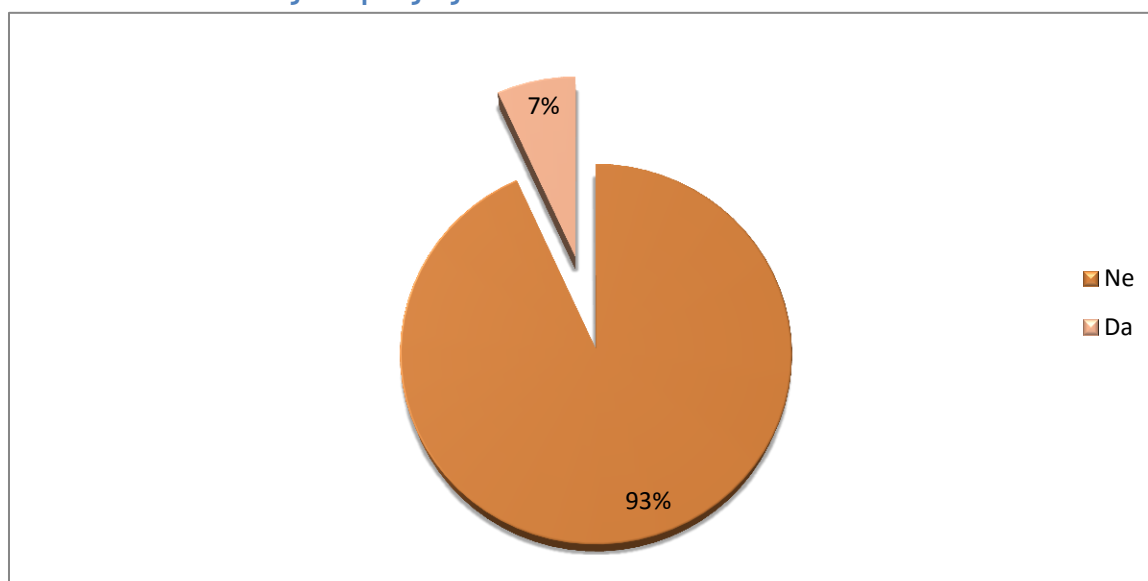


## 6. Študentje, ki imajo svoje podjetje

### 6.1 Ali že imate lastno podjetje

Zanimalo nas je tudi, kolikšen odstotek vprašanih že ima svoje lastno podjetje oz. so samozaposleni. Iz rezultatov ankete je razvidno, da je v slovenskem vzorcu relativno malo študentov samozaposlenih oz. že imajo lastno podjetje (le 6,78%), kar je bilo pričakovano. Za primerjavo je smiselno podati še nekaj relativnih primerjav z drugimi državami. Največ podjetij v našem mednarodnem vzorcu so imeli študenti iz Malezije in sicer je bilo takih študentov kar 35%. V povprečju je imelo 8,8% študentov iz našega vzorca odprto podjetje. Statistično relevantno gledano, je bilo najmanj študentov podjetnikov na Japonskem, kjer se ta pogoj pojavlja pri 1,3% anketiranih. Manj kot 10 primerov študentov podjetnikov pa je bilo v Luksemburgu, na Norveškem, v Indiji in v Ukrajini.

Slika 43: Že ustanovljeno podjetje

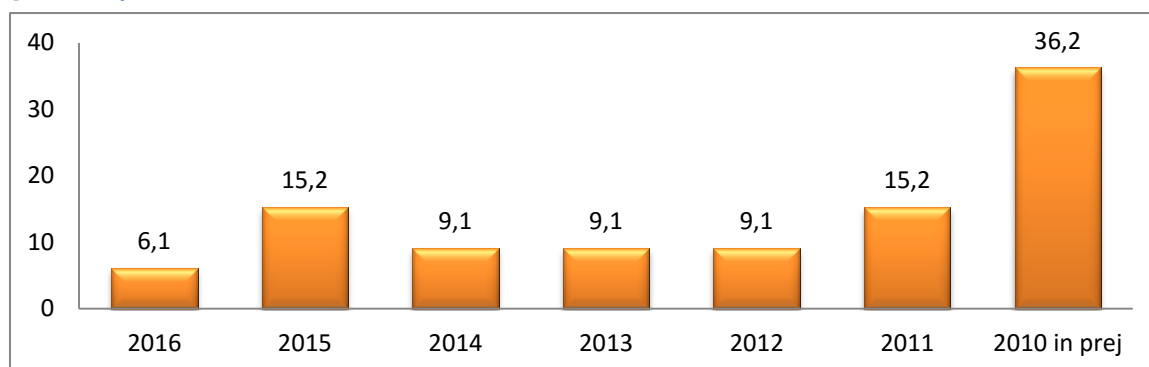


V nadaljevanju so se vprašanja nanašala na podjetje, ki so ga anketirani že ustanovili (če so imeli v času anketiranja več kot eno podjetje, potem so odgovarjali za podjetje, ki jim je najpomembnejše). Na vprašanja je odgovarjalo 33 študentov (tisti, ki imajo ustanovljeno podjetje).

## 6.2 Leto ustanovitve podjetja

Najprej nas je zanimalo, kdaj so vprašani študentje ustanovili svoje podjetje. Kar 36,2% anketiranih je odgovorilo, da je podjetje ustanovilo leta 2010 ali prej. 15,2% vprašanih pa je podjetje ustanovilo ali v letu 2011 ali v letu 2015.

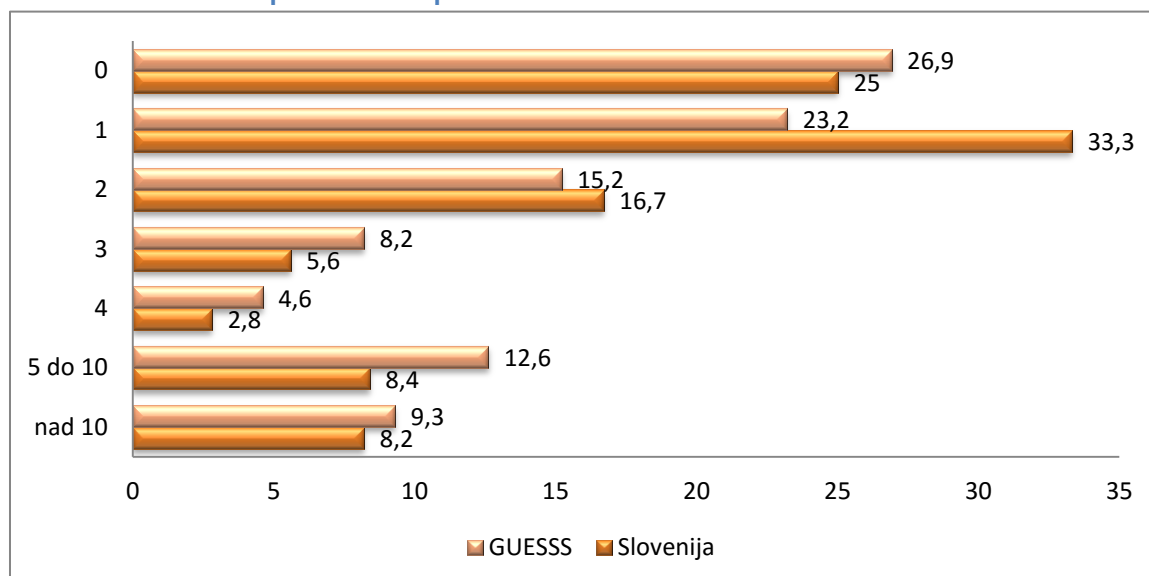
Slika 44: Leto ustanovitve



## 6.3 Število trenutno zaposlenih

Slika 45 kaže, da ima ena tretjina vprašanih v svojem podjetju 1 zaposlenega, četrtna nima nobenega zaposlenega, šestina pa 2 zaposlena. Pri tem je prikazana tudi primerjava z GUESSS povprečjem. Največji razliki se pokažeta pri deležu podjetij z enim zaposlenim in deležu podjetij z 5 do 10 zaposlenimi.

Slika 45: Število zaposlenih za polni delovni čas

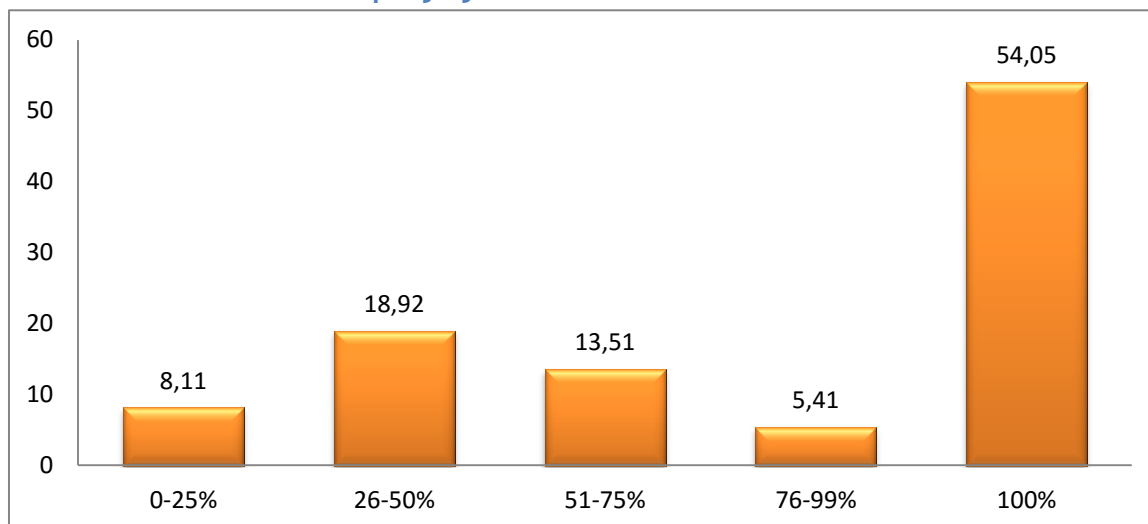




## 6.4 Lastniški delež v podjetju študentov

Glede na rezultate ugotavljamo, da je največ vprašanih samostojnih podjetnikov. Ti imajo po navadi 100% lastniški delež. Drugi največji delež pa imajo študenti v območju med 26 in 50% iz česar bi lahko sklepali, da imajo še 2 do 3 partnerje, če so deleži enaki.

Slika 46: Lastniški delež v podjetju

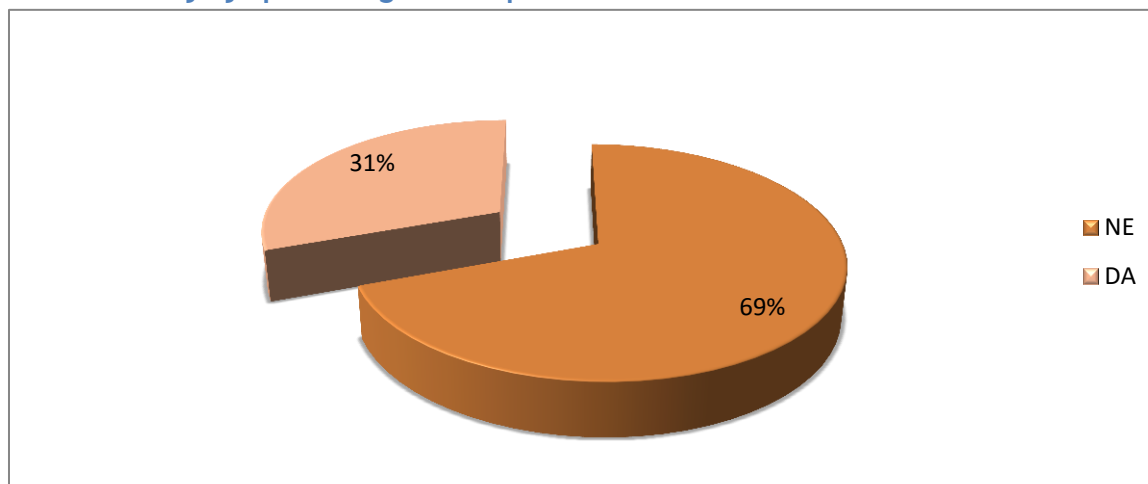


## 6.5 Ustanovljeno podjetje postane glavna zaposlitev po študiju

Glede prihodnosti so bili odgovori zanimivi. Kar 69,44% anketiranih ne želi, da njihov trenutni posel postane glavno delo po končanem študiju. Iz tega lahko sklepamo, da študentje niso najbolj zadovoljni s podjetniškim delom ali pa z doseganjem planov, ki so posledica njihovega udejstvovanja v Sloveniji.

Pri GUESSS mednarodnem vzorcu je rezultat nekoliko drugačen saj tam kar 55% vseh odgovorov kaže na to, da želijo sodelujoči, da postane njihov obstoječi posel glavno delo po končanem študiju.

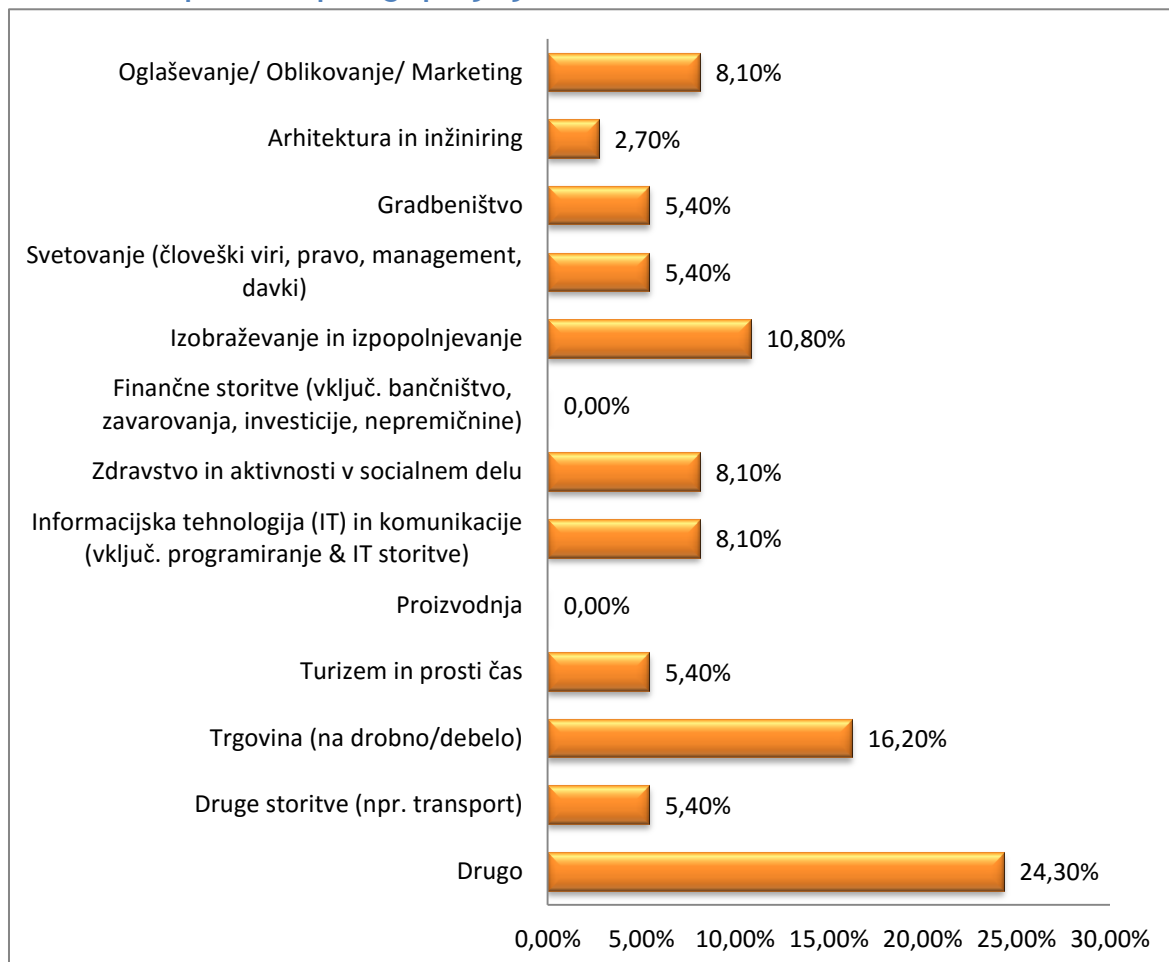
Slika 47: Podjetje postane glavna zaposlitev



## 6.6 Gospodarska panoga v kateri deluje podjetje

Slika 48 kaže, v katerih gospodarskih panogah so aktivna podjetja anketiranih študentov. Med naštetimi izstopa trgovina (16,2%); sledi ji izobraževanje (10,8%).

Slika 48: Gospodarska panoga podjetja

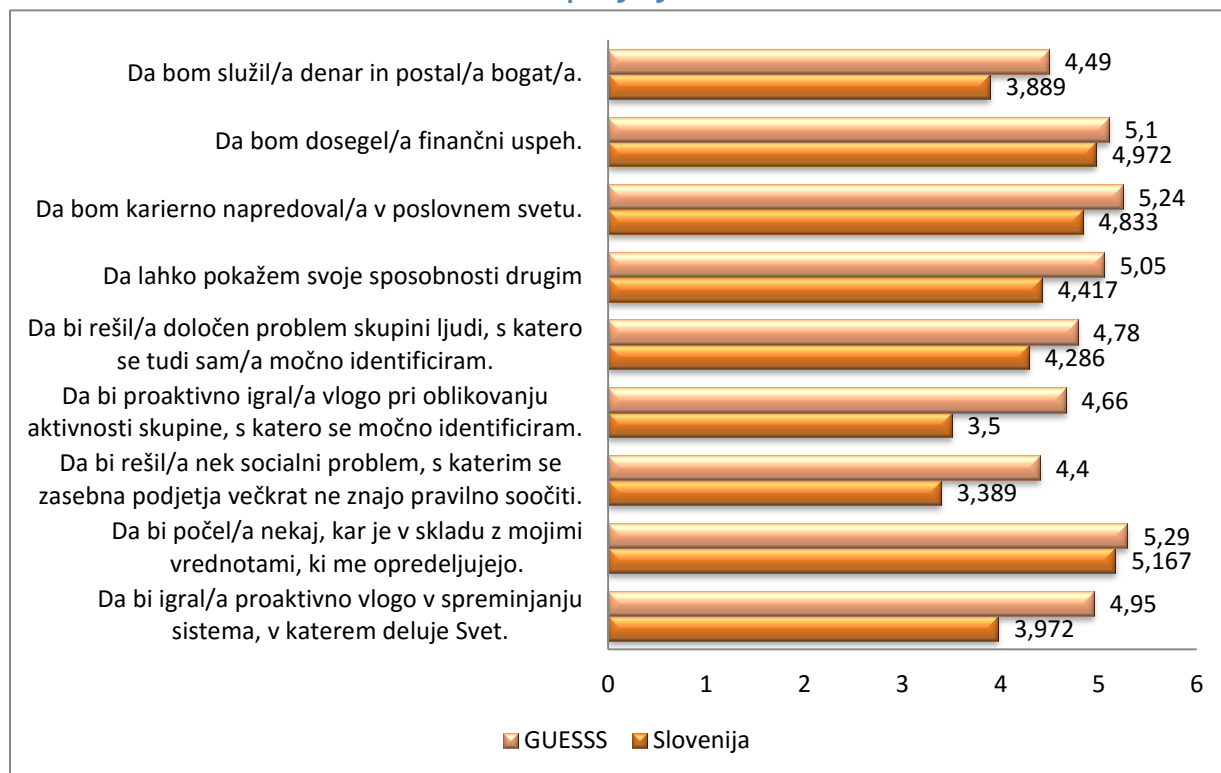


## 6.7 Motivi za ustanovitev podjetja

Nadalje smo anketirane vprašali, kako se strinjajo z določenimi trditvami glede njihovega že ustanovljenega podjetja. Trditve so vprašani ocenjevali z ocenami od 1 do 7, pri čemer je 1 pomenilo močno se ne strinjam in 7 močno se strinjam. Rezultati so predstavljeni s povprečnimi ocenami.

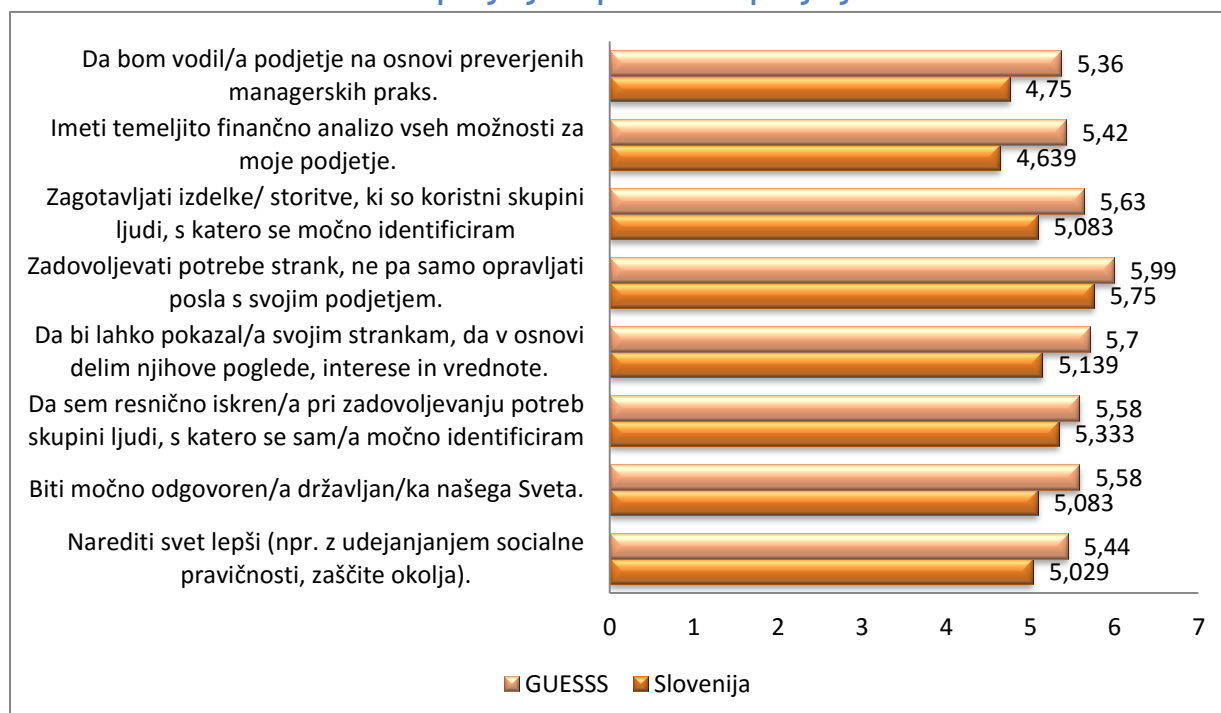
Prvi sklop trditev se je nanašal na vzroke za ustanovitev lastnega podjetja. Slovenske rezultate in povprečje GUESSS odgovorov prikazuje slika 49. Pri tem še poudarimo, da so povprečne ocene slovenskega vzorca pri vseh trditvah manjše od povprečnih ocen celotnega GUESSS vzorca.

**Slika 49: Primarni motivi za ustanovitev podjetja**



Zanimalo nas je tudi, kaj je študentom kot ustanoviteljem podjetja pomembno. Pri tem izstopa zadovoljstvo strank in ne samo opravljanje posla kot takega. Spodnja slika prikazuje povprečje slovenskih ocen in povprečje vseh anketiranih v raziskavi GUESSS. Kot zgoraj so povprečne ocene slovenskega vzorca so pri vseh trditvah manjše od povprečnih ocen celotnega GUESSS vzorca.

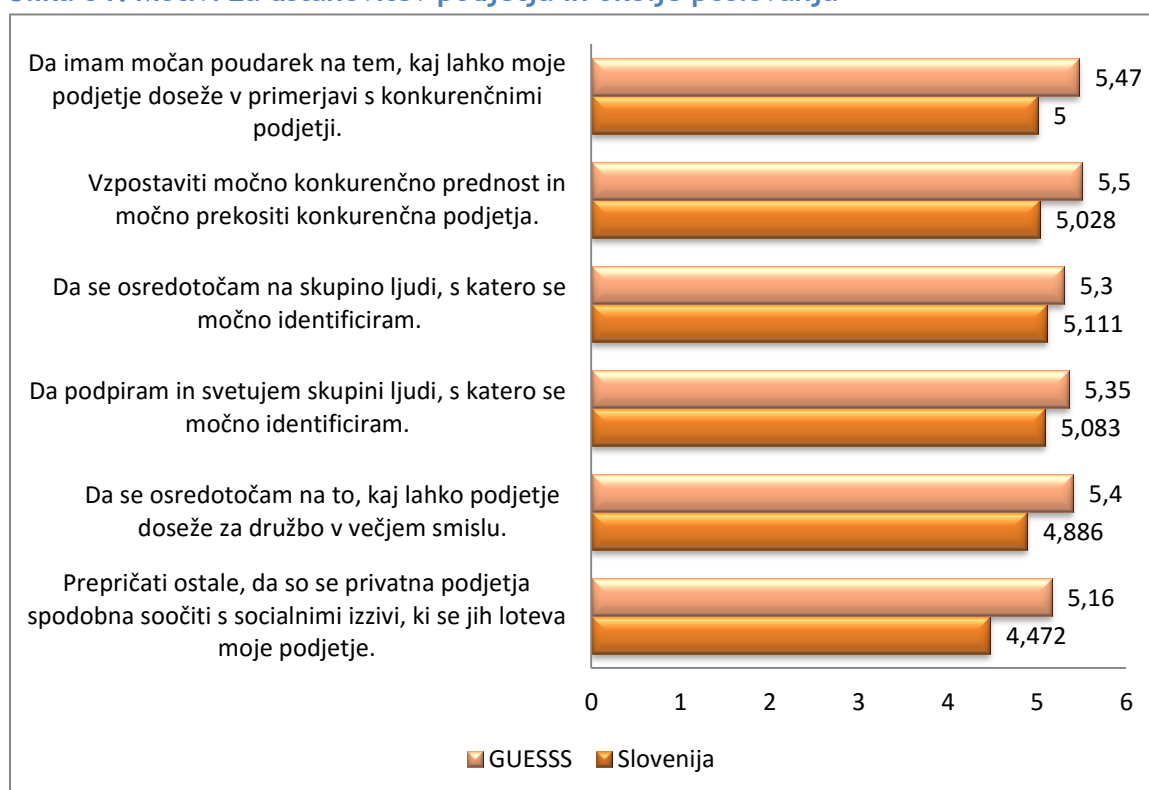
**Slika 50: Motivi za ustanovitev podjetja in poslanstvo podjetja**



Slika 51 kaže, kaj je vprašanim pomembno pri poslovanju lastnega podjetja. Podana je tudi primerjava s povprečjem GUESSS. Glede na prejšnje sklope trditvev ni presenetljivo, da so tudi tukaj povprečne ocene slovenskega vzorca pri vseh trditvah manjše od povprečnih ocen celotnega GUESSS vzorca.

Pri slovenskem vzorcu so se študentje najbolj izrazito opredelili pri trditvi, da se osredotočajo na skupino ljudi, s katero se močno identificirajo in sicer s povprečno vrednostjo 5,11. Pri celotnem vzorcu GUESSS pa je to vprašanje vzpostaviti močno konkurenčno prednost in močno prekositi konkurenčna podjetja s povprečno vrednostjo 5,5.

**Slika 51: Motivi za ustanovitev podjetja in okolje poslovanja**



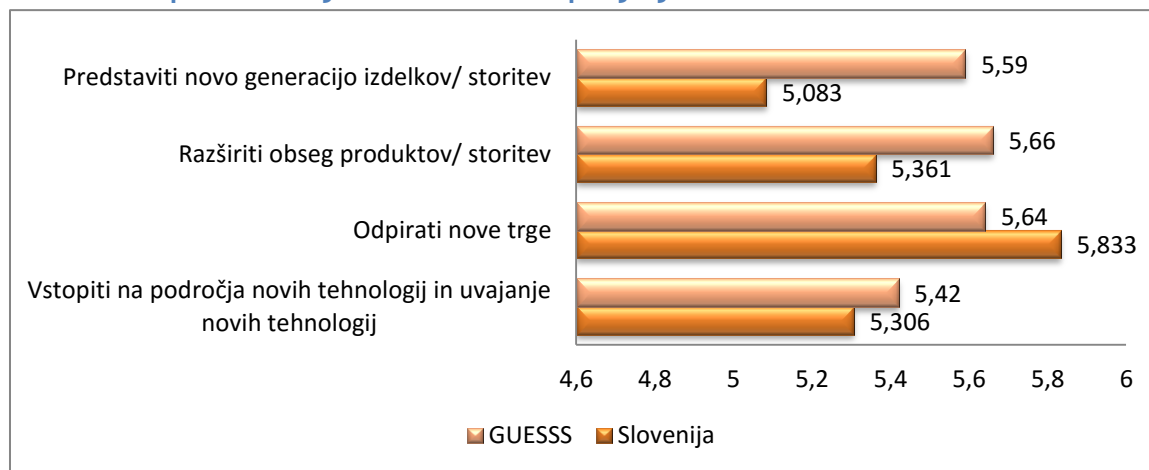
## 6.8 Inovativnost in inovativni projekti

Naslednji skop trditvev se je vezal na inovativnost. Študente smo vprašali, kako pomembne se jim zdijo spodaj naštetе aktivnosti za ustvarjanje inovativnih projektov v njihovih podjetjih. V povprečju so se najbolj strinjali z aktivnostjo »odpiranje novih trgov« (povprečna ocena 5,8). Spodnja slika kaže tudi primerjavo s povprečjem GUESSS raziskave.

Študente smo najprej vprašali, kako pomembne se jim zdijo spodaj naštetе aktivnosti za ustvarjanje inovativnih projektov v njihovih podjetjih. Vse štiri trditve so bile ocenjene s povprečno oceno več kot 4; najbolje je bila ocenjena aktivnost »Odpiranje novih trgov« (povprečna ocena 5,8). Spodnja slika kaže tudi primerjavo s povprečjem GUESSS raziskave. Nekoliko večja so odstopanja pri prvi aktivnosti »Predstaviti novo generacijo izdelkov/storitev« (v povprečju so anketiranci v Sloveniji to aktivnost slabše ocenili kot je povprečna ocena raziskave GUESSS).

Ker je slovenski trg majhen, ni presenetljivo, da so anketirani v Slovenskem vzorcu v tem kontekstu veliko bolj orientirani v tujino, kjer so boljše možnosti za dolgoročno poslovanje podjetja kot na majhnem slovenskem trgu (Slovenski trg je 2 mio prebivalcev in to predstavlja podobno število potencialnih strank kot glavno mesto Avstrije Dunaj).

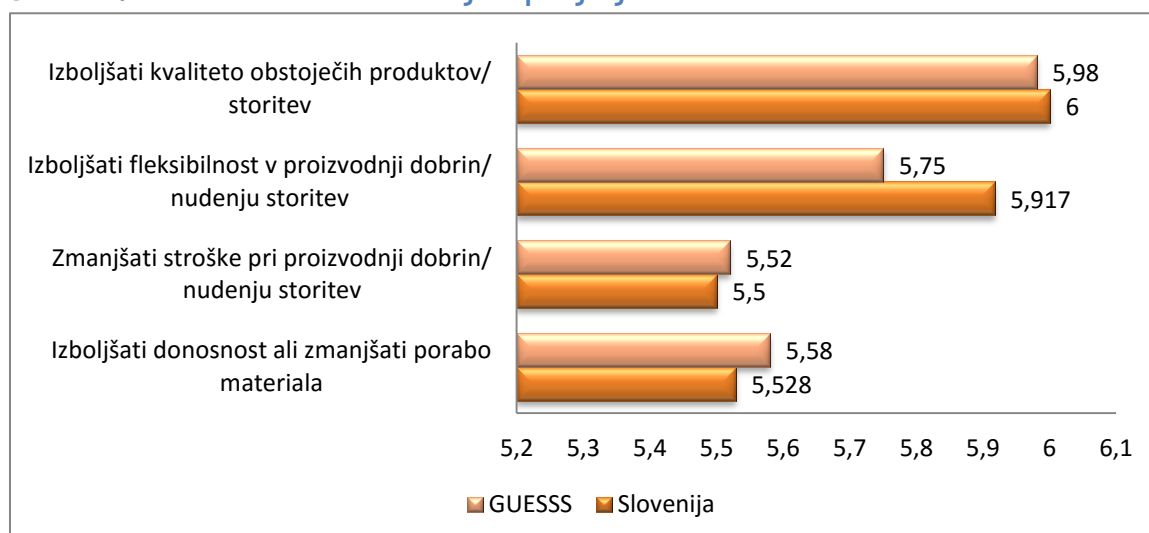
**Slika 52: Implementacija inovativnosti v podjetju**



## 6.9 Inovativnost in delovanje v podjetju

V drugem sklopu trditve, vezanih na inovativnost, nas je zanimalo, kako pomembne so spodaj zapisane aktivnosti za ustvarjanje inovativnih projektov v podjetjih anketiranih. Vse trditve v sklopu slovenskega vzorca so bile dobro ocenjene (povprečna ocena nad 5); enako velja za povprečje celotne GUESS raziskave. Pri slovenskih in mednarodnih anketirancih je tukaj najbolj pomembno izboljšati kvaliteto obstoječih produktov ali storitev. Razliko pa je zaznati na področju izboljšanja fleksibilnosti v proizvodnji dobrin oziroma nujenju storitev, kjer je bila slovenska ocena v povprečju 5,92, mednarodna ocena pa 5,75.

**Slika 53: Inovativnosti in delovanje v podjetju**

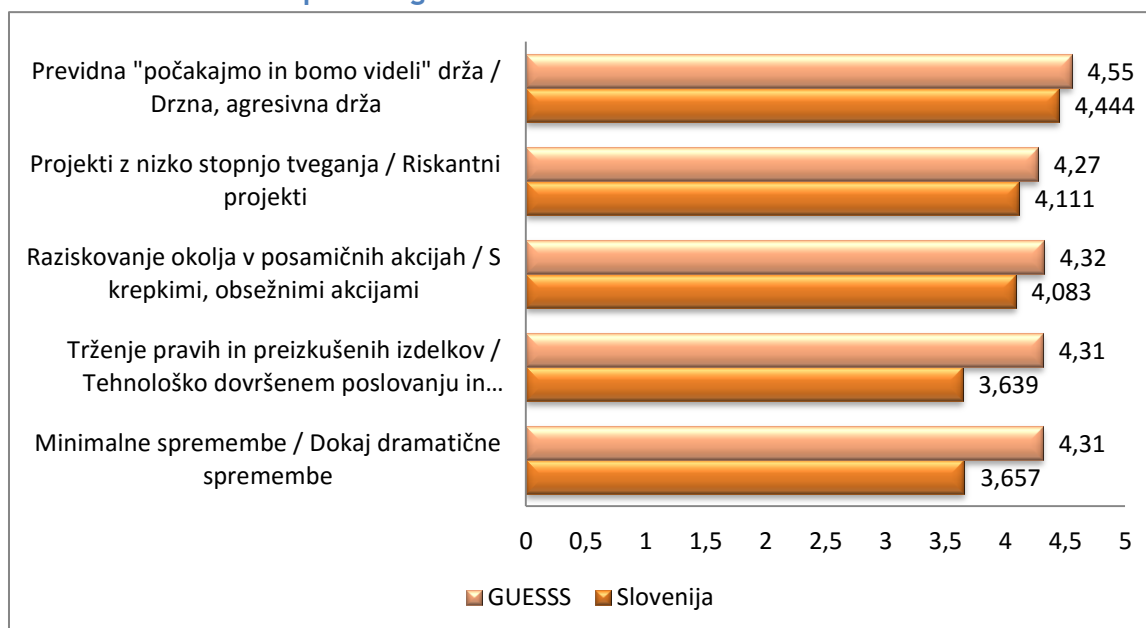


## 6.10 Vstop na trg

V naslednjih dveh sklopih je vsaka trditev vsebovala dve nasprotujoči izjavi. Anketirani so označili, s katero izjavo se bolj strinjajo (1=prvi odgovor, 7=drugi odgovor). Rezultati so podani s povprečno oceno trditev. Prav tako je narejena primerjava s povprečjem celotne GUESSS raziskave.

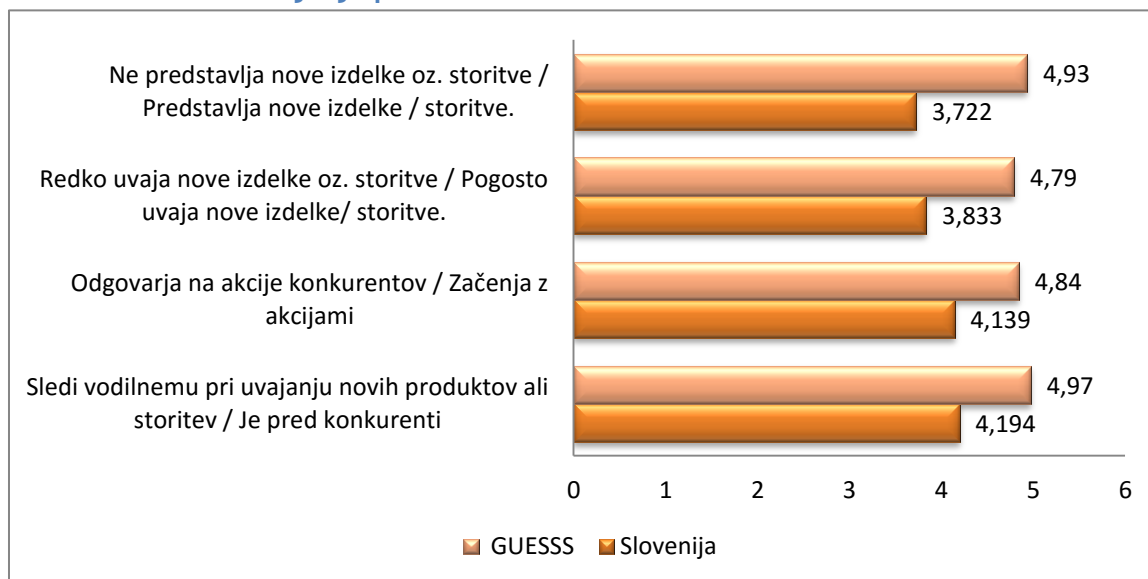
V prvem sklopu trditev nas je zanimalo, koliko so anketirani pripravljene tvegati, kakšnim akcijam so naklonjeni, ali so naklonjenim večjim, hitrim spremembam. Slika 54 prikazuje povprečje slovenskih odgovorov in povprečje odgovorov vseh anketiranih v GUESSS raziskavi. V celotni GUESSS raziskavi so vse trditve ocenjene s povprečno oceno več kot 4, enako velja za slovenske povprečne ocene prvih štirih trditev. To pomeni, da so anketirani bolj naklonjeni drzni in agresivni držbi, tveganim projektom, krepkim in obsežnim akcijam, tehnološko dovršenemu poslovanju in inovativnosti. Le zadnja trditev, ki se nanaša na spremembe (minimalne - dramatične), je v slovenski raziskavi ocenjena z oceno manj kot 4. Torej: anketirani v Sloveniji niso najbolj naklonjeni dramatičnim spremembam.

Slika 54: Taktika vstopa na trg



V drugem sklopu trditev nas je zanimalo, ali je podjetje anketiranih naklonjeno novostim, sledi konkurentom in odgovarja na akcije konkurentov ali je pred konkurenco in izvaja svoje akcije. Iz spodnje slike, ki prikazuje povprečje slovenskih ocen in povprečje vseh anketiranih v raziskavi GUESSS, je razvidno, da so v povprečju podjetja anketiranih v Sloveniji manj naklonjena novim izdelkom/storitvam (prvi dve trditvi), raje začnejo z akcijo kot odgovarjajo na akcije konkurentov (tretja trditev) ter so raje pred konkurenti, kot da bi sledili vodilnemu pri uvajanju novih produktov/storitev (četrta trditev). V nasprotju s tem, so v povprečju podjetja vseh anketiranih v GUESSS raziskavi bolj naklonjena novim izdelkom/storitvam (prvi dve trditvi). Prav tako sta v celotni GUESSS raziskavi tretja in četrta trditev ocenjeni z višjo povprečno oceno.

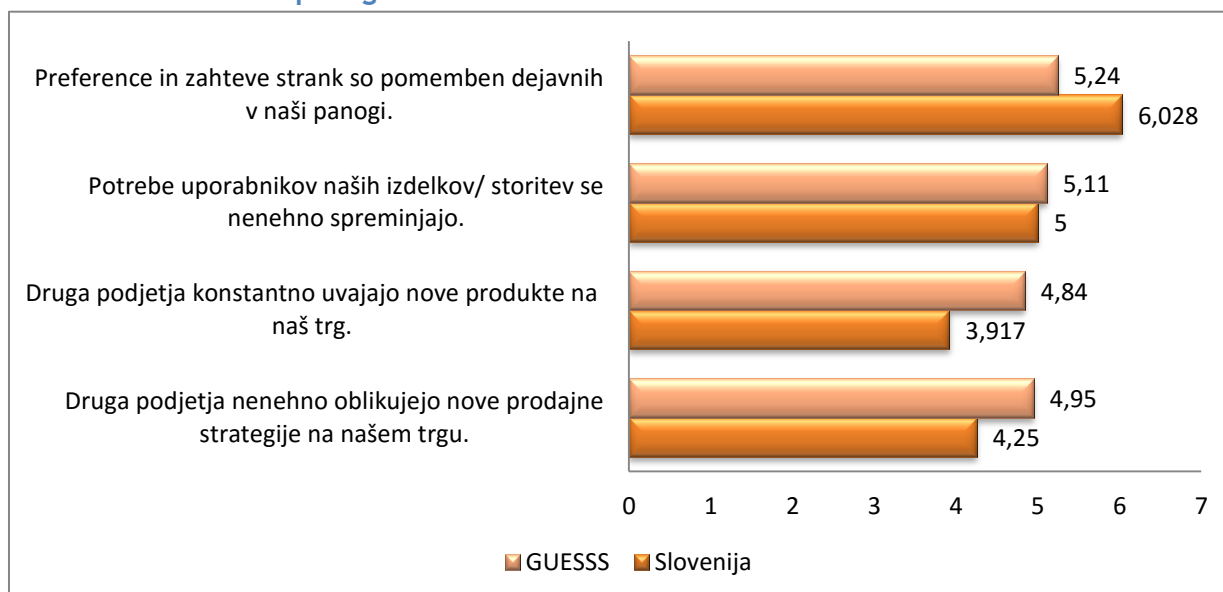
Slika 55: Taktika uvajanja proizvodov



## 6.11 Pregled panoge poslovanja podjetja

Slika 56 prikazuje, kako se vprašani strinjajo s trditvami o gospodarski panogi, v kateri pretežno aktivno deluje njihovo podjetje. Anketirani so trditve ocenjevali z ocenami od 1 do 7, pri čemer je 1 pomenilo močno se ne strinjam in 7 močno se strinjam. Rezultati so predstavljeni s povprečnimi ocenami. Prav tako je narejena primerjava s povprečjem GUESSS raziskave. Vse trditve razen tretje so ocenjene z oceno več kot 4 (slovenska povprečna ocena in povprečna ocena celotne GUESSS raziskave). Pri tem je prva trditev »Preference in zahtevne stranke so pomemben dejavnik v naši panogi« nekoliko bolj ocenjena v slovenskem vzorcu v primerjavi s celotnim GUESSS vzorcem. Le tretja trditev »Druga podjetja konstantno uvajajo nove produkte na naš trg« je bila v slovenskem vzorcu ocenjena s povprečno oceno manj kot 4, medtem ko je GUESSS povprečna ocena za to trditev več kot 4.

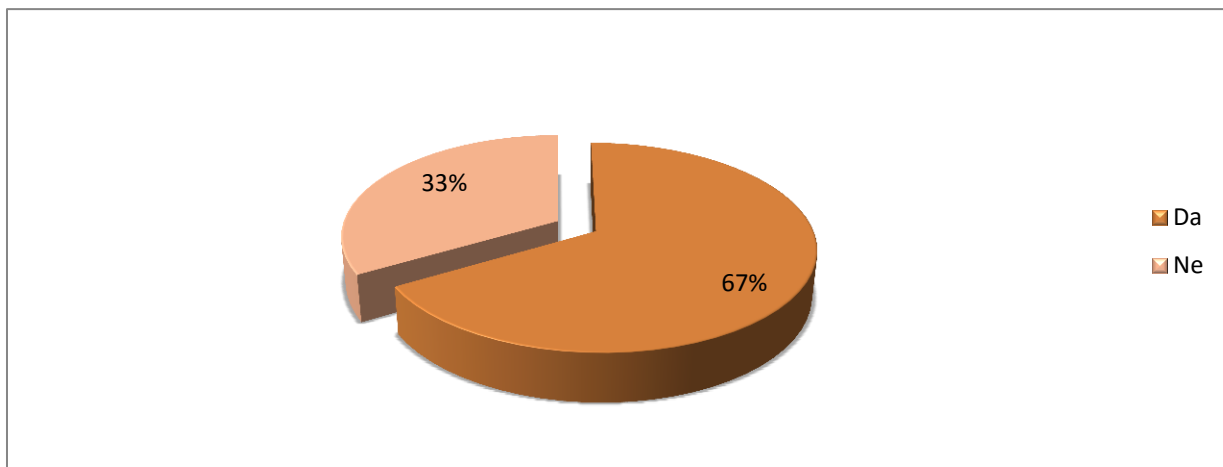
Slika 56: Dinamika v panogi



## 6.12 Prodajni prihodki

Dve tretjini vprašanih (66,67%) generira prodajne prihodke s svojim poslom.

Slika 57: Prihodki

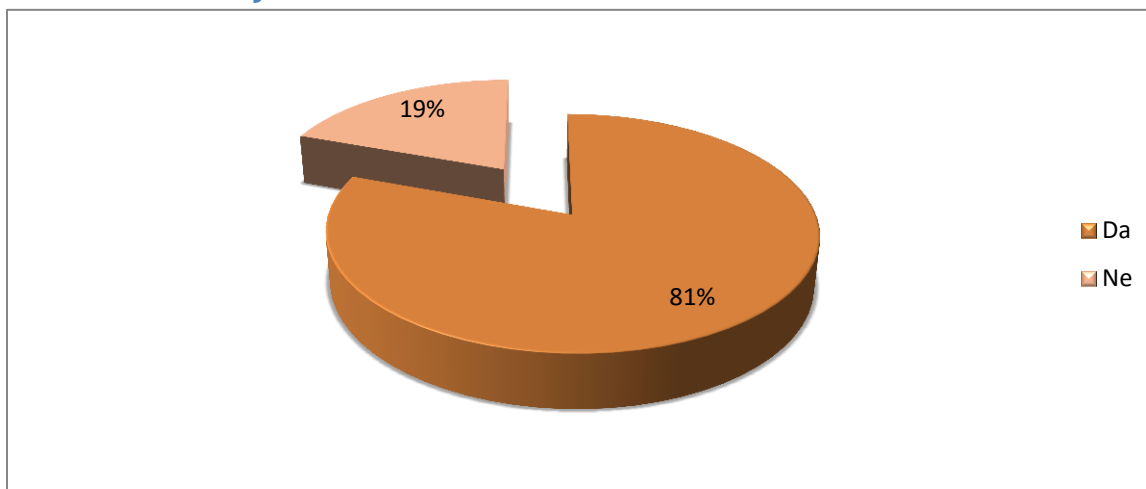


Kar dve tretjini anketiranih, ki že imajo svoje podjetje, je povedalo, da s svojim poslom generirajo prodajne prihodke. Primerjava s celotnim vzorcem GUESSS pokaže, da je tam takšnih podjetij kar 80,8%. To kaže na relativno boljše poslovanje podjetij v tujini, ki jih imajo študentje.

## 6.13 Prihodki in stroški poslovanja

Kar 80,56% vprašanih v Sloveniji se strinja, da prihodki iz prodaje pokrivajo njihove stroške poslovanja. Ta delež je na osnovi celotnega vzorca nekoliko manjši in sicer 77,8%. Glede na to, lahko sklepamo, da je poslovanje podjetij na tem področju nekoliko bolj gospodarno v Sloveniji kot v povprečju GUESSS.

Slika 58: Pokrivanje stroškov

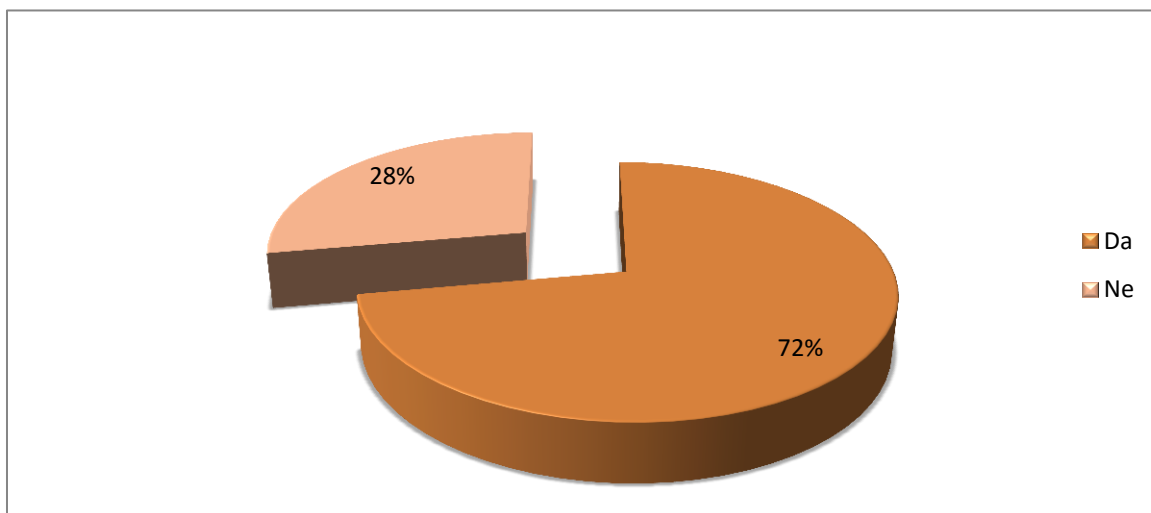




## 6.14 Ustvarjanje dobička

Nadalje nas je zanimalo, ali vprašani ustvarjajo tudi dobiček. 72,22% jih je v Sloveniji odgovorilo pritrdilno. Tudi tukaj je situacija v primerjavi s povprečju GUESSS nekoliko slabša, saj je pri slednjih ta odstotek 78,3%.

Slika 59: Dobiček

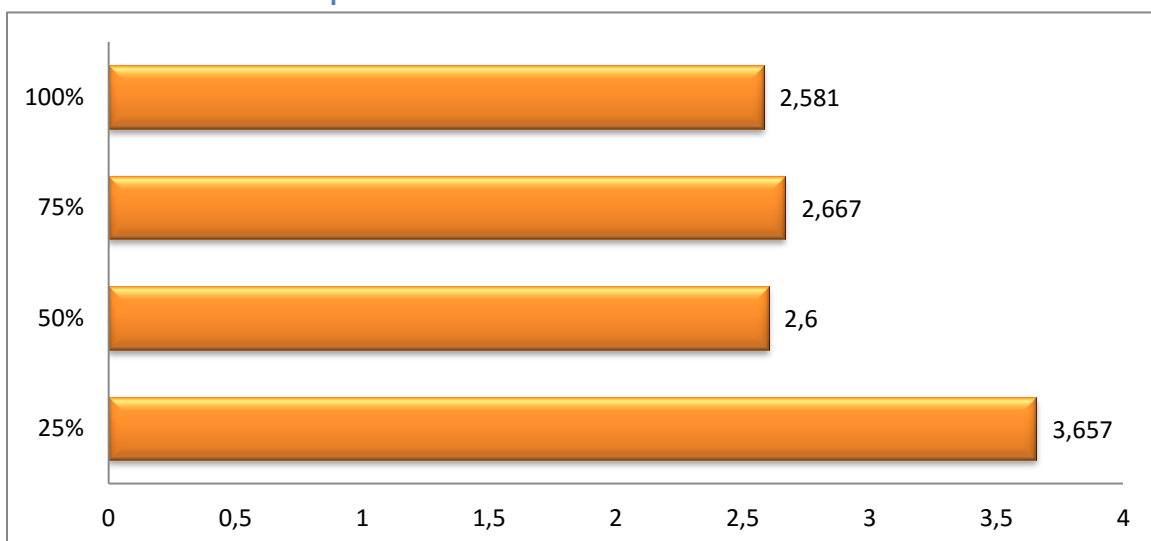


## 6.15 Rast števila zaposlenih v 5 letih

Slika 60 prikazuje, kako vprašani ocenjujejo rast števila zaposlenih v njihovih podjetjih. Anketirani so ocenjevali z ocenami od 1 do 7, pri čemer je 1 pomenilo močno se ne strinjam in 7 močno se strinjam.

Podana so povprečja odgovorov. S povprečnim odgovorom 3,66 se je največ vprašanih strinjalo, da bo število zaposlenih v 5 letih zrastle za 25%. Opažamo pa, da so tukaj študentje bili relativno konservativni pri napovedih, kar kaže na nejasno prihodnost.

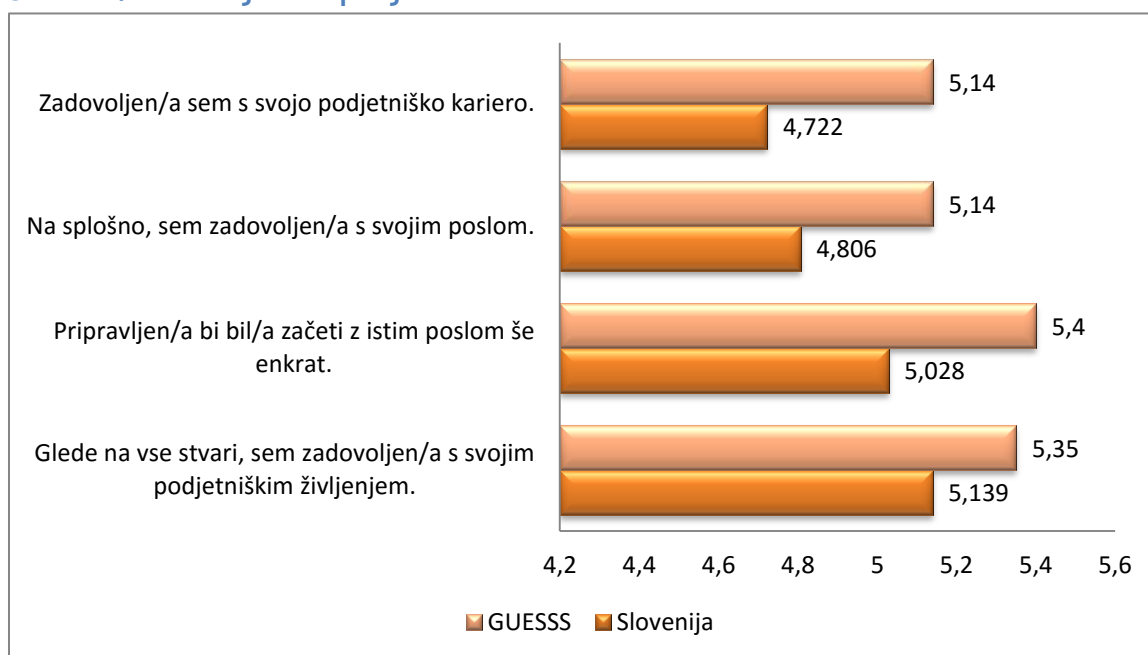
Slika 60: Rast števila zaposlenih



## 6.16 Zadovoljstvo s podjetniško kariero

Nazadnje v tem kontekstu smo študente vprašali, kako so zadovoljni s podjetniško kariero, poslom ter podjetniškim življenjem. Anketirani so trditve ocenjevali z ocenami od 1 do 7, pri čemer je 1 pomenilo močno se ne strinjam in 7 močno se strinjam. Spodnja slika prikazuje povprečje slovenskih ocen in povprečje vseh anketiranih v raziskavi GUESSS.

Slika 61: Zadovoljstvo s podjetniško kariero



Če primerjamo slovenske rezultate raziskave pri tem vprašanju z rezultati na celotnem področju, ugotovimo, da je povprečna vrednost zadovoljstva kar 5,28, kar kaže na veliko stopnjo zadovoljstva pri celotnem vzorcu in relativno odstopanje navzdol pri slovenskem vzorcu. Natančnejši pogled na porazdelitev pri celotnem vzorcu GUESSS razkriva, da je le 22,6% vseh podjetnikov nezadovoljnih, ti so odgovorili z ocenami do 4 (ocena 4 kaže srednje zadovoljstvo). Nadalje ugotavljamo, da skoraj 20% podjetnikov kaže najvišjo možno stopnjo zadovoljstva. Kot celota se nam zdi, da je to dobra novica in spodbuda za potencialne podjetnike.

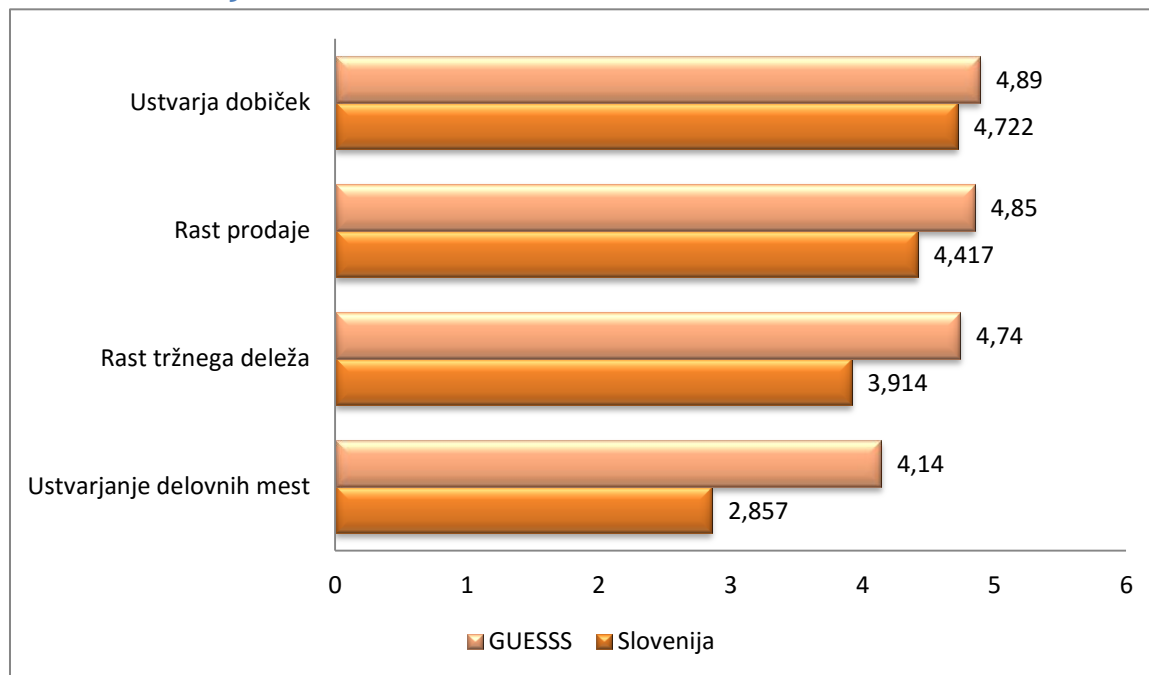
Tukaj imajo slovenski podjetniki študenti možnosti izboljšav na ravni zadovoljstva v primerjavi s kolegi iz tujine.

## 6.17 Primerjava s konkurenčnimi podjetji

V nadaljevanju nas je zanimalo, kako dobro posluje podjetje anketiranih v primerjavi z drugimi podjetji, ki prodajajo podobne izdelke oziroma storitve. Izpostavljeni so bili štiri vidiki, ki so jih vprašani ocenjevali z oceno od 1 do 7 (1=zelo slabo; 7= zelo dobro). Podane so povprečne ocene. Prav tako je prikazana primerjava z GUESSS povprečjem.

V povprečju (slovensko povprečje in povprečje celotne GUESSS raziskave) so se anketirani strinjali, da njihovo podjetje dobro deluje z vidika ustvarjanja dobička (povprečni oceni nad 4). Enako velja za rast prodaje. V nasprotju s tem, so anketirani v Sloveniji slabše ocenili (povprečna ocena pod 4) naslednja dva vidika: rast tržnega deleža in ustvarjanje delovnih mest. Povprečna ocena GUESSS raziskave pa je tudi za ta dva vidika nad 4.

Slika 62: Primerjava s konkurenco

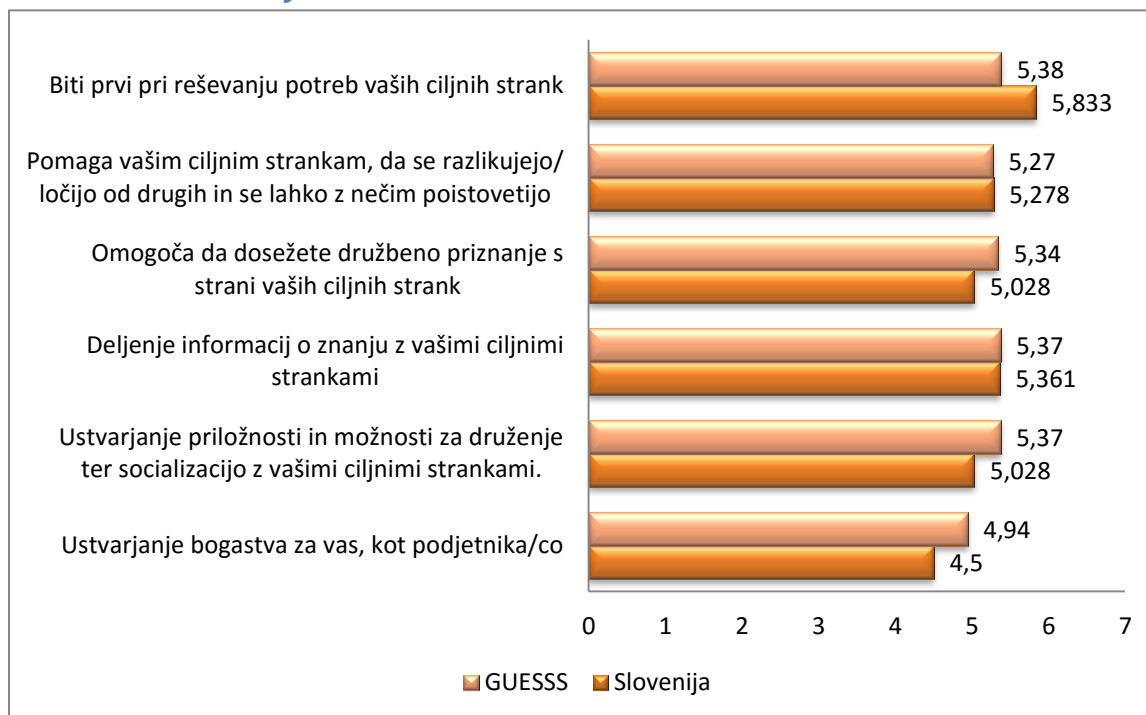


## 6.18 Povezava posla z družbenimi dejavniki

V naslednjem sklopu trditev nas je zanimalo, kako dobro se posel anketiranih navezuje na šest izbranih dejavnikov. Kot zgoraj, vprašani so trditve ocenjevali na lestvici od 1 do 7 (1=sploh se ne strinjam; 7= popolnoma se strinjam). Podane so povprečne slovenske ocene in primerjava z GUESSS povprečjem.

Vsi naštetih dejavniki so v slovenskem vzorcu kot tudi v celotnem GUESSS vzorcu ocenjeni s povprečno oceno več kot 4. Večjih odstopanj med slovenskimi povprečnimi ocenami in GUESSS povprečnimi ocenami ni zaznati.

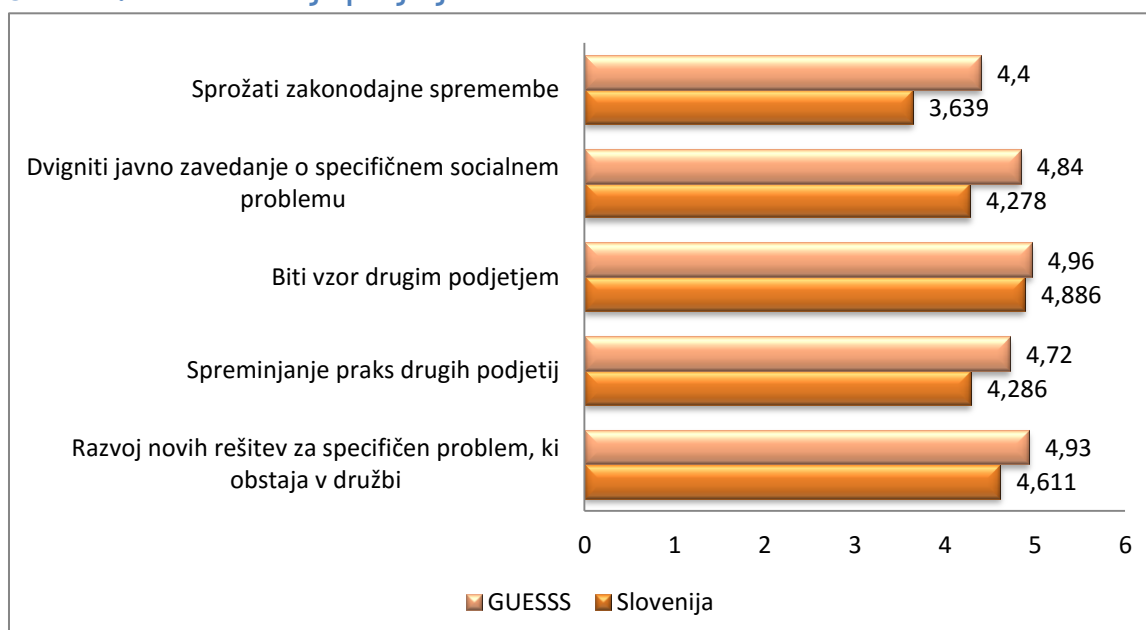
Slika 63: Posel in ciljne stranke



Nekoliko bolj splošno kot zgoraj nas je v nadaljevanju zanimalo, kako dobro se posel anketiranih navezuje na pet izbranih dejavnikov. Slika 64 prikazuje slovensko povprečje v primerjavi s povprečjem celotne GUESSS raziskave.

Vsi dejavniki so ocenjeni s povprečno GUESSS oceno več kot 4. Enako velja za slovenske povprečne ocene, z izjemo prvega dejavnika »Sprožati zakonodajne spremembe,« ki je bil v slovenskem vzorcu ocenjen z oceno manj kot 4. Prav tako izpostavimo, da so bile slovenske povprečne ocene pri vseh dejavnikih nižje od povprečnih GUESSS ocen.

Slika 64: Posel in okolje podjetja



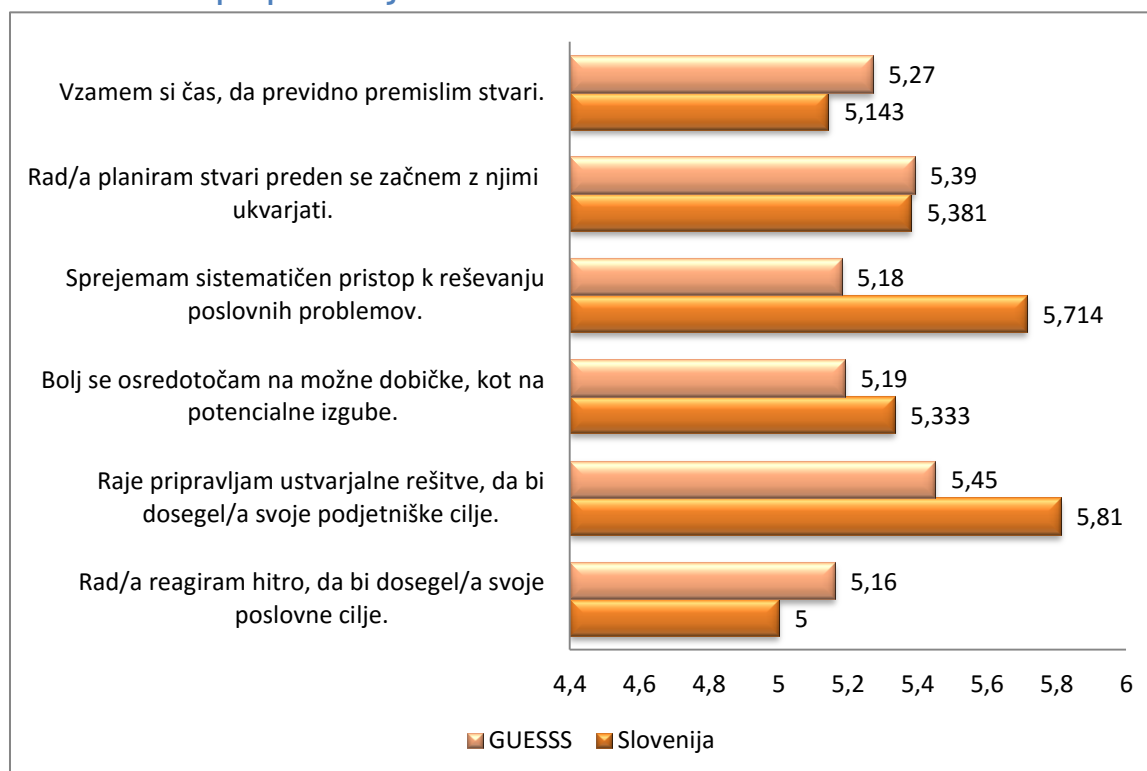
## 6.19 Pristopi pri poslovanju

Naslednji sklopi trditev se nanašajo na pristope, ki jim anketirani sledijo, ko poslujejo. Trditve so anketirani ocenjevali trditve z ocenami od 1 do 7, pri čemer je 1 pomenilo močno se ne strinjam in 7 močno se strinjam. Podana so povprečja slovenskih odgovorov in povprečne ocene celotne GUESSS raziskave.

Najprej nas je zanimalo, ali so vprašani sistematični, ko poslujejo, ali si vzamejo čas za premislek ali hitro reagirajo. Slika 65 kaže, da so se anketirani v povprečju strinjali z vsemi trditvami iz tega niza (povprečna ocena 5 ali več).

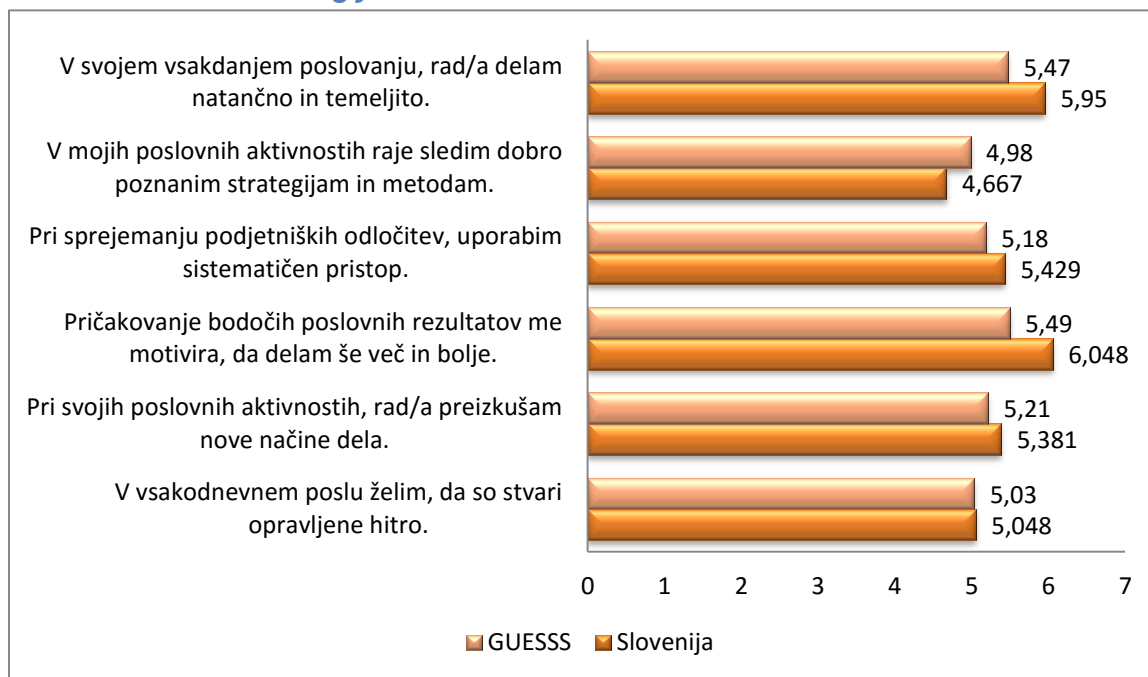
Pri primerjavi s celotnim vzorcem GUESSS je opaziti razliko pri dveh vprašanjih. Opazno je, da slovenski študentje podjetniki več pozornosti namenjajo sistematičnemu pristopu k reševanju poslovnih problemov ter pri pripravljanju ustvarjalnih rešitev, za dosego podjetniških ciljev saj je bil povprečni odgovor v Sloveniji 5,71 oziroma 5,81, v celotnem vzorcu GUESSS pa je sta bila 5,18 oziroma 5,45. Iz tega lahko sklepamo, da so slovenski študentje pri svojem podjetniškem udejstvovanju v tem kontekstu nekoliko bolj sistematični in kreativni.

Slika 65: Pristop k poslovanju



Tudi trditve v naslednjem nizu so bile v slovenskem in celotnem GUESSS vzorcu v povprečju ocenjene s 5 ali več. Le trditev »V mojih poslovnih aktivnostih raje sledim dobro poznanim strategijam in metodam« je bila v slovenskem vzorcu ocenjena s povprečno oceno 4,667, kar pa še vedno ne pomeni, da se anketirani z njo ne strinjajo in ne sledijo takemu pristopu pri poslovanju.

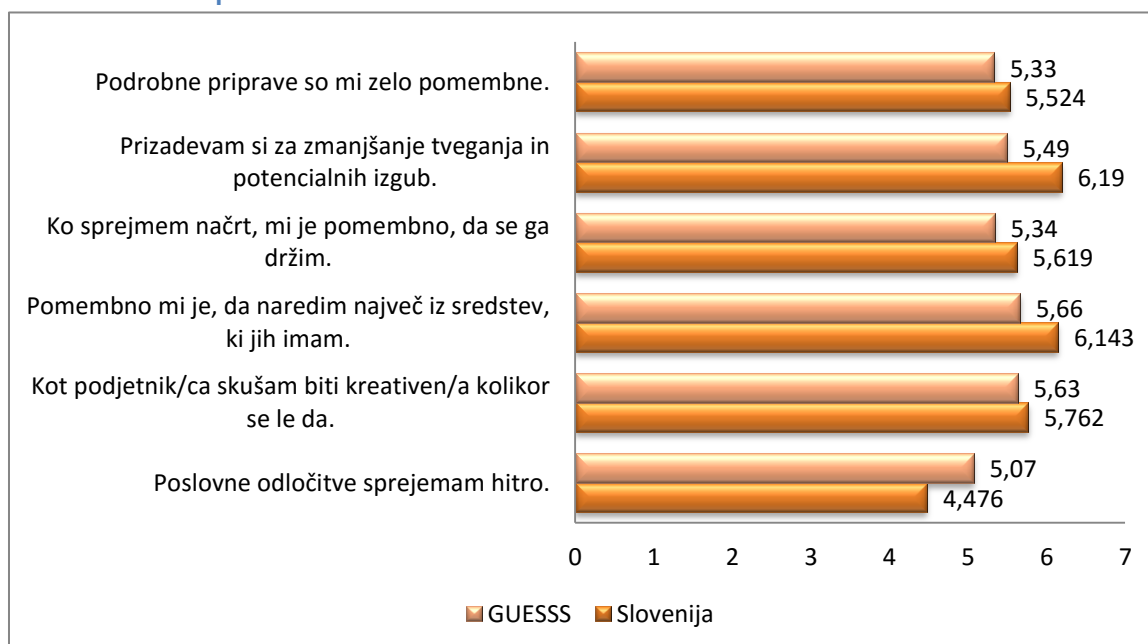
**Slika 66: Posel in strategija dela**



Naslednji niz trditev se je nanašal na: priprave, tveganje, načrt, poraba sredstev, kreativnost ter hitrost poslovnega odločanja. Vsi pristopi so bili ocenjeni z oceno več kot štiri, kar pomeni, da so anketirani pri svojem poslu naklonjeni podrobnim pripravam, zmanjševanju tveganja, izvajanju dejanj po načrtu, maksimalnemu izkoriščanju sredstev, ki so na voljo, kreativnosti in hitrim odločitvam. Enako velja za celotno GUESSS raziskavo.

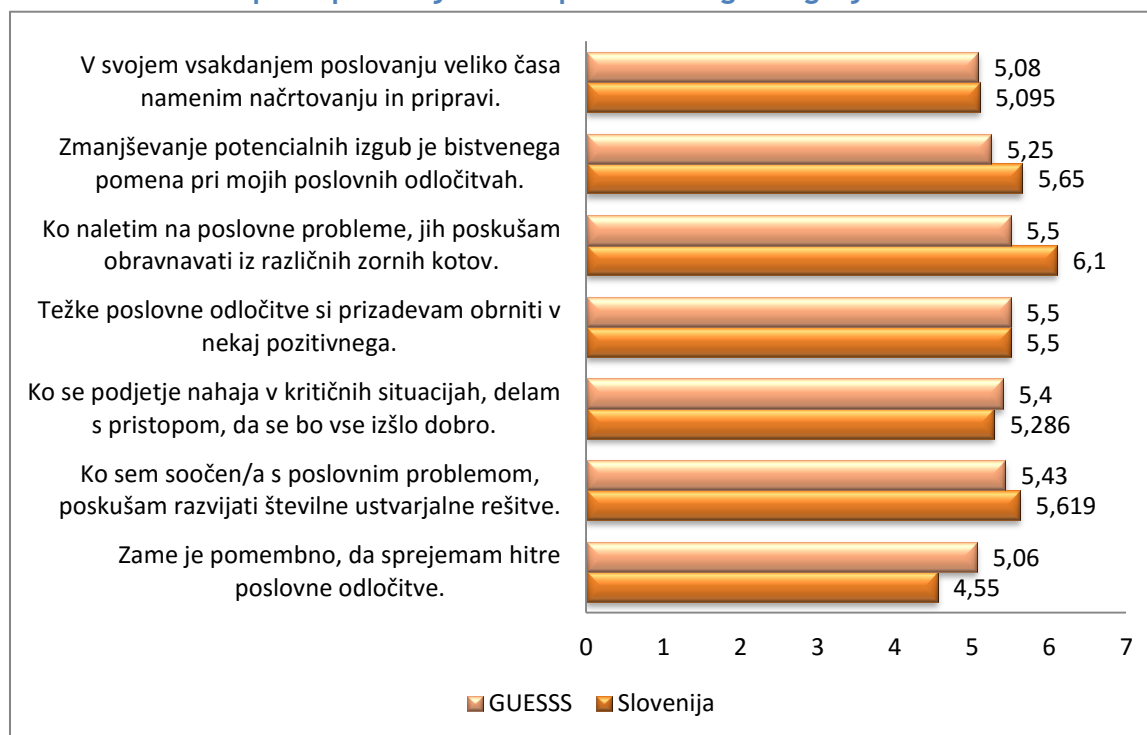
Vidno je le nekoliko večje odstopanje pri drugem pristopu »Prizadevam si za zmanjšanje tveganja in potencialnih izgub.« Povprečna ocena nad 6 kaže, da so anketirani v slovenskem vzorcu zelo naklonjeni temu pristopu.

**Slika 67: Pristop do dela**



Slika 68 kaže, da je bilo tudi zadnjih sedem izbranih pristopov ocenjenih s povprečno oceno več kot 4. Pravzaprav je bilo prvih šest naštetih pristopov v slovenskem vzorcu in celotnem GUESSS vzorcu ocenjenih z oceno več kot 5, le zadnji, ki se nanaša na hitre poslovne odločitve, je bil nekoliko slabše ocenjen v slovenskem vzorcu. Prav tako izstopa trditev »Ko naletim na poslovne probleme, jih poskušam obravnavati iz različnih zornih kotov,« ki je bila ocenjena s povprečno oceno več kot 6 (slovenski vzorec). To pomeni, da so anketirani v Sloveniji zelo naklonjeni temu pristopu.

**Slika 68: Posel in pristop do dejavnikov potencialnega tveganja**



## 7. Podjetje staršev sodelujočih

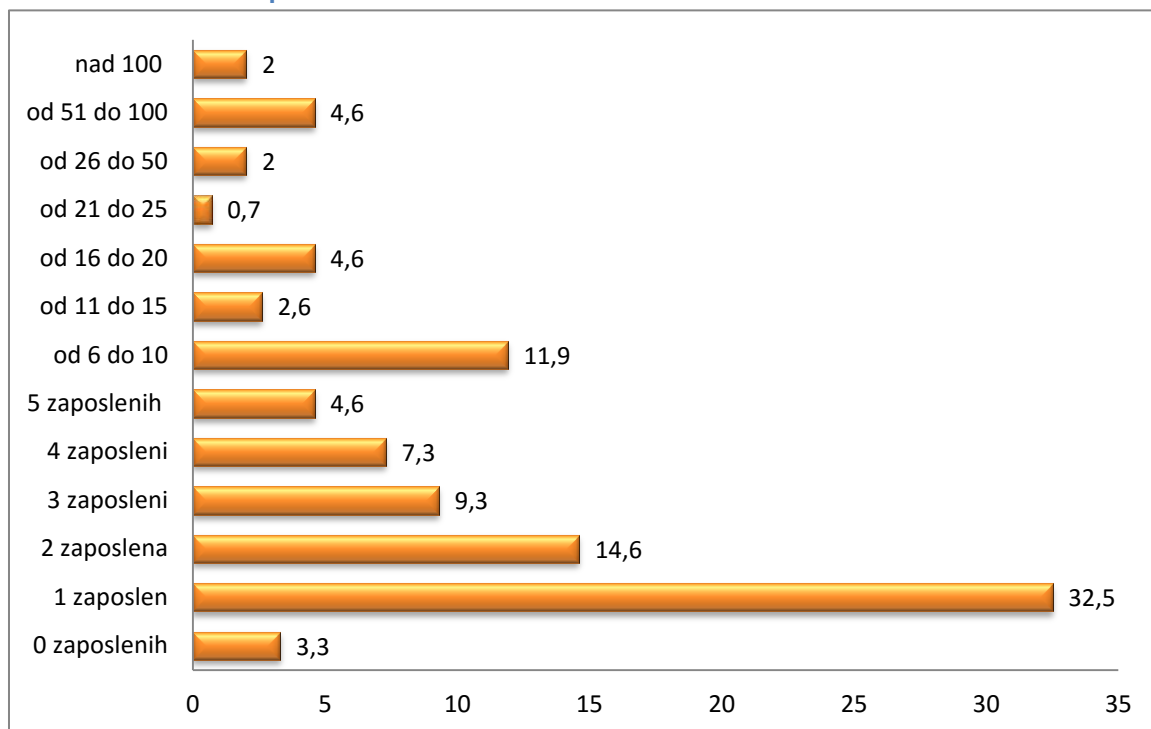
Prvo vprašanje, ki smo ga zastavili je bilo, kdaj je bilo to podjetje ustanovljeno?

Največ podjetij staršev anketiranih študentov in študentk je bilo ustanovljenih v letu 1993. Če gledamo kvartarno razporeditev pa ugotovimo, da je bilo četrtnina podjetij ustanovljena do leta 1990, naslednji kvartal je bil leta 1996 in zadnji leta 2005, ki je leto, po katerem je bila ustanovljena zadnja četrtnina vseh podjetij v tem kontekstu.

### 7.1 Število zaposlenih

V nadaljevanju raziskave so se vprašanja nanašala na podjetja staršev anketiranih študentov. Le-teh je bilo 155. Anketa je pokazala, da ima večina (83,5%) obravnavanih podjetij 10 ali manj zaposlenih, pri čemer jih ima skoraj tretjina (32,5%) samo enega zaposlenega. Le 6,6% podjetij je takih, ki imajo 50 ali več redno zaposlenih.

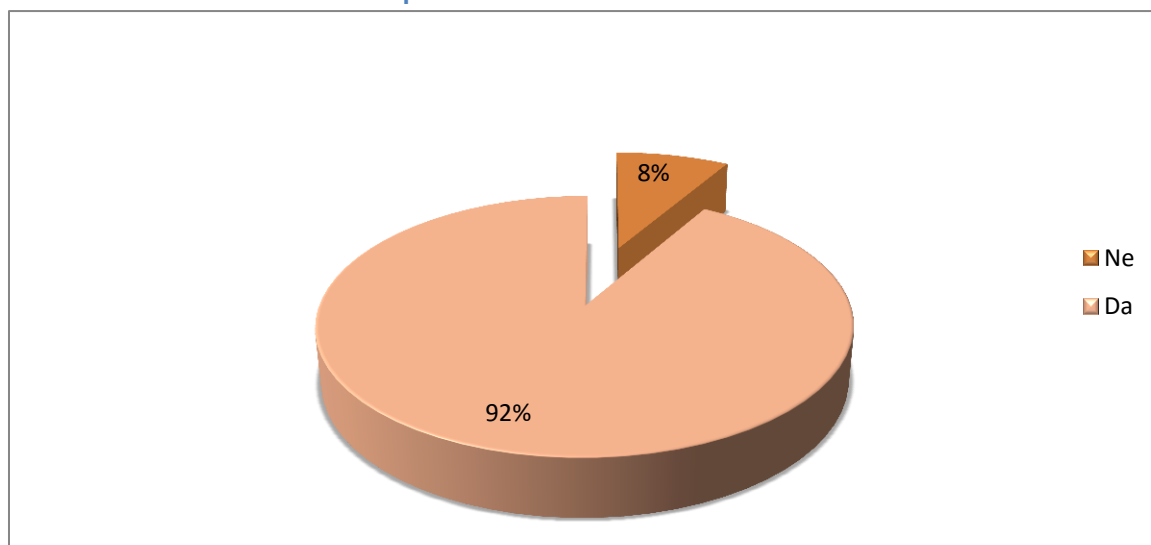
Slika 69: Število zaposlenih



## 7.2 Operativno vodenje posla

Nadalje nas je zanimalo, kdo vodi podjetje, ki je v lasti staršev anketiranih. Slika 70 kaže, da v večini primerov (92%), vodita ta posel oče ali mati. To potrjuje izhodišče, da je podjetje MSP, kjer prevladuje vodenje podjetja iz strani podjetnika. Pri večjih podjetjih prevladuje vodenje podjetja iz strani managerja, ki ga podjetniki - lastniki zaposlijo.

Slika 70: Oče ali mati vodita posel

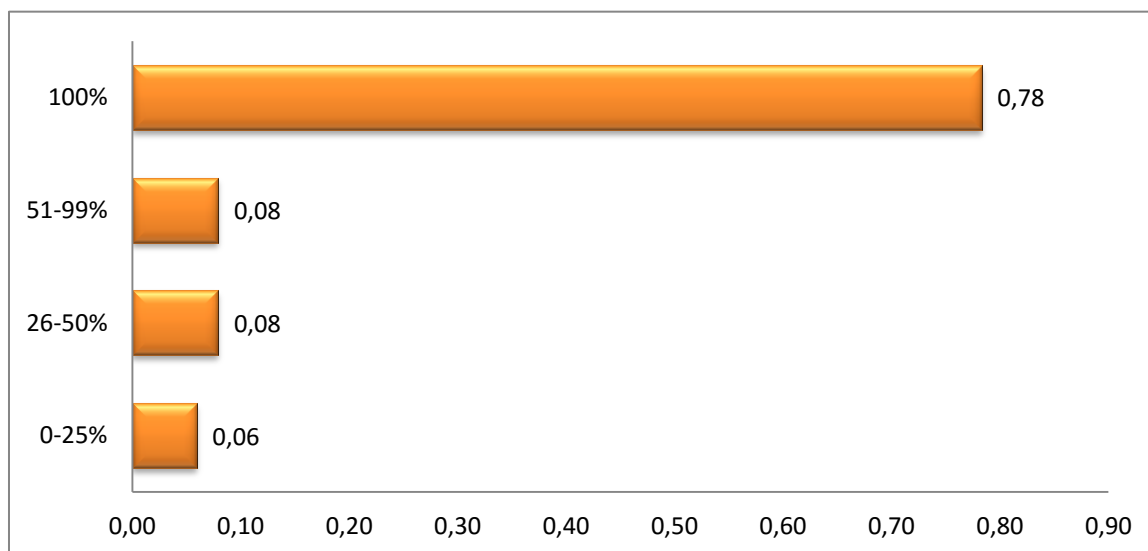




### 7.3 Lastniški delež v rokah družine

Nadalje nas je zanimal lastniški delež in kdo vodi podjetje, ki je v lasti staršev anketiranih. Slika 71 kaže, da je v večini primerov (91,6%) lastnik podjetja oče, kar kaže na še vedno veliko prevlado moških na vodstvenih položajih. Prav tako nas je zanimalo, kolikšen je lastniški delež, ki je v rokah družine. Kot pričakovano je največji delež (kar 78%) podjetij v stodontnem lastništvu družine.

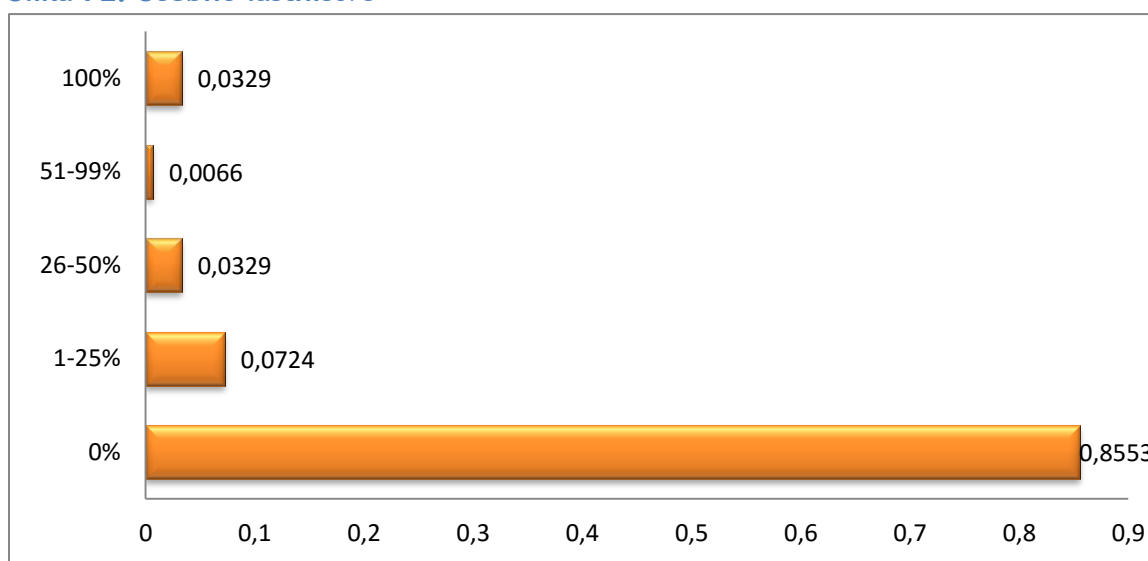
Slika 71: Lastništvo družine



### 7.4 Osebni lastniški delež v podjetju

Anketirane smo tudi vprašali, kolikšen je njihov osebni lastniški delež v podjetju staršev. Pri tem je kar 85,5% študentov odgovorilo, da nimajo lastništva nad podjetjem svojih staršev (slika 72).

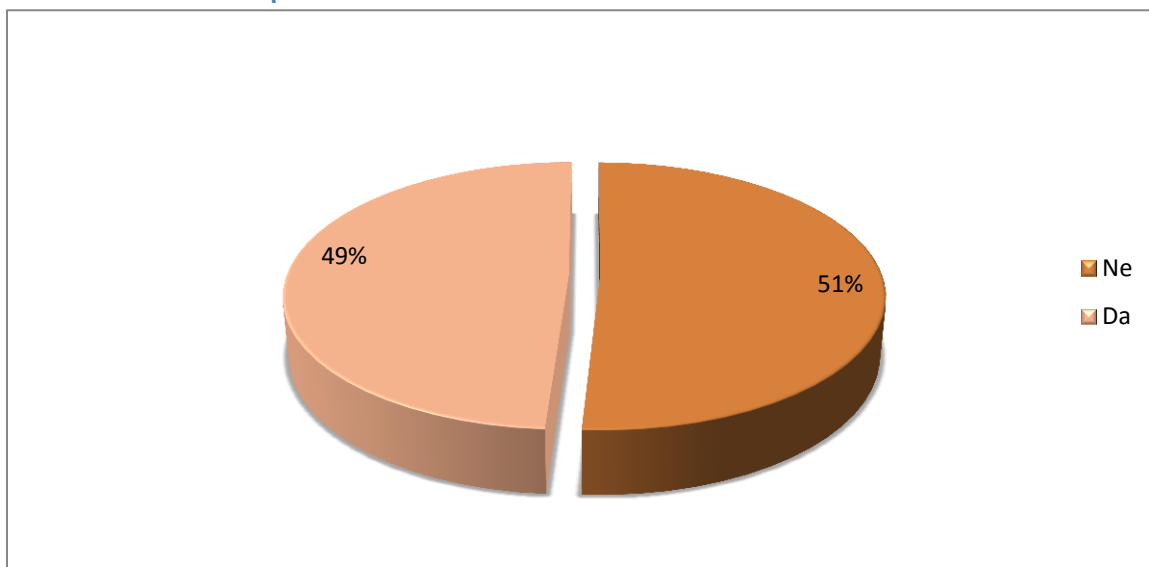
Slika 72: Osebno lastništvo



## 7.5 Ali je posel družinski posel

Glede na zgornje rezultate je relativno presenetljivo, da skoraj polovica vprašanih posel svojih staršev ne jemlje kot družinski posel. Le dobra polovica anketiranih gleda na posel svojih staršev kot družinski posel.

Slika 73: Družinski posel



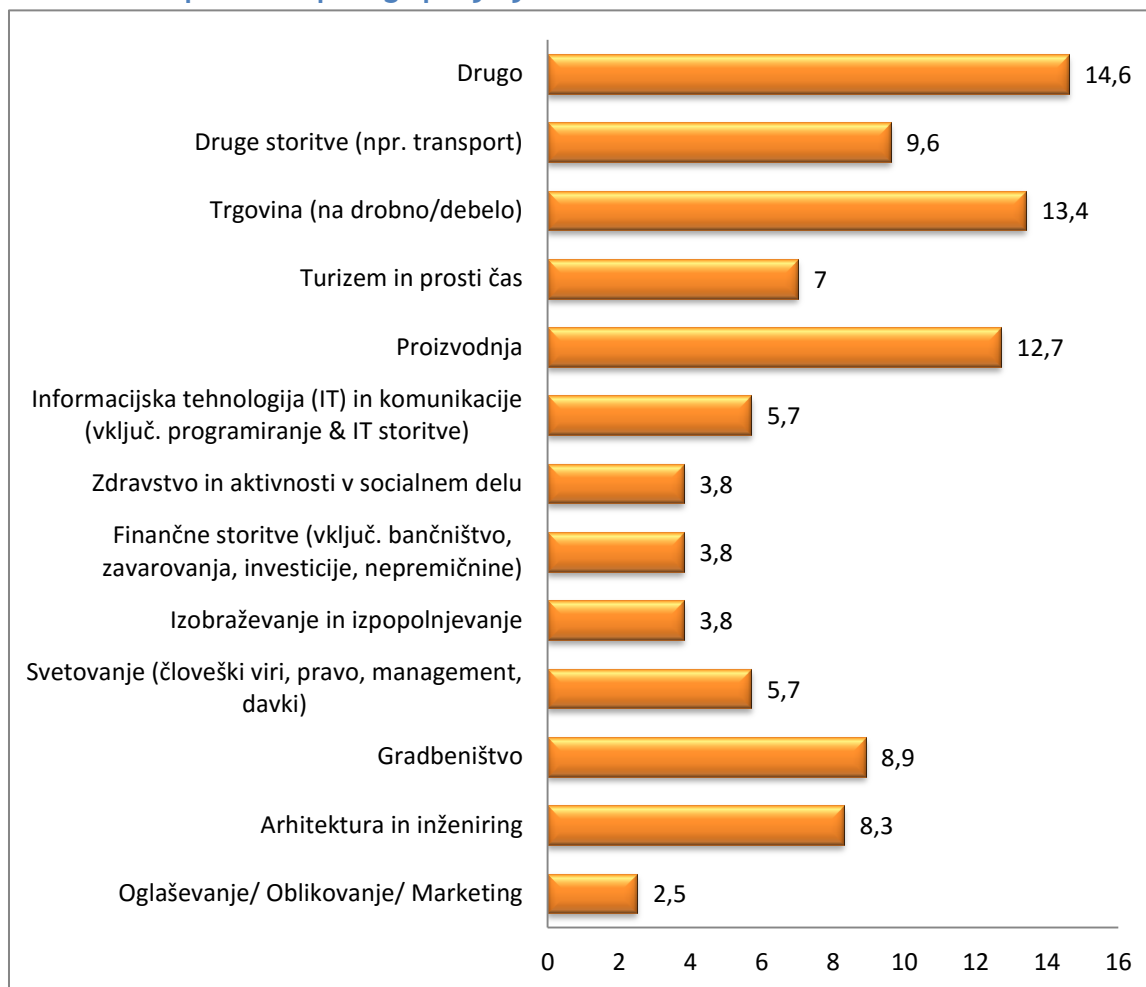
## 7.6 Gospodarska panoga podjetja staršev

Prav tako nas je zanimalo, v kateri gospodarski panogi je podjetje staršev anketiranih pretežno aktivno. Pri tem sta izstopali dve panogi: trgovina (na drobno/debelo) (13,4%) in proizvodnja (12,7%).

Najmanj je bila zastopana panoga oglaševanje/oblikovanje/ marketing, pa tudi panoge zdravstvo in aktivnosti v socialnem delu, finančne storitve in izobraževanje ter izpopolnjevanje, kjer deluje 3,8% podjetij staršev naših anketiranih.

Kar 14,6% obravnavanih podjetij pa je, glede na prejete odgovore, aktivnih drugje.

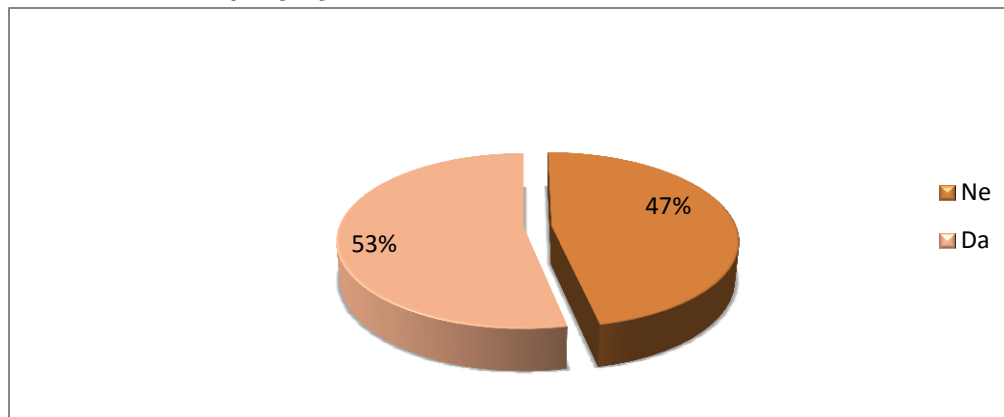
Slika 74: Gospodarska panoga podjetja staršev



## 7.7 Delo v podjetju staršev

Slika 75 kaže, da je dobra polovica (53,21%) anketiranih študentov že delala v podjetju staršev. Po drugi strani pa je presenetljivo, da kar 46,79% vprašanih še nikoli ni delalo v podjetju svojih staršev.

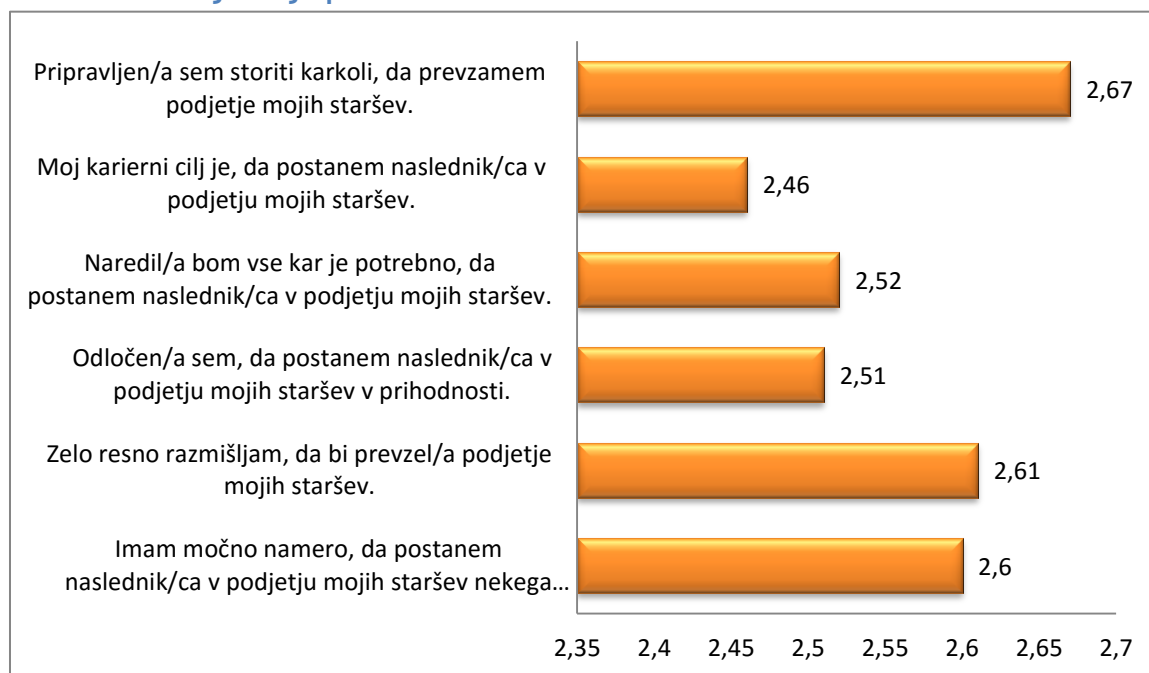
Slika 75: Delo v podjetju staršev



## 7.8 Pripravljenost za nadaljevanje posla staršev

V nadaljevanju smo anketirane povprašali, ali želijo nadaljevati posel svojih staršev. Pri tem so anketirani ocenjevali trditve z ocenami od 1 do 7, pri čemer je 1 pomenilo močno se ne strinjam in 7 močno se strinjam. Podana so povprečja odgovorov. Iz slike 76 lahko razberemo, da anketirani trenutno nimajo močne namere nadaljevati posla svojih staršev. Vse zapisane trditve so bile ocenjene s povprečno oceno manj kot 3.

Slika 76: Nadaljevanje posla staršev



Naslednje trditve so se nanašale na odnos anketiranih študentov do nasledstva podjetja njihovih staršev. Glede na predhodni niz trditev, so bile te trditve ocenjene nekoliko boljše, vendar je še vedno povprečna ocena pri vseh manj kot 4.

Slika 77: Nasledstvo in posledice

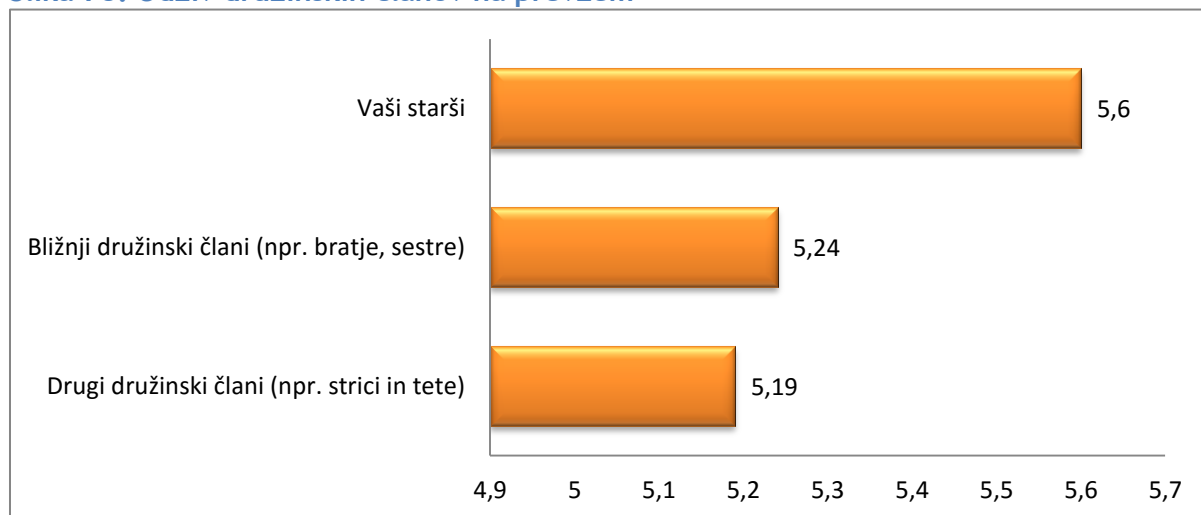


## 7.9 Odziv družine na prevzem podjetja staršev

Slika 78 kaže, da večina vprašanih meni, da bi člani njihove družine (starši, bližnji in drugi družinski člani) pozitivno sprejeli njihovo nasledstvo v podjetju staršev. Povprečje odgovorov je bilo pri vseh kategorijah večje od 5.

Vprašanje se je glasilo »Če boste postali naslednik/ca v podjetju vaših staršev; kako bodo ljudje v vašem okolju odreagirali?« z ocenami od 1=zelo negativno do 7=zelo pozitivno.

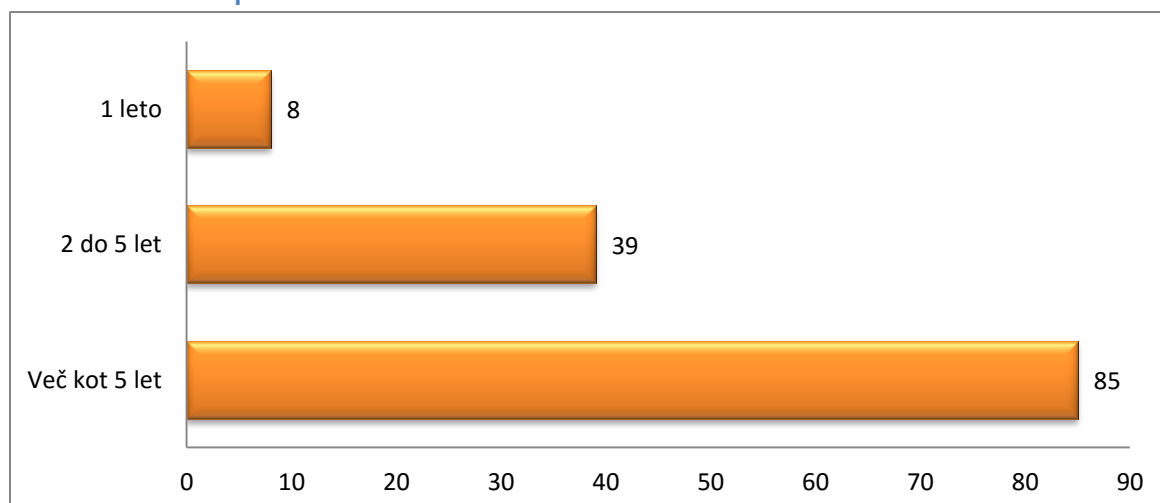
Slika 78: Odziv družinskih članov na prevzem



## 7.10 Čas do prevzema podjetja staršev

Nazadnje smo anketiranim zastavili vprašanje: »V primeru, da nameravate naslediti podjetje svojih staršev, v koliko letih bi se to lahko zgodilo?« Izkazalo se je, da skoraj dve tretjini vprašanih (64,4%) ne namerava prevzeti podjetje svojih staršev v obdobju naslednjih petih let.

Slika 79: Čas do prevzema



## 8. Sklep

GEA College - Fakulteta za podjetništvo v Ljubljani je nosilec projekta GUESSS v Republiki Sloveniji že od samega začetka izvajanja, saj je poslanstvo fakultete, da pospešuje transfer podjetniškega znanja iz akademije v prakso. Namen raziskave GUESSS je ugotavljanje podjetniških izkušenj študentov, proučevanje odnosa študentov do podjetništva in analiza podjetniškega okolja, kot ga percipirajo študentje. Raziskavo je v Sloveniji podprla zavarovalnica Adriatic Slovenica, na mednarodni ravni pa je raziskavo podprlo podjetje Ernst & Young.

Kaj delamo na proučevanem področju mi, GEA College, Fakulteta za podjetništvo v Ljubljani?

Kreativnost, drznost, samoiniciativnost, usmerjenost k ciljem, prilagodljivost in sposobnost obvladovanja različnih situacij so že dolgo vrline in veščine, ki so pomembnejše od pridnosti in delavnosti. Tudi brez teh seveda ne gre, niso pa dovolj, če želimo premikati meje, biti bolj uspešni od povprečja, realizirati ideje in izkoristiti priložnosti, ki jih drugi ne. Zakaj so nekateri posamezniki tako prodorni, iznajdljivi, vedno ob pravem času na pravem mestu? Odgovor se skriva v podjetniški miselnosti (en. Entrepreneurial mind-set).

Po definiciji, ki jo ponuja Financial times se podjetniška miselnost nanaša na posebno stanje duha, ki usmerja človekovo vedenje do podjetniške aktivnosti in rezultatov. Posameznike z razvito podjetniško miselnostjo pogosto povezujemo z zaznavanjem priložnosti, ustvarjanjem inovacij in ustvarjanjem nove vrednosti. Hkrati imajo posamezniki zmožnost sprejemanja tveganja in so sposobni optimalno delovati tudi v negotovosti. Na GEA College pri svojem delu širimo podjetniško miselnost in na ta način neposredno vplivamo na razširjenost in promocijo podjetništva v Sloveniji in v širši regiji.

Aktualna raziskava GUESSS se je izvajala v letu 2016 in je bila pripravljena kot anketa v spletni formi. Nagovorno pismo in povezava do spletne ankete sta bila poslana na večino slovenskih višješolskih, visokošolskih in univerzitetnih institucij. Večina teh institucij je sodelovanje v raziskavi sprejelo, medtem ko so ga določene institucije zavrnilo.

Analiza rezultatov na področju slovenskega vzorca kaže, da je pri nas fakultativno okolje relativno bolj spodbudno (v vseh pogledih) za podjetniško razmišljanje in udejstvovanje, medtem ko so slovenski študentje v primerjavi z GUESSS povprečjem podpovprečno podjetniško motivirani. Razloge za to stanje bi lahko iskali pri situaciji v slovenski državi in možnostih, ki jih omogoča slovenska realnost (mladi v Sloveniji živijo pri starših rekordno dolgo zaradi določenih razlogov, od katerih je smiselno izpostaviti relativno nizek standard ter trend problematike slovenskega trga delovne sile oziroma razširjenost prekarne oblike zaposlitve med mladimi).

Zanimivo, vendar ne presenetljivo, je dejstvo, da ima v Sloveniji manj študentov samozaposlene starše kot v povprečju celotnega vzorca GUESSS. Vzroki za to situacijo so znani, saj je podjetništvo kot družbeno sprejemljiv koncept v slovenski družbi prisotno šele od osamosvojitve države (od 1991. leta). Podjetništvo za Slovence ni tradicionalna vizija zaposlitve ampak očitno bolj alternativa, v primeru težav pri iskanju službe oziroma želja po uresničitvi zelenih podjetniških ciljev. Skladno s tem je pričakovana tudi ugotovitev iz raziskave, da so slovenski študentje bolj kot povprečni študent iz celotnega vzorca

odločeni, da bodo nekoč imeli svoje podjetje, vendar niso pripravljeni za to storiti toliko, kot kolegi iz tujine.

Raziskava je tudi pokazala, da ima v celotnem vzorcu GUESSS v povprečju več študentov podjetje kot v Sloveniji. Na drugi strani pa več študentov v Sloveniji kot v tujini ne želi, da njihov posel postane glavno delo po zaključku izobraževanja, kar bi lahko kazalo na dejstvo, da s svojim poslom niso zadovoljni tako kot kolegi v tujini ali pa ne vidijo možnosti izboljšanja razmer v kratkem do srednjem roku.

Analiza podatkov iz raziskave GUESSS je še pokazala, da s svojim poslovanjem 72,22% slovenskih podjetnikov ustvarja dobiček, medtem ko je takih podjetij v celotnem vzorcu GUESSS 78,3%. To potrjuje predpostavko, da je okolje v Sloveniji za podjetnike na trgu manj kakovostno kot okolje na izobraževalnih institucijah oziroma da imajo slovenski študenti podjetniki relativno slabše okolje za podjetništvo kot kolegi iz celotnega GUESSS vzorca.

Večina slovenskih podjetij ima status družinskega podjetja in so po opredelitvi MSP-ji. To potrjuje tudi podatek, da v kar 92% podjetij, ki jih imajo v lasti staršev anketiranih vodita posel oče ali mati. Velika večina anketiranih nima v lasti podjetja svojih staršev, v tej smeri pa je podobna situacija na področju prevzemanja podjetja staršev. Slovenski študentje temu niso najbolj naklonjeni.

Glede na analizo rezultatov raziskave GUESSS v Sloveniji, glede na podjetniško dinamiko, glede na dinamiko poslovnih modelov in dejstva o mobilnosti kapitala, bi mladim svetovali, da se pri svojih podjetniških ciljih ne omejujejo samo na domovino, ampak imajo od začetka v mislih globalni trg. Potencial rasti podjetja se neposredno navezuje na volumen potencialnih strank, ki pa jih lahko dosežemo v večini primerov samo na mednarodnih trgih. Da je smiselno planirati posel na globalni ravni pričajo tudi dejstva, da je večina najuspešnejših slovenskih podjetij mednarodno orientiranih.

V tem kontekstu je naslednje priporočilo naslovljeno na snovalce politike. Ti naj se fokusirajo na pomoč podjetnikom pri penetraciji posla v tujino in s svojimi povezavami oziroma eventualno s finančno podporo pomagajo slovenskim podjetjem pri prodoru na tuje trge.

Nadalje bi državi svetovali, da dejansko udejanji ideje, ki so predstavljene v brošurah o podjetništvu in privabi mlade s podjetniško stimulatívno platformo ter zaustavi beg možganov, ki je za Slovenijo dolgoročno slab. Problemi, ki obstajajo na določenih področjih (npr. vzroki, zakaj v Sloveniji mladi rekordno dolgo živijo pri svojih starših) se ne morejo ustrezno rešiti s parcialnimi ukrepi, ampak se morajo implementirati v obliki sistemskih rešitev, ki odpravljajo vzroke in ne samo korigirajo posledice vzrokov.

Tako bi za izboljšanje razmer na področju mladih bilo potrebno, ob predpostavkah trenda prekarnih oblik dela, nekonkurenčnega stanja populacije mladih na področju pridobivanja kreditov, gospodarske usmerjenosti države in podobno, ustvariti konceptualni plan za mlade, da bi lahko le-ti so-ustvarjali in tudi ustvarili sebi zadostne pogoje, ki omogočajo kvaliteten standard in nadaljnjo rast v osebnem ter profesionalnem življenju. Potrebno se je zavedati, da živimo v kapitalizmu a vseeno je država še vedno tista, ki privablja ali odganja ljudi.

## 9. LITERATURA

Audretsch, D. B. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *The Journal of Technology Transfer*, 39(3), 313-321.

Brockhaus, Robert H., Pamela S. Horwitz. 1986. *The psychology of the entrepreneur*. V: Norris F. Krueger. 2002. *Critical perspectives on business and management*. London: Routledge. 260-279.

Ernst&Young. 2012. *Built To Last: Family businesses lead the way to sustainable growth*. [Http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Built\\_to\\_Last/\\$FILE/Built\\_to\\_Last.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Built_to_Last/$FILE/Built_to_Last.pdf)

Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.

Ibrahim, N., & Mas'ud, A. (2016). Moderating role of entrepreneurial orientation on the relationship between entrepreneurial skills, environmental factors and entrepreneurial intention: A PLS approach. *Management Science Letters*, 6(3), 225-236.

Jeraj, M. (2014). The relationship between optimism, pre-entrepreneurial curiosity and entrepreneurial curiosity. *Organizacija*, 47(3), 199-209.

Liñán, Francisco in Yi-Wen Chen. 2009. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 33 (3): 593-617.

Marija Remškar, pridobljeni spletni vir na: [http://www.psihoterapija-mr.si/-ez-30-in-pri-tastarih\\_1.html](http://www.psihoterapija-mr.si/-ez-30-in-pri-tastarih_1.html); 2016/2017.

Scherer, Robert F., Janet S. Adams, Susan Carley, in Frank A. Wiebe. 1989. Role model performance effect on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory & Practice* 13: 53-57.

Svetovna banka, pridobljeni spletni vir na <http://www.worldbank.org>; 2016/2017.

Zellweger, Thomas, Philipp Sieger in Frank Halter. 2011. Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of business venturing* 26 (5): 521-536.