



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Ekonomist

Modul: Organizator poslovanja – organizator podjetništva
in trženja

PODJETNIŠTVO MLADIH

Mentorica: mag. Alenka Bradač, univ. dipl. ekon.

Kandidatka: Katja Frančiška Erjavec

Lektorica: Mija Jandrlić

Kranj, januar 2012

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici mag. Alenki Bradač.

Hvala gospe Danieli Žagar z OOZ Kranj za vzpodbudo in podporo ter vsakokratno veselje ob opravljenem posameznem izpitu.

Zahvaljujem se tudi lektorici Miji Jandrič, ki je lektorirala mojo diplomsko nalogo.

Posebna zahvala pa gre mojima otrokoma Timoteju in Gei, ki sta potrpežljivo čakala ta dan.

IZJAVA

»Študentka Katja Frančiška Erjavec izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Alenke Bradač.«

»Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.«

Kranj, _____

Podpis: _____

POVZETEK

V diplomskem delu sem analizirala razliko med mladim podjetnikom in starejšim podjetnikom (na podlagi intervjujev), predstavila lastnosti mladega podjetnika in uresničitev ideje do podjetja. Poglavitna naloga je bila, kako mlade poučiti o podjetništvu, uvedba podjetniškega krožka v tri osnovne šole in ugotoviti učinke tega. To sem izvedla s pomočjo intervjujev z učenci in mentorji krožka.

KLJUČNE BESEDE

- ustvarjalnost
- mladi podjetnik
- podjetniški krožek

ABSTRACT

In my diploma thesis the analysis of difference between a junior and a senior entrepreneur is made by the help of interviews and it exhibits the characteristics a junior entrepreneur needs in order to bring to effect the idea of undertaking. My essential idea was to teach the young generation about undertaking, to introduce an undertaking circle into three primary schools and to observe the effects of this. The latter was achieved by interviewing pupils and circle mentors.

KEYWORDS

- creativity
- junior entrepreneur
- undertaking circle

KAZALO

1	UVOD	1
1.1	PREDSTAVITEV PROBLEMA	1
1.2	PREDSTAVITEV OKOLJA.....	2
1.3	METODE DELA	5
2	TEORETIČNE OSNOVE	6
2.1	PODJETNIŠKO RAZMIŠLJANJE.....	6
2.2	LASTNOSTI MLADEGA PODJETNIKA.....	8
2.3	RAZLIKA MED MLADIM IN STAREJŠIM PODJETNIKOM.....	11
2.4	OD IDEJE DO PODJETJA	13
3	PODJETNIŠKI KROŽEK	15
3.1	UVEDBA KROŽKA V OŠ	15
3.2	VZPODBUDITEV USTVARJALNOSTI V OŠ.....	16
4	IZBIRNI PREDMET »USTVARJALNOST IN PODJETNOST«.....	21
4.1	UVEDBA IZBIRNEGA PREDMETA V OŠ	21
5	ZAKLJUČKI.....	24
5.1	OCENA ANALIZE PO UVEDBI KROŽKA.....	24
5.2	MOŽNOSTI NADALJNJEGA RAZVOJA USTVARJALNOSTI UČENCEV	30
5.3	ZAKLJUČNE MISLI.....	32
	LITERATURA IN VIRI	33
	PRILOGE	34
	KAZALO SLIK	34
	KAZALO GRAFOV	34
	KAZALO TABEL.....	34
	KRATICE.....	34

1 UVOD

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

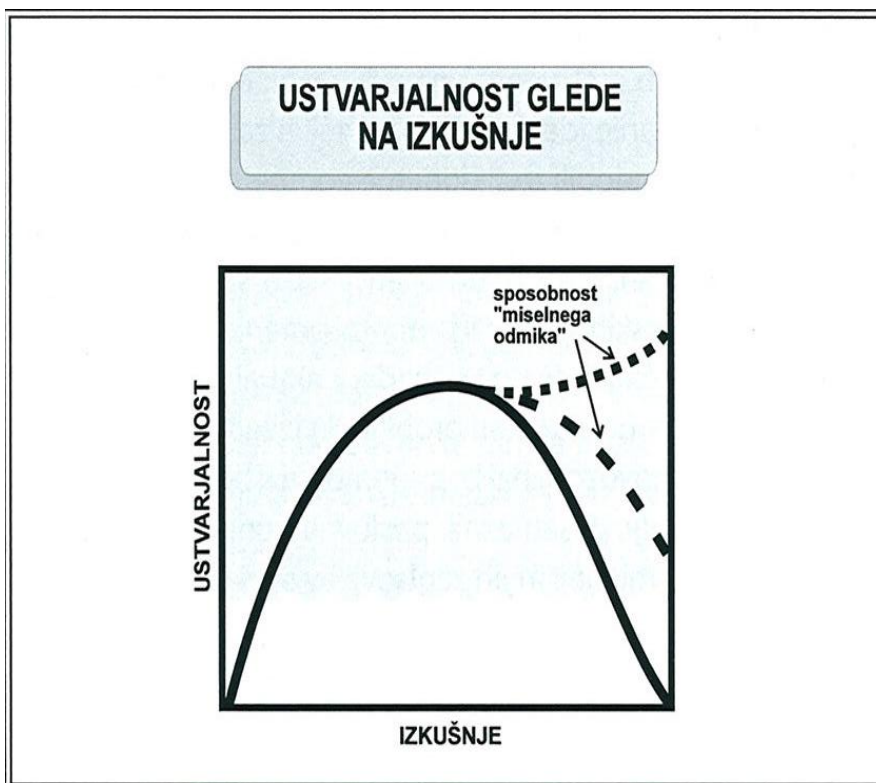
Za upadanje ustvarjalnosti ljudi sta večinoma odgovorni vzgoja in izobraževanje v naši kulturi, ki premalo razvijata prirojeno kreativnost. V diplomskem delu bomo poizkusili odgovoriti na vprašanja, kako vzpodbuditi ustvarjalnost pri mladih, kako narediti preskok v razmišljanju, ustvarjati odnose in povezovati se na bolj kreativen način.

Temeljni cilj naloge in hkrati tudi velika želja je uvesti izbirni predmet »Ustvarjalnost in podjetnost« v modul vzgojno-izobraževalnega procesa v osnovnih šolah, predvsem pa vzpodbuditi pozitiven odnos do podjetništva, z namenom, da učenci razvijajo te sposobnosti, sami sprejemajo odločitve in se pripravijo na odgovornost. Podjetja današnjega časa namreč temeljijo na ljudeh, na zaupanju vanje in na njihovo kulturo.

Mladi si sicer v današnjem času upajo razmišljati o novih možnostih, o drugačnih odnosih, o drugačnih ciljih. Njihov pogled je širši in z lahkoto pridobivajo znanje doma in po svetu. Velik problem pa je individualizem. Za kreativnost in hiter pretok idej pa je potrebno odprto okolje, kjer prevladujeta timsko delo in dobra komunikacija in nastajajo nove rešitve, izboljšave, inovacije. Naš izobraževalni sistem še ne podpira takega okolja. Zakaj »izdeluje« rutinerje? Zakaj ni inovativnost zapisana v kurikulumu šol? Ali mladi pridobljeno znanje le reproducirajo ali ga znajo tudi ustvarjalno povezovati? Ali so učitelji usposobljeni in motivirani za tako delo, ki ne zahteva le znanja, ampak tudi izkušnje, kulturo ustvarjalnosti? Zelo redki mladi uspejo zamisel razviti do koristne inovacije.

Mlade je potrebno usmerjati v podjetniško razmišljanje in stimulirati samoiniciativo ter kreativnost. S tem bodo spremenili miselne vzorce pri izbiri nadaljnega šolanja, pripomogli k preusmeritvi regijske izobrazbene strukture in spreminjali vzdušje nenaklonjenosti podjetniškemu tveganju. Zelo pomembno je, da razvoj podjetništva gradimo na trikotniku šola – dom – lokalno okolje.

Ustvarjalnost je človekova lastnost, da zmore pri svojem ravnanju opustiti kaj utečenega in napraviti nekaj drugačnega. Z ustvarjalnostjo je podobno kot z različnimi talenti. Marsikdo ima talent za glasbo, risanje, a je to premalo. Če nima ustrezne izobrazbe, če talenta ne razvija, večinoma lahko zaigra le enostavno skladbo na inštrument ali amatersko nariše stvari. Če hočemo biti profesionalni, moramo talent neprestano razvijati. Podobno je z ustvarjalnostjo. Ves čas se moramo truditi in iskati nove ideje. Pri tem nam lahko pomagajo tehnike za krepitev ustvarjalnega mišljenja.



Graf 1: Ustvarjalnost glede na izkušnje
(Likar, 2011)

Na grafu 1 je prikazana povezava med ustvarjalnostjo in izkušnjami. Zelo velike izkušnje zmanjšujejo ustvarjalnost. Vzrok temu so miselni okviri in rutinski način dela. Z »miselnim odmikom« lahko celo dvignemo raven ustvarjalnosti (Likar, 2010).

Kaj je ustvarjalnost?

Zmožnost pri svojem ravnanju opustiti kaj utečenega in napraviti nekaj drugačnega.

Kaj je ideja?

Zamisel, ki se nam rodi sama od sebe ali ob nekem dogodku.

1.2 PREDSTAVITEV OKOLJA

Zaposlena sem na Območni obrtno-podjetniški zbornici Kranj (v nadaljevanju OOOZ Kranj), ki šteje malo manj kot 2000 članov. Združuje obrtnike in podjetnike Mestne občine Kranj in občin Cerklje, Jezersko, Naklo, Preddvor ter Šenčur. Za hitrejšo rast, boljše poslovanje in zadovoljstvo svojih članov si OOOZ Kranj prizadeva s svojimi aktivnostmi, ki jih izvaja na naslednjih področjih:

- **spremljanje zakonodaje in priprava predlogov ter pripomb za spremembe le-te** – OZ Kranj vsako leto poda številne predloge na zakone, pravilnike in občinske akte. Vsi predlogi se združijo v Zahteve slovenske obrti in podjetništva, ki jih enkrat letno predstavimo vladi na Slovenskem podjetniškem forumu v Portorožu.

Graf 2 prikazuje, koliko zahtev v odstotkih je bilo uresničenih ali delno uresničenih ali jih sploh »ni možno« uresničiti. Tiste, ki so bile v celoti uresničene so:

- decentralizacija sistema finančne kontrole,
- določitev višine prispevkov za pokojninsko in invalidsko ter zdravstveno zavarovanje s. p. 1 x letno,
- uvedba splošnega 30-dnevnega plačilnega roka,
- uvedba večstrankarskega pobota terjatev in obveznosti,
- odprava poročanja o nameri sklenitve avtorske ali podjetne pogodbe,
- omejitev izvršbe na denarna sredstva s. p.,
- vračilo trošarine za gorivo pri prevoznih storitvah.

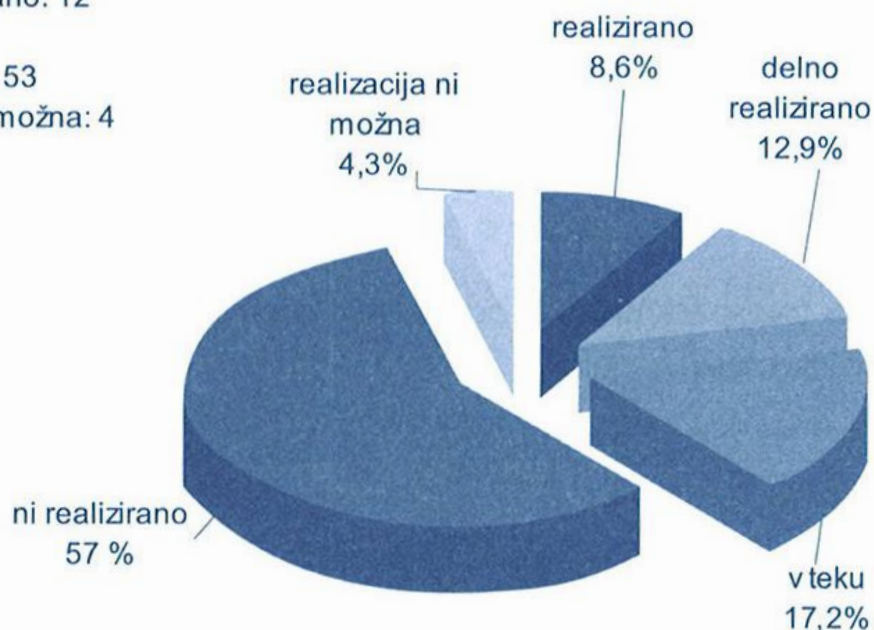
Delno realizirane zahteve so predvsem na področju zmanjšanja plačilne nediscipline in zahtev prevoznikov. V postopku reševanja je 16 zahtev za zmanjševanje administrativnih ovir in pedagoško usposabljanje delodajalcev. Nerealiziranih je ostalo 53 zahtev, ki so bile vključene v Zahteve slovenske obrti in podjetništva 2011. Zahteve, pri katerih realizacija ni možna, pa so:

- znižati stroške in tarife za energetske in komunalne storitve,
- preprečiti ustanovitev agencije za javna naročila,
- odpraviti nesorazmerje med ceno za izdelavo elaborata eksplozijske ogroženosti in ceno za izdajo certifikata o skladnosti,
- OZS podeliti koncesijo za izvajanje obratovalnega monitoringa (Krajnik, 2011).

Realizacija Zahtev slovenske obrti in podjetništva 2010 po podatkih OZS

Skupaj 93 zahtev, od tega:

- realizirano: 8
- delno realizirano: 12
- v teku: 16
- ni realizirano: 53
- realizacija ni možna: 4



Graf 2: Realizacija zahtev obrti in podjetništva 2010 po podatkih OZS
(Krajnik, 2011)

- **svetovalna dejavnost (pravna, računovodska, davčna, finančna ...)** – zaposleni na OOO Kranj nudimo informacije glede ustanavljanja podjetij, o statusnih spremembah, prenosih lastništva, zaposlovanju delavcev, sestavljamo vloge, pogodbe, pritožbe, izvršbe in rešujemo probleme, ki nastajajo pri poslovanju dejavnosti. Leta 2010 je bil ustanovljen CPR – Center podjetniških rešitev, ki nudi članom svetovanja na različnih področjih (internet in promocija, informacijski sistemi, delovna zakonodaja, varstvo pri delu, medicina dela, javni razpisi) s strani priznanih strokovnjakov.
- **obveščanje članov** – OOO Kranj enkrat mesečno svojim članom pošilja interno glasilo Obvestila, redno poteka obveščanje o aktualnostih in novostih preko posameznih strokovnih sekcij in lastne spletne strani pa tudi preko medijev.

- **izobraževanje** – organiziramo razne seminarje, posvete, tečaje na področju varstva pri delu, davčne zakonodaje, Šola računovodstva, tečaji tujih jezikov, računalniških tečajev, enostavne poslovne rešitve ...
- **delo s sekcijami** – v okviru OOOZ Kranj aktivno deluje 16 sekcij, ki se redno sestajajo (organiziranje sejemske nastopov, strokovnih ekskurzij in seminarjev, reševanje problemov stroke ...).
- **druge vrste pomoči** – nudimo pomoč pri iskanju poslovnih prostorov, zaposlovanju, pridobivanju ugodnih kreditov, iskanju poslov ...

1.3 METODE DELA

Pri izdelavi diplomskega dela smo uporabili teoretične in praktične metode. Pri teoretičnih metodah smo si pomagali z literaturo in viri, internetom ter internimi gradivi v projektu UPI (ustvarjalnost, podjetnost, inovativnost).

Pri praktičnih metodah pa smo delali analize s pomočjo intervjujev (vprašalniki so podani v prilogah) in predvsem na lastnih izkušnjah, ki sem jih pridobila kot mentorica v projektu UPI. Izvedli smo dve vrsti anket, in sicer intervjuje z mladimi podjetniki in intervjuje s starejšimi podjetniki ter anketni vprašalnik med mentorji UPI krožkov v OŠ.

2 TEORETIČNE OSNOVE

2.1 PODJETNIŠKO RAZMIŠLJANJE

Zakaj podjetniki razmišljajo in ravnaajo podjetniško?

Poleg osnovnih motivov (potreba po uspehu, po moči, uveljavitvi) imajo podjetniki tudi druge motive, in sicer:

- podjetništvo je način življenja,
- uživanje v delu,
- razumevanje drugih ljudi in motiviranje ljudi,
- rast podjetja,
- želja po podjetniški žetvi.

Odločitev za podjetniško ravnanje je rezultat vrste dejavnikov. Med njimi so osebne lastnosti, okolje posameznika, poslovno okolje in podjetniški motiv.



Kako se lastnosti zrcalijo v podjetnikovem ravnanju:

LASTNOSTI	RAVNANJE
odločnost	disciplina, vztrajnost in odpovedovanje
vodstvenost	motivator, zanesljivost, potrpežljivost
obsedenost s priložnostjo	tržna usmerjenost
strpnost do tveganja	strpnost do konfliktnih situacij, obvladovanje stresa, sposobnost reševanja problemov
ustvarjalnost	odprto razmišljanje, brez strahu pred neuspehom, prilagodljivost
motiviranost za nadpovprečnost	težnja po rasti, videnje stvari v pravi luči, smisel za humor

(Gibb, 2006)

Kakšna pa so tveganja, s katerimi se srečuje podjetnik?

Finančno – podjetje je povezano z osebnim vlaganjem prihrankov, sploh na začetku je tveganje zelo veliko.

Tveganje kariere – na udobno delovno mesto v večjem podjetju oz. instituciji se ne moreš vrniti.

Tveganje v družini in okolju – družina mora živeti s podjetnikovimi načrti, težavami in nevarnostmi, tudi stresom. Tudi vezi s prijatelji se začno rahljati, saj podjetnik ponavadi nima več dovolj časa.

Psihično – lahko nastopijo psihične motnje zaradi slabega prenašanja stresnih situacij ali propada podjetja itd. (Pšeničny, 2000).

Podjetni ljudje uporabljajo posebno mešanico spretnosti, načinov obnašanja in osebnih lastnosti za uresničevanje zamisli. Znajo uporabljati svoje spretnosti, lastnosti in obnašanje za iskanje novih idej in načinov delovanja, da bi spremenili stvari. Podjetništvo ne zadeva le poslovnega sveta, ampak tudi družbeno. Potrebno je ustvarjati dobiček, a v prvi vrsti služiti potrebam skupnosti.

Podjetniki imajo značilen življenjski slog in se razlikuje od tistih, ki delajo za delodajalca. Razlike so:

- več osebne svobode,
- večji nadzor nad potekom stvari,
- večja odgovornost,
- več priložnosti, da uresniči želje,
- širok obseg nalog,
- življenje je bolj negotovo,
- odvisnost od širokega kroga ljudi,
- daljši delovni čas,
- prepletenost družabnega, družinskega in poslovnega življenja,
- več učenja v praksi.

Podjetnik lahko svobodno izbira, koliko ur bo delal, s kom bo sodeloval, kako si bo organiziral dan. Je sam svoj gospodar. Prevzeti mora odgovornost tudi za napake, držati se mora rokov, odgovoren je za storitve oz. izdelke in za zaposlene. Lahko spremeni stvari, ki ga motijo. Mora sprejemati naročila, zaposlovati delavce, proizvajati izdelke oz. opravljati storitve, imeti stik s strankami, dostaviti izdelke itd. Sooča se s stvarmi, na katere nima veliko vpliva: cene goriva, krediti, cene surovin, plačilna nedisciplina, novi zakoni, obrestne mere ... Odvisen je od dobaviteljev, računovodje, bank, strank, konkurence itd. Dela več kot 8 ur dnevno. Posel pa je del njegovega življenja in se polasti tako družinskega kot družabnega življenja.

Prav vsi lahko vadimo in razvijamo določene podjetniške spretnosti, ki bodo vplivale na naše obnašanje in nam pomagale, da bomo postali bolj podjetnejši v vsakdanjem življenju.

2.2 LASTNOSTI MLADEGA PODJETNIKA

Za podjetnika je zelo pomembno okolje, ki vzpodbuja ali pa zavira podjetnost in resnično veselje do dela, ki ga opravlja. Le tako lahko premaguje težave in padce, ki so sestavni del podjetniškega procesa.

Mladi podjetnik mora imeti motivacijo, znanje in sposobnosti ter osebne lastnosti. Slednje so izredno pomembne, ker je podjetnik tisti, ki snuje in uresničuje ideje, ki zaupa v idejo, ki je iniciativen, kreativen, vztrajen, ima jasno vizijo, je energičen in dinamičen, samostojen in neodvisen ter sposoben zgraditi podjetniški team. Podjetnik mora biti mož beseda. Kar se dogovori, tistega se je potrebno držati. Imeti mora torej upravljalvske kompetence – sposoben mora biti reševati probleme, znati načrtovati, sprejemati odločitve, komunicirati in sprejemati tveganja; socialne kompetence – sposoben za sodelovanje, delo v omrežju, prevzemati nove vloge; osebne kompetence – razviti samozaupanje in motivacijo, razmišljati kritično in neodvisno, sposoben učiti se samostojno; podjetniške značilnosti – pokazati pobudo, proaktivnost, ustvarjalnost, soočiti se s tveganji, uveljaviti zamisli (Sendelbah, 2009).

Podjetništva se lahko priučimo. Hitreje razvijamo lastnosti, kot so: odločenost, ustvarjalnost, prilagodljivost, motiviranost in sposobnost vodenja. Težje pridobimo lastnosti: energičnost, zdravje, čustvena stabilnost, inovativnost, inteligenca, vrednote. Obstajajo pa tudi tiste lastnosti, ki delujejo proti podjetniškemu ravnanju: vsevednost, neupoštevanje drugih mnenj, impulzivnost – koleričnost, perfekcionizem, neodvisnost za vsako ceno.

Pri vsakem začetku pa se lahko srečamo tudi z napakami. Mladi podjetnik je velikokrat zaletav, ne razmisli dovolj o dejavnosti ali podjetju. V posel se spusti brez tržne raziskave ali izdelanega poslovnega načrta. Zato mora preveriti, ali trg sploh potrebuje njegov proizvod, ali so ga pripravljene kupiti pod njegovimi pogoji itd. Poslovni načrt je preskok od zamisli do realizacije dejavnosti. In kaže pot k zastavljenemu cilju. Če podjetnik nima dovolj kapitala, lahko zelo kmalu ostane brez potrebnih finančnih sredstev. Zato mora biti čim bolj realen pri ocenah o prodaji, o stroških. Zelo veliko mladih podjetnikov ne prizna napak. Če se napaka naredi, jo je treba priznati in jo čim hitreje odpraviti. Na kratko, podjetnik začetnik svoje podjetje zažene sam in samostojno, upravlja podjetje in je hkrati izvajalec dejavnosti, obvladuje praviloma vse poslovne funkcije, razen računovodske, in je v funkciji managerja in razvojnika (Sendelbah, 2009).

Mlade slovenske podjetnike čaka zelo velik preskok v razmišljanju, komuniciranju in povezovanju na bolj kreativen način, kakor smo bili vajeni do sedaj. Današnji stari starši se še spominjajo revščine, iz katere je izhajala velika želja po šolanju in boljšem življenju. Potem smo prišli mi, ki smo že veliko bolj razvajeni. Motivacija je izhajala iz vprašanj »Kaj bi radi počeli v življenju?« in »Kako čim lažje priti do tega?«. Naši otroci pa se učijo od prezaposlenih staršev. Njihov pogled je veliko širši od našega, saj smo se jim mi veliko bolj odprli, velik pečat pa je naredil internet. Mladi se prebijajo v ospredje veliko hitreje. So bolj praktični, hitreje neodvisni, z lahkoto pridobivajo znanje doma in v tujini. Videti so bolj problematični, saj jih je težko nadzorovati. Upajo si razmišljati o novih možnostih, znajo prestopiti meje ožjega okolja in najpomembnejše, želijo si biti to, kar so. Vizija razvoja mladih je timsko delo in odprto učeče se okolje. To zahteva večjo čustveno inteligenco in ustvarja velik prostor za kreativnost in hiter pretok idej. Predvidevamo, da bodo novodobni podjetniki preobrazili podjetniško kulturo (www.mojedelo.com, 2011).

Nauki za mlade podjetnike:

- delavnost – ko je potrebno kaj narediti, je to treba narediti takoj,
- vztrajnost – potrebno je vztrajati, dokler nam ne uspe,
- podjetniška ekipa – dobra ekipa je nujno potrebna za ambiciozno in hitro se razvijajoče podjetje, v ekipi morajo biti različni tipi ljudi,
- delovni prostor – pravi delovni prostor je nujen,
- veze in poznanstva – VIP so zelo pomembni,
- mentor – mentor ti lahko prihrani nekaj let učenja in napak. Dovolj je nasvet ali dva, da se usmerimo na pravo pot in si prihranimo kar nekaj živcev in denarja.

Na splošno mora podjetnik biti inovativen in kreativen, samozavesten, ambiciozen, odločen in vztrajen z dobrimi organizacijskimi sposobnostmi. Zanj ni dovolj, da zna opravljati svojo dejavnost, sposoben mora biti tudi predvideti spremembe in pogledati na stvar z vseh zornih kotov. Izjemno mora biti posloven in etičen. To ni za vsakogar – gre za preživetje, vsak ne zdrži takšnega tempa in delovanja.

Vsak začetnik se mora vprašati naslednje: imam sposobnost vodenja, je psihično in fizično stanje dovolj dobro, kaj pričakujem, kako bo to vplivalo na družinsko življenje, se znam prilagajati, znam načrtovati, sem dovolj izkušen, sem pripravljen več let delati na božični večer, nedelje, sem pripravljen delati po 60 ur in več na teden, sem samodiscipliniran, samoiniciativen, samozavesten, sem se pripravljen nekaj let odreči dopustu, sem varčen, so moji cilji realni, znam ravnati z denarjem ...

Kako sploh lahko mladi odprejo svoje podjetje?

Podjetništvo je v zadnjih letih vse bolj priljubljeno. Razloga sta slaba zaposlitvena situacija in svobodno razmišljanje. Lahko te opogumi, da narediš velik korak in se odločiš, da boš odprl svoje podjetje. A podjetništvo vsekakor ni za vsakogar. V prvi vrsti je potrebno izbrati dobro podjetniško idejo in biti odločen, predan, s trdo voljo,

verjeti vase in v svojo idejo, nato je treba napraviti analizo trga – trg je danes neizprosno in za veliko idej se ne zmenja. Zato je pametno, da se mladi podjetnik posvetuje s tistimi, ki mu lahko pomagajo. Na voljo je veliko podpornih institucij, podjetniških inkubatorjev in tehnoloških parkov. Zelo pomembna faza je tudi priprava poslovnega načrta.

Kaj pa če imaš idejo, nimaš pa dovolj kapitala?

Mogoče ti lahko pomagajo poslovni angeli (združujejo najboljše poslovneže, ki so pripravljene investirati v ambiciozne podjetnike v začetni fazi rasti podjetja; poleg kapitala ponudijo tudi svoje znanje, izkušnje in socialni kapital) ali vzameš kredit, lizing ali ga dobiš iz družinskih virov. Potem šele sledi obisk na VEM točki, kjer se odpre podjetje.

Program Erasmus

Ta program EU nudi novim podjetnikom priložnost, da se učijo od izkušenega podjetnika, torej omogoča izmenjavo izkušenj. Prav tako vzpodbuja podjetništvo in konkurenčnost, rast novoustanovljenih podjetij in prispeva k prenosu strokovnega znanja in izpolnitvi znanj. V programu lahko sodelujejo podjetniki, ki resno načrtujejo ustanovitev lastnega podjetja ali pa so že ustanovili podjetje v zadnjih treh letih. Sedež pisarne je v Bruslju (www.mestomladih.si, 2011).

Najboljši evropski mladi podjetniki:

Za nagrado se lahko potegujejo mladi, nadebudni podjetniki, stari do 30 let, ki imajo svoje podjetje in največ možnosti za uspeh v Evropi in Izraelu. Predstavili bomo nekaj nominirancev:

Therese Albrechtson – Alberchtson Holding

23-letna Švedinja je ustanovila že tri podjetja v Gothenburgu v treh različnih panogah – prodaja alarmov in obrambnih sprejev, prodaja nakita, oblačil in modnih dodatkov ter prodaja interaktivnih tabel za pisarne in šole.

Artisjok

Sedem Nizozemcev, starih od 21 do 24 let, je skupaj ustanovilo podjetje Artisjok. Odločili so se za oblikovanje pohištva, ki je stilsko, elegantno in okolju prijazno. Denar so zbrali pri zasebnih vlagateljih in bankah, linijo pa prodajajo že v državi Benelux.

Krisoffer Kumar – Kumar Media

22-letni Norvežan je pravi multitalent. Ima uspešno video produkcijo s spletnimi stranmi o športu. Ustvarja videoposnetke za največje televizijske hiše, neodvisne

revije, mestne odbore ... Je tudi glavni urednik spletnega športnega časopisa, ki izhaja v nekaj evropskih državah. Letno stopnjo rasti prihodkov ima 20–30 odstotkov.

Money Tree

Dva Nizozemca (23-letni Maikel van Heugeten in 20-letni Luc Prijt), ki sta uspela s proizvodom v obliki evropskega kovanca v zemlji, ki zraste v rožo ali drevo. Izdelek je namenjen kot poslovno darilo.

Tal Chalozin – Innovid

Izraelski podjetnik je star 27 let. Pri njem gre za oglaševanje med gledanjem videoposnetkov. Namesto reklam se prikazuje interaktivne slike izdelkov, ki jih vključijo v video. Ideja je že dobila poslovnega angela v ZDA.

Mladi podjetniki v Sloveniji se lahko udeležijo veliko izobraževanj, seminarjev o podjetništvu. Eden takih je bil v aprilu 2011 v Ljubljani, kjer so mladi pridobili informacije, kako lahko podjetništvo vpliva na naše življenje, kako pomembno je izdelati poslovni načrt, kako sploh ustanoviti podjetje, vse informacije glede stroškov, davkov in prispevkov itd.

Od 6. do 14. maja 2011 pa je potekal tudi Evropski teden podjetništva, kjer so se ves teden po vsej državi odvijale aktivnosti na temo Podjetništvo in mladi, Želim postati podjetnik, predstavljen je bil projekt Erasmus ...

2.3 RAZLIKA MED MLADIM IN STAREJŠIM PODJETNIKOM

Posamezna znanja in izkušnje se spreminjajo s starostjo in pridobljeno »podjetniško kilometrino«.

Podjetnik pri 20-ih letih starosti ima zelo malo poslovnih izkušenj, malo managerskih znanj, njegovi podjetniški cilji se spreminjajo, predanost je impulzivna, zagon in energija sta zelo velika, modrost pa je zelo nizka in njegove usmeritve so usmerjene v učenje o poslovanju, prodaji, marketingu ...

Podjetnik pri 50-ih letih starosti pa ima zelo veliko poslovnih izkušenj, veliko managerskih znanj, cilji so zelo jasni, predanost je velika, a že primanjkuje zagona in energije, modrost je na najvišji ravni, njegove usmeritve pa so usmerjene v vlaganje (Pšeničny, 2000).

Pripravila sem anketna vprašalnika in izvedla intervjuje s starejšimi in mladimi podjetniki. Ugotovila sem, da mladi sedaj kar hitro vstopajo na samostojno poklicno pot, njihovi cilji pa se zelo hitro spreminjajo. Začetniške ovire so enake pri kapitalu, starejši podjetniki pa so imeli tudi težave z izobrazbo (opravljati so morali dodatna

izobraževanja), kar mladim podjetnikom ni potrebno, saj ima večina visoko formalno izobrazbo.

Zakaj postati podjetnik? Tako pri starejših kot pri mladih podjetnikih je zelo močna želja po samostojnosti, svobodi, obremenjenosti so manjše in delovni čas je prilagodljiv. Poslovni načrt je pomemben za mlade in starejše podjetnike, čeprav so slednji to naredili izključno zaradi pridobivanja bančnih kreditov. Starejši podjetniki povedo, da v 70. oz. 80. letih ni bilo še tako hude konkurence, kot je sedaj. Kakšne so dobre in slabe strani podjetništva? Mladi in starejši podjetniki soglašajo, da so dobre strani: da si sam svoj šef, opravljaš delo, ki te veseli in zaslužek je večji. Slabe strani pa so: iskanje posla, ni občutka navidezne varnosti, opravljati pa je potrebno tudi naloge, ki s poslom niso neposredno povezane. Zelo pomembno je, da se vzdržuje fizično in psihično stanje, saj je vse odvisno le od podjetnika samega. Strategije stalnega komuniciranja s strankami, dobavitelji idr. se z leti zelo razlikujejo. Starejšim podjetnikom je bilo pomembno osebno komuniciranje. S tem so vzdrževali pristne odnose, v večini so le-ti postali prijateljski in dolgotrajni. Mladi podjetniki pa uporabljajo predvsem internetne tehnologije, kot so spletne strani, twitter, facebook, elektronsko pošto. Sejmi so bili popularni od nekdaj, a v sedanjih časih mladi podjetniki raje obiščejo oz. sodelujejo na sejmih v tujini. Za konec pa sem postavila vprašanje glede nadaljevanja dejavnosti. V večini podjetij potomci nadaljujejo posel, mogoče dodajo kakšno dejavnost, se razširijo in odprejo na tuje trge. V tabeli 1 sem nazorno prikazala skupne lastnosti in tudi razlike med mladimi in starejšimi podjetniki.

Mladi in starejši podjetnik hrepenita po znanju in sposobnostih. Zelo pomembna za oba so znanja marketinga, finančnega, računalniškega, malo pravnega, operativnega znanja in sposobnosti vodenja ter skupinskega dela. Težko združimo vse v eno celoto, zato mora vsak podjetnik imeti sposobnost najti strokovnjake, ki mu pomagajo na posameznih področjih.

MLADI PODJETNIK	STAREJŠI PODJETNIK
hitro vstopajo na podjetniško pot	svoja podjetja so ustanovili po 20-letnih izkušnjah
cilje zelo hitro spreminjajo	včasih jih čas prehití in so prisiljeni spremeniti cilje
komunicirajo preko internetne tehnologije	pomembno jim je osebno komuniciranje
začetniške težave s kapitalom	
močna želja po samostojnosti	
pomembna je izdelava poslovnega načrta – starejšim za pridobitev bančnih kreditov	
dobre strani – sam svoj šef	
- večji zaslužek	
slabe strani – iskanje posla	
- ni občutka varnosti	
vzdrževanje fizičnega in psihičnega stanja	
obiskovanje sejmov – mladi radi »pokukajo« v tujino	
različna znanja so zelo pomembna (marketinška, računalniška, jezikovna ...)	

Tabela 1: Skupne lastnosti in razlike med mladimi in starejšimi podjetniki (Erjavec, 2011)

2.4 OD IDEJE DO PODJETJA

Postati podjetnik, gradbinec, gostinec, frizerka, računalničar, postati sam svoj šef, imeti dober zaslužek ... Veliko ljudi razmišlja o ideji, kako to postati. Ideja je namreč najpomembnejša. Potem pride malodušje, ko ugotovimo, da nimamo prihrankov niti za hladilnik v lokalu, ki ga nekdo prodaja. Potem pride odpor do vseh podjetnikov, ki »živijo na naš račun«. Sanje o podjetništvu ostajajo neizsanjane.

Kako pridemo do ideje? Najprej seveda razmišljamo o idejah, jih nabiramo, preverjamo, izberemo in razvijamo ter načrtujemo, potem pa stvar zaženemo. Kako sploh ovrednotimo idejo? Ali je uresničljiva? Ugotoviti moramo, ali za našo idejo obstaja trg in nato uspeh ter ugotoviti, ali lahko to tehnološko izpeljemo. Ponavadi izhaja iz samih podjetnikov, do nje pridejo po naključju. Ideja se lahko pojavi pri hobiju, delu, opazovanju dogodkov in problemov.

Beseda »podjetje« izhaja iz »lotiti se česa«. Ničesar se ne lotimo, če ne vemo, zakaj, če si ne zaupamo. Poznati moramo naš cilj. Ustanovitev podjetja je kot rojstvo otroka, enkratno. Podjetje je kot hiša – imeti mora trdne temelje in jasen načrt gradnje (Dvoršak, 1997).

Ideja je v glavi. Neprestano se z njo ukvarjamo, jo dopolnjujemo, a zelo pomembno je, da naredimo poslovni načrt. Še tako preprost, je boljši od zamisli, ki ostanejo le v

glavi. Sili nas, da na podjetje in delo gledamo bolj objektivno, spoznamo svoje prednosti, moč in slabosti. Opozarja nas na probleme, preden izbruhnejo na dan. Zato je vstop podjetnika na trg odvisen od »kvalitete« podjetnika, priložnosti, sredstev in kombinacije teh treh. Lahko razvije popolnoma nov proizvod ali razvije konkurenčni proizvod z dodano vrednostjo, lahko kupi franšizo, razširi obstoječe podjetje ali kupi podjetje. Ideja se lahko pokaže, če nekaj dodamo svojemu izdelku, lahko kaj odvezemo, lahko zapakiramo več stvari v en paket, lahko pomanjšamo, drugače »zapakiramo«, receptov je res veliko.

Navedli bomo primere poslovnih idej za najstnike, ki so primerni za vse, ki želijo zaslužiti dodaten denar.

Umetniški nakit – ključne so dobre ideje; nakit lahko izdelujemo iz vseh vrst materialov, od kovine do kamnov, školjk, plastike, keramike, kosti, lesa ...

Varstvo živali – veliko ljudi potrebuje varstvo za svoje hišne ljubljence, lahko za nekaj ur na dan, za vikend, teden ...

Kidanje snega in čiščenje zelenic – na svežem zraku vse leto. Pozimi se ukvarjamo s kidanjem snega, preostali del leta pa s čiščenjem zelenic. Potrebujemo le lopato in grablje.

Kurir za vsakdanja opravila – ljudje imajo vse manj prostega časa, zmanjkuje jim ga za najpreprostejša opravila: nakup živil, obisk knjižnice, čevljarja ... Biti moramo zelo organizirani. Vse, kar potrebujemo, je telefon, prevozno sredstvo in zvezek za zapiske (www.podjetniski-portal.si, 2011).

Nekaj resnic o podjetništvu:

Da nastane mogoče, je treba vedno znova poskušati nemogoče.

Ob vzponu je priporočljivo, da smo prijazni s tistimi, ki jih prehitimo. Ob sestopu jih bomo spet srečali.

Mojstrovine se imajo za spočetje zahvaliti geniju, za dokončanje pa marljivosti.

Meni je ljubša svoboda, polna nevarnosti, kot mirno hlapčevstvo.

3 PODJETNIŠKI KROŽEK

3.1 UVEDBA KROŽKA V OŠ

Osnova programa podjetniških krožkov UPI (ustvarjalnost, podjetnost, inovativnost), ki smo jih uvedli v nekatere OŠ po Sloveniji, je bila vzpodbuditi razvoj kompetence inovativnosti, samoiniciativnosti in podjetnosti. Z njimi želimo oblikovati osnovno podjetniško kulturo med mladimi in jim posredno pomagati pri izbiri njihove poklicne poti.

Temeljni cilji krožka so:

- spoznavanje pojma »podjetništvo«
- utrjevanje občutka potrebe po skupinskem načinu reševanja problemov in iskanju soglasja v skupini
- seznanitev s potrebo po načrtovanju – izdelava »mini« poslovnega načrta
- realizacija projekta
- učenje podjetnega ravnanja in reševanja problemov
- spoznavanje nekaterih temeljnih ekonomskih pojmov
- prispevek k odločitvi o nadaljevanju izobraževalne poti učenca
- dvigovanje samozavesti otrok

Mladi so ustvarjalni in preko krožkov smo učence poizkusili naučiti, da bodo znali iskati priložnosti, ustvarjalno reševati konflikte, odgovorno sprejemati odločitve, se znali odzivati, dajati pobude in se prilagajati okoliščinam. To je program, ki vzpodbuja ustvarjalnost mladih z integracijo programov v aktivnostih lokalnih skupnosti. Naročnik je Ministrstvo za gospodarstvo, partnerji pa so Center RS za poklicno izobraževanje, Zavod za šolstvo, podjetje SUN d. o. o. in podjetje KORONA PLUS d. o. o. ter Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije in Inštitut Jožef Štefan. Namen je bil vključiti v samo izvedbo tudi različne deležnike (učitelje, starše, podjetja, umetnike, inovatorje, znanstvenike, medije, občinsko oblast ...).

V letu 2010 sem postala ena izmed mentorjev v projektu UPI in se vključila v izobraževanje mladih za »mind setting«. Podjetniški duh je pogoj, rasti mora z osebno rastjo, ne da se ga naučiti v nekaj tečajih. V Sloveniji nam primanjkuje podjetniškega duha, saj šole ustvarjalnost prej zavirajo, kot jo razvijajo. Faze od ustvarjalnosti do inovacije so plod nadarjenih posameznih učencev in ne rezultat sistematičnega dela. Aktivnosti v krožkih UPI so bile razdeljene na programski in izvedbeni del. Programski del so izvajali partnerji v projektu, izvedbeni del pa je potekal v sodelovanju s podizvajalci, med katerimi je bila tudi Območna obrtno-podjetniška zbornica Kranj. Sodelovali smo v I. triadi na OŠ Simona Jenka Kranj in v III. triadi na OŠ Stražišče in OŠ Naklo. Delo je potekalo v majhnih skupinah. Uporabljali smo različne tehnike, ki vzpodbujajo domišljijo, ustvarjalnost, vztrajnost,

inovativnost in podjetnost. Učencem smo predstavili tudi uspešne karijerne poti iz lokalnega okolja.

3.2 VZPODBUDITEV USTVARJALNOSTI V OŠ

V prvi triadi smo učence na igriv način seznanili s podjetnostjo, ustvarjalnostjo in inovativnostjo. Znanja in veščine smo podajali preko iger na zabaven način. Poudarek je na kompetencah, ki jih standardni kurikulum ne vsebuje, a so zelo pomembne za ustvarjalno rast.

Krožki so potekali skozi verbalno komunikacijo, igro, risanje, pogovor ipd. Učenci so torej krepili komunikacijske veščine in sposobnost dela v skupini. Izjemno pomembna pa je sposobnost drugačnega razmišljanja. Da ideje uresničimo, pa je potrebno tudi veliko poguma, vztrajnosti in podjetniške usmerjenosti. Nujno je potrebno idejo pripeljati do končne uresničitve.

V prvem sklopu (I. triada) smo učence seznanili o njihovem prijetnem domu, ustvarjalnih in uspešnih članih družine, da morajo člani v njihovem domu nujno ravnati podjetno (gre za »mini« podjetje) pri pridobivanju prihodkov in načrtnem porabljanju le-teh, prvo uro pa smo nasploh razbijali led in s tem ustvarjali skupinski duh. V tem sklopu smo izpostavili igre:

Poživimo svojo sobo – učenci so na list papirja narisali preprosto sobo, potem pa so jo morali oživiti. Na razpolago so imeli le materiale iz narave oz. okolice. Pri tej nalogi so razvijali sposobnost poslušanja, ustvarjalnega mišljenja, iskali rešitve ob omejenih virih ...

Nakupovanje malo drugače – vsak otrok je napisal oz. narisal nakupovalni seznam za enodnevni izlet na morje. Odločal se je za najnujnejše izdelke, ne predrage. Učenci so spoznavali razvijanje sistematičnega pristopa, znali oceniti po kriterijih nujnosti in cene, razvijali pogajalske spretnosti in zagovarjali svoje stališče.

Učence so obiskali tudi deležniki, in sicer s podjetja DEDRA ŠPORT Drago Debeljak s. p., ZELOLEPO Edita Nardin s. p. (ogled ateljeja) in z banke SKB d. d. Učenci sami pa so obiskali akademskega slikarja Aleksandra Primca, ki jim je predstavil poklic svobodnega umetnika, njegove prednosti in pomanjkljivosti. Vsi deležniki so predstavili svoja podjetja, delovni proces, kakšno je oglaševanje itd. Otrokom so bile predstavitve zelo všeč, saj so bile obogatene s konkretnimi materiali (boardi, smuči, usnjeni izdelki, hranilniki ...).



Slika 1: Podjetniški krožek na OŠ Primskovo – obisk deležnika



Slika 2: Podjetniški krožek na OŠ Primskovo – obisk deležnika



Slika 3: Podjetniški krožek na OŠ Primskovo – na obisku pri deležniku

V drugem sklopu so učenci spoznavali ustvarjalno mišljenje, prikazali smo jim divergentne metode razmišljanja, razvijali so komunikacijske sposobnosti in spoznavali so, da drugačno razmišljanje vodi do ustvarjalnih rešitev. Skozi različne naloge so otroci vzpodbujali domišljijo (*Kaj bi bilo, če bi postal neviden?*), opazovanje (*narisali so hišo iz posameznih zornih kotov*) in logiko (*odkleniti vrata s ključem, ki visi previsoko, na razpolago pa ima nekaj pripomočkov*). Pri igri vlog so identificirali lastne interese (*ko bom velik*), se navajali na organizacijo, komunikacijo, delo z denarjem, se znali pogajati itd.

V zadnjem sklopu pa so učenci morali izvesti projektno delo, kjer so uporabili ključne kompetence iz prvega in drugega sklopa. S tem so razvijali ustvarjalnost v praksi, ustvarjali nadgradnjo, razvijali organizacijske sposobnosti, obvladali kompleksnost, krepili vodstvene sposobnosti in vztrajnost. Odločili so se za prodajo regrata. Najprej so ga nabrali, si razdelili vloge pri prodaji, se z vodjo šole pogajali za prostor in čas prodaje. Narisali so plakate in jih obesili v avli šole ter oglaševali prodajo regrata. Določili so ceno in prodaja je uspela. Denar od zaslužka so porabili za izlet v živalski vrt.

Tretja triada prinaša nove vsebine, kot je razvijanje ustvarjalnega opazovanja in krepitev vztrajnosti. Po eni strani gre za ponovitev prve in druge triade, a na višji ravni. Učenci so pridobili dodatne kompetence za krepitev komunikacijskih sposobnosti, zagovarjanje lastnih stališč. Dodaten poudarek je bil na podjetniški realizaciji. Učenci so skozi samostojno delo spoznali faze poslovnega načrta in se dotaknili ekonomskih znanj.

V prvem sklopu so učenci spoznavali in vzpodbujali osebno rast. Izdelali so svojo vizitko, se preko igre POMANJKANJE pogajali za določen pripomoček in burili možgane. Opisati so morali svoje prednosti in pomanjkljivosti ter določiti svoje cilje.

V drugem sklopu so intenzivno iskali ideje razreševanja problemov, drugačnih rešitev in prišli do zaključkov: lahko posnemamo nekoga, ki je uspešen; združimo dve ali več idej v novo; ugotovimo, kje je konkurenca šibka; idejo lahko razvijemo iz lastnega hobija ali gradimo na lastnih spretnostih; uporabimo odpadni material ... Po burjenju možganov je sledilo prvo ocenjevanje idej in nato ugotavljanje priložnosti, torej podjetniške ideje, ki bi prinesla zaslužek. Odločili so se za opravljanje storitve – **izdelava sadnih kup**. Pogovarjali smo se tudi o blagovni znamki: kaj je to, kaj podjetju omogoča, kakšen logotip bodo izbrali za svojo storitev. Obiskali so nas deležniki, med njimi PEKARNA UMNİK Marcela Umnik s. p., ki nam je predstavila peko kruha, vrste kruha, poizkusili smo tudi dobrote iz pekarnice, direktor podjetja GLOBALTIM d. o. o. pa nam je pokazal različne internetne tehnologije in aplikacije ter nam praktično prikazal »letečo kamero«.

V tretjem sklopu so učenci spoznali poslovno načrtovanje, kaj je poslovni načrt, kdo bodo naši kupci, kaj kupci sploh želijo (primer tržne raziskave s pomočjo vprašalnika). Napisali so pismo sponzorju za pomoč pri izvedbi ideje. Na koncu so analizirali anketo in naredili oceno prodaje. Pomembno je dobro se organizirati in razdeliti naloge.

V zadnjem sklopu so naredili »mini poslovni načrt« za izdelavo oz. prodajo sadnih kup. Za njo so se odločili, ker jih je praktično težko kupiti (razen v slaščičarnah). Po tržni raziskavi so ugotovili, kdo bo kupil izdelek, določili so odgovorne osebe za posamezne naloge in koliko sredstev bo potrebnih za izvedbo. Sponzor jim je oddal prostor in stojnico v supermarketu, jim podaril sadje, lončke, žličke in serviete. Otroci so napravili plakate in letake. Določili so ceno, ki je bila relativno nizka. Na dan prodaje so narezali sadje in pripravili 60 sadnih kup. Na stojnici so nagovarjali mimoidoče in postregli stranke. Prodali so vse sadne kupe in z izkupičkom šli na kosilo.

Mentorica sem bila še v enem razredu III. triade, kjer smo se odločili izdelati hodulje. Otroci so kar nekajkrat obiskali očeta enega od učencev v mizarški delavnici (deležnik), da so podarjeni les oblikovali v palice, brusili, pritrdili podstavke za noge in hodulje pobarvali. OOO Kranj jim je sponzorirala barve in vijake, jim pripravila plakate in jih povabila na prireditev »Sejem poslovnih daril«, ki jo je organizirala v hotelu AZUL v Kranju, da so lahko na otvoritvi prodajali svoje izdelke. Prodali so dve tretjini hodulj, ostale pa so si razdelili med seboj. Denar od prodaje so si ravno tako razdelili. Kot deležnik nas je obiskal tudi župan občine Naklo, kjer so mu učenci predstavili pomanjkljivosti v samem kraju in ponudili izboljšave oz. predlagali svoje zamisli. Razložil jim je, kje so lahko ovire in jim obljubil, da se bo potrudil tam, kjer ima pristojnost.

Krožki so bili izjemno koristni za razvoj učencev, spoznavanje njihovih sposobnosti in osebnih lastnosti. Dolgoročno bi bilo to za njih velika naložba, da bi lažje dosegali zastavljene cilje. Širijo jim razgledanost in jim dajejo vpogled v različna področja. Otroci so postopno opazali, kakšna je pot od ideje do izdelka oz. storitve. Kar presenetili so nas s poslovnimi načrti in samimi predstavitvami. Lahko so se soočili z vodenjem, organizacijo in timskim delom. To ni bilo le druženje, ampak veliko več. Bilo je poučno, zabavno in zanimivo. Najbolj so bili navdušeni nad obiski deležnikov in njihovimi predstavitvami.



Slika 4: Podjetniški krožek na OŠ Naklo – na obisku pri deležniku

4 IZBIRNI PREDMET »USTVARJALNOST IN PODJETNOST«

4.1 UVEDBA IZBIRNEGA PREDMETA V OŠ

Uresničitev pomembnega cilja projekta UPI je, da se program vključi v odprt šolski kurikulum. Mladi podjetniki, ki so neobremenjeni z negativnimi izkušnjami, so odličen potencial, a zaradi pomanjkanja znanj, veščin in podpore za uspešno poslovanje pogosto ostane neizkoriščen. Ne zadostuje le ustvarjalno razmišljanje, pomemben je končni rezultat, torej nov tržni izdelek oz. storitev. Mladi se morajo usmerjati v timsko delo in poiskati ustrezne sodelavce.

Inovativnost je ključna za gospodarski in celovit družbeni razvoj. Da povečamo uspešnost gospodarstva, moramo narediti spremembe pri temeljih. To je pri mladih, saj starejši težje menjavajo navade, spremembe pa so dolgotrajen proces. Vemo, da je pri petih letih ustvarjalnost 90-odstotna, pri sedemnajstih je 10-odstotna, nato pa je le še 5-odstotna. Vzrok za to so negativne izkušnje, ki jih človek pridobi z leti (Likar, 2010).

Najpomembnejša pri vzpodbujanju ustvarjalnosti je ŠOLA, predvsem vpliv učitelja. Ravno učitelji pogosto slabo opažajo ustvarjalnost svojih učencev, če pa že, jim to v veliki meri onemogoči kurikulum. Le-ta vsebuje oz. vzpodbuja konvergentne naloge in vprašanja, na katera je pravilen le en odgovor – tisti, ki ga ima v mislih učitelj in ne divergentne naloge z več pravnimi odgovori.

Načini, s katerimi lahko vzpodbudimo učenčevo ustvarjalnost:

- postavljanje manj običajnih in neobičajnih vprašanj, na katera se pričakujejo izvorni odgovori,
- postavljanje fantazijskih vprašanj, ki odpirajo pot domišljiji,
- vzpodbujanje učencev, da lahko vprašajo vse, brez omejitev,
- reševanje ustvarjalnih nalog, kot so naloge predvidevanja prihodnosti, spreminjanja vsebine, preurejanja zgodbe, dopolnjevanja in dokončanja, asociativne naloge, naloge ustvarjalnega zaznavanja, iznajdljivosti, naloge vzrok – posledica in naloge izmišljanja problemov.

Obstoječi kurikulum je premalo naklonjen vzpodbujanju ustvarjalnosti med učenci in dijaki. Učenci so v glavnem prepuščeni samoiniciativnosti in lastni iznajdljivosti. So zelo ustvarjalni, imajo veliko idej, potrebujejo le dobrega mentorja, ki jih usmerja in vodi. K ustvarjalnemu razmišljanju jih vzpodbuja že pri podajanju snovi tako, da morajo biti sami čimbolj dejavni. Učence je potrebno usmerjati k razmišljanju o uporabnosti končnega izdelka ali storitve in o konkurenci na trgu.

Poudarki pri izobraževanju in podjetništvu: v šoli se večinoma učijo o preteklosti, delajo kritične analize in pasivno razumejo snov. Podjetnik pa gleda v prihodnost, je ustvarjalen in poizkuša aktivno razumeti dogajanja. Učenci so absolutno nepristranski, manipulirajo s simboli, komunicirajo pisno in nevtrarno, poudarek dajo na zasnovi. Podjetnik pa je čustveno vpleten, manipulira z dogodki, komunicira osebno, poudarek pa daje problemu ali priložnosti.

Podjetniško naravnost je mogoče pridobiti skozi kulturne vzorce obnašanja in s pomočjo tujih izkušenj, pomembno pa je, da je na to mogoče vplivati tudi skozi izobraževanje in usposabljanje (Bradač, 2010).

Podjetniško usposabljanje se zelo razlikuje od tradicionalnega, in sicer učitelj je osredotočen na način podajanja snovi in ne na vsebino, učenje si lastijo vsi, ne le učitelj, ki vodi in prevladuje. Poudarek je na »vedeti, kako in kdo« in ne »vedeti, kaj«. Učenci sami ustvarjajo znanje in ga ne le pasivno sprejemajo. Vsebina učnih ur je prilagodljiva in se odziva na potrebe, pri tradicionalnem usposabljanju pa je vsebina učnih ur natančno programirana. Cilji učenja so predmet pogajanj in niso vsiljeni. Poudarek je na praksi in ne na teoriji.

Zakaj je potrebno začeti v zgodnji mladosti?

Osebnost je še neobremenjena in radovedna. Mladi so pripravljeni na sodelovanje brez zavor, ves čas iščejo nekaj novega. NIKOLI NI PREZGODAJ! Pri mladih so razvojne naloge sledeče: oblikovanje samopodobe, ki je rezultat odzivov okolja na njegove telesne spremembe, osredotočenost na samega sebe – egocentrizem, sposobnost formalno logičnega mišljenja, moralno presojanje in oblikovanje identitete, katere cilj je stabilna samopodoba mladega človeka – iskrenost, zanesljivost, ustvarjalnost, emocionalna stabilnost. Na žalost na nacionalni ravni ni pravega odziva. Podpira se sicer na načelni ravni, a kljub temu je premalo definirano in sistematično. Ni strateških ciljev in daje nam občutek defenzivnosti v uresničevanju.

Primeri dobre prakse uvedbe podjetništva v osnovne oz. srednje šole:

NORVEŠKA

Mladim je treba dovoliti, da verjamejo v svoje lastne ustvarjalne moči, sposobnosti videnja in izkoriščanja lokalnih resursov, kot temelja oblikovanja vrednosti, razvijanja delovnih mest in prevzemanja odgovornosti v lastnem okolju.

Strategija *Glej priložnosti in uresniči jih* je nastala za obdobje 2004–2008 in so jo delno že dopolnili. Nastala je v sodelovanju treh ministrstev: Ministrstvo za raziskave in izobraževanje, Ministrstvo za lokalno samoupravo in regionalni razvoj in Ministrstvo za trgovino in industrijo. Bistvo je vzpodbujanje sodelovanja,

ustvarjalnosti in inovativnosti pri mladih. Gre za dolgotrajni proces z zadovoljivim napredovanjem.

ŠPANIJA

Projekt *Plan promocije podjetništva* vključuje zastavljene aktivnosti, usmerjene na vse nivoje izobraževalnega sistema s pripadajočim proračunom. Pravi sistem fondiranja in dolgoročna vizija ter strategija javne uprave so ključni elementi uspeha v tem projektu. EJE – Empresa Joven Europea je prvi mini podjetniški program, vključen v kurikularni okvir izobraževanja v Španiji.

ŠKOTSKA

Izobraževanje za podjetništvo se je pričelo že pred leti in vključuje učence v oblikovanje mini podjetij. Škotska vlada je spoznala potrebo po bolj holističnem pristopu, ki bo razvijal mlado podjetništvo, ki bo zagotavljalo dolgoročni razvoj. Prenova izobraževanja se je izvršila leta 2002 in se prelevila v program z nazivom *Določen za uspeh*. Želijo bolje pripraviti mlade na svet dela in tako razvijajo spretnosti znanja in pozitivna stališča, ki jih bodo potrebovali kot bodoči zaposleni ali podjetniki.

Podjetniško izobraževanje združuje pod skupnim okvirjem tako podjetništvo kot podjetniške izkušnje, na delu temelječe poklicno učenje in primerno karierno izobraževanje. Partnerstvo med šolami in delodajalci ter sodelovanje s širokim krogom izobraževalnih in poslovnih partnerjev je ključnega pomena.

AVSTRIJA

Poleg šolskega koncepta podjetniškega izobraževanja so uvedli tudi nove predmete, kot so management, izobraževanje na primerih in mini podjetja v izbirnem predmetu. Pouk je projektnen s konceptom podjetniškega izobraževanja v vseh predmetih, dodana sta predmeta gospodarsko poslovanje in računovodstvo.

KAR DOMAČE OKOLJE V PRVIH LETIH NE ZMORE, MORA ZGRADITI DRUŽBA.
CILJ NAJ BO SAMOZAVESTEN, SOODGOVOREN IN KOMPETENTEN
DRŽAVLJAN.

5 ZAKLJUČKI

5.1 OCENA ANALIZE PO UVEDBI KROŽKA

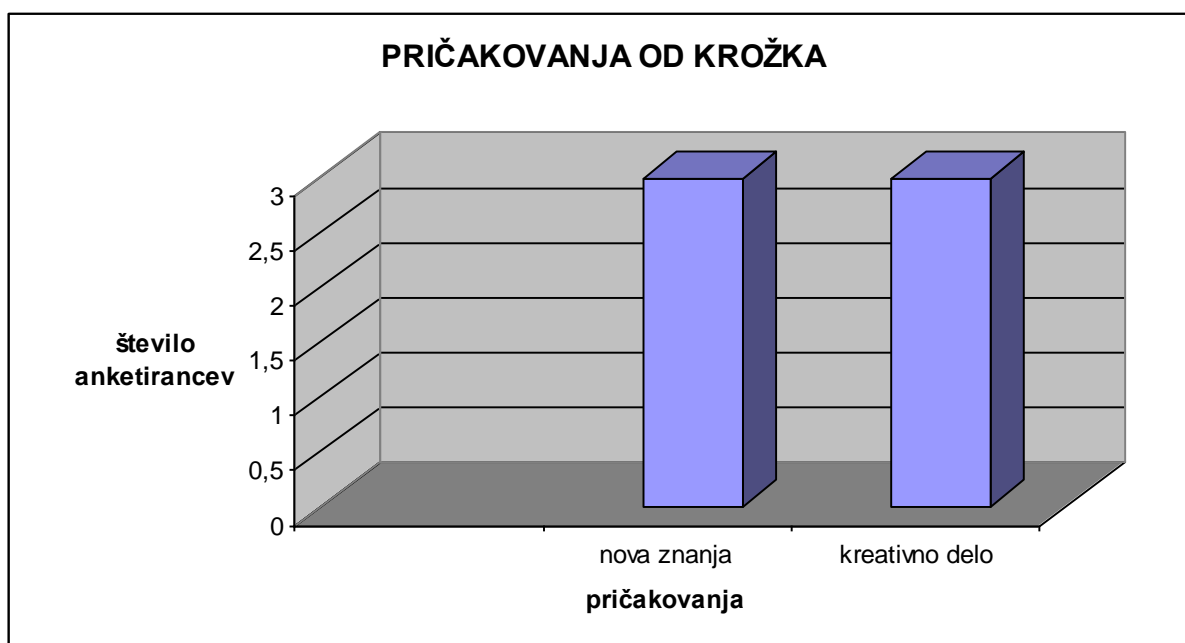
Izvedla sem anketo med mentorji UPI krožkov. Vrnilo se je 6 vprašalnikov.

Vprašanja pa so bila:

1. Kaj so kot mentorji pričakovali od krožka?

50 % mentorjev je odgovorilo, da so želeli pridobiti nova znanja in izkušnje pri delu z otroki in spoznati njihove ustvarjalne zmožnosti (mentorji, ki niso zaposleni v šolstvu).

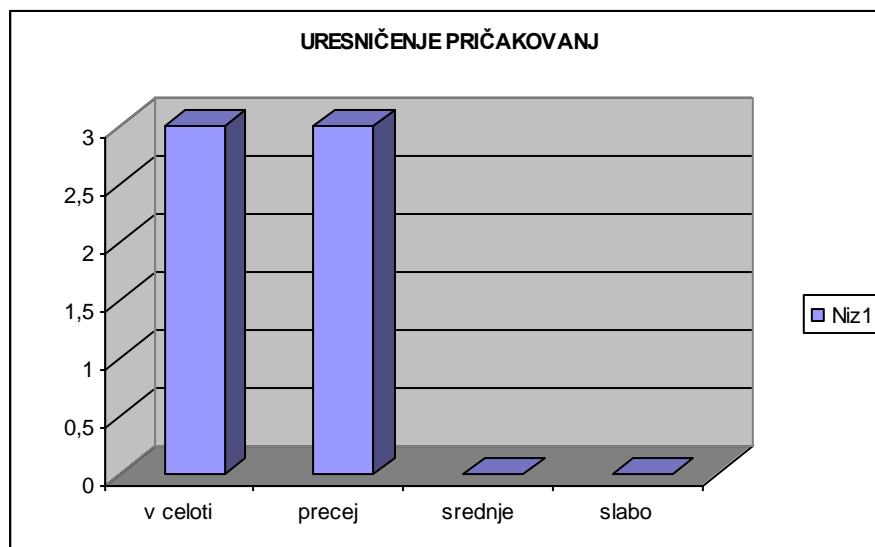
50 % mentorjev pa je odgovorilo, da so pričakovali kreativno delo z otroki, izvajanje programa, ki je drugačen od klasičnih vsebin. Učencem je krožek dal širšo perspektivo, večjo razgledanost, iznajdljivost in načrtovanje poklicne kariere (mentorji, ki so zaposleni v šolstvu).



Graf 3: Pričakovanja od krožka

2. Ali so se pričakovanja uresničila?

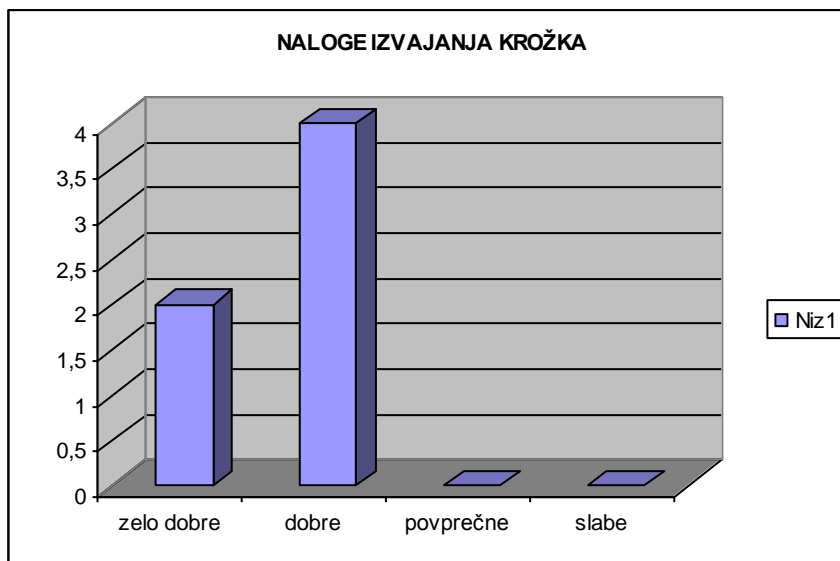
Vsi mentorji so odgovorili, da je krožek v veliki meri uresničil njihova pričakovanja.



Graf 4: Uresničenje pričakovanj

3. Ocenitev nalog pri izvajanju krožka!

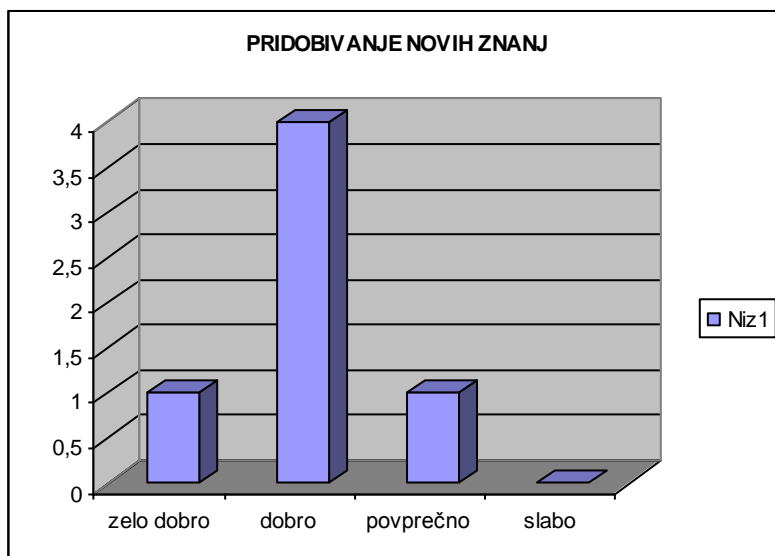
Mentorji so ocenili, da so naloge bile dobre.



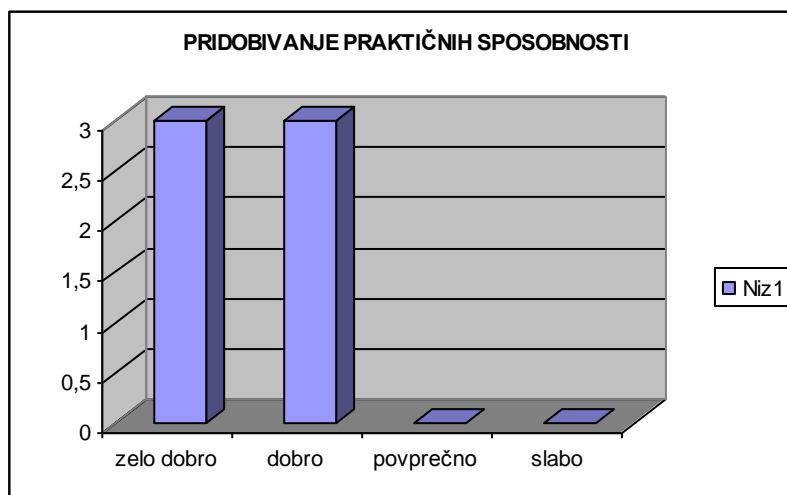
Graf 5: Naloge izvajanja krožka

4. Kako je krožek pomagal pri pridobivanju novih znanj in praktičnih sposobnosti?

Odgovor je bil, da je dobro pomagal pri pridobivanju novih znanj in praktičnih sposobnosti.



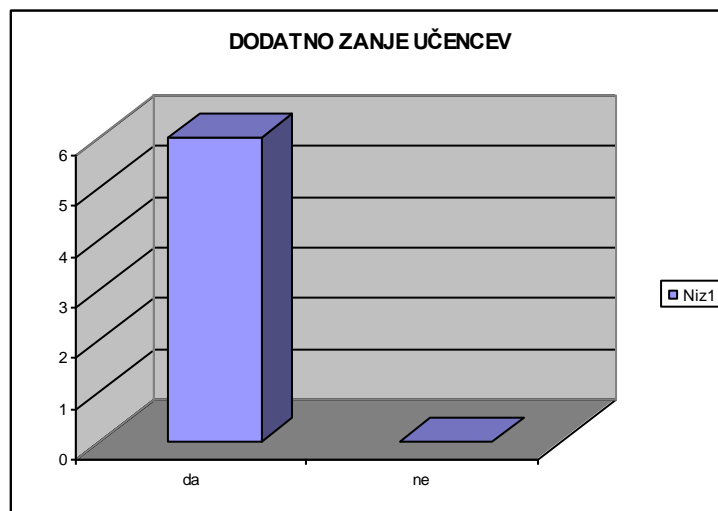
Graf 6: Pridobivanje novih znanj



Graf 7: Pridobivanje praktičnih sposobnosti

5. Ali so učenci pridobili nova znanja, so bili zadovoljni?

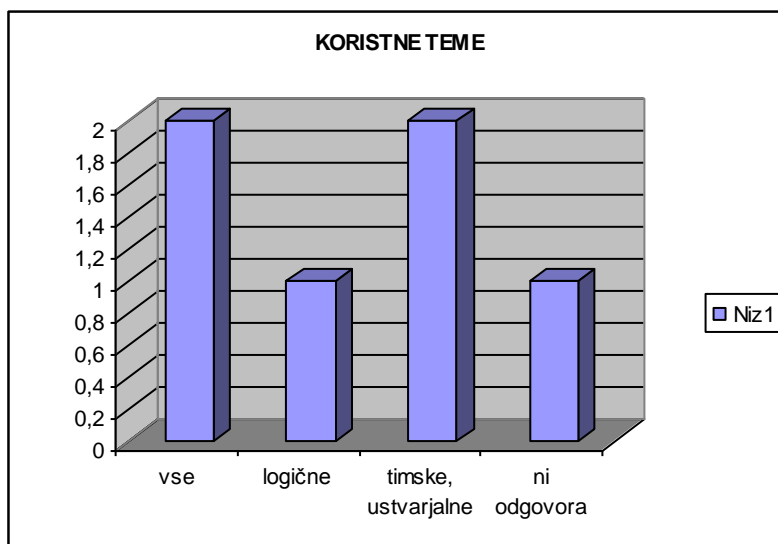
Učenci so pridobili nova znanja, bilo je opaziti razliko glede ustvarjalnosti pred uvedbo krožka in po njem, na splošno so bili zadovoljni.



Graf 8: Dodatno znanje učencev

6. Katere teme so bile koristne?

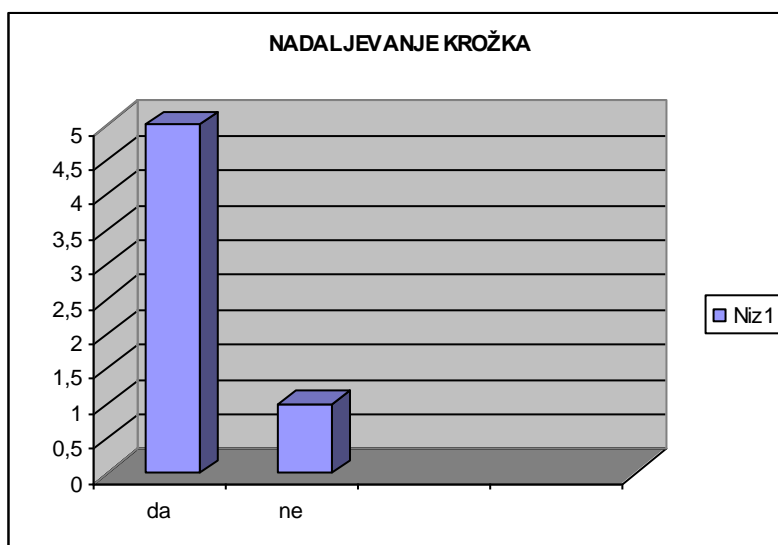
V nalogah so bile koristne logično obarvane teme, predvsem pa naloge, ki so vzpodbujale timsko delo in ustvarjalnost, spoznavanje podjetništva oz. iskanja novih idej. Vse ideje so vredne razmisleka, potreben je pogum, pomembno pa je tudi poiskati svoje slabe lastnosti, da jih priznamo oz. lažje odpravimo.



Graf 9: Koristne teme

7. Bi mentorji nadaljevali z izvedbo krožka v naslednjem šolskem letu?

Večina si želi nadaljevati s krožkom.

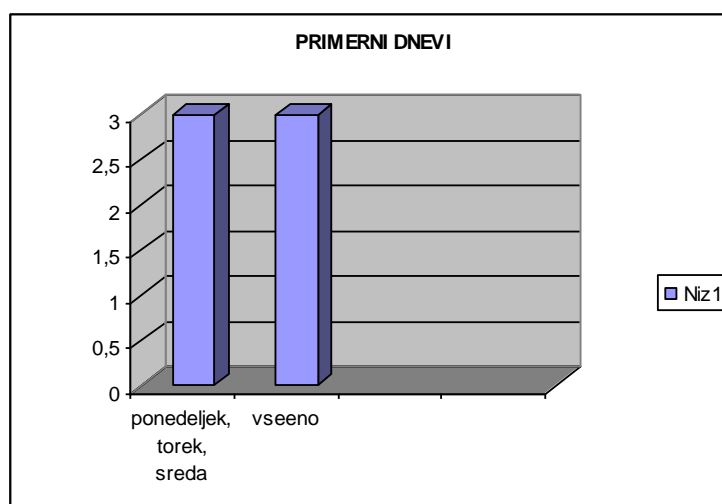


Graf 10: Nadaljevanje krožka

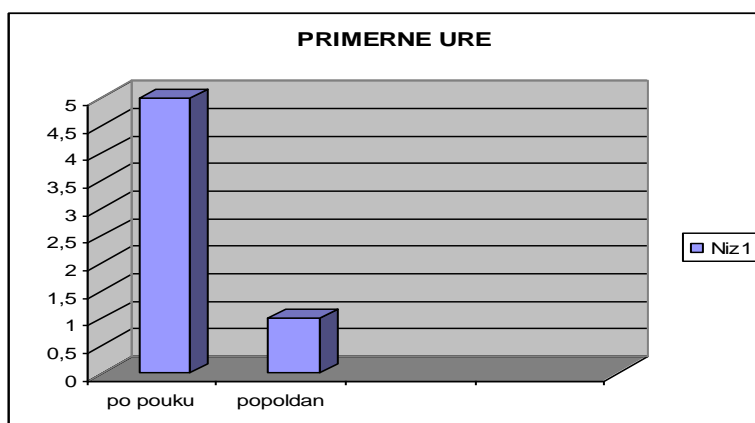
8. Kdaj bi bilo najprimerneje izvesti krožek?

50 % mentorjev je izrazilo željo, da se krožek izvaja v prvi polovici tedna (ponedeljek, torek, sreda), in sicer takoj po koncu pouka.

50 % mentorjev pa jim dan izvedbe ni pomemben.



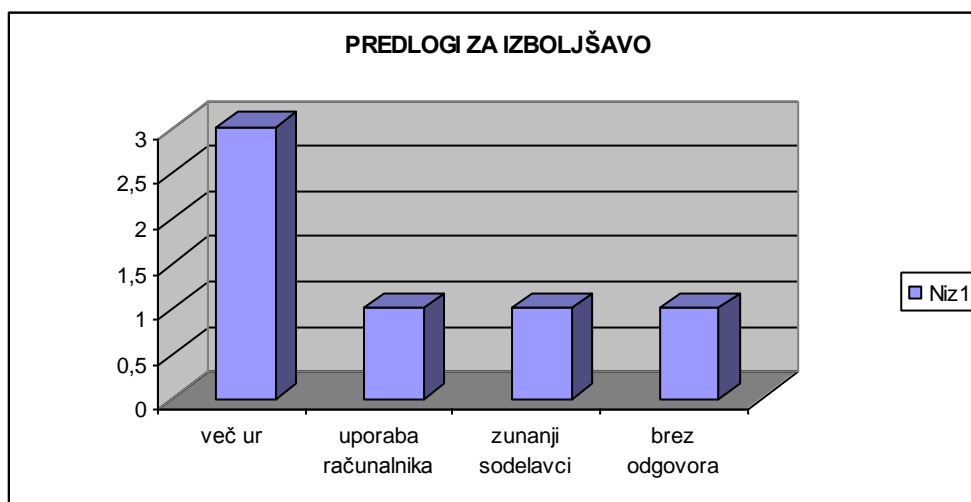
Graf 11: Primerni dnevi



Graf 12: Primerne ure

9. Predlogi za izboljšavo krožka!

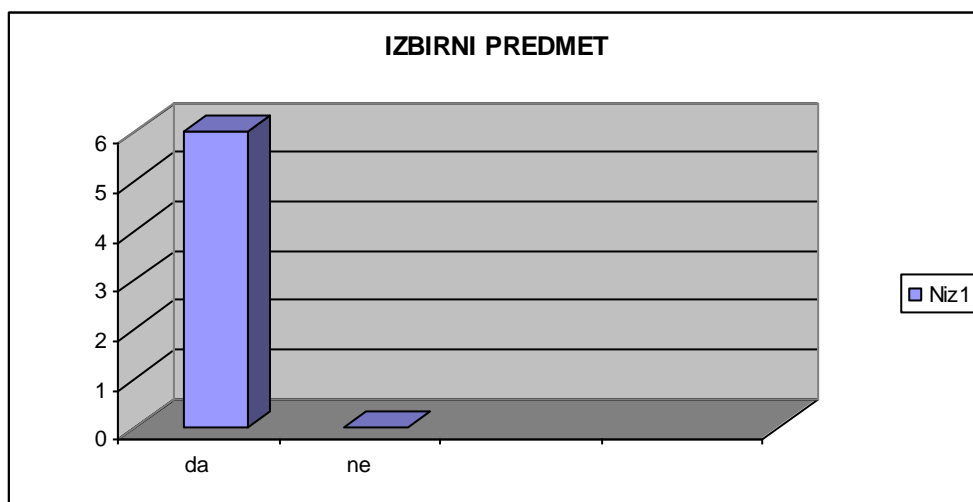
Vsi mentorji so se strinjali, da je bil 20-urni krožek absolutno premalo za izvedbo kvalitetnega programa, želijo si predvsem več praktičnih vsebin z deležniki in v višji triadi je priporočljiva uporaba računalnikov (internet), saj so malo manj zainteresirani pri izdelavi poslovnega načrta.



Graf 13: Predlogi za izboljšavo

10. Ali naj krožek postane del šolskega kurikuluma (izbirni predmet)?

Vsi mentorji so se soglasno strinjali, da krožek postane **izbirni predmet** v OŠ.



Graf 14: Izbirni predmet

Torej, rezultat ankete je uvesti podjetniški krožek v odprti kurikulum OŠ (Erjavec, 2011).

Supek odgovorov je vsota udeležencev izbranih odgovorov na določeno vprašanje. Odstotek za vsak odgovor je izračunan kot število deljeno z vsemi odgovori.

5.2 MOŽNOSTI NADALJNJEGA RAZVOJA USTVARJALNOSTI UČENCEV

Mladi Evropejci so se maja 2011 sestali z Evropskimi poslanci v Evropskem parlamentu in razpravljali, kako podjetništvo narediti kot realno možnost za mlade. Vsi so se strinjali, da **podjetništvo mladih** postaja vedno bolj pomembna tema za mlade, ki ne morejo najti kakovostne in varne zaposlitve. Vzpodbujanje podjetništva je pglavitna naloga strategije Evropa 2020. Podjetništvo je lahko alternativna pot za mlade, da postanejo aktivni na trgu dela, zaslužijo več denarja, izkoristijo svoje potenciale in postanejo neodvisni.

Evropska unija priporoča:

- državne in regionalne oblasti naj ustvarijo sodelovanje različnih oddelkov, ki razvijajo strategije vseh stopenj izobraževanja;
- kurikulum za šole mora obvezno vsebovati podjetništvo kot predmet izobraževanja;
- šole je potrebno vzpodbujati za uvajanje podjetniških programov;
- posebno pozornost se mora dati izobraževanju učiteljev;
- vzpodbujati je treba sodelovanje med izobraževalnimi ustanovami in lokalno skupnostjo na področju podjetništva;
- pospeševati je potrebno »študentska mini podjetja«;

- višje izobraževalne ustanove bi morale integrirati podjetništvo v znanstvene in tehnične študije;
- potrebna je podpora javnih pooblastil za izvajanje kakovostnega izobraževanja učiteljev.

Tudi Republika Slovenija ima v temeljnih razvojnih dokumentih vključeno, da mala podjetja igrajo bistveno vlogo za konkurenčnost gospodarstva, njegovo rast in ustvarjanje delovnih mest. Govorimo o promociji podjetniške kulture v družbi, podjetniško izobraževanje na vseh ravneh šolskega sistema, zmanjšanje administrativnih ovir in ustrezna davčna politika, vzpodbujanje manj vključenih skupin, financiranje podjetniških projektov in podpora za nova podjetja v obliki VEM točk, inkubatorjev, mentorskimi programi itd.

Kako lahko opredelimo podjetniško izobraževanje?

Gre za dve različni sestavini: *učenje za pridobivanje odnosa do podjetništva in usposabljanje, kako ustvariti podjetje.*

Učenje podjetništva:

1. primarno izobraževanje – oblikovati osebnostne značilnosti, kot so ustvarjalnost, iniciativnost, neodvisnost, razviti oblike avtonomnega in aktivnega učenja, zagotoviti zgodnje stike s poslovnim svetom ...
2. sekundarno izobraževanje – dvigati zavest študentov o samozaposlitvi, učenje z delom, specifično usposabljanje na poklicnih in tehničnih šolah ...
3. tercialno izobraževanje – specifično usposabljanje študentov, kako pričeti in voditi posel, zastaviti realen poslovni načrt, presoditi poslovne priložnosti. Dobro proučene projekte je potrebno spraviti v življenje, da dosežejo trg.

Za vzpodbujanje podjetniške miselnosti v procesu izobraževanja in učenja so potrebni:

- zgodnji začetek,
- dodatni programi podjetništva od OŠ do visokošolskega izobraževanja,
- učinkovito sodelovanje med šolami, univerzami in podjetji,
- sodelovanje učiteljev,
- pri pripravi izobraževalnih programov morajo sodelovati delodajalci in zaposleni,
- tesno sodelovanje civilne družbe v učnem procesu,
- poudarek na pomembnosti podjetnic že v zgodnjih šolskih letih zaradi ravnovesja med spoloma,
- vzpodbujanje podjetništva pri invalidnih osebah,
- izmenjava dobrih praks,
- vzpodbujanje ustreznih medijskih dejavnosti,
- vzpodbujanje ustanavljanja novih podjetij.

Podjetniška načela so zelo koristna za širok krog človeške aktivnosti: za boljšo poklicno pot v različnih institucijah, za razvoj odnosov, za ustanovitev podjetja, za aktivnosti v večjih podjetjih ...

Komunikacijske spretnosti, ustvarjalnost, kritično mišljenje, vodenje, reševanje problemov, ustvarjanje socialnih mrež in upravljanje s časom zahtevajo drugačen stil oz. metodo poučevanja.

Zavedati se moramo, da *podjetništvo ni zlata jama, je garanje in tveganje!* In mladi radi tvegajo, ničesar jih ni strah. Za svoje cilje so pripravljeni tudi garati.

Podjetništvo naj ne bo izhod v sili, naj bo življenjska opredelitev. Mladi so radi svobodni in veliko se jih odloči za samostojno pot (izhod v sili vidijo v javnih službah).

Mladi si izberejo stil življenja na različne načine: lahko ga prinesejo iz družinskih vzorcev ali si želijo uresničiti otroške sanje, lahko se stil oblikuje s kariero, statusom, tekmovalnostjo ... Tudi *podjetništvo je slog življenja*. Pisan vam mora biti na kožo.

5.3 ZAKLJUČNE MISLI

Upadanje varnih zaposlitev in pomanjkanje kakovostnih povečuje negotovost mladih pri prehodu iz šolanja v zaposlitev. Uspešno usposabljanje za (samo)zaposlitev lahko mladim da priložnost za enakovredno sodelovanje v družbi.

Mladi, ki prvič povprašujejo na trgu dela, imajo opravka s spremembami. Izobrazba se jemlje kot potrebna, a je nezadostni razlog za zaposlitev. Za uspešen prehod iz izobraževanja v zaposlitev so pomembne spretnosti in znanje, ki ga ne moremo pridobiti v formalnem izobraževanju. Mladi se morajo zavedati lastnih interesov in lastnega znanja.

Priložnost mladih za podjetniško udejstvovanje postaja zelo pomemben gospodarski dejavnik. To sproži vprašanje, ali lahko posameznika naučimo podjetniških spretnosti. Da, mogoče se je privaditi skozi usposabljanje vsaj nekaterim osebnih značilnostim in sposobnostim. Poučevanje podjetništva zahteva uporabo ustreznih metod, ki se morajo razlikovati od tradicionalnih, drugače ni mogoče doseči zelenih ciljev.

Osebno močno zagovarjam izobraževanje podjetništva v OŠ, in sicer kot izbirni predmet. Otroci so krožek zelo lepo sprejeli in se ga želijo udeleževati tudi v prihodnje, kar je najpomembnejše. Vsakodnevno se srečujem s podjetniki, kot mentorica pa sem lahko sodelovala v projektu in po oceni, ki sem jo dobila, lahko zagotovo trdim, da je miselnost oz. osebnost podjetnika še kako pomembna v sedanjem času. Otrokom smo dolžni pokazati druge alternative in jih pri tem vzpodbujati.

LITERATURA IN VIRI

Knjige

Dvoršak, A. (1997). *Postati – ostati podjetnik*. Ljubljana: SAD

Gibb, A., Cotton, J., Wright, M. (2006). *Razumevanje podjetniškega načina življenja*. Ljubljana: Center RS za poklicno izobraževanje

Krajnik, D., idr. (2011). *Zahteve slovenske obrti in podjetništva 2011*. Ljubljana: Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije

Pšeničny, V. (2000). *Podjetništvo od podjema do rasti*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo

Poročila, interni dokumenti:

Bradač, A. (2010/2011). Zapiski predavanj: Kultura podjetja.

Likar, B. idr. (2010). Delovno gradivo projekta: Izvedba celotnega programa spodbujanja ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti mladih z integracijo programa v aktivnosti lokalnih skupnosti v letih 2010, 2011 in 2012.

Sendelbah, M. (2009). Zapiski predavanj: Podjetništvo.

Zupančič, V. idr. (2008) Delovno gradivo projekta TASBOR: Vodnik za oblikovanje programov podjetniškega usposabljanja.

Naslov spletnih strani

Erasmus za mlade podjetnike. <http://www.mestomladih.si>, dostopno 7. 4. 2011

Najboljši evropski mladi podjetniki. <http://www.mojedelo.com>, dostopno 7. 4. 2011

Kako najti ideje. <http://www.podjetniski-portal.si>, dostopno 12. 5. 2011

Podjetniški priročnik za mlade: Postani podjetnik!. <http://www.poslovniangeli.si>, dostopno 23. 6. 2011

PRILOGE

- Priloga 1: Zahteve slovenske obrti in podjetništva 2011
 Priloga 2: Delovni listi za učence III. triade OŠ
 Priloga 3: Model za merjenje stopnje inovativnosti mladih
 Priloga 4: To je moj prvi poslovni načrt!
 Priloga 5: Primer nalog za učence I. triade OŠ
 Priloga 6: Anketna vprašalnica za mladega in starejšega podjetnika

KAZALO SLIK

Slika 1: Podjetniški krožek na OŠ Primskovo – obisk deležnika	17
Slika 2: Podjetniški krožek na OŠ Primskovo – obisk deležnika	17
Slika 3: Podjetniški krožek na OŠ Primskovo – na obisku pri deležniku.....	18
Slika 4: Podjetniški krožek na OŠ Naklo – na obisku pri deležniku.....	20

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Ustvarjalnost glede na izkušnje	2
Graf 2: Realizacija zahtev obrti in podjetništva 2010 po podatkih OZS	4
Graf 3: Pričakovanja od krožka.....	24
Graf 4: Uresničenje pričakovanj.....	25
Graf 5: Naloge izvajanja krožka.....	25
Graf 6: Pridobivanje novih znanj.....	26
Graf 7: Pridobivanje praktičnih sposobnosti.....	26
Graf 8: Dodatno znanje učencev	27
Graf 9: Koristne teme	27
Graf 10: Nadaljevanje krožka	28
Graf 11: Primerni dnevi	28
Graf 12: Primerne ure.....	29
Graf 13: Predlogi za izboljšavo	29
Graf 14: Izbirni predmet.....	30

KAZALO TABEL

Tabela 1: Skupne lastnosti in razlike med mladimi in starejšimi podjetniki.....	13
---	----

KRATICE

- OOZ: Območna obrtno-podjetniška zbornica
 OZS: Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije
 UPI: ustvarjalnost, podjetnost, inovativnost

VEM: vse na enem mestu