



Univerza v Mariboru
Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor

Doktorska disertacija

**UČINKI INOVACIJSKO-PODJETNIŠKEGA IZOBRAŽEVANJA NA
SPODBUJANJE INOVATIVNOSTI IN SMISELNOST UVAJANJA
OMENJENIH VSEBIN MED OSNOVNOŠOLCE V SLOVENIJI**

Tema odobrena na seji Senata Univerze v Mariboru dne 24.01.2012 in 28.08.2012 z delovnim naslovom: "*Učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na spodbujanje inovativnosti in smiselnost uvajanja omenjenih vsebin med osnovnošolce v Sloveniji*"

Kandidatka: Patricija Halilović, mag. ekon. in posl. ved,
rojena leta 1982 v Slovenj Gradcu

Mentorica: redna prof. dr. Polona Tominc
Somentorica: izredna prof. dr. Zdenka Ženko

Lektorici: mag. Alenka Gortan in Lidija Horvat

September 2013

UDK klasifikacija:
658:001.895:373.3(497.4)(043.3)

"Kdor ve, kaj hoče, bo to tudi dosegel,
če bo le zadosti dolgo živel."
(Joachim ben Zain)

Zahvala

Največja zahvala je namenjena staršema, mami Viktoriji in očetu Esadu, da sta mi omogočila študij, mi vsa leta študija stala ob strani, mi pomagala, me spodbujala in me usmerila na pravo pot. Hvala, ker verjameta vame. Brez vaju in vajine pomoči, ne bi bila tako uspešna. Rada vaju imam.

Za vso podporo, motivacijo, pomoč in razumevanje se zahvaljujem partnerju Vinku.

Iskreno se zahvaljujem mentorici, prof. dr. Poloni Tominc, in somentorici, prof. dr. Zdenki Ženko, za nesebično pomoč, porabljen čas, spodbude v času doktorskega študija ter za nasvete, strokovno vodenje in usmerjanje pri nastajanju doktorske disertacije.

Velika zahvala je namenjena dr. Francu Cankarju za vse predloge, nasvete in diskusije.

Zahvala velja tudi prof. dr. Borutu Likarju, gospe Amri Škrgič (Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije), gospe Dominiki Sambolič (JAPTI), magistru Zlatku Erlihu, magistru Bojanu Grudniku, Danetu Pejčinoviču, Lidiji Horvat in magistrici Alenki Gortan za vso pomoč, ki so mi jo nudili. Prav tako se zahvaljujem vsem ravnateljem, mentorjem in učencem, ki so sodelovali pri raziskavi.

Hvala tudi vsem ostalim, ki ste mi v tem času stali ob strani ter mi nudili oporo pri mojem delu.

Patricija Halilović, mag.

KAZALO VSEBINE

| | |
|---|----|
| POVZETEK | 1 |
| ABSTRACT | 5 |
| 1. UVOD | 9 |
| 1.1 Opredelitev problema..... | 9 |
| 1.2 Cilji doktorske disertacije..... | 12 |
| 1.2.1 Teza doktorske disertacije..... | 12 |
| 1.2.2 Pričakovani izvirni znanstveni prispevki..... | 13 |
| 1.3 Predpostavke in omejitve..... | 14 |
| 1.4 Predvidene metode raziskovanja..... | 15 |
| TEORETIČNA IZHODIŠČA | 17 |
| 2. PODJETNIK, PODJETNOST IN PODJETNIŠTVO | 17 |
| 2.1 Podjetnik..... | 17 |
| 2.1.1 Opredelitev pojma podjetnik..... | 17 |
| 2.1.2 Temeljne lastnosti oziroma značilnosti podjetnika..... | 19 |
| 2.1.3 Podjetniška motivacija in podjetniško tveganje..... | 24 |
| 2.2 Podjetništvo..... | 28 |
| 2.2.1 Opredelitev podjetništva..... | 28 |
| 2.2.2 Podjetniški proces..... | 29 |
| 2.2.3 Podjetniška aktivnost v Sloveniji..... | 32 |
| 3. USTVARJALNOST | 39 |
| 3.1 Opredelitev ustvarjalnosti..... | 39 |
| 3.2 Ustvarjalno razmišljanje..... | 41 |
| 3.3 Spodbujanje otrokove ustvarjalnosti v osnovni šoli..... | 42 |
| 3.4 Dejavniki, ki vplivajo na spodbujanje ustvarjalnosti osnovnošolcev pri pouku..... | 44 |
| 3.5 Ovire ustvarjalnosti..... | 48 |
| 4. INOVATIVNOST | 51 |
| 4.1 Inovativnost in invencijsko - inovacijski proces..... | 51 |
| 4.2 Inovativnost kot posledica ustvarjalnosti in pomen podjetnosti za inovativnost..... | 54 |
| 4.3 Inovativnost med mladimi v Sloveniji..... | 55 |
| 5. PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE | 61 |
| 5.1 Institucije podpornega okolja za podjetniško izobraževanje in inovativnost..... | 65 |
| 5.2 Podjetniško izobraževanje mladih..... | 69 |
| 5.2.1 Primeri dobre prakse na področju podjetniškega izobraževanja mladih..... | 73 |
| 6. PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE V ŠOLSKEM SISTEMU V SLOVENIJI | 81 |
| 6.1 Razvoj podjetniškega krožka namenjenega osnovnošolcem..... | 87 |

| | |
|---|-----|
| EMPIRIČNI DEL | 99 |
| 7. EMPIRIČNA RAZISKAVA | 99 |
| 7.1 Opredelitev predmeta empiričnega proučevanja in ciljev raziskave..... | 99 |
| 7.2 Razvoj modela raziskave..... | 101 |
| 7.2.1 Raziskovalne hipoteze..... | 101 |
| 7.2.2 Model..... | 103 |
| 7.2.3 Spremenljivke modela..... | 106 |
| 7.3 Viri podatkov, populacija in vzorec..... | 107 |
| 7.3.1 Viri podatkov..... | 107 |
| 7.3.2 Populacija..... | 107 |
| 7.3.3 Značilnosti slučajnega vzorca..... | 110 |
| 7.4 Zbiranje podatkov, oblikovanje vprašalnika in izvedba raziskave..... | 111 |
| 7.5 Uporabljene statistične metode v nalogi..... | 112 |
| 8. REZULTATI EMPIRIČNE RAZISKAVE | 114 |
| 8.1 Ustvarjalna razredna klima..... | 114 |
| 8.2 Vpliv inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na večanje ustvarjalnosti, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnosti (prilagodljivost spremembam) učencev..... | 121 |
| 8.3 Vpliv inovacijsko – podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev na razvoj lastnosti, ki jim pravimo podjetne..... | 135 |
| 8.4 Inovacijsko – podjetniško izobraževanje pripelje k izboljšanju podjetniškega znanja učencev..... | 142 |
| 8.5 Vpliv inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na odločitev učencev za nadaljnje izobraževanje..... | 145 |
| 8.6 Najbolj primerna oblika inovacijsko – podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev..... | 146 |
| 8.7 Različni vidiki inovacijsko-podjetniške aktivnosti učencev..... | 149 |
| 9. SKLEPNA SPOZNANJA | 155 |
| 9.1 Temeljne ugotovitve..... | 155 |
| 9.2 Implikacije raziskave in predlogi nadaljnjih raziskav..... | 165 |
| 9.3 Zaključek..... | 167 |
| LITERATURA IN VIRI | 169 |
| PRILOGE | 191 |
| DELOVNI ŽIVLJENJEPIS | 207 |
| IZJAVA DOKTORSKEGA KANDIDATA | 209 |

KAZALO TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabela 1: Primerjava tipičnega in dinamičnega podjetnika | 19 |
| Tabela 2: Značilna področja stališč in obnašanja posameznikov, podjetnikov | 23 |
| Tabela 3: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti | 35 |
| Tabela 4: Prednosti in slabosti Slovencev, ki vplivajo na podjetniško aktivnost | 37 |
| Tabela 5: Blokade in odpravljanje blokad ustvarjalnosti | 48 |
| Tabela 6: Pet temeljnih faz ustvarjalnosti, ki vodijo v inovativnost | 54 |
| Tabela 7: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo leta 2010 in 2011 | 62 |
| Tabela 8: Podjetniške zamisli in podporne inštitucije | 68 |
| Tabela 9: Skupna povprečna vrednost ocenjenih trditev za sodelujoče države gospodarstev inovacijskega tipa | 70 |
| Tabela 10: Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let, ki so se udeležili podjetniškega izobraževanja v osnovni ali srednji šoli ali pa po končani šoli | 71 |
| Tabela 11: Pričetek uresničevanja strategij podjetniškega izobraževanja v šolskem sistemu v Evropskih državah od leta 2007 do leta 2011 | 74 |
| Tabela 12: Podjetniško izobraževanje v šolskem sistemu v Sloveniji po izvajalcih | 82 |
| Tabela 13: Število osnovnih šol, ki so ponujale podjetniške krožke za učence po šolskih letih | 87 |
| Tabela 14: Projekt krožek UPI po regijah in število vključenih otrok v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 | 96 |
| Tabela 15: Podjetniški krožek za učence tretje triade po regijah in število vključenih otrok v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 | 97 |
| Tabela 16: Število vključenih otrok tretje triade v podjetniški ali UPI krožek v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 | 97 |
| Tabela 17: Osnovne šole, ki so ponujale UPI krožek po regijah in število vključenih učencev v krožek | 108 |
| Tabela 18: Osnovne šole po regijah, ki so v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 ponujale podjetniški krožek in število vključenih učencev v krožek | 109 |
| Tabela 19: Mnenje učencev o ustvarjalni klimi v razredu po izvedenem izobraževanju | 115 |

| | |
|--|-----|
| Tabela 20: Mnenje mentorjev o ustvarjalni klimi v razredu po izvedenem izobraževanju..... | 117 |
| Tabela 21: Mnenje učencev in mentorjev o ustvarjalni klimi v razredu | 118 |
| Tabela 22: Mnenje ravnateljev in mentorjev, da inovacijsko - podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime..... | 120 |
| Tabela 23: Ustvarjalnost učencev, ki so obiskovali podjetniške krožke (eksperimentalna skupina) in učencev, ki krožkov niso obiskovali (kontrolna skupina) | 122 |
| Tabela 24: Obvladovanje inovacijskega procesa učencev, ki so obiskovali podjetniške krožke (eksperimentalna skupina) in učencev, ki krožkov niso obiskovali (kontrolna skupina)..... | 126 |
| Tabela 25: Fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, ki so obiskovali podjetniške krožke (eksperimentalna skupina) in učencev, ki krožkov niso obiskovali (kontrolna skupina)..... | 129 |
| Tabela 26: Mnenje ravnateljev in mentorjev o tem, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev..... | 132 |
| Tabela 27: Pearsonov koleracijski koeficient mentorji | 133 |
| Tabela 28: Mnenje učencev o pridobljenih lastnostih, ki jim pravimo podjetne lastnosti | 135 |
| Tabela 29: Komunalitete, KMO in Bartlett's Test..... | 136 |
| Tabela 30: Odstotek pojasnjene variance faktorjev..... | 137 |
| Tabela 31: Faktorska matrika | 138 |
| Tabela 32: Pattern matrika | 139 |
| Tabela 33: Mnenje mentorjev in učencev o pridobljenih lastnostih, ki jim pravimo podjetne lastnosti | 140 |
| Tabela 34: Mnenje ravnateljev (vzorčni podatki) ali inovacijsko – podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti..... | 141 |
| Tabela 35: Podjetniško znanje učencev, ki so obiskovali podjetniške krožke (eksperimentalna skupina) in učencev, ki krožkov niso obiskovali (kontrolna skupina)..... | 143 |
| Tabela 36: Podjetniško znanje učencev..... | 144 |
| Tabela 37: Mnenje ravnateljev in mentorjev o tem, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev za izbrano smer srednješolskega izobraževanja. | 146 |
| Tabela 38: Mnenje učencev, mentorjev in ravnateljev o najbolj primerni obliki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev..... | 147 |

| | |
|---|-----|
| Tabela 39: Povprečja odgovorov učencev, mentorjev in ravnateljev o najbolj primerni obliki izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli | 147 |
| Tabela 40 Mnenje anketiranih ravnateljev in mentorjev o pomenu podjetništva in inovacijsko-podjetniškega izobraževanja | 149 |
| Tabela 41: Mnenje ravnateljev o podjetniški klimi v okolju v katerem živijo..... | 150 |
| Tabela 42: Mnenje ravnateljev in mentorjev o trditvah, ki se nanašajo na ustvarjalnost in inovativnost | 151 |
| Tabela 43: Pearsonovi koleracijski koeficienti ravnatelji in mentorji..... | 152 |
| Tabela 44: Mnenje ravnateljev glede stopnje namenjene pozornosti področju podjetnosti, ustvarjalnosti in inovativnosti učencev..... | 153 |
| Tabela 45: Skupine ljudi, ki v največji meri pomagajo učencem pri izpeljavi njihovih idej | 154 |
| Tabela 46: Zaključeni koraki s strani učencev na poti k uresničitvi njihove ideje..... | 154 |
| Tabela 47: Potrditev ali zavrnitev postavljenih raziskovalnih hipotez v nalogi..... | 157 |

KAZALO SLIK

| | |
|--|----|
| Slika 1: Štiridimenzionalen podjetnik..... | 21 |
| Slika 2: Model podjetniške motivacije..... | 26 |
| Slika 3: Gonilne sile podjetniškega procesa..... | 30 |
| Slika 4: Model podjetniškega procesa..... | 31 |
| Slika 5: Delujoča podjetja v Sloveniji leta 2010 po velikosti | 34 |
| Slika 6: Trije vidiki ustvarjalnosti..... | 40 |
| Slika 7: Konvergentno in divergentno razmišljanje | 42 |
| Slika 8: Inovacijski proces skozi metodo ustvarjalnega mišljenja - možganska nevihta | 46 |
| Slika 9: Od ideje do inovacije | 51 |
| Slika 10: Model povezanosti podjetništva in inovativnosti mladih z gospodarstvom in podpornim okoljem ter pričakovano odličnostjo..... | 57 |
| Slika 11: Model za krepitev inovativnosti v izobraževalnem sistemu | 59 |

| | |
|--|-----|
| Slika 12: Pridobivanje podjetniških znanj | 61 |
| Slika 13: Opredelitev ciljev podjetniškega izobraževanja na različnih ravneh izobraževanja in potrebnih aktivnosti za doseg ciljev | 72 |
| Slika 14: Število osnovnih šol, ki so ponujale podjetniške krožke za učence po šolskih letih | 88 |
| Slika 15: Prikaz mreže izvedbe projekta “krožek UPI” | 94 |
| Slika 16: Prikaz mreže izvedbe podjetniškega krožka | 95 |
| Slika 17: Multidimenzionalen model raziskovanja | 104 |
| Slika 18: Model podjetniškega izobraževanja mladih s pričakovanimi učinki | 105 |
| Slika 19: Ustvarjalnost učencev, ki so obiskovali UPI ali podjetniški krožek pred in po izobraževanju | 124 |
| Slika 20: Ustvarjalnost učencev, ki niso obiskovali UPI ali podjetniškega krožka pred pričetkom krožka in po končanem krožku | 125 |
| Slika 21: Obvladovanje inovacijskega procesa učencev, ki so krožek obiskovali pred in po izobraževanju | 127 |
| Slika 22: Obvladovanje inovacijskega procesa učencev, ki niso obiskovali UPI ali podjetniškega krožka pred pričetkom krožka in po končanem krožku | 128 |
| Slika 23: Fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, ki so krožek obiskovali pred in po izobraževanju | 130 |
| Slika 24: Fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, ki niso obiskovali UPI ali podjetniškega krožka pred pričetkom krožka in po končanem krožku | 131 |
| Slika 25: Mnenje ravnateljev in mentorjev o tem, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev | 134 |
| Slika 26: Graf lastnih vrednosti | 138 |
| Slika 27: Mnenje mentorjev in učencev o pridobljenih lastnostih, ki jim pravimo podjetne lastnosti. | 141 |
| Slika 28: Podjetniško znanje učencev (povprečno število pravilno rešenih nalog)..... | 145 |
| Slika 29: Mnenje učencev, mentorjev in ravnateljev o najbolj primerni obliki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev | 148 |

POVZETEK**UČINKI INOVACIJSKO-PODJETNIŠKEGA IZOBRAŽEVANJA NA SPODBUJANJE INOVATIVNOSTI IN SMISELNOST UVAJANJA OMENJENIH VSEBIN MED OSNOVNOŠOLCE V SLOVENIJI**

Ključne besede: *ustvarjalnost, inovativnost, podjetništvo, podjetniško usposabljanje in izobraževanje, podjetniško izobraževanje v šolskem sistemu, učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v Sloveniji.*

Podjetništvo in inovativnost osvajata svet, ter predstavljata vir ekonomskega razvoja. Podjetništvo je tudi osrednji gospodarski proces, ki določa vzpone in padce narodov in podjetij (Plut in Plut 1995, 11). To so dejstva, ki vse bolj prodirajo tudi v naše okolje. Največje ovire pri razvoju podjetništva na splošno so birokracija, avtokracija (določena zaprta skupina ljudi na oblasti) in negativen odnos do podjetniške dejavnosti. Tudi pomanjkanje samega podjetniškega duha in inovativnosti je usodno, saj sta le-ta nujno potrebna že za sam razvoj podjetništva. Dejavnosti, ki spodbujajo rast podjetniškega duha, je dobro spodbujati že v obdobju šolanja otroka, saj se tega ne da naučiti na hitro (Metličar 2008). Tudi v Sloveniji je podjetništvo zelo pomembno za gospodarski razvoj (Rebernik et al., 2012). Spodbujati ustvarjalnost, inovativnost in podjetnost, ter spoznavati s pojmi, kot so podjetništvo in podjetnik, bi morali že mlade ljudi od osnovne šole naprej. S tem bi pripomogli k učinkovitejšemu ustvarjanju pozitivne podjetniške klime. Znanje je tista neprecenljiva vrednota, ki človeka bogati in je temelj na poti do uspeha. Informacije in znanje so mehanizem pospeševanja vsestranskega razvoja, saj je znanje kapital, s katerim ustvarjamo (Rajšp 2005, 5). Z izobraževanjem si širimo obzorje, pridobivamo znanje in ideje, razvijamo ustvarjalnost in podjetno razmišljanje. Vse to so pogoji za razvoj podjetnega posameznika (prav tam).

Pomen podjetništva za gospodarski razvoj je velik in nesporen, podjetništvo pa je nedvomno gonilna sila gospodarstva in odločilno vpliva na ekonomski in družbeni razvoj (Casson 2003, 271). Podjetnik, kot sila podjetniškega procesa, išče poslovne priložnosti ter zbira, zagotovi in kombinira vire in potrebna sredstva za njihovo uresničitev (prav tam). Priložnost podjetniškega procesa privede do podjetniškega delovanja. Podjetniški sektor med drugim ustvarja nova delovna mesta, podjetniki pa lahko aktivno spodbujajo posameznike k podjetništvu. S tem se dviguje zavest skupnosti, kar vodi v povečevanje splošne družbene blaginje (Bulc 2010). Stanje podjetništva v svetu raziskuje GEM (Global Entrepreneurship Monitor), kjer vsako leto ocenijo podjetniško aktivnost v obravnavanih državah (Rebernik et al., 2012). Potreba po bolj širše zasnovani inovacijski politiki, podjetnem razmišljanju in ravnanju posameznikov je vedno bolj poudarjena, kajti ustvarjalnost in inovacije so in bodo potrebne za razvoj današnje družbe.

Doktorska disertacija poudarja pomen podjetništva. V nalogi smo se osredotočili in omejili na inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev. Za potrebe disertacije smo uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovnošolski sistem v Sloveniji opredelili široko. Inovacijsko-podjetniško izobraževanje na določenih osnovnih šolah v Sloveniji poteka na osnovi podjetniškega ali UPI (ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost) krožka. V disertaciji

smo proučevali učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja učencev, torej učinke podjetniškega in UPI krožka na inovacijsko-podjetniške rezultate učencev in na podlagi učinkov prikazali, da je uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v programe osnovnošolskega izobraževanja smiselno.

Med različnimi avtorji s področja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev najdemo različne predloge in argumentacije. Nekateri avtorji zagovarjajo, da je inovacijsko-podjetniško izobraževanje nujno potrebno vnesti v redni osnovnošolski program, v vse osnovne šole, saj le-to prinaša same pozitivne učinke, medtem ko drugi menijo, da je bolje izvajati inovacijsko-podjetniško izobraževanje na osnovi krožka, kjer se lahko vodstvo vsake osnovne šole odloči, ali bodo ponudili svojim učencem tovrstno interesno dejavnost ali ne. S proučevanjem povezav med inovacijsko-podjetniškim izobraževanjem osnovnošolcev in učinki izobraževanja, smo s pridobljenimi podatki skušali dodatno osvetliti to področje. Ugotavljamo, da je zelo malo raziskav, ki bi neposredno povezovale razloge uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja in spodbujanja podjetnega razmišljanja med osnovnošolce in njihovimi učinki. Zato smo v raziskavi opredelili proučevane učinke, povezali razloge z učinki in ugotovili, da obstajajo določene povezave med njimi.

Cilj disertacije je odgovoriti na osnovno raziskovalno vprašanje, in sicer: »Kakšni so učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v Sloveniji? in Ali je na podlagi teh učinkov uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovnošolski sistem v Sloveniji smiselno?«

Iz tega ključnega raziskovalnega vprašanja izhaja osrednja teza doktorske disertacije:

»Uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce v Sloveniji je smiselno, saj pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime in podjetnih lastnosti, povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev ter pripomore tudi k širjenju njihovega podjetniškega znanja.« Osrednjo tezo smo preverjali z več postavljenimi hipotezami.

Disertacija je razdeljena na dva dela: teoretični in empirični. V teoretičnem delu smo v drugem poglavju proučili podjetnika in podjetništvo. Cilj poglavja je bil opredelitev pojmov podjetnik in podjetništvo. Temeljni prispevek tega poglavja je v strnjnem, a v celovitem pregledu obsežne opredelitve omenjenih pojmov. Tretje poglavje obravnava teoretična izhodišča ustvarjalnosti. Ugotovili smo, da pri proučevanju ustvarjalnosti avtorji uporabljajo različna teoretična izhodišča ali njihovo kombinacijo. Zato ugotavljamo, da je pri proučevanju ustvarjalnosti smotrno kombinirati več teoretičnih izhodišč, saj se le-ta med seboj dopolnjujejo in upoštevajo različne vidike ustvarjalnosti. V tem poglavju smo opredelili tudi dejavnike, za spodbujanje ustvarjalnosti osnovnošolcev pri pouku in sicer metode poučevanja, ki spodbujajo ustvarjalno mišljenje in ustvarjalnost učencev, razredno klimo, učitelja, informacijsko-komunikacijsko tehnologijo in motivacijo. Ustvarjalnost nas lahko vodi v inovativnost, kar opredeljujemo v četrtem poglavju. V petem poglavju opredeljujemo podjetniško izobraževanje. Opredelili smo možnosti pridobivanja podjetniških znanj preko formalnih in neformalnih oblik izobraževanja, naredili pregled institucij podpornega okolja za podjetniško izobraževanje in inovativnost ter predstavili primere dobre prakse na področju podjetniškega

izobraževanja mladih. V šestem poglavju smo se osredotočili na podjetniško izobraževanje v šolskem sistemu v Sloveniji. V tem poglavju smo predstavili stopnje razvoja podjetniškega izobraževanja v Sloveniji in podrobneje opisali razvoj podjetniškega krožka namenjenega osnovnošolcem.

Po opredelitvi teoretičnih izhodišč v sedmem in osmem poglavju prikazujemo rezultate empirične analize. V empiričnem delu disertacije smo odgovorili na raziskovalno vprašanje in preverjali postavljeno tezo.

Ugotavljamo, da pri podjetniškem ali UPI krožku v razredu vlada ustvarjalna klima, mnenja ravnateljev in mentorjev o tem, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime pa so različna. Prav tako ugotavljamo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na večjo ustvarjalnost, večje obvladovanje inovacijskega procesa in večjo fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, ki so se izobraževanja udeležili, večji obseg podjetniškega znanja ter razvoj lastnosti, ki jim pravimo podjetne. Inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva tudi na odločitev učencev za nadaljnje srednješolsko izobraževanje.

Na podlagi ugotovitev smo osrednjo raziskovalno tezo potrdili, saj smo spoznali, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime in podjetnih lastnosti, povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev ter pripomore tudi k širjenju njihovega podjetniškega znanja, zato je uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce v Sloveniji smiselno.

Osrednji prispevek doktorske disertacije je v empirično utemeljenem raziskovalnem konceptu proučevanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v Sloveniji in učinkov, do katerih prihaja. Baza znanja, ki je nastala z disertacijo, prispeva k razjasnitvi teoretičnih konceptov in k empirični obogatitvi poznavanja pojava. Z družbenega vidika bodo dani odgovori na vprašanja o povezavi učinkov in smiselnost uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce, kar je pomembno tudi za slovenski izobraževalni sistem. Kot zadnje osvetlitev povezav učinkov in smiselnost uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce predstavlja osnovo za oblikovalce predloga (na Ministrstvu za izobraževanje, znanost, kulturo in šport) o uvajanju inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v redne programe osnovnošolskega izobraževanja.

ABSTRACT**EFFECTS OF INNOVATIVE - ENTREPRENEURIAL EDUCATION ON
STIMULATING INNOVATION AND SIGNIFICANCE OF INTRODUCING THE
MATTER TO PUPILS IN SLOVENIA**

Keywords: *creativity, innovation, entrepreneurship, entrepreneurial education in the primary school system, business circle, the effects of innovation-entrepreneurial education of pupils in Slovenia.*

Entrepreneurship and Innovation both have been conquering the world and representing the source of economic development. Entrepreneurship is the central economic process, which provides the ups and downs of nations, businesses and individuals (Plut and Plut 1995, 11). These are the facts, which are increasingly penetrating into our environment. The largest obstacles to the development of entrepreneurship in general are: bureaucracy, autocracy (defined as closed group of people in power) and a negative attitude towards entrepreneurial activity. The lack of the entrepreneurial spirit and innovation is crucial, since it is already necessary for the development of entrepreneurship itself. Activities that promote the growth of an entrepreneurial spirit have already been well promoted already in schools, because it can not be learned quickly (Metličar 2008). In Slovenia, entrepreneurship is also very important for economic development (Rebernik et al., 2012). We should encourage creativity, innovation and entrepreneurship in young people and teach them about concepts such as entrepreneurship and entrepreneur already from primary school onwards. This would contribute to a more efficient creation of a positive business climate. Knowledge is the one inestimable value, which enriches the human and is the basis for success. Information and knowledge are a mechanism for promoting all-round development, because knowledge is the capital, which enables us to create (Rajšp 2005, 5). By educating ourselves, we broaden horizons, acquire knowledge and ideas and develop creativity and entrepreneurial thinking. These are all conditions for successful development of entrepreneurial individual (Rajšp 2005, 5).

The importance of entrepreneurship for innovative economic development is large and undeniable and entrepreneurship is undoubtedly the driving force of the economy and it decisively influences the economic and social development. Entrepreneur as the force of the entrepreneurial process, is looking for business opportunities and to collect, combine and provide resources and means necessarily to achieve them (Casson 2003). Opportunity of the entrepreneurial process leads to entrepreneurship. The entrepreneurial sector, among others, creates new employment positions, while entrepreneurs can actively encourage individuals to become entrepreneurs. This raises community awareness, which leads to a general increase of social welfare (Bulc 2010). The State of entrepreneurship in the world explores the GEM (Global Entrepreneurship Monitor), where every year the entrepreneurial activity is assessed in the targeted countries (Rebernik et al., 2012). The need for more broad-based innovation policy and entrepreneurial thinking and behavior of individuals, is increasingly emphasized because creativity and innovation are and will be required for the development of today's society.

Doctoral dissertation stresses the importance of entrepreneurship. In this work we focus on and limit innovative-entrepreneurial education of pupils. For the purposes of the dissertation, we introduce innovative-entrepreneurial education in primary school system in Slovenia more widely. Innovative and entrepreneurial education in some primary schools in Slovenia is based on business or UPI (CEI - creativity, entrepreneurship and innovation) club. In this thesis we studied the effects of innovative-entrepreneurial education of pupils, therefore the effects of entrepreneurial and UPI club on innovative-entrepreneurial results of pupils and on the basis of effects, we showed that the introduction of innovative-entrepreneurial education in programme in elementary education does make sense.

Among the various authors in the field of innovative-entrepreneurial education of pupils, we can find various proposals and arguments. Some authors argue that entrepreneurial education is necessary to enter into the regular elementary school program in all elementary schools, as it is possible to achieve very positive effects, while others believe that it is better to implement innovation-entrepreneurial education club where management of each elementary school can decide whether or not to offer its students such interest activity or not. By examining the links between innovative-entrepreneurial education of pupils and elementary education effects, we wanted to obtain additional information to highlight this area. We find that there are rather few researches that directly connect the grounds of introducing innovative-entrepreneurial education and to promote entrepreneurial thinking among primary school pupils and their effects. Therefore this research was to identify the effects of the study, connect the reasons with effects and we found out that there are particular connections between them.

The aim of the thesis is to answer the basic research question, namely: »What are the effects of innovative-entrepreneurial education in Slovenia and does it make sense to implement innovative-entrepreneurial education in primary school system in Slovenia on the basis of these effects? «

From this key research question, it comes the central thesis of dissertation: »Introducing innovative-entrepreneurial education to primary school children in Slovenia does make sense, since it contributes to the development of positive, creative environment and entrepreneurial characteristics, increases creativity and knowledge of the innovation process, flexibility (adaptability to change) of pupils and also helps to spread their entrepreneurial skills«. The central thesis was analyzed with using multiple hypotheses.

The dissertation is divided into two parts, theoretical and empirical. In the theoretical part we examined the entrepreneur and entrepreneurship in second chapter. The aim of the chapter was to define concepts of entrepreneur and entrepreneurship. The fundamental contribution of this chapter is a concentrated, but comprehensive review of the extensive definition of these concepts. The third chapter deals with the theoretical foundations of creativity. We found that in the study of creativity, authors use different theoretical approaches or their combination. Therefore, we see that the rational study of creativity combines several theoretical principles, as they complement each other and take into account different aspects of creativity. In this chapter we define the factors for the promotion of creativity of pupils through teaching methods that encourage creative thinking and creativity of pupils, classroom climate, teachers,

information and communication technology and motivation. Creativity can lead to innovation, which is defined in section four. In the fifth chapter we define entrepreneurial education. We have identified the possibilities of gaining entrepreneurial skills through formal and non-formal education, do review of institutions which support environment for entrepreneurial education and innovation and show examples of good practices in the field of entrepreneurial education of young people. In the sixth chapter, we focused on innovative-entrepreneurial education in the school system in Slovenia. In this section we present development stages of entrepreneurial education in Slovenia and describe in detail the development of the entrepreneurial club devoted to pupils.

According to the definition of theoretical concepts in the seventh and eighth chapter, we present the results of empirical analysis. In the empirical part of the dissertation we answer the research question and check raised central thesis.

We found out that in business or UPI (CEI) club in the class, there is a creative climate opinion of principals and mentors about the fact that innovative-entrepreneurial education does contribute to the development of positive creative climate. We also note that innovative-entrepreneurial education affects more on creative, knowledge of the innovation process and flexibility (adaptability to change) of pupils who had attended the training, a wider range of entrepreneurial skills and the development of properties, called enterprising. Innovative and entrepreneurial education also affect pupils' decisions to continue secondary education.

Based on the findings, we confirm a central research thesis, because we know that innovative-entrepreneurial education contributes to the development of positive creative environment and entrepreneurial characteristics, increases creativity and knowledge of the innovation process, flexibility (adaptability to change) of pupils and also helps to spread their entrepreneurial skills and because of all these facts, the introduction of innovative-entrepreneurial education to pupils in Slovenia definitely does have a sense.

The main contribution of this dissertation is the fact that it provides empirical justified research concept of studying innovative-entrepreneurial education of pupils in Slovenia and effects that occur. Knowledge base, which is formed by the thesis contributes to the clarification of theoretical concepts and empirical enrichment of the understanding of this phenomenon. From social terms, responses will be made to answer questions about the connection of the effects and the significance of introducing innovative-entrepreneurial education among pupils, which is important for the Slovenian education system as well. Finally, enlightening connections of effects and meaningfulness of introducing innovative-entrepreneurial education among pupils is the basis for policy proposals (Ministry of Education, Science, Culture and Sport) on the introduction of innovative-entrepreneurial education into the regular curriculum of elementary education.

1. UVOD

1.1 Opredelitev problema

Postavlja se vprašanje, kako človeške potenciale razvijati in jih čim uspešneje izrabiti (Likar 2002b, 261). Vsekakor je ena izmed poti k temu cilju spodbujanje ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti v osebnem razvoju (Likar 2004, 239). Likar poudarja, da študije kažejo večjo ustvarjalnost mladih, kot starejših (pri 5 letih je ustvarjalnih 90% otrok, pri 17 le še 10%, kasneje pa jih ostane ustvarjalnih le 5%) (Likar 2004, 240). Prav tako so otroci pri petih in šestih letih pogosto tudi izredno motivirani za ustvarjalno delo (prav tam, 240). Otroci imajo ideje, ki so zanimive tako za podjetja kot za tržišče. Problem pa seveda nastopi v procesu realizacije, saj je za uspešno realizacijo ideje potrebno obvladovati celoten invencijsko-inovacijski proces, česar pa od otrok niti ne pričakujemo. Gre za znanja o invencijskem in raziskovalno-razvojnem delu, predstavitvi novosti, raziskavi trga, proizvodnji, trženju, financiranju, pa tudi mednarodnem poslovanju. Potrebna so torej široka znanja, ki jih mladi večinoma oziroma v celoti nimajo (Likar 2003b, 282). Z namenom, da bi spodbudili inovativne, podjetniške pobude, je v Sloveniji v zadnjem desetletju zrasla vrsta podpornih centrov in programov (ministrstva, uradi, razvojni centri, informacijski centri, skladi tveganega kapitala, tehnološki parki ipd.), ki nudijo razne oblike pomoči. Zaradi dejstva, da so otroci bolj ustvarjalni od starejših, bi bilo potrebno ustvarjalnost, podjetniško razmišljanje in inovativnost še v večji meri spodbujati pri otrocih (prav tam, 282).

Način, kako otroke seznaniti s podjetništvom, jih spoznati s pojmi, kot so podjetništvo, podjetnik in poslovni načrt, večati njihovo obvladovanje inovacijskega procesa, spodbujati njihovo ustvarjalnost, fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) in lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti, je uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja oziroma vsaj nekaterih komponent podjetništva v osnovnošolski sistem. S tem bi pripomogli k ustvarjanju ustvarjalne in podjetniške klime.

Osnovne šole so lahko zelo pomemben člen v verigi inovacijsko-podjetniškega izobraževanja. Učitelji bi morali kar v največji meri spodbujati učence k ustvarjalnemu in inovativnemu načinu razmišljanja. Likar (2004) meni, da na inovativnost učencev vpliva ustvarjalna razredna klima. Prav tako je za višanje inovativnosti učencev pomembno, da delo v razredu pogosto poteka v skupinah, da so učenci enakopravno vključeni v diskusije, da ni prevelike tekmovalnosti med učenci, da so ideje učencev enakopravno obravnavane s strani učiteljev, in da učitelji motivirajo in spodbujajo učence k ustvarjalnemu in inovativnemu razmišljanju (Likar 2003a, 9). Na osnovni šoli, ki si ne prizadeva vzpostaviti ustrezne klime in kulture v smislu spodbujanja inovativnosti, si je težko predstavljati, da bodo učenci višali svojo inovativnost. To pomeni, da se v razredu razvije kultura in klima, kjer je vsak posameznik zadolžen za določeno nalogo, se spodbuja osebno zaupanje in skupinsko medsebojno sodelovanje in ima vsak posameznik pravico do svojega mnenja (Likar 2004). Za šolo to pomeni več fleksibilnosti (prilagodljivosti), učitelji pa bodo ob pomoči in podpori vodstva šole in kolegov dosegli tisto točko, ki je potrebna za učinkovito spodbujanje inovativnosti učencev (Glas 2007, 16). Spodbujanje inovativnosti učencev, poleg ustrezne razredne klime, zahteva tudi inovativne učitelje, in sicer učitelje, ki so ustvarjalni, sposobni timskega dela, preizkušajo

nove postopke in ideje, so motivirani, se ne bojijo izzivov in iščejo nove rešitve. Učitelji, ki spodbujajo inovativnost učencev, imajo jasno začrtano vizijo, kaj želijo s spodbujanjem inovativnosti doseči. Prav tako se zavedajo, da cilji spodbujanja inovativnosti med učenci in poučevanja sovpadajo z razredno klimo in kakovostjo učnega procesa. To jim omogoča, da lahko združijo aktivne metode učenja z bolj tradicionalnimi, ko je to potrebno (Glas 2007, 17).

Mulej in Ženko opozarjata, da kljub povečanju podjetniškega razmišljanja med mladimi, ne moremo trditi, da bo to povečalo število inovacij (Mulej in Ženko, 2004). Pot od ideje do inovacije je dolga, pojavijo se lahko številni problemi pri obvladovanju nadaljnjih aktivnosti, potrebnih za realizacijo invencije (prav tam). Likar (2003b, 282) je prišel do spoznanja, da je za pomanjkanje potrebnih znanj za uspešno invencijsko-inovacijsko dejavnost in za preobrazbo idej v tržno uspešne inovacije krivo tudi neučinkovito slovensko podporno okolje. Zelo malo je sodelovanja med mladimi in podjetji ter obrtniki pri realizaciji njihovih idej, kar po mnenju Likarja predstavlja še neizkoriščene zmožnosti za doseganje višje stopnje inovativnosti mladih v Sloveniji, saj bi povezovanje inventivnosti mladih in investicijskih ter poslovnih znanj in možnosti slovenskega gospodarstva prineslo nove učinke (Likar 2003b, 288-289).

Dejstvo je, da sta ustvarjalnost in njena manifestacija v obliki inovativnosti ključna vzvoda ustvarjanja dodatne vrednosti v današnjem času in prostoru, zato je treba aktivirati čim več potencialov, ki omogočajo prehod v inovativno, na znanju in modrosti temelječo družbo (Cankar et al., 2011, 2). Mednje nedvomno lahko uvrstimo zlasti učinkovito razvojno-raziskovalno področje, podporne institucije z razvito mrežo spodbudnega inovacijsko-podjetniškega okolja in seveda celoten šolski sistem, ki že od vrtca naprej daje mladim osnovne nastavke za razvoj znanja, inovativnosti, fleksibilnosti in podjetniškega razmišljanja (prav tam). Razvitost, povezanost in usklajeno delovanje vseh dejavnikov omogoča in zagotavlja sistematičen in uravnotežen razvoj inovativnosti, ki je izražena v procesu inoviranja in podjetniškega razmišljanja (prav tam).

Inovacijsko-podjetniško izobraževanje se na določenih slovenskih osnovnih šolah v ožjem pomenu izvaja s podjetniškim krožkom za učence tretje triade in krožkom UPI (ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost, v nadaljevanju krožek UPI), kjer učence spodbujajo k podjetniškemu razmišljanju in podjetnosti. Učenci spoznajo osnovne pojme, kot so podjetništvo, poslovna priložnost, podjetniška ideja, podjetnik, podjetniško načrtovanje, razvijajo ideje, mentorji jih vodijo v enostavne projekte. Učenci izdelujejo tudi poslovne načrte. Spodbujanje podjetniškega razmišljanja in podjetnosti pomeni naučiti učence reševati probleme, razvijati njihove ustvarjalne sposobnosti, spodbujati inovativnost, domišljijo, pogajalske sposobnosti in komunikacijske veščine ter spodbujati razvoj osebnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne (poročilo o poteku UPI krožka 2011 in 2012, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije). Ne da se priučiti in spodbujati razvoja vseh lastnosti. Nekatere intelektualne lastnosti, kot sta energičnost in inteligentnost sta prirojeni (Timmons v Glas 2000, 45). Navdihuje nas dejstvo, da lahko pri posamezniku z vajami, izobraževanjem in usposabljanjem, večino lastnosti, ki jim pravimo podjetne, razvijemo in izboljšamo (Žnidaršič 2003).

Za potrebe disertacije bomo proučevali učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja slovenskih osnovnošolcev tretje triade, ki so obiskovali podjetniški krožek ali krožek UPI, torej učinke krožka na učence in na podlagi učinkov prikazali, da je uvajanje omenjenih vsebin v programe osnovnošolskega izobraževanja smiselno.

Za to smo se odločili iz več razlogov. 1., osnovne šole so pomemben člen pri spodbujanju ustvarjalnosti, podjetniškega razmišljanja in inovativnosti učencev (poročilo o poteku UPI krožka 2011 in 2012, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije). Omenili smo že, da je Likar (2004, 240) prišel do spoznanja, da so otroci pri petih letih veliko bolj ustvarjalni kot mladi pri sedemnajstih letih. Iz tega je moč razbrati, da se ravno v času osnovnošolskega in srednješolskega izobraževanja izgubi največji delež ustvarjalnosti posameznika. 2., inovacijsko-podjetniško izobraževanje v osnovnošolskem sistemu v Sloveniji je proučevano veliko redkeje, kot inovacijsko-podjetniško izobraževanje v poklicnih in srednjih šolah. 3., predpostavljamo, da bodo učinki, ki jih prinaša inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev v večini pozitivni. 4., osnovne šole se zaradi tradicionalnega načina podajanja snovi učencem soočajo s problemom spodbujanja ustvarjalnosti in inovativnosti, ki vodita v podjetnost; inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pa je ena izmed možnosti, kako dopolniti oziroma preseči ta primanjkljaj.

V Sloveniji še ni bila narejena obširna raziskava o učinkih inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev. Leta 2004 so v podjetju SUN d.o.o. iz Gornje Radgone naredili manjšo raziskavo v Prekmurju med učenci, ki so obiskovali podjetniški krožek, vendar niso proučevali učinkov inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, ampak samo splošna mnenja učencev. Tudi JAPTI (Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije, v nadaljevanju JAPTI), in Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije se zavzemata za uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovnošolski sistem v Sloveniji. Iz tega naslova so že v preteklosti pripravili osnutek modela, ki pa ga na takratnem Ministrstvu za šolstvo in šport niso sprejeli.

Pregled literature slovenskih avtorjev s tega področja je pokazal, da obstajajo predvsem prispevki s področja ustvarjalnosti mladih (Lačen 2001, Likar 2003, Slavinec 2005, Krajnc 2009), inovativnosti mladih (Kobal 1992, Likar 2003, 2004, 2009, Babić 2008) in podjetnosti mladih (Gajšek-Krajnc 1994, Morel 1995, Likar 2005, Glas 2007), ter da obstajajo v večini na področju srednjega poklicnega in strokovnega izobraževanja. V literaturi najdemo malo raziskav s področja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, prav tako je malo raziskav, ki bi neposredno povezovale razloge uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce z njihovimi učinki.

Sklenemo lahko, da kljub obstoječi literaturi na področju ustvarjalnosti, inovativnosti in inovacijsko-podjetniškega izobraževanja mladih najdemo veliko vrzeli, ki jih je potrebno zapolniti, da bi dobili celovito sliko pojava, kot je spodbujanje ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti osnovnošolcev v Sloveniji. Izbrali smo tiste vrzeli, ki bodo prispevale največ k poznavanju tega pojava.

1.2 Cilji doktorske disertacije

Iz pregleda področja in evidentirane problematike izhaja, da so v kontekstu inovacijsko-podjetniškega izobraževanja mladih najpogosteje obravnavani srednješolci in študentje. Ob tem največ raziskav obravnava višanje stopnje podjetništva in inovativnosti med srednješolci in študenti. Raziskav na področju podjetnosti in inovativnosti osnovnošolcev je malo. Prav tako v Sloveniji še ni bilo narejene obširne raziskave o učinkih inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev.

V opredeljeni raziskavi smo uporabili pristop, katerega namen je ugotoviti učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev na inovacijsko-podjetniške rezultate. Pri tem smo izhajali iz teoretičnih konceptov, ki smo jih kritično proučili, ter uporabili v nadaljnji empirični raziskavi. Zastavili smo si cilje, ki so naslednji:

- Opredeliti osnovne podjetniške pojme, ustvarjalnost in inovativnost.
- Predstaviti trenutno situacijo podjetniške aktivnosti v Sloveniji.
- Opredeliti podjetniško izobraževanje in inštitucije podpornega okolja za podjetništvo in inovativnost ter predstaviti stanje podjetniškega izobraževanja mladih v svetu.
- Predstaviti razvoj podjetniškega izobraževanja v Sloveniji.
- Predstaviti razvoj podjetniškega krožka za osnovnošolce v Sloveniji.
- Ugotoviti dejavnike, ki spodbujajo oziroma zavirajo razvoj ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti na osnovnih šolah.
- Empirično preveriti zastavljene raziskovalne hipoteze na izbranem vzorcu, ter potrditi ali zavrniti postavljeno tezo.
- Dokazati smiselnost uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce.

1.2.1 Teza doktorske disertacije

Osnovno raziskovalno vprašanje, na katero smo v raziskavi iskali odgovore, je: Kakšni so učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v Sloveniji in, ali je na podlagi teh učinkov uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovnošolski sistem v Sloveniji smiselno?

Iz tega ključnega raziskovalnega vprašanja izhaja osrednja teza doktorske disertacije: Uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce v Sloveniji je smiselno, saj pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime in podjetnih lastnosti, povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev ter pripomore tudi k širjenju njihovega podjetniškega znanja.

Osnovno tezo smo preverjali z več raziskovalnimi hipotezami, opisanimi v točki 7.2.2, na osnovi katerih smo zasnovali naša spoznanja o učinkih inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v Sloveniji.

Pričakovani učinki, kot posledica inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, so med drugimi tudi sledeči:

- Višja stopnja podjetnih zmožnosti, veščin in podjetniškega duha med učenci ter vzpostavitev ustvarjalne razredne klime.
- Večja ustvarjalnost in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) ter večje obvladovanje inovacijskega procesa učencev.
- Večja stopnja zavesti o podjetniški karieri s spoznavanjem tega, kaj in kako počnejo podjetniki.
- Lažje odločanje učencev o nadaljnjem, srednješolskem izobraževanju.
- Lažje iskanje in razvijanje prvih enostavnih podjetniških idej.
- Višja stopnja razvitosti spretnosti skupinskega reševanja problemov in iskanja dogovora v skupinah.
- Razvoj osebnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne.

Pri proučevanju učinkov bomo pozorni tako na pozitivne, kot morebitne negativne učinke.

1.2.2 Pričakovani izvirni znanstveni prispevki

Na osnovi preučitve literature s področja podjetniškega izobraževanja mladih, osnovnošolcev, ki predstavlja osnovo za pričujočo raziskavo, lahko opredelimo vrzeli, ki smo jih skušali zapolniti. Iz teh vrzeli izhajajo izvirni znanstveni prispevki disertacije. Disertacija prispeva k boljšemu razumevanju pomembnosti inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na inovacijsko-podjetniške rezultate osnovnošolcev, tako na teoretični kot empirični ravni.

V raziskavi smo raziskovali učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja in smiselnost uvajanja omenjenih vsebin med osnovnošolce v Sloveniji, kar je temeljilo na sintezi spoznanj ključnih teoretičnih in empiričnih raziskav. Glede na dosedanjo obravnavo inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, tako na teoretični kot empirični ravni, je naša raziskava temeljila na bolj celovitem pristopu, ki bo prispeval pomemben vidik k razumevanju pomembnosti uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja in podjetnega razmišljanja med osnovnošolce. Znanstveni prispevki izhajajo iz temeljnega raziskovalnega vprašanja in iz osrednje teze.

V literaturi dostopni rezultati raziskav na področju "podjetništvo med osnovnošolci" pokrivajo le del Slovenije, ni pa celovitih raziskav. To smo skušali v raziskavi preseči, saj smo pojav proučevali na ravni celotne Slovenije. To sicer ne pomeni, da smo proučevali vse osnovne šole v Sloveniji, ampak, da smo v vzorčni okvir vključili osnovne šole, na katerih je bil izveden podjetniški ali UPI krožek, in se nahajajo v različnih regijah Slovenije, s čimer smo zagotovili večjo stopnjo celovitosti.

Večina narejenih raziskav temelji na kvalitativnih raziskavah. V disertaciji smo uporabili tako kvalitativne, kot kvantitativne metode proučevanja.

V okviru empiričnega dela raziskave smo anketirali ravnatelje osnovnih šol in mentorje, ki so usposobljeni za vodenje podjetniškega ali UPI krožka, in so ga vodili ter učence tretje triade, ki so redno obiskovali in zaključili podjetniški ali UPI krožek. Podjetniški ali UPI krožek je

ponujen učencem na različnih osnovnih šolah po celotni Sloveniji. Tako smo si zagotovili možnost merjenja učinkov na ravni celotne Slovenije.

V literaturi najdemo prav tako malo raziskav, ki bi neposredno povezovale razloge uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce v Sloveniji z njihovimi učinki na spodbujanje inovativnosti. V raziskavi smo zato povezali razloge z učinki in ugotovili, da obstajajo določene povezave med njimi. Sklepamo, da je smotno povezati razloge z učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev.

Uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce lahko dosega različne učinke, ki so lahko pozitivni ali negativni, zato je potrebno proučevati tako pozitivne kot negativne vplive tovrstnega izobraževanja osnovnošolcev, čeprav ravno slednje veliko avtorjev zanemari. Predpostavljamo sicer, da je veliko več pozitivnih učinkov, vendar bomo pri naši raziskavi pozorni tudi na morebitne negativne učinke.

Večina raziskav se osredotoča na podjetniške aktivnosti v poklicnih šolah, srednjih šolah, visokih in višjih šolah ter univerzah, čeprav iz pregleda literature izhaja, da dosti avtorjev meni, da je potrebno učenje in spodbujanje podjetnosti že prej. Tudi zaradi tega je smotno proučevanje učinkov inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, vpliv tovrstnega izobraževanja na inovativnost in smiselnost uvajanja omenjenih vsebin med osnovnošolce v Sloveniji.

Disertacija dopolnjuje obstoječe teorije in raziskave iz tega področja z novimi znanji in spoznanji.

1.3 Predpostavke in omejitve

Disertacija temelji na osnovah in predpostavkah teoretičnih izhodišč proučevanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev. Ker so bili v preteklosti v kontekstu podjetniškega izobraževanja mladih najpogosteje obravnavani srednješolci in študentje, zlasti z vidika možnosti povečevanja stopnje podjetništva in inovativnosti med srednješolci in študenti, in je raziskav na področju podjetnosti osnovnošolcev zelo malo, smo kritično preučili in izbrali najprimernejše koncepte za našo raziskavo. Naloga ob izbranih teoretičnih izhodiščih temelji na predpostavkah:

- Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev je povezano s spodbujanjem ustvarjalnosti, obvladovanjem inovacijskega procesa in podjetnosti.
- Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev je smiselno, saj daje veliko več pozitivnih kot negativnih učinkov.

Doktorska disertacija je upoštevala več omejitev. Učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev smo proučevali le z vidika podjetniškega ali UPI krožka za osnovnošolce tretje triade, ki se izvaja v določenih osnovnih šolah. Zanimale so nas slovenske osnovne šole, ki so v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 ponujale svojim učencem tovrsten podjetniški krožek. Omejili smo se le na določene teoretične koncepte, ki so povezani z

uvajanjem in izobraževanjem podjetništva osnovnošolcev. V raziskavo smo vključili tri skupine respondentov, ravnatelje osnovnih šol, mentorje, ki so usposobljeni voditi podjetniški ali UPI krožek in učence, ki so krožek redno obiskovali in ga tudi zaključili. V raziskavi smo se srečali tudi z omejitvami, ki so povezane z vsakim raziskovanjem in jih pogojuje izbrani vzorec. Omejitev je predstavljala tudi kakovost razpoložljivih podatkov in iz tega izhajajoči izidi analize.

1.4 Predvidene metode raziskovanja

Na osnovi pregleda uporabljenih metod v empiričnih raziskavah podjetniškega izobraževanja mladih, ki so jih uporabili domači in tuji avtorji, smo opredelili, katere metode bodo uporabljene v raziskavi. Disertacija sodi v področje podjetništva, temelji na kvantitativnih in kvalitativnih metodah raziskovanja, in je razdeljena na teoretični in empirični del.

Teoretični del naloge je deduktivne narave in temelji na deskriptivnem in analitičnem načinu raziskovanja. Empirični del naloge obsega empirično raziskavo, s katero smo preverjali osrednjo tezo naloge. Podatke smo zbrali s pomočjo vprašalnikov. Pri tem smo uporabili splošno veljavne metode raziskovanja (Zelenika 2000, 323) in sicer:

- Induktivno metodo: sklepali smo od posameznega k splošnemu. Uporabili smo tudi deduktivno metodo sklepanja, saj smo raziskovali tudi modele podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v tujini, z namenom, da bi pridobili koristna spoznanja o vplivu na posamezne skupine osnovnošolcev.
 - Metodo analize: proučevali smo vsak del posebej (ustvarjalnost, podjetnost, inovativnost) v odnosu do celote.
 - Metodo specializacije: proučevan problem nismo posplošili, ampak obdelali podrobneje.
 - Metodo dokazovanja: želeli smo dokazati, da je podjetništvo smiselno uvesti med osnovnošolce, saj je podjetništvo močno povezano z ustvarjalnostjo in inovativnostjo.
 - Metodo primera: vključili smo nekatere primere iz tujine in prikazali stanje v tujini.
 - Metodo zbiranja podatkov iz eksternih virov (strokovne literature).
 - Empirično metodo: zbiranje podatkov s pomočjo ankete in intervjujev.
- Obdelava podatkov je deskriptivne narave. Uporabljene bodo naslednje metode:
- metoda deskripcije (opisovanje dejstev, procesov, pojavov) in
 - metoda kompilacije (povzemanje opazovanj, spoznanj, stališč).

Empirični del naloge obsega raziskavo, na podlagi katere smo potrdili oziroma ovrgli osrednjo tezo disertacije. Podatke smo zbirali s pomočjo vprašalnikov. Pri njihovi analizi smo uporabili splošno uveljavljene metode analize in raziskovanja. V raziskavi smo uporabili kombinacijo univariatne, bivariatne in multivariatne metode.

Veljavnost raziskave smo dosegli z vrsto vzorčenja. Uporabili smo slučajnostno vzorčenje za izbor ravnateljev, mentorjev, ki so krožek vodili in osnovnih šol ter s tem učencev, ki so krožek redno obiskovali v vzorec. Z zagotovitvijo primerno velikih treh vzorcev analiziranih ravnateljev, mentorjev in učencev, s številom odvisnih spremenljivk in z uporabo primernih statističnih metod, smo dosegli veljavnost statističnih sklepov.

Populacijo prvega vzorca sestavljajo vsi ravnatelji slovenskih osnovnih šol, ne glede na dejstvo, ali so v njihovi osnovni šoli ponujali interesno dejavnost podjetniški ali UPI krožek. Želimo namreč pridobiti mnenja ravnateljev in njihov pogled na ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost osnovnošolcev. Populacijo drugega vzorca sestavljajo vsi mentorji, ki so usposobljeni za vodenje podjetniškega ali UPI krožka, in so, ali še vodijo krožek. Populacijo tretjega vzorca pa sestavljajo vsi učenci, ki so v šolskem letu 2010/2011, 2011/2012 redno obiskovali in zaključili tovrstno interesno dejavnost. Vzorec ravnateljev, mentorjev in učencev je ustvarjen s statističnim slučajnim vzorčenjem.

Model raziskovanja temelji na teoretičnih izhodiščih. Za potrebe empirične raziskave smo prikazali tudi model inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, in vanj vključili pot do odličnosti.

I. TEORETIČNA IZHODIŠČA

2. PODJETNIK, PODJETNOST IN PODJETNIŠTVO

2.1 Podjetnik

2.1.1 Opredelitev pojma podjetnik

Daniel Defoe je že leta 1697 s pojmom "projector" označil posameznika s podobnimi lastnostmi in vlogami, kot Schumpetrov (1883-1950) "inovator" (Kocjančič 2003, 3). Cantillon (1725) je zapisal, da podjetnik sodeluje v menjavi za profit in je nekdo, ki prejema negotove prejemke (Žižek, Pšeničny in Glas 1996, 26, povzeto po Kocjančič 2003, 5). Baudeau (1730-92) je označil podjetnika kot osebo, ki inovira in uporablja nove tehnike, da bi znižala stroške ter tako povečala profit, medtem ko Say (1767-1832) označuje podjetnika kot industrijskega voditelja (povzeto po Štrukelj 2008, 6). Smith (1723-90) je poudaril, da je funkcija podjetnika enaka funkciji kapitalista; profiti so zgolj nagrada za tveganje kapitala (v Žnidaršič 2003, 7). Marshall (1842-1924) je dodal, da je podjetnik poleg koordinatorja in inovatorja tudi razsodnik (prav tam). McClelland (1961) poudarja, da podjetnik prevzema tveganje, in je zanj značilna izrazita potreba po dosežkih. Podjetnik je oseba, ki maksimira priložnosti (Drucker, 1964), je izredno pozoren in zato sposoben spoznati in izkoristiti priložnosti (Kirzner, 1975) (povzeto po Žižek v Pšeničny et al., 2000, 21 in Hisrich in Peters 1989, 6), Welsh in White (1981) sta zapisala, da je za podjetnika značilno, da čuti potrebo po prevzemanju kontrole in odgovornosti, sprejema izzive in je samozavesten (povzeto po Žnidaršič 2003). Casson (1982) je opredelil podjetnika kot nekoga, ki se specializira za koordiniranje redkih virov (prav tam). Pinchot (1983) se je usmeril na »notranjega podjetnika«, in ga opredelil kot podjetnika v obstoječi organizaciji (povzeto po Jakič 2008, 18). Pojem podjetnik so opredelili tudi Gilder, Herbert, Link, Timmons, Zimmerer in Scarborough. Gilder (1986) je zapisal, da podjetnik ni le orodje trga, ampak je kreator novih trgov in novega povpraševanja, je razvijalec priložnosti. Podjetnika skladno s tem opiše kot oblikovalca tržnih sil, ki neoptimalizira in racionalizira proizvodnih faktorjev, ampak jih razvija in inovira (povzeto po Žveglič 2009, 43). Herbert in Link (v Miklavc 2006) podjetnika opisujeta kot posameznika, ki se specializira za sprejemanje odločitev, ki vplivajo na prostorsko razmestitev, obliko in način uporabe dobrin, sredstev ali institucij, in pri tem poudarjata prevzemanje odgovornosti za te odločitve. Timmons (1989) se je usmeril na lastnosti, ki odlikujejo podjetnika: samozavest, ciljna orientacija, nagnjenost k zmernemu tveganju, sposobnost samokontrole, ustvarjalnost. Poudaril je tudi, da uspešen podjetnik združuje prirojene lastnosti, delovne izkušnje in pridobljena znanja, da ustvari nekaj iz praktično nič (povzeto po Žnidaršič 2003). Zimmerer in Scarborough (1996) pa sta podjetnika opredelila kot posameznika, ki ustanovi podjetje kljub tveganju in negotovostim, da bi ustvaril dobiček in rast na osnovi priložnosti, ki se mu ponudijo in z zbiranjem potrebnih sredstev, ki mu to omogočajo (Zimmerer in Scarborough 1996, 7).

Plut in soavtorji pišejo, da je podjetnik človek, ki realizira donosne podjetniške priložnosti, ter s tem prispeva k razvoju gospodarstva in družbe tako, da s svojimi veščinami, znanjem ter

sredstvi išče in zagotavlja proizvodne dejavnike. Podjetnik lahko nastopa v vlogi investitorja, inovatorja, lastnika, managerja (Plut et al., 1995, 49)

Podjetnik je oseba, ki združi vire, delovno silo, materiale in druga sredstva tako, da je njihova skupna vrednost večja kot prej ter oseba, ki vpeljuje spremembe, inovacije in nov red. Podjetniki, ki generirajo ideje, so po navadi ljudje, ki imajo »na zalogi« vedno dovolj idej, ki jim omogočajo razvijati konkurenčno prednost. Takšni podjetniki so inovativni; idejo najdejo in jo spremenijo v priložnost. Njihove ideje so unikatne. Takšen podjetnik nenehno razmišlja o izboljšavi svojega produkta in mu dodaja nove vsebine in vrednosti (Berginc in Krč 2001, 148).

Pšeničny (2000a, 33) opredeli podjetnika kot posameznika, ki ustvari novi podjem in je pripravljen prevzemati tveganja, pri čemer ustvarja in inovira produkte ter poslovne procese. Pšeničny povzema definicijo, ki pravi: Podjetnik je v prvi vrsti človek, ki dela, ustvarja in spreminja v vsakršnih pogojih in s kombiniranjem, inoviranjem in ustvarjalnostjo, s prevzemanjem tveganja, predvsem pa z zmožnostjo aktiviranja drugih ljudi in sredstev ustvarja novo vrednost. Petrin (2000, 118) povzema Tysona, da je podjetnik oseba, ki ustvarja in na novo kombinira proizvodne dejavnike, kot so novi proizvodi, nov način proizvodnje, novi trgi, raziskuje nove vire ponudbe in nove organizacijske oblike ali oseba, ki se ne boji prevzeti tveganja, najde in izkoristi tržne priložnosti in vodi posel. Glas (2002, 101) piše, da je podjetnik posameznik ali podjetniška skupina, ki izkoristi prepoznano podjetniško priložnost, Rebernik pa, da je podjetnik organizirajoči dejavnik proizvodnje. Išče in izkorišča poslovne priložnosti, organizira in vodi podjem ter žanje njegove sadove (Rebernik 2008a, 30).

Rebernik (2008, 32) navaja razlike med podjetnikom in managerjem;

- Podjetnik se sooča z večjo negotovostjo kot manager.
- Podjetnika najdemo pri izdelkih in storitvah oz. inovacijah, ki postopoma izboljšujejo proizvodni proces, medtem ko najdemo managerja pri radikalnih in enkratnih inovacijah izdelkov in procesov.
- Podjetnikove plače se ne da določiti v naprej, medtem ko managerji delajo za fiksno plačo in morebitne bonuse.
- Podjetnik je upravičenec do reziduala (razlika, ki ostane, ko s prihodki pokrijemo vse stroške), za razliko od managerja, ki ni rezidualni upravičenec (Rebernik 2008a, 32)

Tudi Plut in soavtorji (1995, 49) so opisali razliko med podjetnikom in managerjem. Podjetnik pripravlja nove podjetniške zamisli in poskrbi za njihovo uresničevanje. Gre mu tudi za osebni izziv. Manager pa je tisti, ki usmerja uporabo proizvodnih dejavnikov, kakršni so mu na voljo. Isti avtorji (prav tam, 49) pišejo tudi o razliki med podjetnikom in inovatorjem. Podjetnik je tisti, ki kombinira proizvodne dejavnike, in s to aktivnostjo uresničuje inovacije, ki so jih pripravili inovatorji. Inovator pa je oseba, ki pripravlja nove rešitve, kakršne je mogoče ustvarjalno uporabiti v praksi.

Razlika je tudi med tipičnim in dinamičnim podjetnikom. V tabeli 1 so prikazane pomembne razlike med tipičnim in dinamičnim podjetnikom.

Tabela 1: Primerjava tipičnega in dinamičnega podjetnika

| Tipični podjetnik | Dinamični podjetnik |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - prvi podjetniški poskus - prepozno išče strokovno pomoč - ne ve, kakšen nasvet potrebuje - se čuti sposobnega za reševanje vseh problemov - ne ve, kje lahko dobi nasvet - nima ključnih znanj - zanima ga proizvodnja - skrbi za kakovost proizvodnje - še kar usposobljen | <ul style="list-style-type: none"> - že ima podjetniške izkušnje - išče pomoč, preden nastanejo težave - ve, kakšne nasvete potrebuje - pozna svoje slabosti - ve, kje lahko dobi nasvet - ima ključna znanja - usmerjen v dobiček in posel - kakovost je ena od njegovih skrbi - malo bolje izobražen |

Vir: Tajnikar, 2000

Dinamični podjetnik že ima podjetniške izkušnje in ključna znanja, in je nekoliko bolj izobražen v primerjavi s tipičnim podjetnikom. Dinamičen podjetnik ve, kakšne nasvete potrebuje, in kje jih lahko dobi (prav tam). Dinamični podjetniki si prizadevajo za rast, in so sposobni vizijo tudi uresničiti. Mislijo in delujejo globalno, iščejo priložnosti, uporabljajo zunanje vire, iščejo strokovne nasvete in delujejo s strokovnimi timi (Petrin, 2001). Kingstone (1987) opredeljuje dinamične podjetnike kot novo generacijo poslovnih voditeljev, ki spreminjajo družbeno in ekonomsko okolje, so vsaj deloma poslovni samouki in skorajda nihče ni svojega posla podedoval oziroma nasledil. V svojem delu so neutrudni, ustvarjalno prepoznavajo in izkoriščajo priložnosti, imajo neverjeten občutek za trg in potrebe kupcev, so nadpovprečno nagnjeni k tveganjem, imajo velike sanje in jasno vizijo, kaj želijo s svojim poslom doseči in uresničiti (Kingstone 1987 v Pšeničny, 2002). Dinamični podjetnik mora komunicirati vizijo in vrednote, delegirati moč in odločanje, razviti svoje zmožnosti poslovanja, pridobiti ustrezna poslovodstvena znanja, znati pa mora tudi zaupati drugim ljudem (Pšeničny, 2002).

2.1.2 Temeljne lastnosti oziroma značilnosti podjetnika

Uspešen podjetnik poseduje določene lastnosti in značilnosti, ki so značilne za podjetnika. V literaturi je moč najti številne poskuse opredeljevanja lastnosti podjetnikov, vendar obstaja le malo empiričnih dokazov, da lahko z določeno značilnostjo razložimo podjetniško obnašanje (Sisan 2000, 84).

Čeprav imajo podjetniki nekatere prirojene lastnosti, kot na primer energičnost in inteligentnost (Timmons v Glas 2000, 45), se jih večina vendarle oblikuje v družinskem okolju in v šoli (Pšeničny et al., 2000, 6). Gibb (1994 v Sisan 2000, 29) meni, da formalni izobraževalni sistem vpliva na razvoj nekaterih *sposobnosti*, kot so ustvarjalnost, sposobnost reševanja problemov v negotovih situacijah, sposobnost prepričevanja, načrtovanja, pogajanja, odločanja in *značilnosti*, kot so samozavest, avtonomija, potreba po dosežku, dinamičnost, ki se povezujejo s podjetniškim obnašanjem (Sisan 2000, 29). Drucker (1986) prav tako govori o tem, da si podjetnik lahko pridobi, poleg prirojenega podjetniškega talenta, potrebne lastnosti

tudi z ustreznim izobraževanjem. Tako se lastnosti podjetnikov deloma prenašajo z geni, deloma pa se jih da naučiti (Drucker 1986, 25).

Timmons (1989 v Žnidaršič 2003, 28) navaja nekatere lastnosti, ki so lastne ljudem, katerim podjetniška kariera ni uspela: prevelika zaverovanost vase in v svoje sposobnosti, mačizem (dokazovanje pred drugimi, prevzemanje prevelikih tveganj, izpostavljanje nevarnostim, v nobenem primeru se ne podrejajo), impulzivnost, zanašanje na srečo, usodo, pomoč drugih, perfekcionizem, samozadostnost in popolna neodvisnost. Timmons navaja tudi lastnosti, ki odlikujejo odlične podjetnike (Timmons, 1989 v Žnidaršič 2003, 28): samozavest, delavnost, popolna predanost in zavezanost svoji odločitvi, ustvarjalnost, stanovitnost in vztrajnost, pogum, odločnost, skromnost, optimizem, močna potreba po dosežkih, neodvisnost, komunikativnost. Mnogi avtorji (Zimmerer in Scarborough, Gray, Begley in Boyd, Kuehl in Lambing, Glas, navedeno v Sisan, 2000 25-27) poleg navedenih lastnosti najpogosteje omenjajo še: ekstrovertnost, tolerantnost do negotovosti, nejasnosti in tveganja, tekmovalnost in ambicioznost (Žnidaršič 2003, 28).

Pšeničny (2000a, 34) je povzel Kuratka in Hodgetts (1995), in navedel naslednje najpomembnejše podjetne lastnosti podjetnikov:

- predanost in zaupanje v idejo, ki se zrcali v pripravljenosti podjetnika, da se odpove marsičemu samo zato, da bi uresničil svojo vizijo,
- želja po uspehu in dosežku,
- obsedenost s priložnostjo,
- odgovornost do vseh, ki so vključeni v podjetniški proces,
- vztrajnost pri reševanju problemov, ki predstavljajo izziv,
- sposobnost učenja na napakah,
- prepričanje, da oni opravljajo z resursi in ne obratno,
- obvladovanje tveganja,
- integriteta osebnosti, vredne zaupanja in spoštovanja,
- pripravljenost na sprejem propada,
- ustvarjalnost in inovativnost,
- energičnost in dinamičnost,
- zaupanje vase,
- samostojnost in odgovornost in
- sposobnost zgraditi podjetniški tim (Pšeničny 2000a, 34-35).

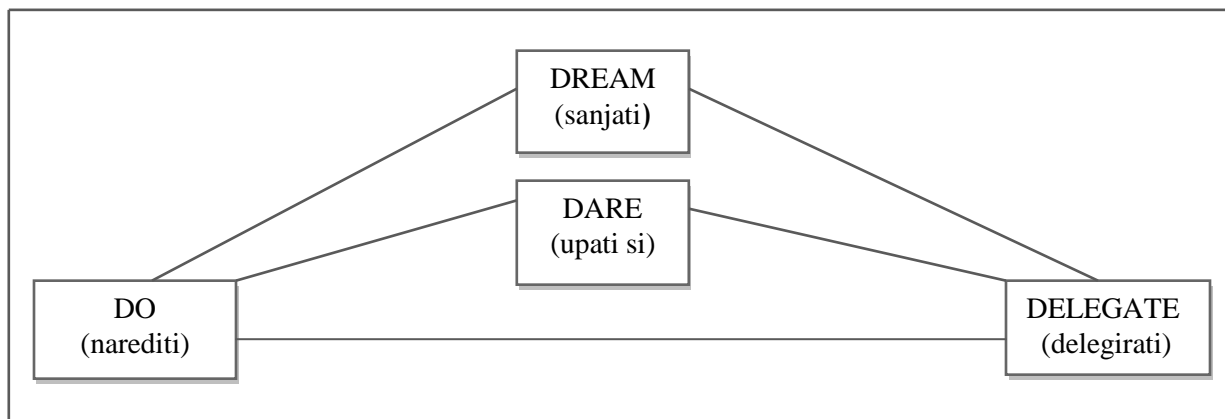
Richardson in Clark pa navajata naslednje podjetne lastnosti: optimističen, deloholik, vztrajen, avtoritativen, usmerjen k dobičku, močna potreba po dosežkih, sposoben dobre komunikacije in motivacije, individualist, je neodvisen, sprejema tveganje, inovativen, dober vodja, materialist, pripravljen sprejeti odgovornost, močno samozaupanje, ambiciozen, dober organizator (v Glas 2002, 111).

Pomembni lastnosti sta tudi fleksibilnost (prilagodljivost različnim situacijam) in vizionarstvo. Pri podjetniku je moč prilagodljivost definirati kot voljo do sprememb in postavljanje novih strategij. Uspešen podjetnik je sposoben načrtovati in pripravljati dolgoročno strategijo ter vztrajati pri njeni uresničitvi kljub problemom (Retzler 1987, 241-259). Za podjetnika je zelo

pomembno predvidevanje prihodnosti oziroma vizionarstvo. Vizionarstvo zahteva pridobitev spoznanj (predvsem o trgu) in ustreznih znanj, kakor tudi tehten razmislek. Prehod od sanj k viziji omogočajo izkušnje in poznavanje področja delovanja (Možina 1991, 217).

Lastnosti podjetnika lahko nakažemo s pomočjo njihove večplastnosti. Uspešen podjetnik je »štiridimenzionalen«. Uspešni podjetniki istočasno obvladujejo štiri dimenzije (Rebernik 1997, 37)!

Slika 1: Štiridimenzionalen podjetnik



Vir: Rebernik 1997, 37

DREAM – Znati mora sanjati, imeti vizijo in vedeti kaj hoče.

DARE – Mora si upati svoje sanje uresničiti.

DO – Sanje niso dovolj, treba je znati narediti, kar si je zamislil.

DELEGATE – Ker vsega ne more narediti sam, mora znati naloge delegirati, zadolžiti sodelavce, da stvari opravijo namesto njega (Rebernik 1997, 36-37).

Lobnikar in Pagon (Lobnikar 2002, 1-3) sta na podlagi raziskave med slovenskimi podjetniki navedla dejavnike podjetnikovega uspeha. Z raziskavo sta ugotovila, da podjetniki na prvo mesto postavljajo osebnost podjetnika, sledita ji sposobnost sprejemanja težkih poslovnih odločitev in sposobnost pisne ter govorne komunikacije. Za podjetnika je zelo pomembno obvladovanje veščin pri delu z ljudmi, predvsem mora znati ustrezno presojeti posameznike okoli sebe. Uspešen podjetnik mora pravilno izbirati svoje sodelavce, poleg tega pa je sposoben razumeti in uporabiti svoj vpliv na druge ljudi. Pri delu mora ostati miren ter uspešno upravljati s stresom. Svoje področje delovanja mora ustrezno obvladovati z vsemi ustreznimi informacijami. Za podjetnika je pomembno, da ima dovolj poslovnih in osebnih stikov, v končni fazi pa mora skrbeti tudi za osebno dobro počutje (prav tam). Študija ameriškega inštituta Rensselaer Polytechnic (v Turk, 2004) je dala podobne rezultate in ugotavlja, da je uspeh podjetnika najbolj odvisen od njegovih socialnih kompetenc, predvsem razumevanja drugih ljudi in navezovanja stikov.

Iskanja osebnostnih lastnosti podjetnikov so naletela na številne kritike. Stevenson in Sahlman (Chell et al., 1991, 36 v Žnidaršič 2003, 29) sta le-te strnila v nekaj bistvenih.

1. Vprašanje je, ali so lastnosti bodisi nujen bodisi zadosten pogoj za razvoj podjetništva. Značilne lastnosti so lahko zgolj možnosti, saj mnogo uspešnih in neuspešnih podjetnikov ne deli teh lastnosti.
2. Podjetniki v preteklosti niso imeli enakih lastnosti kot podjetniki danes.
3. Študije življenjskih poti podjetnikov kažejo, da vsi podjetniki niso bili uspešni že na začetku svojega poslovanja, temveč je uspeh sledil šele kasneje.
4. Vprašanje je, ali so statistično značilne skupne lastnosti podjetnikov vzrok za podjetniško obnašanje.

Omenjene lastnosti ne pomenijo, da lahko določimo, kakšen naj bo podjetnik oziroma podjetniški profil. Uspešen podjetnik ali podjetnica je človek, pri katerem kombinacija osebnih lastnosti, znanja in podjetniške priložnosti pripelje do poslovnega rezultata oz. uresničevanja poslovne priložnosti – podjetja (Pšeničny 2000, 64). Prav tako zgoraj našteje lastnosti oziroma značilnosti niso zadosten pogoj za razvoj podjetništva, so pa osnova, na podlagi katere se podjetniška aktivnost pojavi. Koristno je torej omenjene lastnosti podjetnikov razvijati. Mnogi avtorji (Gray 1998, 159; Russell 1994, 388; Johnson v Petrin in Antončič 1995, 86; McClelland v Kilby in Livesay 1995, 235-236; Vahčič v Možina et al., 1994, 897) so z raziskavami ugotovili, da je poleg razvijanja strokovnih podjetniških znanj mogoče spodbujati in razvijati tudi številne druge lastnosti (Žnidaršič 2003, 30).

Kot smo že omenili, so lastnosti delno prirojene in delno privzgojene, kar pomeni, da se jih da do neke mere pridobiti, razviti in naučiti. Pomembno vlogo pri razvoju omenjenih lastnosti ima tudi izobraževalni sistem (Cankar et al., 2011). V šoli lahko učence spodbujajo k inovativnemu vedenju, podjetnemu razmišljanju in ravnanju (prav tam). Stopnja pripravljenosti odraslega človeka, da se bo podal na pot podjetništva, je odvisna od tega, kakšna sporočila o podjetništvu je le-ta dobil v času šolanja, zato se številni avtorji (Chell et al., 1991) strinjajo, da je mogoče razvijati podjetnost in podjetne lastnosti v najzgodnejših letih. Novejše študije (Kourilsky in Carlson, 1996, Gibb, 2002) kažejo, da je treba v vzgojno-izobraževalni sistem vključevati zlasti kvalitete podjetnosti. Le-te je namreč mogoče razvijati in se jih učiti v najzgodnejših letih, hkrati pa so le-te še najbolj povezane z osebnostnimi značilnostmi, ki se razvijajo v procesu socializacije mladih (Cankar et al., 2011).

V doktorski disertaciji smo se osredotočili na inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev in želimo z raziskavo med drugimi prikazati, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju podjetnih lastnosti. V ta namen smo si zastavili tudi osrednjo raziskovalno tezo, ki smo jo v okviru empirične raziskave preverili s pomočjo več raziskovalnih hipotez.

S primernim programom, načinom dela, ki temelji na ustvarjalnem delu in metodami poučevanja, lahko bistveno pripomoremo k razvoju podjetnih lastnosti posameznikov, ki niso samo lastnosti uspešnih podjetnikov, ampak nasploh lastnosti uspešnih ljudi. Z inovacijsko - podjetniškim izobraževanjem osnovnošolcev ne želimo posameznikov vzgajati v nove podjetnike. Želimo le spodbujati podjetnost, ustvarjalnost in inovativnost ter širiti zavest, da je podjetniška kariera ena izmed možnosti, za katero se lahko posameznik odloči (povzeto po projekt krožek UPI, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2010).

Podjetnost je lastnost oziroma značilnost podjetnega človeka (SSKJ). Mnogokrat podjetnost povezujemo s podjetnikom in mislimo, da je samo podjetnik podjetna oseba. Vendar ni tako. Podjetni so posamezniki, ki se obnašajo podjetno, pri tem pa ni nujno, da so podjetniki. Podjetnost je lastnost, ki je pri posamezniku zelo zaželena, lahko pa se jo tudi spodbuja. Še posebej je dobro podjetnost spodbujati pri otrocih in mladostnikih, saj se s tem razvijejo še ostale lastnosti, ki jim pravimo podjetne. Pri pojmu podjetnost gre za splet lastnosti, ki skupaj tvorijo podjetnost. Ustvarjalnost (produciranje novih idej (Pečjak 2001, 8)) in inovativnost (proces ustvarjanja nečesa novega, kar ima pomembno vrednost za posameznika, podjetje ali družbo (Likar et al., 2002)), ki ju podrobneje opisujemo v nadaljevanju, sta dve zelo pomembni lastnosti, ki jima pravimo podjetni lastnosti (Likar 2003, 2004). Nekateri avtorji uporabljajo v svojih delih termin kreativnost, ki je sinonim za ustvarjalnost. V tej nalogi bomo uporabljali termin ustvarjalnost. Poleg ustvarjalnosti in inovativnosti so podjetne lastnosti tudi samozavest, pogum, predanost in zavezanost svoji odločitvi, odločnost, delavnost, vztrajnost, optimizem, potreba po dosežkih, neodvisnost, komunikativnost (Timmons 1989). Mnogi avtorji (Zimmerer in Scarborough, Gray, Begley in Boyd, Kuehl in Lambing, Glas, navedeno v Sisan 2000, 25-27) poleg navedenih lastnosti najpogosteje omenjajo še: ekstrovertnost, tolerantnost do negotovosti, nejasnosti in tveganja, tekmovalnost in ambicioznost (Žnidaršič 2003, 28). Pleitner (1998, 136) omenja smotrnost, dinamičnost in pogajalsko spretnost.

Glas (2000) in Begley (1995), Gray (1998), Gilderj (1986), McCormack (1984), Timmons (1989), Vahčič v (Možina et al., 1994) so prikazali področja in značilnosti ter obnašanje posameznikov, kar prikazujemo s spodnjo tabelo.

Tabela 2: Značilna področja stališč in obnašanja posameznikov, podjetnikov

| Področja | Značilna stališča ali obnašanja posameznika, podjetnika |
|---|---|
| Predanost svoji odločitvi, odločnost | Vztrajnost pri premagovanju težav, disciplina, trdo delo, pripravljenost na osebne žrtve, optimizem, samozavest. |
| Usmerjenost v priložnosti, cilje in dosežke | Tržna naravnost, postavljanje visokih, a uresničljivih ciljev, prioritet in meril učinkovitosti, usmerjenost na ustvarjanje in večanje vrednosti (podjetnik sprejema izzive, izboljšuje poslovne rezultate). |
| Tveganje, negotovost in nejasnost | Peračunljivo-zmerno tveganje, težnja k zmanjšanju in delitvi tveganja, sprejemanje negotovosti, konfliktov in stresov, skrb za zdravje in sprostitev, sposobnost reševanja problemov in povzemanja rešitev, hitro prilagajanje in ukrepanje, planiranje na dolgi rok. |
| Ustvarjalnost, osebna odgovornost, pripravljenost na neuspehe | Vizionarstvo, nekonvencionalnost, odprtost, nezadovoljstvo z obstoječim stanjem, sprejemanje odgovornih nalog, sposobnost za prilagajanje in učenje. |
| Motiviranost za odličnost | Usmerjenost k ciljem in rezultatom, težnja k dosežkom in rasti, pripravljenost pomagati drugim, zavest o svojih zmožnostih in slabostih. |

| | |
|---|---|
| Poslovođenje, sposobnost izgrađivanja tima in ustvarjalne klime, zanesljivost, etičnost | Sam pričinja posle, pozna tehnologijo in trg, ima močno težnjo po kontroli brez diktatorstva, je celovita in zanesljiva oseba, potrpežljiv, zna voditi kolege, jih navdušiti, zna postaviti skupino, išče povratne informacije in omogoča napredek drugim, je pošten, verjame vase, je zadovoljen v svoji koži, ima izkušnje. |
|---|---|

Vir: (Glas, (2000), Gray (1998), Gilder (1986), McCormack (1984), Timmons (1989) Vahčić v Možina et al., (1994) v Žnidaršič 2003, 29)

Kot smo prikazali, je podjetnost skupek lastnosti, ki jim pravimo podjetne. Te lastnosti je mogoče razvijati in se jih učiti že v najzgodnejših letih, hkrati pa so le-te še najbolj povezane z osebnostnimi značilnostmi, ki se razvijajo v procesu socializacije posameznikov (Gibb 2002). Podjetnost, kot skupek teh lastnosti, je značilna za podjetne posameznike. Za te posameznike pa ni nujno, da so podjetniki.

Zanimivo je spoznanje, da uspešni podjetniki po svetu, ki prihajajo iz različnih kultur, posedujejo podobne podjetne lastnosti. Proučevanje vrednot na vzorcu podjetnikov iz ZDA, Japonske, Avstralije in Indije je odkrilo močno povezavo med stopnjo uspeha in njihovimi osebnimi lastnostmi (Hodgetts 1994, 65).

2.1.3 Podjetniška motivacija in podjetniško tveganje

Ljudje se za podjetništvo odločajo iz različnih razlogov. Osnovno vprašanje je, če gredo v podjetništvo zato, ker niso imeli nobene druge možnosti, da bi si zagotovili prihodke, ki bi jim jamčili preživetje. V tem primeru govorimo o podjetništvu zaradi nujnosti (Rebernik et al., 2011, 74). Lahko pa to počno zato, ker so našli dobro poslovno priložnost, ki bi jo radi izkoristili. Kadar ima posameznik tudi druge možnosti za preživetje, odločitev za podjetniško pot temelji na presoji oportunitetnih stroškov, ki so za vsakega posameznika različni. Ali se bo podjetništvo izkazalo za privlačnejšo možnost od drugih, je odvisno od okvira podjetniških pogojev v posamezni državi, od dojemanja poslovnih priložnosti v okolju, samozavedanja lastnih sposobnosti ter strahu pred neuspehom, ki je v veliki meri odvisen od prevladujoče kulture v posamezni državi. Gre za podjetništvo zaradi priložnosti in tudi med temi podjetniki so razlike. Eni so se tako odločili zaradi večje neodvisnosti in osebne svobode pri delu, drugi zaradi ohranitve ali povečanja svojih dohodkov (prav tam). V obeh primerih je ta odločitev osebne narave, nanjo pa vplivajo številni dejavniki (prav tam).

Ali bo vodenje podjetja tudi v resnici pripeljalo do izpolnitve osebnih ciljev, pa je odvisno od tega, kako močna je podjetnikova motivacija (Wiklund et al., 2001).

Motivacija za podjetništvo je proces, ki povzroča, da se ljudje vedejo in delujejo podjetniško. To pomeni, da s pomočjo potrebe po uspehu, podjetniških sposobnosti, znanja in sredstev iščejo in kombinirajo proizvodne dejavnike tako, da realizirajo donosne podjetniške priložnosti (Plut et al., 1995, 67).

Najpogostejši motiv, da se nekdo odloči postati podjetnik, je biti sam svoj gospodar. Ta želja je tisto, kar podjetnike prepriča, da sprejmejo tveganja, se marsičemu odrečejo, in so pripravljeni delati veliko število ur, potrebnih za zagon in razvoj uspešnega novega podjetja (Antončič et al., 2002, 92). Za podjetnike je dohodek naslednji razlog za ustanovitev podjetja, medtem ko podjetnice kot naslednji razlog navajajo zadovoljstvo z delom (prav tam, 92). Halilovičeva (2009, 61) je v raziskavi, ki jo je izvedla leta 2009 med podjetnicami v Velenju ugotovila, da sta najpogostejša motiva velenjskih podjetnic za ustanovitev podjetja neodvisnost in dohodek. Tudi raziskovalci Globalnega podjetniškega monitorja Slovenije, so prišli do ugotovitve, da se je v Sloveniji leta 2010, 86 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov podalo na podjetniško pot prav zaradi motiva večje neodvisnosti ali povečanja dohodka (Rebernik et al., 2011, 74).

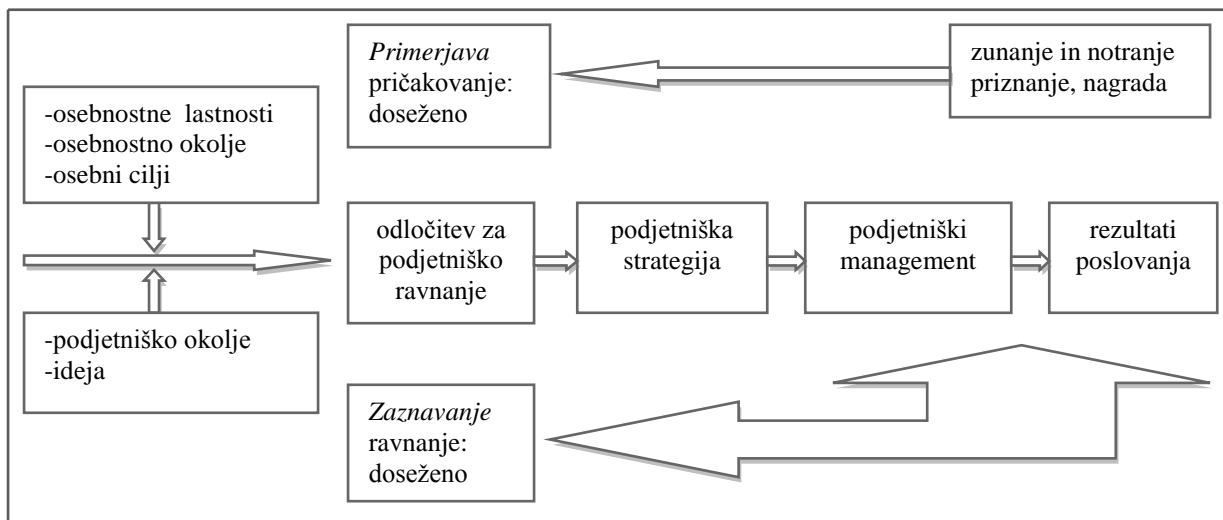
Poleg zgoraj naštetih motivov so osnovni podjetniški motivi posameznikov, ki so najbolj značilni, tudi: potreba po uspehu, moči, uveljavitvi, potreba po priznanju drugih. Podjetniki pa imajo poleg osnovnih podjetniških motivov za svoje ravnanje še različne druge motive, kot so: uživanje v poslu in delu, podjetništvo je način življenja, zgraditev organizacije, rast podjetja, želja po podjetniški žetvi (Pšeničny 2000a, 43).

Tominc in Rebernik poudarjata, da je žensk, ki so vključene v podjetniški proces manj kot moških. Najpomembnejši razlogi za tako majhno vključenost ženskega prebivalstva v podjetniški proces so infrastrukturne narave: prezaposlenost, odsotnost podpore v družini in odsotnost podpornih mehanizmov, ki bi upoštevali specifične potrebe podjetnic (Tominc in Rebernik 2005, 27).

Majhno število v zgodnje faze podjetništva vključenih žensk pa ni skrb zbujajoče samo zaradi posledično nižjega skupnega števila nastajajočih in novih podjetnikov v državi, temveč tudi zaradi empiričnih dokazov o obstoju značilnih razlik med podjetniki in podjetnicami (Tominc in Rebernik 2004, str. 781).

Odločitev za podjetniško obnašanje je rezultat številnih dejavnikov, kar omenjajo tudi Rebernik in soavtorji (2011, 74). Spodaj s pomočjo slike prikazujemo model podjetniške motivacije.

Slika 2: Model podjetniške motivacije.



Vir: Pšeničny 2000a, 72, povzeto po Kuratko in Hodgetts (1995, 57), navedeno v Kostanjevec 2005, 19

Iz slike 2 je razvidno, da so osebne lastnosti, osebno in poslovno okolje, osebni cilji in podjetniška ideja dejavniki, ki vplivajo na odločitev za podjetniško ravnanje. Podjetnik si postavi cilje podjetja in podjetniško strategijo, ki jo skozi poslovanje skuša tudi realizirati. Svoja pričakovanja primerja z realnimi dosežki, in če se le-ti ujamejo z njegovimi pričakovanji, dobi podjetnik dodatno spodbudo za novo podjetniško odločitev (prav tam).

Tako kot podjetniška motivacija ima velik pomen tudi podjetniško tveganje. Podjetništvo je povezano z določenim tveganjem.

Možnost neuspeha obstaja zaradi tržne negotovosti, tehnične negotovosti in splošne negotovosti poslovanja, ter izhaja zaradi napačnega dojema trgov, tehnologij in ekonomike (Rebernik 2008, 31). Richardson in Clark (v Glas 2002, 114) navajata nekatere zadržke posameznikov pri odločitvi za samostojni posel: ali bom znal prodajati svoj proizvod, storitev; strah pred neuspehom; bojazen, da v primeru neuspeha ne bi dobil drugega dela; neuspešno iskanje družabnika; strah pred prevelikim finančnim tveganjem; družinska odgovornost; negotovost; strah, da ideja ni dovolj dobra za uspeh; dvom o svoji zmožnosti za vodenje podjetja; ne želi zapustiti sedanje organizacije.

Pšeničny (2000a, 45-46) navaja naslednje oblike tveganj, ki se pojavljajo, in s katerimi se je potrebno spopasti ko vstopamo v samostojni posel.

| | |
|------------------------------|-------------------|
| finančno tveganje | tveganje kariere |
| tveganje v družini in okolju | psihično tveganje |

Finančno tveganje je prisotno v vsakem podjetju, malem, srednje velikem ali velikem, kakor tudi v uspešnem in neuspešnem podjetju. Najbolj nevarno je v začetku razvoja podjetja, ker je podjetje povezano z osebnim vlaganjem podjetnikovih prihrankov in podjetnikovim osebnim najemanjem posojil. Kasneje pa se podjetnikovo tveganje prenaša na podjetje kot takšno (Pšeničny 2000a, 45-46). Finančno tveganje sledi osnovnemu konceptu tveganja in predstavlja možnost (verjetnost), da se zaradi določenih dejavnikov pri poslovanju ali investicijah ustvari finančna izguba. Finančno tveganje je vse kar lahko preprečuje doseganje določenih finančnih ciljev in ustvarja izid, ki ni bil predviden. Finančna tveganja lahko opredelimo tudi kot tveganja, ki izvirajo iz finančnih transakcij. Poznamo več vrst finančnega tveganja:

1. Valutno tveganje v podjetju nastopi, ko je njegovo poslovanje povezano s tujimi plačilnimi sredstvi. Pomeni nevarnost spremembe deviznega tečaja v prihodnosti, saj se nepričakovane spremembe deviznega tečaja določene valute v sistemu drsečih deviznih tečajev zrcalijo v obliki dobička ali izgube pri deviznem tečaju. Sprememba deviznega tečaja tako vpliva na denarne tokove podjetja in računovodski dobiček, s tem pa tudi na tržno vrednost podjetja (Grinblatt in Titman 2002, 761).
2. Obrestno tveganje spada med cenovna tveganja, saj tvegamo spremembo cene posojilnega denarja. Obrestne mere se na denarnih trgih nenehno spreminjajo. Te spremembe so posledica tržne ponudbe in povpraševanja ter drugih sprememb makroekonomskih razmer. Obrestne mere, kot cena denarja in cena kateregakoli drugega blaga, se odzivajo na sile ponudbe in povpraševanja na popolnoma enak način (Peterlin 2002, 80-82).
3. Tveganje spremembe cen surovin je tveganje oziroma nevarnost neugodnega ali škodljivega gibanja cene določene surovine (na primer nafte, bakra, kave itd.), ki jih podjetje bodisi potrebuje za svojo poslovno dejavnost bodisi jih prodaja kot rezultat poslovnega procesa. Peterlin (1999, 65) tudi ugotavlja, da podjetja veliko bolje razpoznavajo transakcijsko in ekonomsko izpostavljenost valutnemu in obrestnemu tveganju kot izpostavljenost tveganju spremembe cen surovin.
4. Tveganje neizpolnitve obveznosti nasprotne stranke pomeni tveganje, da naš partner v poslu ne bo izpolnil dogovorjenih obveznosti. Obsega tri temeljne vrste tveganja, in sicer kreditno tveganje, tveganje finančne nediscipline in tveganje neizpolnitve nedenarnih obveznosti (Berk et al., 2005, 208).

Tveganje kariere in možne zaposlitve na delovnem mestu managerja ali strokovnjaka v nekem večjem podjetju še bolj vpliva na odločitev posameznika o tem, ali se bo odločil za samostojno podjetniško pot. Podjetnik, ki se odloči za lasten podjetniški podvig in zapusti trenutno službo, tvega, saj se v primeru neuspeha v lastnem poslu najverjetneje ne bo mogel vrniti na staro delovno mesto. In zato se lažje odločijo za podjetništvo posamezniki, ki vstopajo v podjetništvo zaradi nuje (Pšeničny 2000a, 45-46).

Tveganje v družini in okolju se pojavi, če družina ni seznanjena z nevarnostmi podjetniškega podjema, v katerega se poda eden izmed članov družine (Pšeničny 2000a, 45-46). Podjetnik se na začetku samostojne podjetniške poti v veliki meri posveča svojemu poslu, kar posledično

pripelje do primanjkanja časa za družino in prijatelje. Družina mora ob tem stati podjetniku ob strani, ga podpirati in motivirati.

Psihično tveganje pomeni, da se lahko pojavijo psihične motnje, ki nastopijo kot posledica stresnih situacij, slabega prenašanja neuspehov, propada podjetja in podobno (Pšeničny 2000a, 45-46).

2.2 Podjetništvo

2.2.1 Opredelitev podjetništva

Timmons (1989 povzeto po Vahčič 2000) opredeljuje podjetništvo kot sposobnost ustvariti in zgraditi nekaj, neko vrednost, iz praktično ničesar. Definicija ima globljo vsebino. V njej se skriva pomen iniciative, aktivnega delovanja, gradnje podjetja in doseganja rezultatov kot lastnosti in ciljev podjetnika (Vahčič 2000, 50).

Na podlagi definicij podjetništva avtorjev: Schumpeter (1951), Vesper (1983), Stevenson (1989), Timmons (1989) in Drucker (1992), definira Tajnikar (1997, 15) podjetništvo kot proces, s katerim se povezujejo ljudje z določenimi viri, da bi lahko z novo kombinacijo virov uresničili podjetniško priložnost, idejo, še neizkoriščeno možnost, in sicer s ciljem, da bi zaslužili profit, zato pa so pripravljeni tudi tvegati.

Žižek (2000, 21) povezuje pojma podjetništvo in podjetnik. Podjetništvo pomeni aktivnost posameznikov. Posamezniki izvajajo te aktivnosti z namenom zadovoljiti tržne potrebe. Poleg tega želijo podjetniki z njimi ob prevzemanju tveganja doseči čim večji finančni uspeh. Tudi Rebernik in soavtorji (Rebernik et al., 2011, 7) poudarjajo, da proučevanje podjetništva pomeni predvsem proučevanje temeljne gonilne sile, to je podjetnika in njegovih ambicij, inovativnosti in podjetnosti.

Shane in Venkataraman (2000, 217-226) podjetništvo definirata kot dejavnost, ki vključuje odkritje, ovrednotenje in izrabo poslovnih priložnosti, z namenom uvajati nove izdelke in storitve, načine organiziranja, trženja, procesiranja surovin s pomočjo organizacijskih dosežkov, ki predhodno niso obstajali.

Po Vahčičevi opredelitvi (2000, 50) je podjetništvo proces ustvarjanja dodane vrednosti s pomočjo odkrivanja poslovnih priložnosti, obvladovanja tveganja, ki ustreza tej priložnosti, in s pomočjo komunikacijskih in poslovodnih sposobnosti in znanja mobilizirati človeške, finančne in materialne vire, potrebne za uspeh podjetja.

Glas (2002, 101) opredeli podjetništvo kot proces, v katerem podjetnik ali podjetniška skupina z uporabo potrebnega časa in npora ustvari nekaj, kar ima novo, večjo vrednost, pri čemer finančno, psihološko in socialno tvega, rezultat pa je nagrada, bodisi v denarni obliki ali kot osebno zadovoljstvo in neodvisnost.

Rebernik in soavtorji so podjetništvo definirali kot kakršenkoli poskus posameznika, skupine posameznikov ali obstoječega podjetja, da bi ustvarili novo podjetje ali poslovno dejavnost, bodisi, da gre za samozaposlitev, novo podjetje ali razširitev že obstoječega podjetja (Rebernik et al., 2005).

Tudi Ruzzier in ostali so definirali, da podjetništvo predstavlja in obsega vse dejavnosti posameznika ali celotne podjetniške skupine, ki uresničijo poslovne priložnosti in ustvarijo nove vrednosti tako, da najprej prepoznajo tržne potrebe, potem pa se učinkovito organizirajo ter pridobijo in kombinirajo vse potrebne vire (Ruzzier et al., 2008). Podjetništvo je gonilna sila napredka in razvoja, ki prinaša nova delovna mesta in dodano vrednost (prav tam). Da je podjetništvo pomembno, saj zagotavlja in omogoča razvoj, se strinjajo tudi Rebernik in soavtorji (2011, 7).

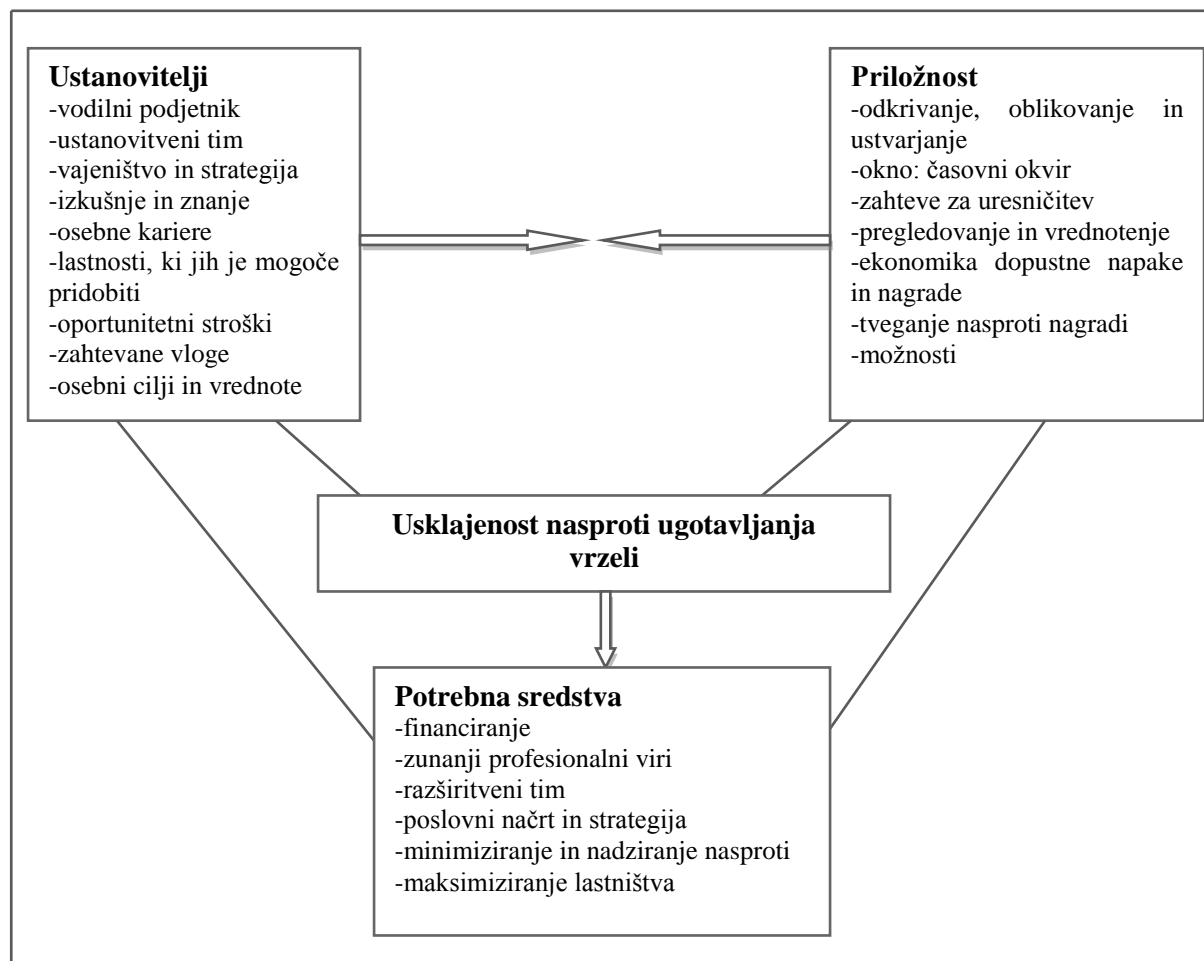
2.2.2 Podjetniški proces

Podjetniški proces je rezultat spleta treh gonilnih sil, in sicer (Timmons 1990, 677):

1. podjetnik, ustanovitelj oziroma podjetniški tim,
2. poslovne priložnosti in
3. potrebnih sredstev.

Slika 3 prikazuje navedene tri gonilne sile podjetniškega procesa in njihovo medsebojno povezanost, slika 4 pa prikazuje model podjetniškega procesa.

Slika 3: Gonilne sile podjetniškega procesa



Vir: Timmons 1990

Podjetnik oziroma podjetniški tim je pomembna gonilna sila, saj brez njega ni mogoče povezovati tudi preostalih dveh elementov za realizacijo podjetniških idej. Podjetnik mora iskati in prepoznati poslovne priložnosti ter zbrati, zagotoviti in kombinirati vire in sredstva za njihovo uresničitev (Casson 2003, 271). Priložnost kot druga gonilna sila podjetniškega procesa privede do podjetniškega delovanja. Če želimo ustanoviti podjetje, moramo najti poslovno priložnost, s katero nastanejo novi proizvodi, storitve, materiali in organizacijske metode, ki jih prodamo po ceni, višji od proizvodjalnih stroškov (prav tam).

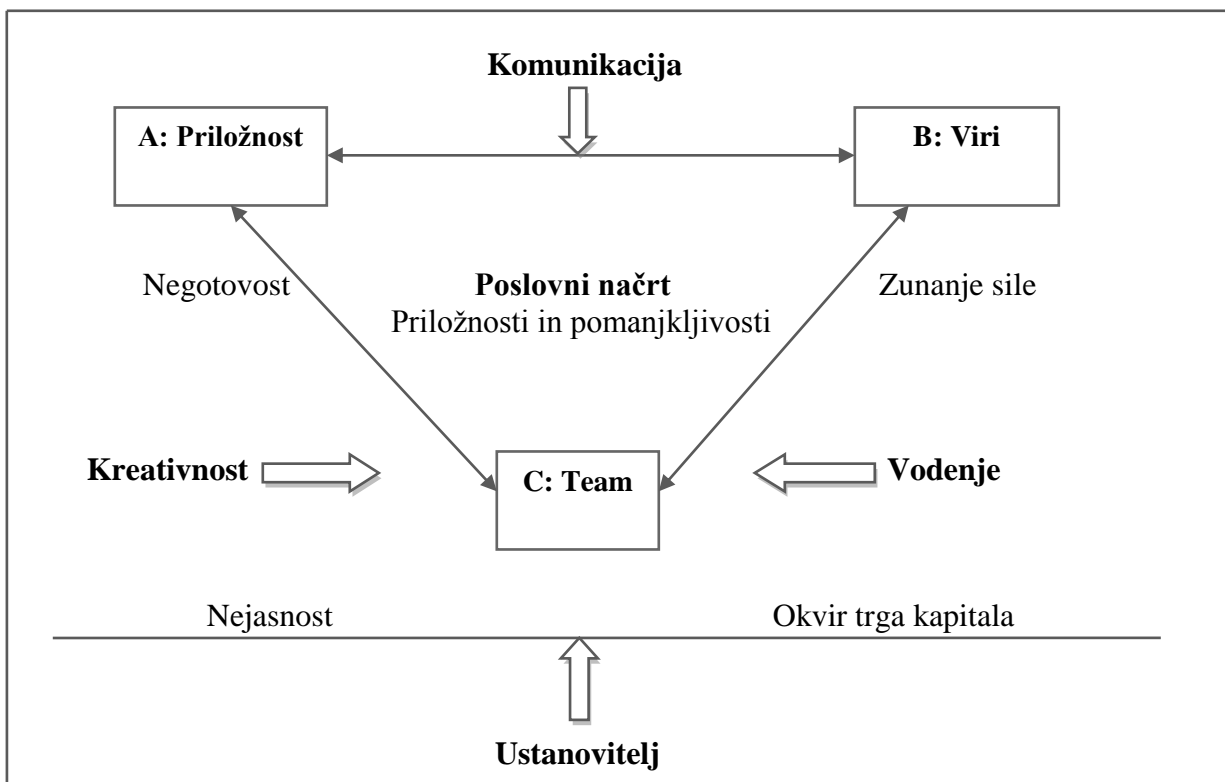
Podjetniško odkritje nastane, ko nekdo domneva, da viri niso dovolj dobro izkoriščeni. Če se na podlagi te domneve zgodijo »pravilna« dejanja, bo posameznik imel dobiček; če dejanja ne bodo »pravilna«, bo imel izgubo (prav tam). Okna priložnosti se nenehno pojavljajo na trgu, od posameznika pa je odvisno, ali bo poslovno priložnost izkoristil ali ne. Če posameznik ne izkoristi poslovne priložnosti v pravem času, ko se le-ta pojavi na trgu, se okno priložnosti zapre. Priložnosti so zgrajene z zamisljivo in ustvarjalnostjo ter imajo kakovosti, kot so

privlačnost, trajnost in časovnost. Zasedrane so v proizvodu ali storitvi, ki ustvarja ali dodaja vrednost kupcu ali končnemu uporabniku (Timmons in Spinelli 2004, 700).

Moč je zaslediti dve vrsti razlogov, zakaj, kdaj in kako določeni ljudje odkrijejo in uresničijo poslovne priložnosti: 1. last informacij, potrebnih za opredelitev priložnosti 2. znanje, potrebno za njihovo vrednotenje (Shane in Venkataraman, 2000). Čeprav je odkritje priložnosti potreben pogoj za podjetništvo, ni tudi zadosten pogoj. Odkritju mora slediti uresničenje (prav tam). Raziskave kažejo, da je zaznavanje poslovnih priložnosti povezano z vključevanjem ljudi v podjetništvo. Povezava med zaznavanjem podjetniške priložnosti in pričetkom podjetniške aktivnosti pa je lahko različna. Ljudje se za podjetniško pot lahko odločijo takrat, kadar naletijo na obetavno poslovno priložnost, pri drugih pa lahko najprej dozori odločitev o vključitvi v podjetništvo, temu pa sledi sistematično in intenzivno iskanje poslovne ideje – poslovne priložnosti (Kelley et al., 2011 v Rebernik et al., 2011, 52).

Tretja gonilna sila podjetniškega procesa so potrebna sredstva, katera mora podjetnik imeti za uresničitev poslovne priložnosti. Sredstva sestavljajo človeški viri, kapital (denar, prostori, oprema,...) in znanje.

Slika 4: Model podjetniškega procesa



Vir: Timmons in Spinelli 2004, 700

2.2.3 Podjetniška aktivnost v Sloveniji

Slovenija je postala samostojen gospodarski in politični sistem šele po letu 1991, ko je postala samostojna država, pred tem pa lahko obravnavamo razvoj podjetništva pri Slovencih v okviru vloge, ki so jo imeli v sestavi druge države, bodisi Avstro-ogrske monarhije, Italije ali Jugoslavije (Glas 1998, 108). Največji problem pri razvoju podjetništva se je pojavil po letu 1945, saj je centralnoplanski sistem z ukrepi uničil zasebni sektor. Podjetništvo v Sloveniji si je počasi opomoglo šele v 80. letih 20. stoletja, ko se je slovensko gospodarstvo počasi pričelo pomikati proti tržnemu gospodarstvu (Glas 1998, 108).

V Sloveniji so se podjetništvu odprla vrata leta 1988, ko je bil z zakonom o podjetjih postavljen tudi pravni temelj za zasebno podjetništvo. S tem je bil sprožen proces množičnega nastajanja malih podjetij. Po drugi strani pa se je v istem času začel proces drobljenja velikih podjetij (Gomezelj Omerzel 2010, 23)

Po letu 1990, je povečana konkurenca v Sloveniji povzročila ekonomske težave velikim in stroškovno dragim podjetjem. Ta okorna podjetja niso bila prilagojena tržnemu povpraševanju, kar je povzročilo hitro ustanavljanje novih, malih podjetij. Prav ta mala podjetja so pripomogla k stabilizaciji gospodarskih razmer in zaposlila velik delež brezposelnih, kar dokazuje velik vpliv malih podjetij na gospodarski razvoj Slovenije (Tajnikar 2000). Pravno podlago za razvoj malega podjetništva v Sloveniji pa je dal Zakon o razvoju malega gospodarstva, ki je bil sprejet leta 1991. Ta zakon je zagotavljal pomoč posameznikom pri ustanavljanju podjetij, omogočal je določena finančna sredstva in enostavne upravne postopke. Poleg tega je pomenil podlago za nastanek pospeševalnega centra za malo gospodarstvo in sklada za razvoj malega gospodarstva. Kljub temu je ogromno velikih podjetij propadlo, tistim, ki pa so večji del prodajala na jugoslovanski trg, je prodaja močno upadla. V promocijo in pospeševanje podjetništva kot oblike samozaposlovanja se je vključil tudi Zavod RS za zaposlovanje, saj je bilo na trgu brezposelnih vedno več presežnih delavcev (Glas 1998, 111).

Po letu 1999 smo bili priča trendu, ki je napovedoval novo situacijo, ki je pomembno vplivala na prihodnji razvoj podjetništva v Sloveniji. Vahčič (2000) meni, da dogajanja v letu 1999 kažejo, da je Slovenija dosegla točko preobrata v zaposlitvenem sektorju. Zaposlenost v majhnih podjetjih je naraščala (Vahčič 2000). Premik zaposlenih iz velikih v mala in mikro podjetja pomeni, da je veliko število novih podjetnikov našlo poslovne priložnosti zunaj obstoječih podjetij, kjer so bili zaposleni (Gomezelj Omerzel 2010, 24). Kljub dinamičnemu razvoju podjetništva pa se podjetniki v Sloveniji še vedno pritožujejo, da ekonomska, davčna in finančna politika države niso sledile potrebam razvijajočega se sektorja malega gospodarstva (prav tam).

AJPES definira velikost podjetij. (1) Mikro podjetje je podjetje, ki izpolnjuje dve od teh meril: (povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 10, čisti prihodki od prodaje ne presegajo 2.000.000 evrov, in vrednost aktive ne presega 2.000.000 evrov). (2) Malo podjetje je podjetje, ki ni mikro podjetje, in ki izpolnjuje dve od teh meril: (povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 50, čisti prihodki od prodaje ne presegajo 8.800.000 evrov, in

vrednost aktive ne presega 4.400.000 evrov). (3) Srednje veliko podjetje je podjetje, ki ni mikro in ne majhno podjetje, in ki izpolnjuje dve od teh meril: (povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 250, čisti prihodki od prodaje ne presegajo 35.000.000 evrov, in vrednost aktive ne presega 17.500.000 evrov). (4) Veliko podjetje je podjetje, ki ni ne mikro ne malo podjetje in ne srednje veliko podjetje. V vsakem primeru se za velika podjetja štejejo banke, zavarovalnice, borza vrednostnih papirjev in družbe, ki morajo pripraviti konsolidirano letno poročilo (AJ PES 2011).

Rebernik in soavtorji navajajo vrste pravno-organizacijskih oblik (Rebernik et al., 2004, 13):

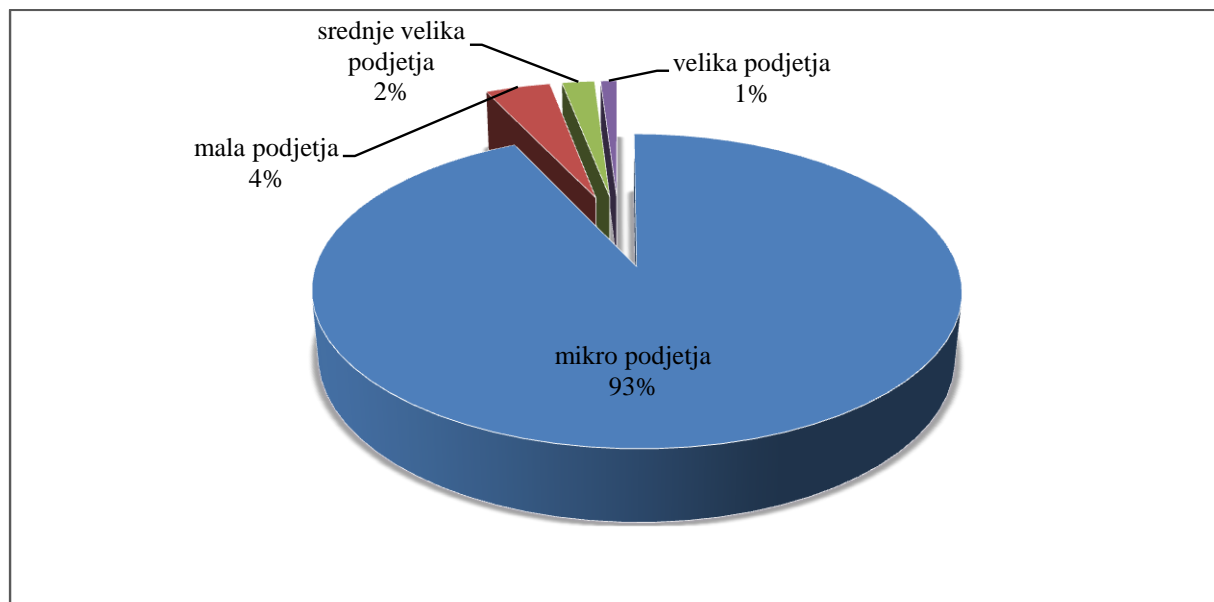
–Pravne osebe so gospodarske družbe, zavodi, društva, organi in organizacije, ki z vpisom v konstitutivni register, ustrezno evidenco ali ustreznimi razvidi ali z zakonom pridobijo status (lastnost) pravne osebe.

-Fizične osebe so samostojni podjetniki, posamezniki in druge fizične osebe, ki na prostem trgu samostojno in trajno opravljajo različne, izključno pridobitne dejavnosti.

-Zavodi, organi in organizacije so pravno-organizacijske oblike, ki so bile ustanovljene za opravljanje dejavnosti vzgoje, izobraževanja, znanosti, kulture, športa, zdravstva, socialnega, otroškega in invalidskega varstva, za opravljanje državnih, regionalnih, upravnih, občinskih in drugih funkcij ter pristojnosti, in so pravne osebe, če namen njihove ustanovitve ni pridobivanje dobička.

Podatke iz letnih poročil za leto 2010 je AJ PES predložilo 55.734 podjetij, kar je 3,4 odstotka več kakor za leto 2009. Po podatkih Poslovnega registra Slovenije je bilo v letu 2010 ustanovljenih 5.559 podjetij, za 7 odstotkov manj kakor v preteklem letu, prenehalo pa je 4.007 podjetij, 55 odstotkov več kakor v preteklem letu. V letu 2010 je bilo uvedenih 437 stečajnih postopkov podjetij, 61 odstotkov več kakor v preteklem letu, in 35 prisilnih poravnjav, 169 odstotkov več kakor v preteklem letu (Ajpes, 2011). Večina podjetij, kar 51.805 ali 93 odstotkov vseh, je sodila med mikro podjetja. Mikro podjetja so zaposlovala 28,0 odstotkov vseh delavcev, 17.092 mikro podjetij ni zaposlovalo nobenega delavca. V letu 2010 je bilo 2.434 malih podjetij, ki so zaposlovale 15,6 odstotkov vseh delavcev. 774 srednje velikih podjetij je zaposlovalo 16,3 odstotkov vseh delavcev, 721 velikih podjetij pa je zaposlovalo 40,0 % vseh delavcev.

Slika 5: Delujoča podjetja v Sloveniji leta 2010 po velikosti

Vir: *AJPES 2011*

GEM (angl. Global Entrepreneurship Monitor) je raziskava podjetništva v svetu. Slovenija v omenjeni raziskavi sodeluje od leta 2002. Glavni namen GEM je vsako leto oceniti podjetniško aktivnost v obravnavanih državah. V modelu GEM spremljajo odnos do podjetništva in njegovo dojetje, podjetniško dejavnost ter podjetniške aspiracije (Rebernik et al., 2011).

V Sloveniji je bilo zadnja štiri leta moč ugotoviti upad zaznanih poslovnih priložnosti med prebivalstvom. Medtem ko je bila leta 2007 še skoraj polovica delovno aktivnega prebivalstva mnenja, da se bodo v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti, je leta 2009 ta odstotek padel na 30 odstotkov, leta 2010 pa še nadaljnjih nekaj odstotnih točk, in sicer na 26,8 odstotkov (Rebernik et al., 2011, 53). Zgodnja podjetniška aktivnost je leta 2008 narasla iz 4,8 odstotka leta 2007 na 6,4 odstotka leta 2008. Leta 2009 in 2010 je bil zaznan upad odraslega prebivalstva, ki so se odločili za podjetniško pot, in sicer je leta 2009 za Slovenijo ta znašal 5,35 odstotka, leta 2010 pa 4,56, kar nas je uvrstilo v spodnjo petino med 59 GEM državami. Glede na delovno aktivne ljudi v Sloveniji ocenjujejo, da je bilo v Sloveniji leta 2010 okrog 130 tisoč podjetnikov, med katerimi je bilo okrog 30 tisoč nastajajočih podjetnikov, med temi pa nekateri nikoli ne bodo imeli aktivnega podjetja ali prodali enega samega izdelka ali storitve. Močan padec deleža prebivalstva, ki vstopa v podjetništvo, ali ima podjetje več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol, gre pripisati predvsem nastajajočim podjetnikom, to je tistemu delu prebivalstva, ki se šele odloča za podjetništvo ali pa ima podjetje manj kot tri mesece. Njihov delež je v Sloveniji upadel s 3,15 odstotka leta 2009 na samo 2,21 odstotka leta 2010 (prav tam, 66-67).

Posamezniki vstopajo v podjetništvo bodisi zaradi nujnosti ali zaradi priložnosti. Potem, ko se je Slovenija po TEA¹ indeksu iz nujnosti leta 2009 uvrstila povsem na rep – na 50. mesto (0,51 odstotka) med 53 državami in po TEA indeksu iz priložnosti² na 33. mesto (4,73 odstotka), si je leta 2010 poslabšala razvrstitev. S TEA indeksom iz nujnosti³ v višini 0,76 odstotka se je uvrstila na 50. mesto med 59 državami, s TEA indeksom iz priložnosti 3,86 odstotka pa na 46. mesto. Vendarle pa tako v okviru vseh GEM držav kot tudi samo znotraj evropskih, še zlasti pa v primerjavi z našimi bližnjimi sosedi Jugovzhodne Evrope, ostaja v Sloveniji tudi leta 2010 podjetništvo iz priložnosti prevladujoča motivacija za vključevanje v podjetniške procese (prav tam 74). Tudi leta 2011 je Slovenija v vseh primerjavah zaradi izjemno nizke zgodnje podjetniške aktivnosti na zadnjih mestih. S TEA indeksom iz nujnosti z 0,44 odstotka se je uvrstila na 52 mesto med 54 državami, s TEA indeksom iz priložnosti 2,96 odstotka pa na zadnje mesto (Rebernik et al., 2012, 74).

Tabela 3: Zgodnja podjetniška aktivnost zaradi nujnosti in priložnosti

| 2010/ 2011 | SLO | Rang SLO med vsemi državami | Rang SLO med evropskimi GEM državami | Rang SLO med inovacijskimi GEM državami | Rang SLO v skupini držav JV Evrope |
|------------------|-------|-----------------------------------|--|---|--|
| TEA - Nujnost | 0,76% | 50/59 | 18/26 | 14/22 | 8/8 |
| TEA - Priložnost | 3,86% | 46/59 | 16/26 | 14/22 | 5/8 |
| TEA - Nujnost | 0,44% | 52/54 | 23/26 | 20/23 | 6/6 |
| TEA - Priložnost | 2,96% | 54/54 | 26/26 | 23/23 | 6/6 |

Prirejeno po: Rebernik et al., 2011, 76 in Rebernik et al., 2012, 74

Tako kot v preteklih letih je bilo tudi v letih 2010 (Rebernik et al., 2011, 80) in 2011 (Rebernik et al., 2012, 78) najbolj produktivno obdobje za ustanavljanje podjetij starostno obdobje med 25. in 34. letom. V tem pogledu je Slovenija povsem primerljiva z vsemi ostalimi sodelujočimi državami. Iz te starostne skupine prihaja največ novih in nastajajočih podjetnikov, največ ustaljenih podjetnikov, ki so jih zajeli med anketiranim prebivalstvom, leta 2010 jih je v povprečju največ v starostnem obdobju med 35 in 44 leti (Rebernik et al., 2011, 80) in leta 2011 v starostnem obdobju med 45 in 54 leti (Rebernik et al., 2012, 78). Tako v Sloveniji kot tudi v svetovnem merilu med podjetniki v zgodnjih fazah podjetniške aktivnosti prevladujejo nastajajoči podjetniki, saj morajo vsi novi podjetniki najprej uspešno preživeti fazo nastajajočega podjetnika, kar se v velikem številu primerov ne zgodi (Tominc in

¹ Indeks celotne zgodnje podjetniške aktivnosti TEA indeks (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity), ki kaže odstotek odrasle populacije med 18. in 64. letom, ki se vključuje v podjetništvo. Zajema posameznike, ki so bodisi pričeli z nekaterimi aktivnostmi, da bi ustanovili podjetja, ali pa podjetje že imajo, vendar še niso izplačevali plač dlje kot tri mesece. Te posameznike imenujemo *nastajajoči podjetniki* in pomenijo začetek podjetniške poti. K nastajajočim podjetnikom prištejemo *nove podjetnike*, to je tiste, ki imajo podjetje in izplačujejo plače dlje kot tri mesece, vendar manj kot tri leta in pol. TEA indeks torej kaže zgodnje faze podjetniškega procesa in je še zlasti občutljiv na dejavnike okolja, ki posameznike bodisi spodbujajo ali odvrtačajo od podjetništva. Vendar pa TEA indeks ne pomeni celotne vključenosti v podjetništvo. Med prebivalstvom so tudi posamezniki, ki imajo podjetje že dlje kot tri leta in pol. Te imenujemo *ustaljeni podjetniki* (Rebernik et al., 2011, 34).

² Indeks zgodnje podjetniške aktivnosti zaradi priložnosti (TEA-priložnost – TEA- Opportunity) je delež izbrane skupine odraslega prebivalstva, ki se loteva odprtja novega podjetja, ker se je za to ponudila priložnost.

³ Indeks podjetniške aktivnosti zaradi nujnosti (TEA-nujnost – TEA-Necessity) je delež izbrane skupine odraslega prebivalstva, ki se loteva odprtja novega podjetja zaradi nujnosti, ker ni druge boljše možnosti za delo.

Rebernik 2006, 14). Da se ženske v povprečju vključujejo v podjetništvo starejše od moških, je značilnost, ki jo beležijo že vsa leta raziskav podjetništva Slovenije v okviru GEM – v povprečju je bila najpogostejša starost ženske – nastajajoče ali nove podjetnice – med 35. in 44. letom (Rebernik et al., 2012, 80). Manj žensk kot moških verjame, da ima znanje, veščine in izkušnje za podjetništvo. Manj jih meni, da se bodo v naslednjih šestih mesecih pojavile dobre poslovne priložnosti, ženske se tudi bolj bojijo neuspeha kot moški in poznajo manj ljudi, ki so v zadnjih dveh letih ustanovili podjetje. To seveda pomeni, da bo treba za povečanje prisotnosti žensk v podjetništvu sprejemati bolj učinkovite ukrepe, ki bodo posegali globlje od kratkoročnih in enkratnih akcij ali pozivov (Rebernik et al., 2011, 85). Primerjava z inovacijskimi gospodarstvi pokaže, da je bilo leta 2010 v Sloveniji manj podjetij, katerih dejavnost je spadala med storitve, usmerjene na potrošnika, zato pa je nadpovprečno več podjetij s poslovno usmerjenimi storitvami. Več je bilo tudi podjetij v preoblikovalnih dejavnostih (Rebernik et al., 2011, 88).

Kot smo že tolikokrat poudarjali, je izobrazba podjetnikov eden izmed zelo pomembnih dejavnikov konkurenčne usposobljenosti podjetja. Leta 2010 (Rebernik et al., 2011, 86) je imelo več kot srednješolsko izobrazbo 53,8 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov, leta 2011 pa več kot 60 odstotkov (Rebernik et al., 2012, 84).

Ko podjetje ne ustvarja več vrednosti za lastnika ali delničarje, bodisi zaradi spremenjenih ekonomskih razmer, bodisi osebne odločitve lastnika, je normalno, da podjetje preneha s poslovanjem. V Evropi je bilo leta 2010 največ opustitev poslovanja v Črni gori (7,3 %) in v Bosni in Hercegovini (4,7 %), najmanj pa na Nizozemskem (1,4 %) in v Nemčiji (1,5 %). Slovenija je z 1,6 odstotka med državami z najmanj prekinitv (prav tam, 90-91). Leta 2011 se je s podjetništvom prenehalo ukvarjati 1,5 odstotka odraslega prebivalstva, kar predstavlja 17,4 odstotke celotne podjetniške aktivnosti v Sloveniji in primerljivo z letom poprej (Rebernik et al., 2012, 69). Temeljni razlog, zaradi katerega so v Sloveniji posamezniki leta 2011 opustili svoje podjetje, so finančni razlogi, saj je bilo takšnih primerov kar 43 %, kar je še enkrat več kot leta 2010, ko je zaradi finančnih razlogov poslovanje opustilo 21 % posameznikov. Naslednja najpogostejša razloga sta upokožitev (18 %) in nedobičkonostnost podjetja (15 %) (prav tam, 70). Največji delež odraslega prebivalstva, ki je v letu 2011 opustilo poslovanje, so zabeležili v Alžiriji (8,9 %) in na Slovaškem (7 %), najmanj pa na Japonskem (0,7 %) in v Belgiji (1,37 %) (prav tam, 69).

Glede mnenja o vplivu recesije na podjetništvo so v Sloveniji v povprečju ustaljeni podjetniki precej bolj pesimistični in kritični glede pogojev za podjetništvo, kot so to nastajajoči in novi podjetniki. Da je težje začeti z novim poslom je v letu 2010 menilo kar 34 odstotkov ustaljenih podjetnikov, da je težje dosegati rast podjetja pa 40 odstotkov. Medtem ko 47 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov meni, da je na razpolago manj poslovnih priložnosti, je med ustaljenimi podjetniki takšnih kar 60 odstotkov (Rebernik et al., 2011, 93).

Rebernik in soavtorji navajajo prednosti in slabosti okolja za razvoj podjetništva v Sloveniji ter nujnost ukrepanja (Rebernik et al., 2009, 99): Med najpomembnejšimi prednostmi, ki po mnenju izvedencev prispevajo k podjetniški aktivnosti v Sloveniji, so izvedenci največkrat navedli odprtost in konkurenčnost na notranjem trgu, podjetniške zmogljivosti na področju

usposobljenosti za podjetništvo ter podjetniške zmogljivosti, povezane z motivacijo za podjetništvo, pa tudi zasnovanost in vodenje vladnih politik, kulturne in družbene norme, ki podpirajo podjetniško aktivnost, razpoložljivost izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo ter kakovost in dostopnost poslovne, pravne in strokovne infrastrukture, ki jo potrebujejo mlada in rastoča podjetja. Pri najpomembnejših slabostih, ki po mnenju izvedencev zavirajo podjetništvo v Sloveniji, posebej izstopajo vladne politike, katerih poglobljen cilj še vedno ni podjetniška družba ter kulturne in družbene norme. Čeprav so oba podjetniška okvira izvedenci navedli tudi kot prednosti za spodbujanje podjetništva, očitno menijo, da sta to dimenziji okolja, ki najbolj zavirata nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji. Med njimi so tudi podporni mehanizmi in ekonomske politike, usmerjene v rast podjetij, ki jih je premalo ali pa so neučinkoviti. Glas (2003) je opredelil glavne prednosti in glavne slabosti Slovencev, ki vplivajo na podjetniško aktivnost. Le-te so navedene v spodnji tabeli 4.

Tabela 4: Prednosti in slabosti Slovencev, ki vplivajo na podjetniško aktivnost

| Glavne prednosti | Glavne slabosti |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Slovenci so pametni, sposobni, delavni, vztrajni, inovativni in iniciativni. - Dobro izobraženi in spretni, obvladajo obrtniška znanja. - Znajo se organizirati, naravnani so na posle in želijo boljše življenje. - So odprti, multikulturni in imajo dobro znanje tujih jezikov. - Zgodovinske izkušnje so jih utrdile (kolektivistični sistem). - Družinske vrednote spodbujajo ustanavljanje podjetij. - Njihovi potenciali so premalo izkoriščeni. | <ul style="list-style-type: none"> - Na podjetništvo se gleda kot na dejavnost špekulantov. - Težijo k varni in zanesljivi zaposlitvi, niso pripravljeni tvegati, niso motivirani za samozaposlitev. - Manjka jim podjetniških znanj in lastnosti, ni dovolj informacij o priložnostih, transfer znanj je šibak. - Premalo sodelujejo, so individualisti. - Omejevanje sposobnih, negativna družbena selekcija, egalitarizem. - Premajhna akcijska naravnost, manjkajo ambicije in vizija prihodnosti. |

Vir: Glas 2003

V Sloveniji je potrebno realnejše ovrednotenje podjetništva in družbene vloge podjetnikov. V slovenskih mikro in malih podjetjih je še veliko neizkoriščenih priložnosti za gospodarsko rast, ki jo Slovenija želi doseči, da bi čimprej dosegla povprečje razvitosti Evropske unije, in jo v nekaterih segmentih tudi preseгла (Pšeničny 2004, 2). Da bi Slovenija to dosegla, mora država v prihodnosti še bistveno več vlagati v zagotavljanje ustrezne in poceni infrastrukture za vstopanje novih in rast malih in tudi srednje velikih gospodarskih subjektov, ne le ob podpori obstoječe podjetniško spodbujevalne infrastrukture, ampak predvsem z zagotavljanjem poceni ali brezplačnih lokacij za podjetniške cone, tehnološke parke, inkubatorje itd. (prav tam, 3).

Če Pšeničny meni, da mora Slovenija v prihodnosti še bistveno več vlagati v zagotavljanje ustrezne in poceni infrastrukture za vstop novih podjetij, pa Mulej in Ženko menita, da zlasti v malih in srednjih podjetjih ni dovolj inovativnega podjetništva in podjetnosti kot lastnosti ljudi, ki naj bi se npr. odzvali na pospeševalne pobude, da bi iz pravno obstoječega razvili

ekonomsko, t.j. inovativno podjetje. Torej osrednji problem ni denar, ampak dovolj ljudi z dovolj inovativne podjetnosti (Mulej in Ženko 2003).

V Slovenji vlada nizka pozitivna podjetniška kultura, ki jo je potrebno okrepiti. Pozitivna podjetniška kultura je tista, ki je pripravljena sprejemati tveganje. Pozitivni odnos do sprejemanja tveganja je gonilna sila podjetništva. Sprejemanje tveganja ni pomembno samo za začetek poslovanja, ampak tudi za vse druge stopnje življenjskega obdobja podjetja (Tomanič-Vidovič 2002, 4-5).

Dubey in Monga opozarjata, da se je v Sloveniji treba zavedati, da je podjetništvo in razvoj podjetništva pomembno predvsem zaradi prispevka k blagajni. Prav zaradi državne blagajne je potrebno spodbujati razvoj podjetništva v primarnem, sekundarnem in terciarnem sektorju (Dubey 1996, 32-35; Monga 1993, 16-21).

3. USTVARJALNOST

3.1 Opredelitev ustvarjalnosti

Med prebiranjem različne literature je moč zaslediti, da določeni avtorji namesto pojma ustvarjalnost uporabljajo pojem kreativnost. Pojasniti je potrebno, da je kreativnost tujka izpeljana iz besede "creativity" in je sinonim besede ustvarjalnost (Weisberg 1993 v Woolfolk 2002). Zato bomo v nadaljevanju v nalogi uporabljali pojem ustvarjalnost.

Na vprašanje, kaj je ustvarjalnost in kdo je ustvarjalna oseba, najdemo mnogo različnih odgovorov, in še danes ni splošno sprejete opredelitve ustvarjalnosti (Blažič et al., 2003). V nadaljevanju bomo predstavili nekaj pomembnejših definicij ustvarjalnosti.

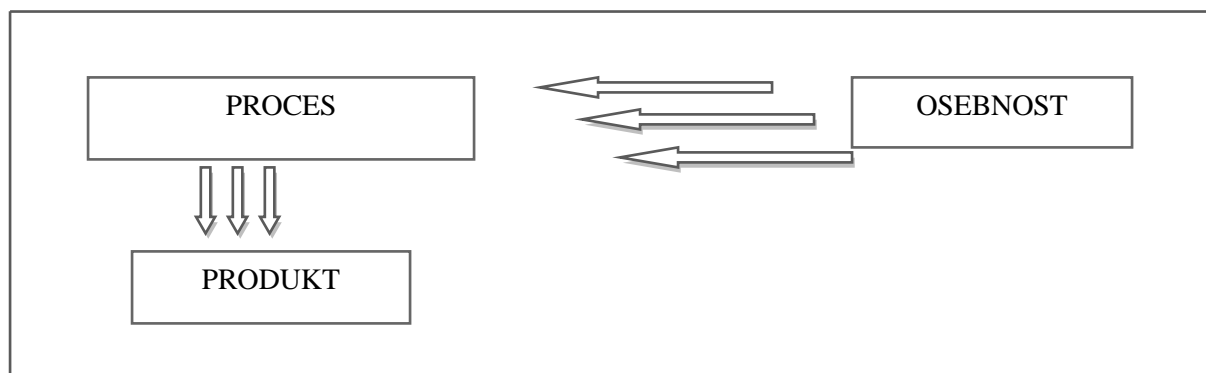
Whiting poudarja, da je potrebno ustvarjalnost ločevati od izvornosti. Vsako ustvarjalno mišljenje je izvorno, vendar izvorno mišljenje ni nujno, da je tudi ustvarjalno. Zato velja, da se je ustvarjalnosti z vajo moč naučiti in jo izpopolnjevati (Whiting, 1958, 13). Prav to postavlja v ospredje prepričanje, da je v ospredju proces učenja in njegova pomembnost že od otroštva dalje. Brewster ugotavlja, da je ustvarjalni proizvod tisti, ki v trenutku, ko se pojavi v umu, nov oziroma enkrat brez predhodnika (Brewster 1963 v Berginc in Krč 2001, 23). J.P. Guilford (1967, 24) je razlikoval med konvergentnim mišljenjem (je enosmerno zaprto mišljenje) in divergentnim mišljenjem (izhaja iz odprtih vprašanj, ki dopuščajo več pravih rešitev). Barron vidi ustvarjalnost v zmožnostih priklicati nekaj novega, nekaj, česar prej še ni bilo (Barron 1968, 26 v Trstenjak 1981, 26). Flanagan (v Berginc in Krč 2001, 23) opredeljuje ustvarjalnost kot proces uvajanja novosti, kjer prej te novosti sploh še ni bilo. Hilgrad je poudaril, da gre pri ustvarjalnosti za odkrivanje, postavljanje in odpiranje problemov, ne pa za njihovo reševanje. Tako je po njegovem reševanje problemov ena plat ustvarjalnosti (Hilgrad 1975, 24 v Trstenjak 1981, 29). Taylor opredeljuje proces ustvarjanja kot sistem. Vsebuje osebnost, ki usmerja in oblikuje okolje tako, da transformira temeljne probleme v uspešne dosežke (Taylor 1975 v Jaušovec 1987, 6). Rogersova opredelitev pa pravi, da je ustvarjalnost pripravljenost, da proizvedemo nov izdelek, ki je v odnosu do realnosti. Na eni strani izvira iz posameznikove enkratnosti, na drugi iz stvari, dogodkov, ljudi, skratka, iz pogojev njegovega življenja (prav tam). Mayer definira ustvarjalnost kot človekovo lastnost, s katero lahko presega že ustvarjeno (Mayer 1994, 67). Marentič Požarnikova (2000, 90) na ustvarjalnost gleda nekoliko širše. V svojo opredelitev ustvarjalnosti je zajela dosežek, posameznikove osebnostne poteze, pomen okolja in delovanje. Meni, da ustvarjalna oseba prispeva nove, originalne in po možnosti tudi širše, družbeno pomembne izdelke, dosežke, ideje, iznajdbe ali patente. Sklop osebnostnih potez in ugodne okoliščine omogočajo tako delovanje. Prav tako meni, da imajo ustvarjalne sposobnosti pretežno vsi, in so le-te normalno porazdeljene (prav tam). Opredelitev ustvarjalnosti otroka sta podala Beaumont in Macomber, ki pravita, da vsakokrat, kadar se otrok izrazi na zanj originalen način, ne glede na dejstvo, da je že tisoč ljudi pred njim naredilo enako, je deloval ustvarjalno (Čandrlić 1988, 14).

Kljub mnogim opredelitvam ustvarjalnosti, pa ji različni avtorji vseeno pripisujejo določene skupne lastnosti. Te lastnosti so: produktivnost, izvornost, kritičnost, odprtost, svobodnost, prožnost, odpor proti tradicionalizmu, samoumevnosti in dogmatičnosti (Blažič et al., 2003).

Naštetim lastnostim lahko dodamo tudi inteligentnost, podzavestnost in intuitivnost, emocionalnost, hevristično strukturo mišljenja, osebnostno motivacijo in lastnosti ustvarjalca (Trstenjak 1981, 64).

Plucker in Beghetto (2004) sta analizirala ustvarjalnost s treh vidikov, ki jih lahko uporabimo pri raziskovanju ustvarjalnosti, in sicer: vidik ustvarjalnosti kot procesa, vidik ustvarjalne osebe in vidik ustvarjalnega produkta (Plucker in Beghetto 2004, 156 v Opaka 2008, 78-79). Vidike sta združila v opredelitev ustvarjalnosti, ki sta jo sestavila na podlagi opredelitev v številnih študijah: ustvarjalnost je sovplivanje osebnosti in procesa, s katerim posameznik ali skupina proizvede rešitev ali produkt, ki je tako nov kot uporaben (prav tam).

Slika 6: Trije vidiki ustvarjalnosti



Vir: Plucker in Beghetto 2004 v Opaka 2008, 79

Sama ustvarjalnost je močno odvisna od *osebnosti posameznika*. Prva značilnost ustvarjalnih ljudi je odprtost za izkušnje (Carson in Peterson 2003, Pečjak 1987, Simonton 2000 in 2003) in z njo povezani lastnosti: večja zmožnost dojemljivosti in neodvisnost (Jurčova 2005), manj toga in bolj izvirno mišljenje, nagnjenost k tveganju (Simonton 2000), boljši smisel za humor (Jurčova 2005), naklonjenost k spremembam, široki interesi (Pečjak 1987) (povzeto po Opaka 2008, 85). Ustvarjalni ljudje so bolj pogumni v izražanju (Jurčova 2005). Kashdan in Fincham (2002 v Opaka 2008, 85) poudarjata pomen radovednosti. Menita, da je to ključna lastnost ustvarjalnosti. Grawitch in ostali (2003 v Opaka 2008, 85) so ugotovili, da pozitivno razpoloženje poveča izvirnost idej, ki jih ustvari skupina in obratno, slabo razpoloženje zmanjša število izvirnih idej. Vendar pa niso vse raziskave pokazale pozitivnih povezav med dobrim razpoloženjem in ustvarjalnostjo. Martin in Stoner (1996 v George in Zhou, 2002) sta ugotovila, da so negativno razpoložene osebe bolj kritične do svojega trenutnega dosežka in zato tudi bolj motivirane, da ga izboljšajo. Tudi Trstenjak (1982, 64) poudarja, da so ustvarjalni ljudje radovedni, razigrani, vztrajni, samomotivirani, imajo neodvisno mišljenje, sposobni prožnega mišljenja in menjave metod pri reševanju problemov, brez predsodkov in odprtega duha ter vedno težijo po ustvarjanju boljšega. Ustvarjalni posamezniki so heterogena skupina in zelo malo lastnosti ustvarjalne osebe lahko posplošimo na vse. Sternberg (2001 in 2002 v Opaka 2008, 87) pa opozarja na ključno lastnost, ki je skupna vsem, in sicer gre za zavestno odločitev, biti ustvarjalen.

Proces ustvarjalnosti poteka po korakih. Berginc in Krč (2001, 26-27) predstavljata bistvene korake v tem procesu:

1. korak predvideva primarno predstavitev problema, kjer je posameznik usmerjen k reševanju le-tega ali se spoprijema s problemom, ki ga je sam odkril. Zato lahko motivacija za aktivnosti na tej stopnji odigra pomembno vlogo, saj notranje motivirani posamezniki bolje definirajo problem.
2. korak se nanaša na predpriprave in na pridobivanje ustreznih informacij o problemu.
3. korak se nanaša na generiranje idej. Dejstvo je, da lažje generirajo ideje posamezniki, ki so bolj nagnjeni k ustvarjalnosti, in pri katerih bolj prevladuje notranja spodbuda kot pa zunanja.
4. korak se nanaša na vrednotenje generiranih idej v povezavi s predhodno določenimi kriteriji, ki so primarno odvisni od prednosti ustvarjalnih sposobnosti posameznika s točno določenega področja dejavnosti (Berginc in Krč 2001, 26-27).

Vsaka od omenjenih komponent nastaja v soodvisnosti z okoljem. Rezultati procesa so sledeče stopnje (prav tam):

1. stopnja: strinjati se moramo s tezo, da je reševanje problema uspešno v svojem ustvarjalnem procesu, ko smo prišli do rešitve na neobičajen in povsem natančen način.
2. stopnja: na tej stopnji smo zbirali informacije in razvijali lastne sposobnosti, ki smo jih znali na točno določenem področju sistematično povezati.
3. stopnja: generirali smo najmanj eno neobičajno in v praksi delujočo idejo.
4. stopnja: posameznik, ki rešuje problem s konkretno idejo, je sposoben maksimirati dvoje: novost ideje in primernost odziva okolja nanjo (prav tam).

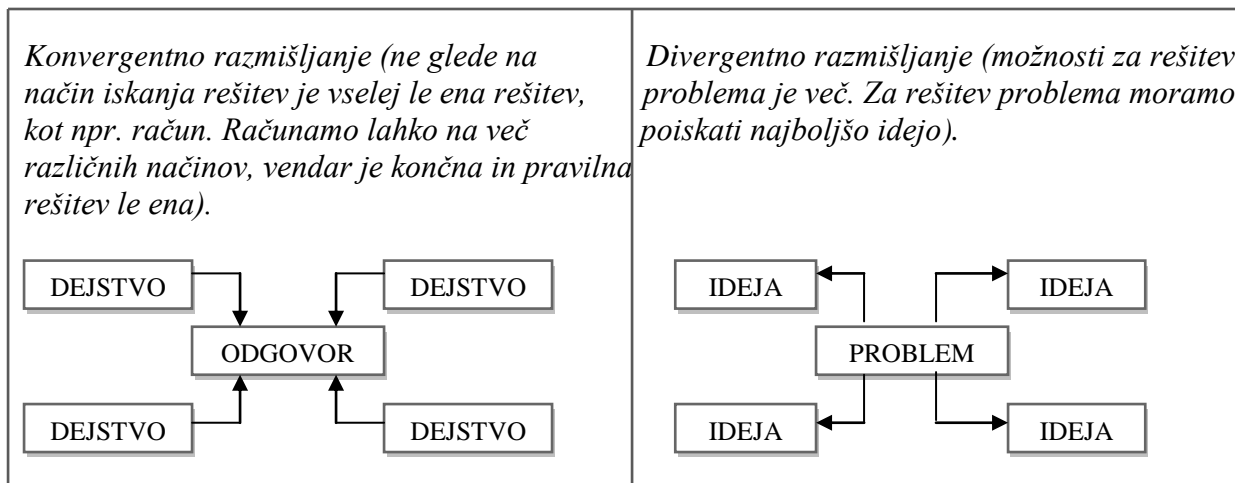
Če eden od navedenih dejavnikov v procesu manjka, rešitve ni oziroma je pomanjkljiva. Na ustvarjalni proces ne moremo vplivati neposredno. S poznavanjem njegovega poteka in značilnosti pa lahko odpravljamo in preprečujemo vrsto ovir ali blokad, ki zavirajo ustvarjalnost. Razlikujemo socialne blokade ustvarjalnosti, ki izhajajo iz ustvarjalca samega ter kulturne blokade, ki izhajajo iz kulturnih vrednot in okolja, v katerem živimo, čeprav velja ovire ustvarjalnosti iskati predvsem v okolju in ne v ljudeh (Mayer 1991, 62).

3.2 Ustvarjalno razmišljanje

Bistvo ustvarjalnega mišljenja je, da za obstoječe probleme iščemo in najdemo nove rešitve (Likar et al., 2006, 35). Mnogokrat mislimo, da se bistra zamisel pojavi v nas samih, vendar je za to potrebno veliko razmišljanja. V teoriji poznamo štiri osnovne oblike razmišljanja, in sicer *konvergentno in divergentno* ter *vertikalno in lateralno*. Z divergentnim razmišljanjem smo najbolj ustvarjalni. Pri takem razmišljanju je odgovorov na odkrit problem več, najboljšega pa je potrebno poiskati (prav tam, 35–36). Število rešitev je neskončno, meje pa postavljata predvsem čas in domišljija, ki sta na voljo (Srića 1999, 71). Divergentnemu razmišljanju se približuje tudi lateralno razmišljanje, kjer se prav tako kot pri divergentnem pojavlja več idej, vendar so te lahko na prvi pogled nepovezane z rešitvijo problema (Likar et al., 2006, 36). Take ideje najverjetneje niso vse vedno koristne. Pri konvergentnem razmišljanju so vse misli usmerjene k eni sami rešitvi problema. Ne glede na način iskanja je

možen le en odgovor na problem, ena rešitev (Likar et al., 2006, 35). Konvergentnemu mišljenju je podobno vertikalno mišljenje, kjer na koncu po določenem zaporedju postopkov pridemo prav tako do ene same rešitve problema. Za lažje razumevanje smo s sliko 7 prikazali primer konvergentnega in divergentnega razmišljanja.

Slika 7: Konvergentno in divergentno razmišljanje



Vir: prirejeno po Kavčič 2008, 12

Brez divergentnega in lateralnega razmišljanja ni različnih, novih idej v velikem številu, brez konvergentnega in vertikalnega pa jih ne moremo prepletati z že osvojenim znanjem. Pomembni so torej vsi načini razmišljanja in njihovo povezovanje v vseh fazah ustvarjanja od prve zamisli pa do končne koristi (Likar et al., 2006, 35 - 36).

3.3 Spodbujanje otrokove ustvarjalnosti v osnovni šoli

Ustvarjalnost je zelo dragocena lastnost, zaradi tega je izredno pomembno, da začnemo spodbujati ustvarjalnost posameznika že v otroških letih (Glas, 2007, 16) in nadaljevati v šoli z ustreznimi metodami in oblikami dela, ki spodbujajo učenčevo ustvarjalnost in aktivnost, pri tem pa ni izključen niti učiteljev koncept razumevanja vzgojno-izobraževalnega procesa. Družina in šola sta pglavitna dejavnika, ki oblikujeta otrokov ustvarjalni potencial, ki je dediščina njegove narave (Likar in Fatur 2004). Z raziskavo je bilo ugotovljeno, da v Sloveniji osnovna šola premalo prispeva k razvoju in spodbudi otrokove ustvarjalnosti in inovativnosti. To se kaže v dejstvu, da so predšolski otroci bolj ustvarjalni v svoji dejavnosti kot pa otroci, ki končujejo osnovno šolo (Likar 2004). Učitelji med poukom običajno že omenijo učencem, da naj – morda pri pripravi projektov – uporabijo vso svojo ustvarjalnost, skoraj nikoli pa jim ne razložijo, kaj natančno to pomeni (Beghetto 2005, 255).

Postavlja se vprašanje, kaj lahko napravimo v okviru osnovne šole za spodbujanje otrokove ustvarjalnosti? Torrance in Guilford (v Žagar 1981, 111) sta mnenja, da šolsko učenje preveč temelji na sposobnostih spomina in logičnega sklepanja, premalo pa poudarja sposobnosti

divergentnega mišljenja, ki je bistveno za ustvarjalnost. Poleg tega zavira otrokovo ustvarjalnost tudi dejstvo, da učitelji običajno bolj cenijo poslušnost in podredljivost, kot pa nenehno postavljanje vprašanj in nenehno izražanje idej. Takemu mnenju je bil naklonjen tudi Barron, ki pravi, da se veliko ustvarjalnih potencialov izgubi z neugodno razredno klimo (v Pečjak 1987, 242). Tudi Žagar je v svojem delu navedel glavni pomanjkljivosti slovenskih osnovnih šol za razvoj ustvarjalnosti. Pravi, da osnovne šole ne spodbujajo dovolj divergentnega mišljenja učencev. Učenci se učijo predvsem reševanja zaprtih problemov, učitelji pa zastavljajo učencem pretežno vprašanja nižjega kognitivnega nivoja, kar zahteva reproduciranje znanja (konvergentno mišljenje) in zanemarjajo mišljenje v različnih drugih smereh. Učenci bi morali biti večkrat soočeni z odprtimi problemi (Žagar 1992, 112). Nadalje Žagar omenja, da osnovne šole ne razvijajo ustrezno spoznavne strukture učencev. Osnovne šole morajo svoje delo načrtovati in izvajati tako, da ustreza razvojni stopnji učencev, hkrati pa razvijati njihov spoznavni proces oziroma spodbujati njihovo razmišljanje na višjem nivoju (Jaušovec 1987, 5). Nemški psiholog Dörner (1974, v Žagar 1992, 114) je delil človekovo spoznavno strukturo na epistemično, ki vsebuje znanje osnovnih podatkov, pojmov in zvez med njimi ter hevristično, ki sestoji iz miselnih procesov: posploševanje, primerjanje, razvrščanje, razčlenjevanje, utemeljevanje. Žagar (1992, 114) meni, da v osnovni šoli premalo razvijajo aktivnosti učenčevih miselnih procesov, in da bi morali dajati v osnovni šoli več poudarka divergentnemu mišljenju in kompleksnemu razmišljanju z miselnimi dejavnostmi. Seveda pa je potrebno upoštevati tudi, da je od izida Žagarjevega prispevka minilo že kar nekaj let, zato je prišlo na tem področju že do manjših, vendar še ne zadovoljivih sprememb, ki jih je ugotovil Likar v svojih raziskavah (2003 in 2004). Spremembe se kažejo v tem, da dajejo v osnovni šoli pri pouku nekoliko večji poudarek divergentnemu mišljenju ter ustvarjalnemu in skupinskemu delu.

Kako pa je s spodbujanjem otrokove ustvarjalnosti pri pouku v izbranih evropskih državah? Glede na poročila, v nekaterih evropskih državah nacionalni učni načrti, namenjeni osnovnošolcem, vsebujejo programe aktivne oblike učenja, ki spodbujajo ustvarjalnost in inovativnost. Tako učenci pri pouku sodelujejo pri projektih, študijah primerov, igranju vlog, učitelji motivirajo učence k aktivnemu in skupinskemu delu, ter uporabljajo metode učenja, ki spodbujajo ustvarjalno razmišljanje. Na Norveškem so izoblikovali t.i. norveški model, in sicer je v šolskem letu 2006/2007 Norveška izvedla prenovo kurikularnih programov s postavitvijo ciljev, kot so razvoj osebnih lastnosti, spodbujanje ustvarjalnega reševanja problemov, višanje ustvarjalnosti oziroma inovativnosti pri pouku (Norwegian plan, 2004 v Babič 2007). Na Finskem, na Irskem in Veliki Britaniji spodbujajo ustvarjalnost in inovativnost že pri otrocih v vrtcih. Programi učenja so tako v vrtcih kot v osnovnih šolah zasnovani tako, da pri pouku otroci aktivno sodelujejo in aktivno rešujejo probleme (posamezno in skupinsko), dajejo nenavadne, nove, izvirne ideje, učitelji pa jih spodbujajo k radovednosti. Tudi terenskemu delu in raziskovanju dajejo velik poudarek (Hytti 2002). V Veliki Britaniji posvečajo usposabljanju učiteljev za razvijanje ustvarjalnih lastnosti pri učencih posebno skrb. Imajo obvezen predmet na pedagoški fakulteti, da bi učitelji usvojili pedagoške metode, ki omogočajo vnos ustvarjalnega pristopa v poučevanje vseh šolskih predmetov (prav tam). Na Danskem v osnovnih šolah pri pouku spodbujajo učence k ustvarjalnosti in inovativnosti pri delu s pristopom učenja, ki temelji na metodah, ki spodbujajo ustvarjalno razmišljanje. Osnovnošolski učitelji se morajo udeležiti seminarja, na

katerem jih izobrazijo, kako pomembna je ustvarjalnost in kako ustvarjalno razmišljanje prenesti na učence, ter kako jih motivirati k ustvarjalnemu delu (Enterprise DG work programme). Na Portugalskem so na ravni osnovnošolskega izobraževanja sprejeli posebne ukrepe, ki spodbujajo ustvarjalnost in inovativnost učencev pri pouku. Tako učenci pri določenih predmetih ustvarjajo uporabne izdelke ter sodelujejo pri raziskovalnih projektih (IAPME). Tudi v Španiji na ravni osnovne šole izobraževalni cilji vključujejo veščine, ki so povezane z divergentnim razmišljanjem, reševanjem problemov, skupinskim delom, medsebojnim sodelovanjem in komunikacijo (Ministerio de Education, Cultura y Deporte). V Nemčiji na ravni osnovne šole posebno spodbujanje ustvarjalnosti ni vključeno v učni načrt. Pouk temelji na konvergentnem razmišljanju ter na tradicionalnem načinu učenja, ki temelji predvsem na poslušnosti učencev. Občasno se odvijajo ustvarjalne delavnice, ki spodbujajo inovativnost, s pomočjo katerih učenci ustvarjajo izdelke npr. novoletne voščilnice, pustne maske,... (Institut der Deutschen Wirtschaft Köln).

Kot je razvidno, dajejo tudi v teh državah poudarek ustvarjalnemu delu učencev in s tem večanju ustvarjalnosti učencev pri pouku. Omeniti pa je potrebno problem, ki se pojavlja. To je tako imenovan problem skritega kurikuluma (v Popp 2004). Skriti kurikulum sestavljajo vrednote in norme, ki niso neposredno izražene v uradnih šolskih pravilnikih, učnih programih in načrtih, a se kažejo v interakciji med učenci in učitelji. Osnovne šole lahko imajo v uradnem kurikulumu jasno napisane in opredeljene cilje, kot so spodbujanje ustvarjalnosti, inovativnosti in tudi podjetnosti pri pouku, vendar se lahko v učilnicah pri pouku zaradi prevlade skritega kurikuluma (npr. nezainteresiranost učiteljev za spodbujanje ustvarjalnosti učencev) ta prizadevanja izničujejo (prav tam).

3.4 Dejavniki, ki vplivajo na spodbujanje ustvarjalnosti osnovnošolcev pri pouku

Pouk je kompleksno strukturiran, kjer se prepletajo učni cilji, vsebine in metode učnega procesa (Blažič et al., 2003, 33). Da bi se spodbujala ustvarjalnost učencev pri pouku, mora biti pouk zasnovan tako, da učencem omogoča ustvarjalno in inovativno delo (Adamič, 2005, 84). Velik vpliv na razvoj ustvarjalnosti pri pouku, in s tem večanje ustvarjalnosti in tudi inovativnosti učencev, imajo dejavniki za spodbujanje ustvarjalnosti. Ločimo zunanje in notranje dejavnike. Zunanji dejavniki so tisti, ki izvirajo iz razmer, okolja in drugih ljudi (razredna in šolska klima, učitelji, sošolci, vodstvo šole, ideologija šole, način vzgojno izobraževalnega dela, starši, sorodniki, prijatelji, okolje v katerem otrok živi), notranji pa so tisti, ki izvirajo iz posameznika (otrokov spoznavni razvoj, znanje, predvsem notranja motivacija, otrokove osebne lastnosti: vztrajnost, radovednost, kritičnost, izvornost, razigranost). Na področju raziskovanja ustvarjalnosti učencev pri pouku so bile v preteklosti opravljene številne raziskave, saj si strokovnjaki iz različnih področij že precej časa prizadevajo izpostaviti različne spodbujevalne dejavnike, pri razvoju ustvarjalnosti (Podobnik 2008).

Rezultati raziskav dejavnikov kažejo, da so metode dela, ki spodbujajo divergentno razmišljanje in učiteljev pristop k delu pri pouku pomembni dejavniki, ki spodbujajo ustvarjalno delo učencev in s tem večanje ustvarjalnosti (Jeffrey 2001 in Craft 2006 v

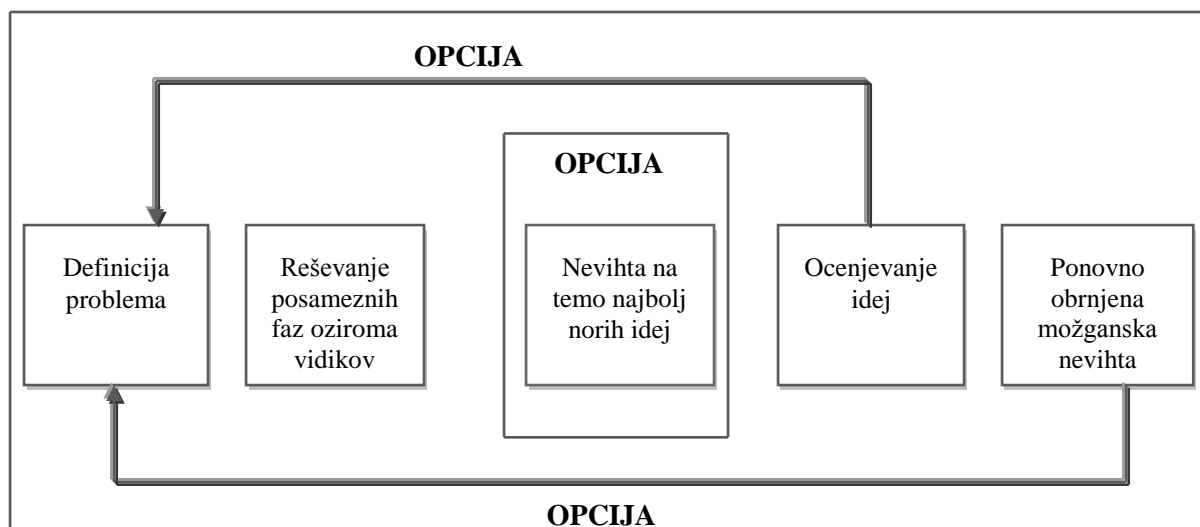
Podobnik 2008). Dejavniki šole so njeno okolje, opremljenost, velikost razredov, najpomembnejši pa je zagotovo učitelj, ki s svojim zgledom, delovanjem, izbiro metod dela in spodbujanjem inovativnega razmišljanja spodbuja otrokov razvoj. Za ustvarjalno izobraževanje je potrebno dobro poznavanje ustvarjalnosti, naloga učitelja v sodobni šoli pa je, da ve, kako vplivati nanjo (prav tam). Tudi Claxton, Edwards in Scale-Constantinou se strinjajo z ugotovitvami Jeffreya in Crafta, saj so sami z raziskavo prišli do podobnih ugotovitev. Jeffrey in Craft pa sta poudarek namenila tudi motivaciji in osebnosti posameznika. Z raziskavo sta ugotovila, da sta samomotivacija in motivacija učencev s strani učiteljev pogoj za ustvarjalno delo pri pouku. Prav tako poudarjata, da so otroci z značilnimi intelektualnimi lastnostmi (izvirnost, radovednost, odprtost) v večji meri pripravljeni na ustvarjalno delo kot otroci, ki nimajo naštetih intelektualnih lastnosti. Slednje je potrebno v večji meri motivirati k ustvarjalnemu mišljenju in ustvarjalnemu delu (Claxton et al., 2006 15-20). Tudi Hennesseyeva (2007 v Jurišević 2009) poudarja, da je motivacija eden ključnih dejavnikov ustvarjalnosti učencev pri pouku, bistveno bolj spremenljive narave in odvisna od dane situacije oziroma konkretnega učnega konteksta, zato ji je potrebno posvetiti posebno pozornost. Scale-Constantinou je šel še korak dalje in proučeval razredno klimo. Ugotovil je, da prevladujoče vzdušje v razredu pomembno vpliva na delo in končne rezultate. V razredu, kjer se učenci med seboj in z učitelji dobro razumejo, aktivno sodelujejo, dajejo svoje predloge in mnenja, veliko sprašujejo in delo poteka tudi v skupini, je rezultat večja ustvarjalnost pri delu (Claxton et al., 2006 15-20). Tudi Likar je na slovenskih osnovnih šolah proučeval razredno klimo. Z raziskavo je ugotovil, da so v razredu, kjer vlada ustvarjalna klima učenci pri svojem delu veliko bolj ustvarjalni, zato je poudaril, da je ustvarjalna razredna klima pomemben dejavnik, ki močno vpliva na ustvarjalno delo učencev (Likar 2004).

V nadaljevanju predstavljamo dejavnike (metode poučevanja, razredna klima, učitelj, informacijsko-komunikacijska tehnologija in motivacijo) za katere strokovnjaki na podlagi raziskav, ki so jih naredili, menijo, da pomembno vplivajo na spodbujanje ustvarjalnosti osnovnošolcev pri pouku. Od teh dejavnikov je odvisno, ali bo delo pri pouku temeljilo na ustvarjalnem razmišljanju in ustvarjalnosti ali ne.

Ob upoštevanju notranje organizacije pouka je pomemben izbor ustreznih *učnih metod ustvarjalnega mišljenja*. Raznolike učne metode pri pouku lahko zagotavljajo bolj ustvarjalno delo učencev (Plut in Pregelj 2008, 14). Metode ustvarjalnega mišljenja spodbujajo učence k produciranju idej (Pečjak 2001, 33). Učence silijo, da se oddaljijo od togosti in gotovosti logičnih rešitev in odstranijo vpliv tistih stališč, domnev in prepričanj, ki bi lahko ovirali njihovo domišljijo (Srića 1999, 91). Metode za spodbujanje ustvarjalnosti same po sebi učencev ne naredijo ustvarjalnih, vendar pomagajo pri spodbujanju njihove ustvarjalnosti. Pečjak je ugotovil, da redna uporaba metod ustvarjalnega mišljenja pri pouku vpliva na večjo ustvarjalnost učencev pri delu, saj so učenci usmerjeni, da razmišljajo drugače od običajnega (Pečjak 2001, 36). Prav tako Pečjak poudarja, da se ustvarjalnost učencev močno poveča, če delo poteka v skupinah in člani skupine med seboj dobro sodelujejo (prav tam). Če pri tem uporabljajo še metode, ki jih silijo, da medsebojno vplivajo na ustvarjalnost, se bistveno poveča inovativnost (inovativnost podrobneje opredeljujemo v poglavju 4) skupine (Berginc in Krč 2001, 194). Pozitivna stran skupinskega dela je občutek odgovornosti, ki ga ima

skupina za svoje delo (Smith 2002, 99). V literaturi (Pečjak 2001, 90-95; Srića 1999, 99 ter Jank in Meyer 2006) zasledimo veliko število različnih metod ustvarjalnega mišljenja, ki se lahko uporabijo za spodbujanje ustvarjalnosti. Najbolj uporabna metoda za spodbujanje ustvarjalnega mišljenja in ustvarjalnosti učencev pri pouku je možganska nevihta (imenovana tudi brainstorming). Njene prednosti so, da spodbuja sodelovanje, pozitivno soodvisnost, posameznikovo razmišljanje, spodbuja izražanje drugačnih idej in omogoča povezovanje.

Slika 8: Inovacijski proces skozi metodo ustvarjalnega mišljenja - možganska nevihta



Vir: Likar et. al., 2000, 23

Zelo podobna možganski nevihti je metoda pisna možganska nevihta (brainwriting), ki je prav tako namenjena spodbujanju ustvarjalnega mišljenja in ustvarjalnosti učencev pri pouku. Poleg metod viharjenja možganov lahko učitelj za spodbujanje ustvarjalnosti učencev pri delu uporabi tudi metodo prisilnega povezovanja, metodo morfološke analize problemov in metodo razvoja scenarijev (Srića 1999, 102). Torrance (1972, v Kroflič 1999, 34) pa opozarja tudi, da so učinkovite predvsem tiste metode ustvarjalnega mišljenja, ki poleg kognitivnega dejavnika (porajanje idej in povezovanje informacij), vključujejo tudi učinkovit dejavnik, in sicer pogum, drznost za nekaj drugačnega in željo po doseganju novih, nenavadnih rešitev.

Razredna klima je pomemben dejavnik, ki lahko spodbuja ustvarjalnost učencev (Fraser 1989, v Zabukovec 1998, 7). Ta je ustvarjalna takrat, ko člani spodbujajo drug drugega, dajejo neobičajne, izvirne in drzne predloge ter ideje, ni prevelike tekmovalnosti med učenci, so ideje učencev enakopravno obravnavane s strani učiteljev in imajo učenci možnost odločanja o izbiri nekaterih tem in načinu dela, seveda v skladu s sposobnostmi in interesi (Likar 2004, Marentič-Požarnik 2000, 243), medtem ko v neustvarjalni manjka občutek svobode in drugačnosti, prevladujeta pa zadržanost in pogost strah pred posledicami (Likar 2004). Pomembno je, da so odnosi v razredu sproščeni, iskreni, in da vlada delovno aktivno vzdušje (prav tam). Velik sovražnik ustvarjalne aktivnosti v času rednega pouka je omejen čas. Z raziskavami je potrjeno, da ustvarjalnost pod časovnim pritiskom močno upade (Pečjak 1987,

95). O časovni problematiki so govorili tudi Christensen, Guilford in Wilson, ki so ugotovili, da do ustvarjalnih odgovorov prihaja nekoliko kasneje, in sicer takrat, ko je posameznik že izčrpal zalogo standardnih odgovorov (Pečjak 1987, 64). Študije (Ferrari et al., 2009) tudi kažejo, da so učenci manj ustvarjalni zaradi prevladovanja discipline in ubogljivosti v razredu. Z merjenjem učinkov so prišli do spoznanja, da ustvarjalna razredna klima vpliva na ustvarjalnost učencev (Glas 2007 ter Likar 2003 in 2004). V razredu, kjer je prevladovala ustvarjalna razredna klima so učenci posledično pri svojem delu veliko bolj ustvarjalni, kar se je pokazalo v ustvarjalnem reševanju problemov in nalog (prav tam). Tudi Fisher (1984 v Zabukovec 1998, 35-37), je prišel z raziskavo do ugotovitve, da v razredih, kjer se učenci počutijo prijetno, delo v razredu poteka pretežno v skupinah, in ni prevelike tekmovalnosti med učenci, so rezultati dela večja ustvarjalnost učencev. Po Bošnjaku (1997 v Zabukovec 1998, 42) je Randhaw ugotovil, da povezanost in demokratičnost v razredu prispevata več kot tretjino k ustvarjalnosti učencev. Da bi vladala ustvarjalna razredna klima za spodbujanje ustvarjalnosti je zelo pomemben vpliv učitelja. Učitelji, ki spodbujajo ustvarjalnost učencev imajo jasno vizijo, kaj želijo s spodbujanjem ustvarjalnosti doseči.

Vloga učitelja je zelo pomembna v vzgojno-izobraževalnem procesu. Njegovo vlogo pri spodbujanju ustvarjalnosti dokazujejo mnoge študije, na primer študija Pergar-Kuščarjeve, ki je izmerila ustvarjalnost otrok več osnovnih šol v Sloveniji ob vstopu v šolo in tik pred koncem šolskega leta, in ugotovila napredek ali nazadovanje. Rezultate je primerjala z ustvarjalnostjo učiteljev in ugotovila, da se je pri ustvarjalnih učiteljih dvignila, pri neustvarjalnih učiteljih pa znižala ustvarjalnost učencev (v Likar in Fatur 2004). Da bi v razredu vladala ustvarjalna razredna klima, in bi učitelj lahko spodbujal ustvarjalnost, mora biti njegovo vodenje učne ure demokratično, kjer učitelj učence spodbuja k dajanju idej, predlogov in mnenj, prav tako pa je odprt za dogovarjanje (Likar 2004, 3). Likar poudarja, da bolj kot je učitelj usposobljen za spodbujanje ustvarjalnosti, pa tudi ustvarjalen in inovativen, bodo posledično bolj ustvarjalni tudi učenci (Likar 2004). Ustvarjalni učitelj učence usmerja v neznano, jim postavlja divergentna vprašanja, naloge, probleme, uvaja v metode ustvarjalnega delovanja tudi zunaj šole, na primer pri interesnih aktivnostih, raziskovalnih nalogah, dodatnem pouku itd. (Blažič 2003, 93). Zato je treba izobraževati in usposablјati učitelje, da bodo tudi sami bolj ustvarjalni, sposobni timskega dela in bodo znali v zadostni meri spodbujati in motivirati učence k ustvarjalnemu delu (Likar 2004). To jim omogoča, da lahko združijo uporabo metod, ki spodbujajo ustvarjalnost učencev s tradicionalnimi metodami poučevanja (Glas 2007, 17).

Z raziskavo, narejeno med učitelji slovenskih osnovnih šol, so prišli do ugotovitve, da nekateri učitelji podpirajo ustvarjalnost učencev tudi z uporabo sodobne učne tehnologije, kamor sodi *informacijsko-komunikacijska tehnologija (IKT)*, saj omogoča bolj ustvarjalen učni proces (Cankar et al., 2011, 63). Erjavec (2011) ugotavlja, da učitelji kot razlog neuporabe interneta pri pouku navajajo pomanjkanje časa. Problem predstavlja tudi pomanjkanje tehničnega znanja za uporabo IKT, kot tudi slaba podpora šolskih institucij. Zato je spodbudno, da so učitelji odprti za sprejemanje in uporabo učne tehnologije pri pouku, ter da so se pripravljene izobraževati za uporabo le-te (Erjavec 2001). Medtem ko se učitelji udeležujejo različnih oblik strokovnega izpopolnjevanja, so hkrati zelo kritični glede svojega študija, v katerem bi morali, a niso, spoznati dovolj načinov spodbujanja ustvarjalnosti učencev (Žolnir 2011).

Večina učencev potrebuje začetno spodbudo in *motivacijo* za aktivno sodelovanje (Torrance 1979 v Jaušovec 1987, 65). Strmčnik v svojem delu poudarja, da je veliko pozornosti potrebno nameniti tezi, po kateri je motivacija najpomembnejša lastnost notranje strukture in bistva aktivnosti same (Strmčnik 2001, 307). Brez motivacije ni aktivnosti, in tudi brez ustrezne ustvarjalnosti ni zanesljive motivacije (prav tam). Woolfolk pa opozarja, da sta za uspešno spodbujanje ustvarjalnosti učencev pomembni tako notranja motivacija, ki izvira iz posameznika, kot tudi zunanja s strani učitelja (Woolfolk 2002, 7). Učitelj mora poznati dejavnike, ki vplivajo na motivacijo za ustvarjalno delovanje, da bi lahko učence spodbujal in motiviral k ustvarjalnemu delovanju. Ti dejavniki so radovednost, želja po spoznavanju, interes za določeno področje, težnja po ustvarjanju in obvladovanju nekega področja, znanja ali spretnosti (Marentič-Požarnik 2000, 198; 70; Strmčnik 2001, 311).

3.5 Ovire ustvarjalnosti

Na ustvarjalni proces ne moremo vplivati neposredno. S poznavanjem njegovega poteka in značilnosti pa lahko odpravimo in preprečujemo vrsto blokad in ovir, ki preprečujejo ustvarjalnost (Mayer 1991, 62). Razlikujemo socialne blokade ustvarjalnosti, ki izhajajo iz ustvarjalca samega ter kulturne blokade, ki izhajajo iz kulturnih vrednot in okolja v katerem živimo, čeprav velja ovire ustvarjalnosti iskati predvsem v okolju in ne v ljudeh (prav tam).

Blokade, ki se najpogosteje pojavijo in zavirajo ustvarjalnost ter njihovo odpravljanje, je opredelila Kinsey Goman (1992, 15).

Tabela 5: Blokade in odpravljanje blokad ustvarjalnosti

| Blokade ustvarjalnosti | Odpravljanje blokad ustvarjalnosti |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Negativen odnos do ustvarjalnosti. - Slep sledenje pravilom. - Čezmerni stres. - Prepričanje, da niste ustvarjalni. - Strah pred neuspehom. - Domneve. | <ul style="list-style-type: none"> - Spreminjanje odnosa do ustvarjalnosti. - Kršenje uveljavljenih pravil. - Varnostna zapora pred stresom. - Ustvarjalno mišljenje. - Tehnike za sprejemanje tveganja. - Preverjanje domnev. |

Vir: Kinsey Goman 1992, 15

Eden izmed dejavnikov zaviranja ustvarjalnosti je konformizem (Likar in Fatur 2004). V skupini deluje na vsakega njenega člana pritisk, da se prilagodi skupinskim normam. Konformizem pomeni prilagoditev posameznikovih opažanj, mišljenja, stališč, mnenja in vedenja večini. Skupina deluje le, če se ji posamezniki do neke mere prilagodijo (prav tam). Šolski razred ne more funkcionirati, če nima nekaterih skupnih ciljev, ki jih vsi učenci sprejemajo. Pretiran konformizem pa zavira ustvarjalnost in pelje k ponavljanju tega, kar je že znano. Ustvarjalnost zavirajo šolski dril, pretirano ponavljanje enega in istega gradiva in pretirana vaja v konvergentnem mišljenju. Posledica so miselni bloki, rutinerstvo in nesposobnost uvideti nove rešitve. Ovira so lahko omejeni viri, ki igrajo ključno vlogo pri omejitvah ustvarjalnosti. Glavni razlog in tudi izgovor je, da primanjkuje denarja, ustreznih

ljudi, časa in informacij, kar negativno vpliva na našo ustvarjalnost. Finančna sredstva so pogostokrat razlog za omejitve pri razvoju in uporabi novih idej v okoljih, ki še niso spoznali, da so nenehne spremembe in ustvarjalnost pravzaprav največji vir dobička. Človeško znanje, veščine in sposobnosti zahtevajo nenehno vlaganje in izpopolnjevanje, da zmanjšamo ovire ustvarjalnosti. Na številne omejitve lahko naletimo v vsakem okolju, organizaciji in kulturi, vendar ne povsod v enaki meri (Likar 2002, 115 in Srića 1999, 149). Motiviranost je eden od ključnih vzvodov ustvarjalnosti. Če učenci vidijo pomembnost tistega, kar se učijo in jih zanima, bo učenje bolj učinkovito. Zato dober kurikulum upošteva interese učencev in promovira ustvarjalnost. Za razvoj ustvarjalnosti pa si je treba vzeti čas, kar je pogosto v nasprotju s prenatrpanim kurikulumom. Zanesljivo predstavlja eno od večjih ovir za razvoj ustvarjalnosti učiteljev prenatrpan šolski urnik in občutek »nesvobode« (Cankar et al., 2011, 4). Potrebno je omeniti, da ustvarjalnost posameznikov zavira tudi dejstvo, da pri večini stvari, ki jih vsakodnevno počnemo, ustvarjalnost ni nujno potrebna.

4. INOVATIVNOST

4.1 Inovativnost in invencijsko - inovacijski proces

Inovativnost je proces ustvarjanja nečesa novega, kar ima pomembno vrednost za posameznika, podjetje ali družbo. Je sposobnost za razvoj invencij v koristne novosti in njihovo uveljavitev, ki se odraža v konkretnih rezultatih – inovacijah. Za končni cilj inovativnosti se je potrebno:

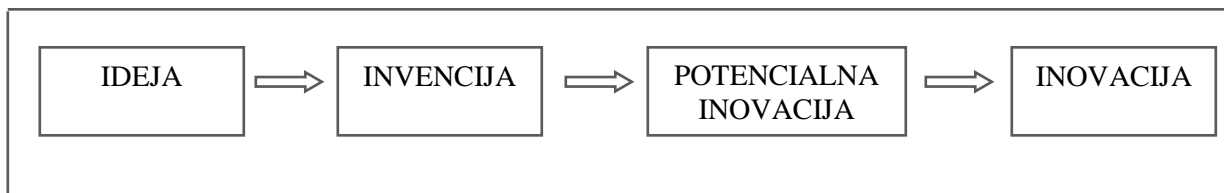
- naučiti ugotoviti, ali so ideje, ki jih generiramo zgolj originalne ali tudi ustvarjalne;
- da postanemo inovativni, je potrebno preseči ustvarjalnost;
- vedeti, ali imajo ideje potencial, da postanejo inovacije (Likar et al., 2002).

Pri inovativnosti tako kot pri ustvarjalnosti govorimo o lastnosti ljudi, pri inoviranju pa gre za dejavnost, ki je z inovativnostjo povezana (Likar et al., 2000, 16).

Ustvarjalnost in inovativnost sta močno povezani. Ustvarjalnost brez koncepta inoviranja izgubi svoj pomen in obratno, brez ustvarjalnih idej, ki omogočajo z inovativnostjo njihov nadaljnji razvoj, je inovativnost kot "motor brez goriva" (McLean 2005, 227). Likar je dodal, da je poleg ustvarjalnosti tudi podjetništvo pomemben proces pri udejanjanju inovacije (Likar 2004, 94). Ženko in soavtorji pa poudarjajo, da je inovativnost nujno potrebna za bolj celovito gospodarstvo (Ženko et al., 2010 v Ženko in Mulej 2011). Zaskrbljujoče pa je dejstvo, da so posamezniki dejansko še vedno premalo pripravljeni dati oziroma si premalo prizadevajo za zaslužek iz inovacij (Ženko in Mulej 2011).

Yusuf (2007, 1) trdi, da je znanje ključen vir, vendar je ustvarjalnost osnova in pogoj za inoviranje. Začetna ideja kot rezultat ustvarjalne dejavnosti je tako prva od mnogih korakov, preden je inovacija popolnoma realizirana.

Slika 9: Od ideje do inovacije



Prيرهjeno po: Ženko et al., 2008

Brez *idej* ni inovacijskega procesa, brez tega pa ni inovacij. Ideje so lahko slabe ali dobre, a za to nimamo posebnih meril, s katerimi bi lahko že v naprej dokazali obstoj ali zavrnitev (Pompe 2008). Nastanejo na podlagi posameznikovega znanja, stališč, prepričanj, izkušenj, sposobnosti in potreb. Treba je poudariti, da je še tako dobra ideja brez potrebnega znanja, ki nam jo pomaga konkretizirati, le še ena od tistih, ki se izgubijo v naših sanjah. Raziskave kažejo, da ostane od tretjine do petine vseh idej neuresničenih. Za uspešnost ideje je potrebno, da idejo razvijemo do delujočega prototipa (Milič 2007). Iskanje in razvijanje idej je izzivalno,

ker lahko tudi z malo kapitala začnemo in uspemo pri uresničevanju svoje zamisli na trgu, v korist posameznika in družbe (Ženko et al., 2008).

Invencija je pojem, ki ga nekoč niso razlikovali od pojma inovacije, danes pa je razlika poudarjena (Mulej in Ženko 2004, 187). V literaturi lahko zasledimo različne definicije invencije. Likar opredeli invencijo kot novo obetavno zamisel s potencialom, da bo postala koristna (Fatur in Likar 2009, 13). Mulej in Ženko (2004, 8) sta invencijo pojmovala kot vsako novo zamisel, ki kaj obeta. Avtorja pravita tudi, da invencija ne predstavlja neposredne koristi, a je nujna za inovacijo, eden od pogojev zanjo. Invencija pomeni vsak nov domislek, ki bo morda v prihodnosti predstavljal kakšno korist za odjemalca in avtorje oziroma lastnike (prav tam, 187). To se posreči le manj kot enemu odstotku invencij, ki postanejo vsaj sugestije, ko gre za korenite inovacije in kakšnim sedmim odstotkom, ko gre za drobne inovacije (Mulej in Ženko 2004, 22). Devetak (2000, 365) meni, da je invencija posledica pojava novih idej pri opravljanju določenih aktivnosti. Gre za proces ustvarjanja novih znanj z opazovanjem in razmišljanjem o možnih izboljšavah obstoječega stanja. Pod pojmom invencija lahko razumemo tudi domišljijo, iznajdljivost in izumiteljski dar (Dobre 2004, 24). Pri psiholoških raziskavah so ugotovili, da je invencija tesno povezana z razvitostjo domišljije in splošno inteligentnostjo (Likar 1998, 17). Dobre (2004, 39) razlikuje tri skupine invencij:

1. Primarne invencije so tiste invencije, ki jih še nismo pripeljali do faze splošne komercialne uporabe. Te invencije so še vedno samo ideja.
2. Sekundarne invencije so invencije, ki jih lahko na nek način že uporabimo. Za tovrstne invencije je najpomembnejša povezava izumitelj – podjetnik. V tej fazi izumitelj najpogosteje deluje kot podjetnik oziroma je podjetnik.
3. Terciarnne invencije so invencije, ki izboljšujejo neki proizvod ali storitev, ali pa širijo področje uporabe nekega sredstva ali procesa.

»Na poti od invencije do inovacije velika večina zamisli odpade ali propade. Po nekih ocenah uspe samo enemu samemu odstotku invencij, da bi postale korenite inovacije in kakšnim sedmim nadaljnjim odstotkom, da bi postale drobne inovacije« (Mulej in Ženko 2004, 187).

Potencialna inovacija Potencialna inovacija označuje tisto stopnjo razvoja invencije v smeri k inovaciji, ko ima novost že vse lastnosti, potrebne za praktično uporabnost, ni pa še našla odjemalcev, in še zato ni dala koristi niti odjemalcem niti avtorjem oziroma njenim lastnikom. Dokler so razlikovali med invencijo in inovacijo s pretežno tehnično-tehnoloških vidikov, so zato rekli, da je inovacija tista invencija, ki je uporabna (Mulej in Ženko 2004, 187).

Inovacija nastane, ko invencijo kdo razvije do uporabnosti, in ko jo poleg tega odjemalci sprejmejo, kupijo in uporabijo ter omogočijo avtorju, izdelovalcu in prodajalcu zaslužek, ker jo štejejo za koristno (Mulej in Ženko 2004, 8). Likar (Likar et al., 2006, 54) označi inovacijo kot nov ali bistveno izboljššan izdelek, postopek ali storitev, ki se pojavi na trgu ali pa gre za inovacijo postopka oziroma procesa. Inovacija predstavlja bistveno izboljšavo za uporabnika, ni pa nujno, da gre za novost na trgu oziroma v svetovnem merilu, kar je pogoj za patent. Inovacije se pojavljajo na vseh področjih poslovnega, družabnega, kulturnega, socialnega in

zasebnega življenja (prav tam). Inovacija ne predstavlja samo popolnih radikalnih novosti za celotno človeštvo, ampak tudi za podjetje, družbo in posameznika. Pri tem se pojavlja vprašanje, koliko je inovacija koristna. Korist je subjektivna postavka, saj jo vsak posameznik obravnava individualno. Inovacija predstavlja korist tako za uporabnika kot tudi za avtorja (Krošlin 2004, 46).

Mulej in Ženko sta zapisala formulo za inovacijo. Inovacija= invencija x podjetnost x celovitost x vodenje x sodelavci x kultura x tekmeci x odjemalci x dobavitelji x družbeno - gospodarski pogoji x naravno okolje x naključja/sreča (Mulej in Ženko 2004).

Tehnična izboljšava je tehnična rešitev, dosežena z racionalnejšo uporabo znanih tehničnih sredstev in postopkov, s katerimi se doseže večja storilnost, boljša kakovost proizvodov, prihranek pri materialu in boljša varnost pri delu (Devetak 1980 v Likar et al., 2000, 16).

Skupni izraz za invencije, potencialne inovacije in inovacije je novost, avtorje vseh treh vrst novosti pa skupno pojmuje kot inovatorje (Mulej in Ženko 2004, 149). Novosti predstavljajo vse, česar doslej še nismo vedeli oziroma znali (Mulej 2002, 2). Novost pa je relativna, saj je lahko tudi nekaj, kar smo na novo uporabili, čeprav smo to že od prej poznali in znali.

Od ideje do novega izdelka ali storitve je potrebnih mnogo med seboj povezanih korakov, ki tvorijo invencijsko-inovacijsko verigo (Likar 2003b). Prav tako proces do inovacije, zlasti netehnološke inovacije, zahteva potreben čas (Ženko 2011 v Ženko in Mulej 2011). Likarjeva delitev korakov v invencijsko-inovacijski verigi govori z vidika raziskovalne in razvojne organizacije, saj vključuje povezavo z gospodarstvom (Likar 2003b):

- generiranje, vrednotenje in selekcioniranje idej,
- raziskovalno-razvojna faza,
- preizkus v praksi,
- izdelava poslovnega načrta,
- izdelava prototipa,
- tržna analiza,
- pridobivanje finančnih sredstev,
- predstavitev izdelka na sejmu, razstavi,
- lastna proizvodnja,
- povezava z gospodarstvom pri proizvodnji in trženju,
- lastno trženje,
- zaščita intelektualne lastnine.

Likar poudarja, da znanja, potrebnega za izdelavo poslovnega načrta, tržnih raziskav in zaščito intelektualne lastnine, primanjkuje predvsem mladim in novim podjetnikom, ter osnovnošolski in srednješolski mladini. Glede na to, da mladim primanjkuje znanj, veščin in podpore za uspešno udejanjanje idej na trgu uporabne izdelke in storitve, bi bilo potrebno izobraziti učitelje in mentorje, ki bi pridobljena znanja prenesli na dijake in učence (Likar 2003b).

4.2 Inovativnost kot posledica ustvarjalnosti in pomen podjetnosti za inovativnost

Ustvarjalnost posameznika pripelje do novih zamisli, invencij, ni pa nujno, da vedno tudi do inovacij. Da nekdo velja za inovativnega, mora preseči samo ustvarjalnost in inventivnost. Na začetku inovacijskega procesa je dobro vedeti, ali lahko z dano idejo ustvarimo dodano vrednost, kar pomeni, ali lahko ta ideja postane tudi inovacija. Podjetnost je tista lastnost, ki skuša povezati ustvarjalnost in inventivnost ter ju nadgraditi v inovativnost. Podjetnik je tisti, ki je sposoben prepoznati in uporabiti ustvarjalni naboj drugih (Cerinšek 2007, 44).

V posameznih regijah in državah se podjetnost in inovativnost razvijata dobro, v drugih pa ne. Vse bolj očitno je namreč, da je v sodobnih družbah znanja ustvarjalnost ključni vir doseganja konkurenčnosti in razvoja, ter da je neizkoriščenost ustvarjalnih potencialov ključni razlog za razvojno zaostajanje. Uspešne so tiste regije in države, ki hočejo in zmorejo omogočiti posameznikom uveljavljati inovativnost in podjetnost, ki dopuščajo različnost ter priznavajo in nagrajujejo uspešnost (Rebernik 2007).

Ivanko (1990, 118) loči pet temeljnih faz ustvarjalnosti, ki vodi v inovativnost. Faze predstavljamo v spodnji tabeli.

Tabela 6: Pet temeljnih faz ustvarjalnosti, ki vodijo v inovativnost

| |
|--|
| Vsrkavanje spoznanj iz okolja je prva faza , kjer ustvarjalni ljudje posvečajo čas okolju, v katerem se nahajajo. Se neprestano izobražujejo in sprašujejo, tako da berejo, se pogovarjajo z zanimivimi ljudmi ter obiskujejo zanimive kraje; kjer dobijo veliko informacij in tem, o katerih se pogovarjajo. |
| Navdih je druga faza . Vse informacije, ki jih je sprejemamo, se med seboj prepletajo, dokler se ne ustvari neka predstava, ki obljublja rešitev problema. |
| Preizkušanje je tretja faza , kjer idejo oziroma nov način izvedbe neke stvari preizkusimo, da ugotovimo, ali ima to sploh kakšno vrednost. |
| Prečiščenje in prilagoditev, kot četrti faza , sta potrebna po vseh naštetih fazah, saj ima lahko ideja, ki prestane testiranje, tudi določene pomanjkljivosti. Z njima pridemo do rezultata, ki ima tržno vrednost. |
| Pri prodaji, kot zadnji, peti fazi , gre za to, da pride ideja v svet, in se pojasni povprečnim mislečim ljudem. |

Vir: Ivanko 1990, 118.

Inovativnost je pogojena z ustvarjalnostjo in podjetnostjo posameznikov, in redki so tisti, ki jim uspe priti skozi vse našete faze. Posamezniki lahko ustvarjajo, a ne znajo tega prodati, drugi so dobri prodajalci, a ne ustvarjajo in ne dajejo inovacij (Ivanko 1990, 118).

4.3 Inovativnost med mladimi v Sloveniji

Inovativnost postaja nujni sestavni del tako poslovnih in pedagoških procesov, kot tudi vsakodnevnih opravil. Primeren odnos do inovativnosti pa je treba pričeti oblikovati že pri mladih. Spodbujanje inovativnosti temelji na inovativni miselnosti in ustreznih dejavnostih v šolah ter ustvarjalnim posameznikom ponudi konkretna znanja na poti od oblikovanja ideje do njene uresničitve (Likar et al., 2002, 136).

Po raziskavi, ki jo je junija 2000 v slovenskih podjetjih izvedla Gospodarska zbornica Slovenije, dosega delež inovatorjev med zaposlenimi komaj štiri odstotke, upošteva delež prejetih odgovorov, pa je verjetno bliže enemu samemu odstotku (Likar et al., 2002, 136-137). Predpogoj za to, da bi inovativnost dobila večji razmah, je ustvarjanje inovativnosti naklonjene klime. Primeren odnos do nje je zato treba pričeti razvijati že pri mladih. Ne le zaradi zahtev Evropske unije, ki inovacijam namenja eno ključnih razvojnih vlog (takoj za informacijskimi tehnologijami), ampak tudi zaradi našega neposrednega interesa (prav tam).

Še posebej to velja za področje šolstva. Šolstvo namreč izobražuje za prihodnost, zato mora učencem privzgojiti zelo vsestranske sposobnosti, predvsem prilagodljivost na hitro spreminjajoče se okoliščine (Likar et al., 2002, 136-137). Kot ugotavlja prenekatera analiza stanja raziskovalne, zlasti pa inovacijske dejavnosti med mladimi v Sloveniji, so možnosti za izboljšanje trenutnega stanja velike (prav tam). Učitelji so ključni v izobraževalnem sistemu, in bi morali v največji meri učence spodbujati k ustvarjalnemu in inovativnemu načinu razmišljanja. Likar meni, da na inovativnost učencev vpliva ustvarjalna razredna klima. Na osnovni šoli, ki si ne prizadeva vzpostaviti ustrezne klime in kulture v smislu spodbujanja inovativnosti, si je težko predstavljati, da bodo učenci višali svojo inovativnost. Za šolo to pomeni več fleksibilnosti, učitelji pa bodo ob pomoči in podpori vodstva šole in kolegov dosegli tisto točko, ki je potrebna za učinkovito spodbujanje inovativnosti učencev (Glas 2007, 16). Raziskavo med učenci osnovnih šol je naredil tudi Bošnjak (1997 v Zabukovec 1998, 8–9), ki je potrdil povezanost učnega uspeha in višanje inovativnosti učencev z učiteljevo podporo in materialnimi pogoji. Spodbujanje inovativnosti učencev, poleg ustrezne razredne klime, zahteva tudi inovativne učitelje, in sicer učitelje, ki so ustvarjalni, sposobni timskega dela, preizkušajo nove postopke in ideje, so motivirani, se ne bojijo izzivov in iščejo nove rešitve. Učitelji, ki spodbujajo inovativnost učencev, imajo jasno načrtano vizijo, kaj želijo s spodbujanjem inovativnosti doseči (Glas 2007, 17). Likar poudarja, da je za inovativnost učencev zelo pomembno, da so le-ti usmerjeni v timsko delo, kjer ne gradijo svoje perspektive le na lastnih, pogosto omejenih zmožnostih (Likar 2004). Dejstvo je, da doslej v Sloveniji kljub vzpostavljeni pravni podlagi v šolstvu ni bilo sistematičnih pristopov k razvoju inovacij. Vzrokov za to je več, med njimi pa naj izpostavimo predvsem prešibke spodbude za take dejavnosti na tem področju in pomanjkljivo usposobljenost učiteljev (Likar et al., 2002, 136).

Mladi imajo veliko idej, vendar problem pri mladih nastopi v procesu realizacije, saj je za uspešno realizacijo ideje potrebno obvladovati celotno invencijsko-poslovno verigo. Gre za znanja o invencijskem in raziskovalno-razvojnem delu, predstavitvi novosti, raziskavi trga, zaščiti intelektualne lastnine, proizvodnji, trženju, financiranju, pravnih vidikih in tudi mednarodnem poslovanju. Potrebna so torej široka znanja, ki jih posamezniki, še posebno pa

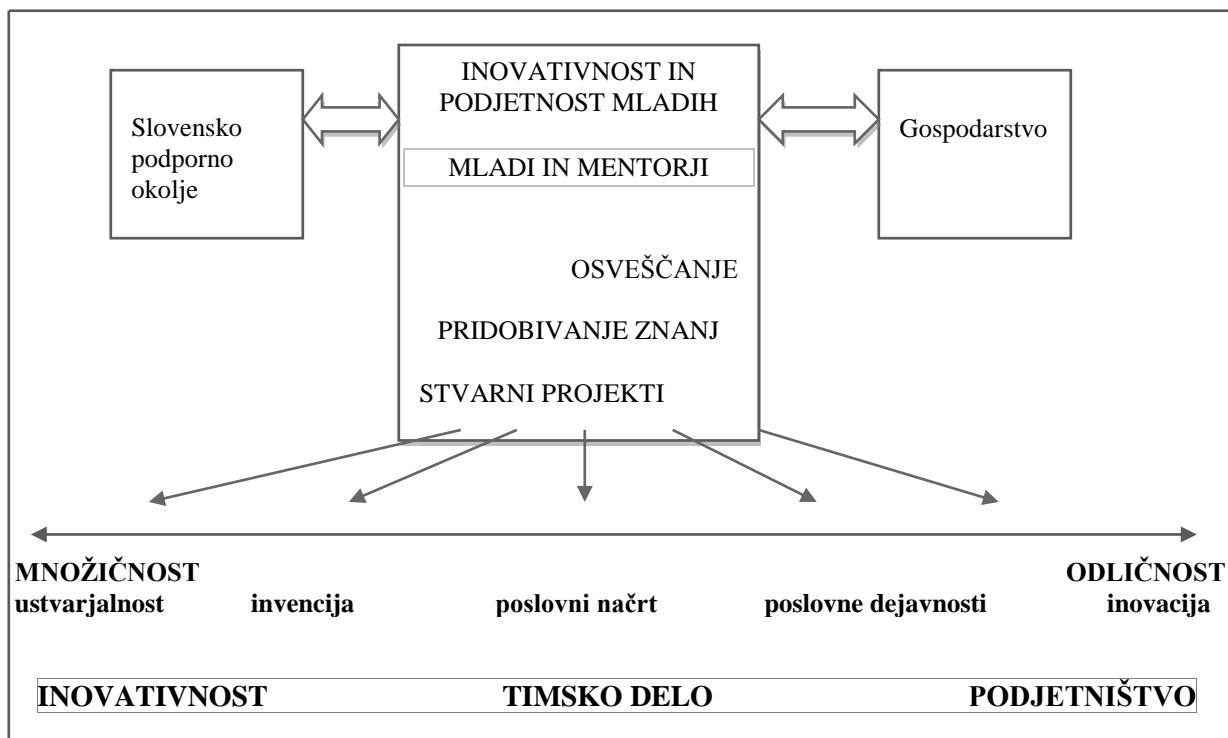
mladi, večinoma oziroma v celoti nimajo (Likar 2003b, 282). Likar (2003b, 282) je prišel tudi do sklepa, da je za pomanjkanje potrebnih znanj za uspešno invencijsko-inovacijsko dejavnost in za preobrazbo idej v tržno uspešne inovacije krivo tudi neučinkovito slovensko podporno okolje. Vprašani, ki so sodelovali v raziskavi, v večji meri poznajo neposredno le šolsko okolje ter organizacije, kot so Ministrstvo za šolstvo in Zavod za šolstvo in programe mestnih občin ter republiške programe (Znanost mladini), ki so predvsem pedagoškega značaja, usmerjene v raziskave in razvoj, in ne nudijo celovite podpore za inovativnost in podjetnost. Ostale organizacije in njihovi programi (Pospeševalni center za malo gospodarstvo, Gospodarska zbornica Slovenije, Urad RS za intelektualno lastnino, Inštitut za inovativnost in tehnologijo, tehnološki parki), ki nudijo podjetniško in finančno pomoč, so med mladimi razmeroma neznani in premalo izkoriščeni. Zelo malo je tudi sodelovanja med mladimi in podjetji ter obrtniki pri realizaciji njihovih idej, kar po mnenju Likarja predstavlja še neizkoriščene zmožnosti za doseganje višje stopnje inovativnosti mladih v Sloveniji, saj bi povezovanje inventivnosti mladih in investicijskih ter poslovnih znanj in možnosti slovenskega gospodarstva prineslo nove učinke (Likar 2003b, 288-289).

Inštitut za inovativnost in tehnologijo, je inštitut, katerega namen je višanja stopnje inovativnosti mladih. Na inštitutu si prizadevajo za dvig stopnje inovativnosti mladih, v sodelovanju s šolstvom in gospodarstvom. Že vrsto let izvajajo projekte, preko katerih ustvarjalne mlade spodbujajo k ustvarjalnemu in inovativnemu načinu razmišljanja in dela. Inovativnost osnovnošolcev in srednješolcev spodbujajo preko tekmovanj, izobraževanj in natečajev. Na inštitutu beležijo rezultate dela, ki obsegajo preko 550 uspešnih projektov mladih, v katere je bilo aktivno vključenih več kot 1000 avtorjev in mentorjev. Usposobili so preko 370 inovacijskih mentorjev, izvedli več konferenc in razstav, tako doma kot v tujini, pripravili več nagradnih natečajev, napisali in izdali nekoliko knjig, in objavili nekoliko strokovnih člankov (povzeto po: Inštitut za inovativnost in tehnologijo).

Kot omenjamo, je povezanost podjetništva in inovativnosti mladih z gospodarstvom in podpornim okoljem pomembna za doseg pričakovane odličnosti. Model, ki ga prikazujemo s sliko 10, je nastal z namenom povezati inovativnost in podjetnost med mladimi, učitelji, mentorji s širšim družbenim okoljem. Poglavitna lastnost modela je, da izhaja iz množičnosti (ustvarjalnost in inventivnost v najširšem pomenu), in je usmerjena k odličnosti pri uresničevanju stvarnih invencij. Model temelji na podpornih dejavnostih v Sloveniji ter vključuje obstoječe podporno okolje in gospodarstvo, ki predstavlja vir problemov (implicitno invencij) in končnega uporabnika inovacij (Likar 2004, 244).

Model prikazuje odličnost, do katere bi prišlo ob učinkovitem slovenskem podpornem okolju in podpori gospodarstva, inovativnosti in podjetnosti mladih- (invencijsko-inovacijske dejavnosti in preobrazbi idej v tržno uspešne inovacije). Za doseg odličnosti je pomembno spodbujanje ustvarjalnosti in inovativnosti mladih tudi s strani mentorjev in učiteljev, kar vodi v višanje ravni informiranosti, znanja in veščin mladih o inovacijskih in podjetniških postopkih, večje število inovativno usmerjenih projektov in večje število inovacij mladih (prav tam).

Slika 10: Model povezanosti podjetništva in inovativnosti mladih z gospodarstvom in podpornim okoljem ter pričakovano odličnostjo.



Prirejeno po: Likar 2004, 244

V literaturi znana pa sta tudi singapurski in norveški model podjetništva in inovativnosti mladih ter ARHIMED program dela z mladimi.

Ključni element strategije Singapurskega modela predstavlja izobraževanje kot primarni vir konkurenčne prednosti države. Vloga izobraževalnega sistema je spodbujanje inovativnosti in podjetništva mladih, kar ne pomeni izključno ustvarjanja podjetnikov in novih podjetij, ampak ima za cilj razvijanje ključnih osebnostnih lastnosti (Ministry of Education 2010 v Babič 2007, 40).

Norveški model, kot smo že omenili, poleg poznavanja podjetništva, vključuje tudi učenje podjetniške miselnosti osnovnošolcev in srednješolcev, ki naj bi potekalo po določenih kriterijih: razvoj osebnih lastnosti, razvijanje ustvarjalnosti in ustvarjalnega reševanja problemov oziroma inovativnosti in sodelovanje med izobraževalno ustanovo in lokalno skupnostjo (Norwegian strategic plan 2004 v Babič 2007, 44).

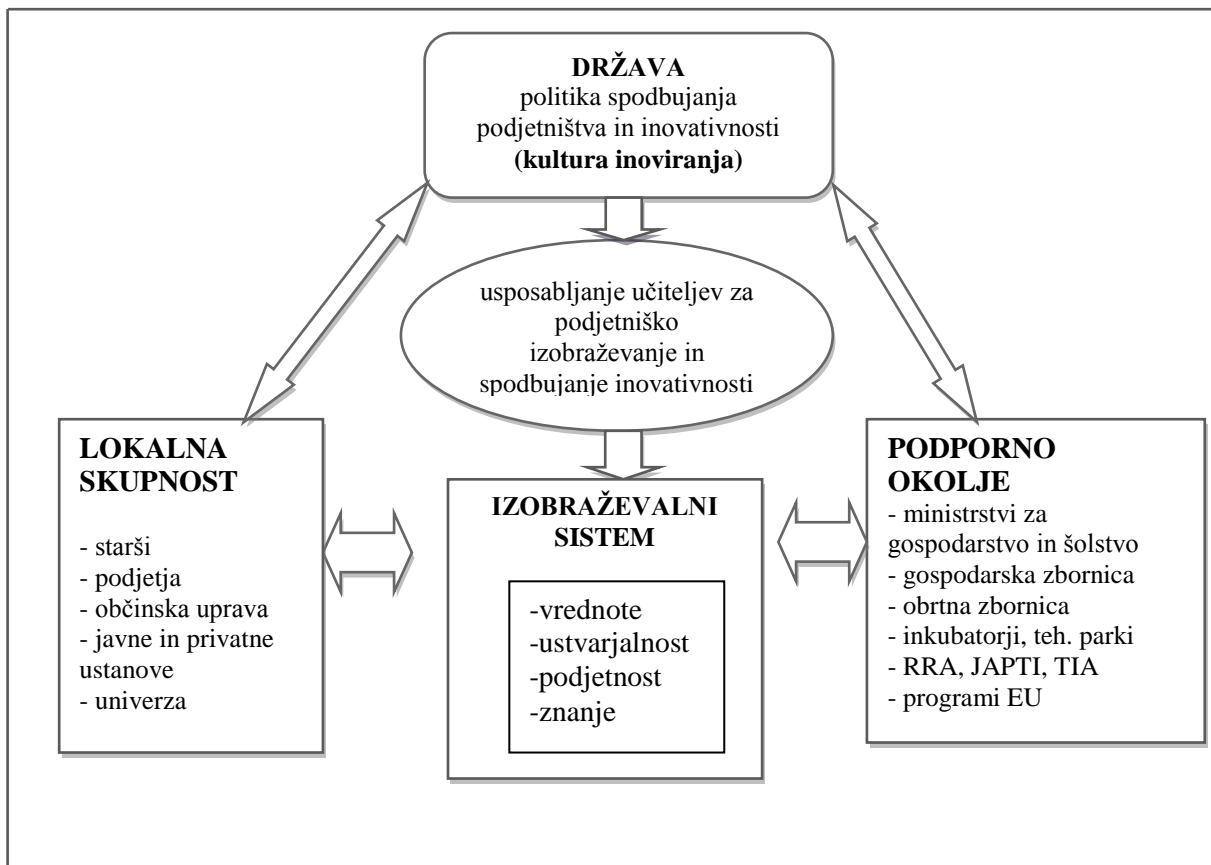
Hrvaška zveza inovatorjev razvija poseben program dela z mladimi inovatorji pod skupnim imenom ARHIMED (v Likar in Fatur 2004). Cilj programa je motivirati učence osnovnih in tudi srednjih šol, da svoj prosti čas izkoristijo za razvijanje svojih ustvarjalnih sposobnosti in inovativnosti prek izvenšolskih aktivnosti v šolah, klubih in združenjih inovatorjev. Skozi niz

projektnih nalog učenci med šolskim letom izdelujejo prototipe invencij, pridobivajo dodatna tehnična znanja in razvijajo ustvarjalni pristop k reševanju tehničnih nalog. Na koncu izobraževalnega obdobja vsi avtorji s svojimi deli sodelujejo na natečaju mladih zagrebških inovatorjev INOVA-MLADI, ki jih spodbuja s številnimi atraktivnimi nagradami in medijsko pozornostjo. Najboljši sodelujejo na mednarodnih razstavah inovacij, ki razvijajo posebne vsebine, namenjene mladim inovatorjem. Natečaji imajo spodbudni in promocijski značaj. Savez inovatorja Zagreb, Savez inovatorja Primorsko-goranske občine in številna druga združenja mladih inovatorjev se aktivno ukvarjajo z motiviranjem mladih, prepoznavanjem nadarjenih, izborom idej, mentorsko pomočjo ter njihovo realizacijo in testiranjem ustvarjenih invencij. Promocijske aktivnosti so organiziranje razstav inovacij mladih v Zagrebu in na Reki, sodelovanje mladih na hrvaški razstavi inovacij INOVA in na mednarodnih razstavah v Pittsburghu, Londonu in Moskvi. Poseben pomen ima Razstava inovacij učencev zagrebških osnovnih in srednjih šol in študentov z mednarodnim sodelovanjem INOVA-MLADI. Razstavljanje na omenjeni razstavi je spodbuda za delo mentorjev z mladimi inovatorji med celim šolskim letom (v Likar in Fatur 2004). Program daje rezultate v smislu občutnega povečanja števila mladih, vključenih v inovatorske programe (prav tam).

Babič in soavtorji (2009, 4) so razvili izviren model za krepitev inovativnosti mladih v izobraževalnem sistemu, ki ga prikazujemo s sliko 11. Ta model postavlja v središče izobraževalni sistem kot primerno okolje za oblikovanje inovativne osebnosti. Cilji modela za krepitev inovativnosti mladih so sledeči:

1. *Spodbujanje vrednot* (zaupanje v lastne sposobnosti, vztrajnost, prevzemanje tveganja, samoiniciativnost, sodelovalnost in soodvisnost-timsko delo, družbena odgovornost ter razumevanje pomena podjetništva in inoviranja za gospodarski razvoj domovine).
2. *Spodbujanje ustvarjalnosti* (ustvarjalno reševanje problemov, interdisciplinarnost, ciljna usmerjenost ustvarjalnosti na podjetnost in inovativnost oziroma na nove izdelke ali storitve).
3. *Spodbujanje podjetnosti* (razvijanje podjetniških lastnosti, podjetniška upravljavska znanja, znanja o upravljanju invencijsko-inovacijske verige, ustanovitev dijaške družbe, ki trži realne proizvode ali storitve in upravlja realna finančna sredstva, sodelovanje z lokalnim gospodarstvom in ustanovami, mentorski tim učiteljev in podjetnikov).
4. *Zagotoviti prehod od invencije do inovacije* (celovita podpora v inovacijskem procesu, sodelovanje šole z institucijami podpornega okolja ter lokalno skupnostjo).
5. *Zagotoviti množičnost* (uvedba obveznega predmeta: «inovacijski projekti» kot izpit za poklicno maturo, katerega uspešen zagovor nudi dodatne točke pri vpisu na fakulteto in potrdilo o podjetniški usposobljenosti za boljšo zaposljivost).

Slika 11: Model za krepitev inovativnosti v izobraževalnem sistemu

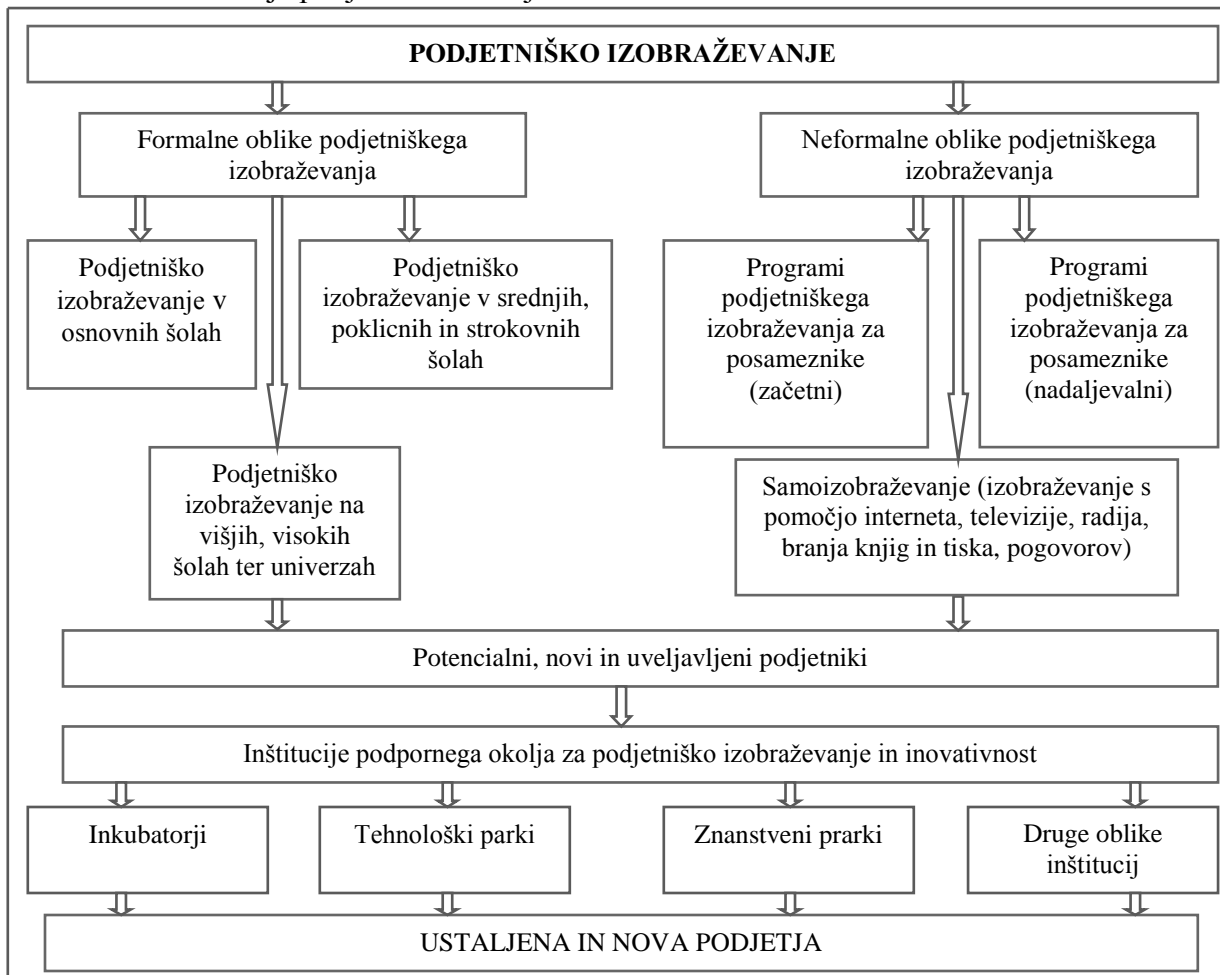


Vir: Babič et al., 2009, 4

5. PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE

Znanje, ki je največkrat definirano kot mešanica razumevanja, interpretacij in informacij (Gomezelj-Omerzel 2010, 39), je eno od najtrajnejših virov konkurenčne prednosti tako posameznika, kot podjetij (prav tam, 79). Podjetnik je oseba, ki v mikro, malih in srednje velikih podjetjih največkrat združuje lastniško in managersko funkcijo, zato mora neprestano pridobivati novo znanje, če želi biti uspešen. Podjetniško znanje lahko posamezniki, novi in ustaljeni podjetniki, pridobijo s podjetniškim izobraževanjem, ki prispeva k uspešnosti in učinkovitosti podjetnikov pri delu. To je lahko v obliki izobraževanja na izobraževalnih inštitucijah ali pa pridobljeno v razvojnih ali raziskovalnih organizacijah, prek programov izobraževanja za podjetnike (Bennett in Robson 1999, Honig 2001). Posameznikom je podjetniško izobraževanje omogočeno v formalnih in neformalnih oblikah izobraževanja. Formalno izobraževanje poteka v okviru šolskega sistema v osnovnih, srednjih, višjih, visokih šolah in univerzah. Neformalno usposabljanje za bodoče podjetnike izvaja mreža izvajalskih inštitucij za podporo podjetništva in inovativnosti (Vidic 2000, 299), sem pa sodijo tudi ostale oblike neformalnega izobraževanja (npr. samoizobraževanje).

Slika 12: Pridobivanje podjetniških znanj



Delno prirejeno po: Žnidaršič 2003, 38

Nizka izobrazbena struktura je zagotovo eden pomembnejših zaviralnih dejavnikov za razvoj podjetništva. Tega se zavedajo tudi v ZDA, zato so od druge svetovne vojne dalje namenjali veliko pozornost prav podjetniškemu izobraževanju (Gilder 1986 v Žnidaršič 2003). Raziskave (Kourilsky in Walstad 1995; McMullan in Gilin 1998; Rasheed 2000 v Stritar 2006) kažejo, da ima podjetniško izobraževanje pozitiven vpliv na nastajanje novih podjetij in njihov uspeh. Združeni rezultati raziskav v Veliki Britaniji pa so pokazali, da se 9,7% diplomantov odloči za podjetniško pot v 5 letih od dokončanja študija. Ob tem pa je približno ena petina teh diplomantov imela podjetniško izkušnjo pred vpisom na univerzo. Vendar pa je v kontekstu podjetniškega neuspeha preživetje podjetij diplomiranih podjetnikov precej večje od nacionalnega povprečja v Veliki Britaniji. Podjetniško izobraževanje torej lahko pomaga zmanjšati možnost neuspeha bodočih podjetnikov (Rosa 2003, 441-443 v Švagan 2008, 21). Ehrlich in soavtorji (v Dobnikar 2005, 15) so v raziskavi leta 2000, ki so jo naredili med slovenskimi študenti ugotovili, da podjetniško izobraževanje pozitivno vpliva na dojetanje samozaupanja in samoučinkovitosti študentov – potencialnih bodočih podjetnikov. Schultz (prav tam, 15) pa dodaja, da izobrazba podjetnikom omogoča, da zaznajo posledice spremenjenih družbenih, gospodarskih in tehnoloških razmer doma in v svetu, in se nanje hitro odzovejo. Poudarja, da se posamezniki z najvišjo izobrazbo odzivajo najhitreje na nove informacije, in so zato sposobni dosegati največje uspehe. V Sloveniji se je leta 2010 izobrazbena struktura nastajajočih in novih podjetnikov rahlo izboljšala. Leta 2009 je kar 59 odstotkov nastajajočih in novih podjetnikov ter 53 odstotkov ustaljenih podjetnikov imelo samo srednješolsko ali nižjo izobrazbo (Rebernik et al., 2009, 53). Leta 2010 jih je bilo prvih bistveno manj, in sicer 46 odstotkov (Rebernik et al., 2011, 86). V letu 2011 (podobno kot v letu poprej) je bilo ugotovljeno, da se delež nastajajočih in novih podjetnikov z več kot srednješolsko izobrazbo povečuje. Leta 2010 je imela več kot srednješolsko izobrazbo dobra polovica nastajajočih in novih podjetnikov (53,8 %) (Rebernik et al., 2011, 86), leta 2011 pa je takih v povprečju več kot 60 odstotkov (Rebernik et al., 2012, 84).

To pomeni, da so podjetniki, ki prihajajo, celo slabše izobraženi kot tisti, ki se s podjetništvom ukvarjajo že več kot tri leta in pol (prav tam). Leta 2010 je bilo novih in nastajajočih podjetnikov, ki imajo srednješolsko ali nižjo izobrazbo, bistveno manj, in sicer 46 odstotkov, boljša struktura pa je tudi pri ustaljenih podjetnikih, to je 50 odstotkov (Rebernik et al., 2011, 86).

Tabela 7: Podjetniška aktivnost glede na izobrazbo leta 2010 in 2011

| | Nastajajoči in novi podjetniki | | Ustaljeni podjetniki | | Nepodjetniki | |
|---|--------------------------------|------|----------------------|------|--------------|------|
| | 2010 | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 | 2011 |
| Stopnja izobrazbe | | | | | | |
| Univerzitetna, visokošolska ali višja izobrazba | 40,4 | 46,8 | 36 | 37 | 24,9 | 24,9 |
| Višješolska strokovna izobrazba | 13,4 | 15,8 | 13,7 | 13,2 | 11,3 | 12 |
| Srednješolska izobrazba | 35,7 | 30,4 | 35,5 | 33,2 | 43,3 | 39,4 |
| Dokončana poklicna šola | 6,2 | 5,7 | 13,6 | 15,7 | 13,3 | 15,5 |
| Dokončana osnovna šola ali manj | 4,3 | 1,3 | 1,1 | ,09 | 7,2 | 8,1 |

Vir: Rebernik et al., 2011, 86; Rebernik et al., 2012, 85

Za vključevanje v podjetništvo je pomembno dojetje lastnih zmogljivosti, zmožnosti in sposobnosti za podjetništvo, žal pa lahko tudi tukaj ugotovimo, da z naraščanjem gospodarske razvitosti države v povprečju upada tudi delež ljudi, ki menijo, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo. V skupini faktorskih gospodarstev je takšnih v povprečju 71,5 odstotkov, v učinkovitostnih 55,9 odstotkov, v inovacijskih gospodarstvih pa je v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti v povprečju prepričanih le 44,4 odstotkov delovno aktivnega prebivalstva. V Sloveniji je v povprečju več kot 56 % ljudi mnenja, da imajo znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo – v skupini inovacijskih gospodarstev je višji odstotek zabeležen le še v ZDA (59,5 %). Nasploh delež ljudi v Sloveniji, ki izražajo zaupanje v lastno znanje, izkušnje in sposobnosti za podjetništvo, narašča vse od leta 2006. Tako je bilo takega mnenja leta 2006 dobrih 47 odstotkov ljudi, odstotek pa je nato vsako leto naraščal v povprečju za dve odstotni točki (Rebernik et al., 2011, 9).

Posamezniki, ki želijo pridobiti podjetniško znanje, in le-to pridobijo s pomočjo podjetniškega izobraževanja, imajo za to določene razloge. Raziskava, narejena v Veliki Britaniji, ki je zajela 243 podjetij, je pokazala naslednje glavne razloge za izobraževanje z vidika podjetnikov (Ross 1994, 145): iskanje in izraba novih poslovnih priložnosti, priprava poslovnega načrta, predstavitev nove tehnologije, večanje konkurenčnosti podjetja, spoznavanje nove zakonodaje, ohranitev tržnega deleža, pravilno kadrovanje, reševanje problemov, pritisk s strani kupcev. Tudi v Sloveniji se posamezniki (bodoči in ustaljeni podjetniki) udeležijo podjetniškega izobraževanja, z željo pridobiti večje podjetniško znanje. Ustaljeni podjetniki želijo v največji meri pridobiti dodatno znanje o večanju konkurenčnosti, računovodstvu in osvajanju tujih trgov, medtem ko bodoči podjetniki želijo spoznati in se naučiti pripraviti dober poslovni načrt, ki je ključen za vsakogar, ki razmišlja o vstopu v podjetništvo (AJ PES, Zavod RS za zaposlovanje). Da je priprava dobrega poslovnega načrta ključnega pomena, se zavedajo tudi na Univerzah v ZDA. Honig (2004, 258) je v svoji raziskavi ugotovil, da 78 od 100 najboljših univerz v ZDA predpostavlja kot najbolj pomembno dejavnost v izobraževanju podjetništva razvoj poslovnega načrta. Zato poudarjajo, da se mora pri začetnem podjetniškem izobraževanju velika pozornost nameniti ravno poslovnemu načrtu. Vloga podjetniško naravnane izobraževanja pa je velikega pomena tudi za razvoj podjetnih lastnosti in stimuliranje potencialnih podjetnikov ter za ozaveščanje obstoječih podjetnikov, da v procesu vseživljenjskega izobraževanja stalno pridobivajo potrebna (manjkajoča) znanja (Žagmeister 1997, 8-9).

Pomembno je torej, da se podjetnikom omogoči pridobivanje potrebnega znanja in sposobnosti. Od vrste in velikosti posla pa je odvisno, katero znanje in v kakšni meri ga podjetnik potrebuje. Tajnikar (2000) poudarja, da je za podjetnike značilno, da v različnih obdobjih potrebujejo različna znanja. Plut in Plut (1995) pa navajata, da si mora uspešen podjetnik pridobiti tri vrste znanj, in sicer:

- tehnično znanje (uporaba uspešnih postopkov in metod),
- znanje o človeku in medčloveških odnosih (sposobnost dela z ljudmi, razumevanja in motiviranja posameznikov),
- konceptualno znanje (usklajevanje umskih sposobnosti in povezovanje zamisli).

Coulson-Thomas (2003, 13) v svojem delu navaja, da mora vsak uspešen podjetnik razumeti predvsem:

- kako pridobivati, razvijati, združiti, deliti in izkoriščati informacije in znanje, kot tudi vsa orodja, ki to podpirajo;
- kako vzpostaviti učinkovito komunikacijo, ki bo pripomogla k širjenju informacij in znanja tako, da bo omogočala več razumevanja;
- kako identificirati in izrabljati tržne priložnosti za določene informacije ter proizvode in storitve, ki temeljijo na znanju;
- kako razvijati in širiti nove proizvode in storitve, ki temeljijo na znanju;
- kako uporabljati nove tehnologije;
- kako razvijati in uporabljati orodja, ki bodo v pomoč posameznikom pri delu, in s tem povečati njihovo produktivnost in posledično uspešnost podjetja;
- kako sodelovati z drugimi, delati in se učiti po novih metodah, z namenom ustvariti večjo dodano vrednost.

Zaradi potrebe po različnih znanjih v različnih obdobjih rasti, podjetniki neprestano razvijajo in dopolnjujejo znanje. Način pridobivanja znanja pa je za podjetnika specifičen. Uči se iz tistega v čemer je najboljši. Pri tem raje proučuje že preizkušeno znanje, kot pa neodkrito. Pri nastajanju novega podjetja in izvedbi posla podjetniki največ časa namenjajo proizvodnim vprašanjem. S proizvodnega vidika je podjetnik dobro usposobljen, manjkajo pa mu specifična znanja o trgu, trženju, financah in kadrovskih zadevah (Gomezelj-Omerzel 2010, 102). Tudi številne raziskave kažejo, da podjetniki v zgodnji fazi razvoja kažejo veliko pomanjkanje specifičnih znanj (prav tam).

Z namenom zagotoviti in pospešeno širiti različna podjetniška znanja in podjetniško izpopolnjevanje na različnih koncih Slovenije sta Podjetniški center za malo gospodarstvo in Zavod republike Slovenije za zaposlovanje leta 1997 pričela z uvajanjem dveh standardnih programov:

- *uvodnega podjetniškega usposabljanja pred pričetkom poslovanja* (udeleženci usposabljanja pred začetkom poslovanja v enem dnevu spoznajo osnovne značilnosti podjetništva, razvoj podjetniških idej, pravni vidik ustanavljanja gospodarskega subjekta, osnove marketinga in financ, osnove računovodstva in davčnega sistema, nekoliko podrobneje pa se seznanijo z metodologijo priprave poslovnega načrta in samim podpornim podjetniškim okoljem) in
- *osnovnega usposabljanja podjetnikov* (spodbuditi rast in razvoj malih podjetij in pomagati t.i. gazelam, hitro rastočim podjetjem, je osrednji cilj in rdeča nit usposabljanja podjetnikov. Ta program obsega pet zaokroženih modulov, in sicer 1. podjetnik in vodenje podjetja, 2. marketing, 3. podjetniški management in organizacija, 4. ekonomika in finance, 5. kadri. Program se zaključuje z izdelavo zaključne naloge, katero slušatelji tudi javno predstavijo in zagovarjajo. Z razvojem in širitvijo pospeševalne mreže in oblikovanjem lokalnih koalicij in razvojnih iniciativ so nastale regionalne in lokalne institucije, ki naj bi v kar največji meri prevzemale izvajanje vsebinsko in obsežnostno najrazličnejših izobraževanj za podjetništvo.

Pšeničny (2000) omenja, da na razvoj in spodbujanje podjetniškega izobraževanja lahko spodbudno vplivamo iz treh zornih kotov:

1. državnega: spodbujanje podjetniškega in managerskega izobraževanja z ukrepi fiskalne politike, velik in dolgoročen učinek z vplivom na raven znanja in usposobljenosti prebivalstva;
2. izobraževalnega: spodbujanje izobraževanja podjetnikov in delavcev v malih in rastočih podjetjih bi moralo biti posebej podprto s strani države, saj so tovrstna podjetja nosilci nadaljnega razvoja in dodane vrednosti in
3. razvoja pospeševalne mreže: vgraditev poslovnih znanj, podjetniškega načina razmišljanja, podjetniške kulture, etike in morale v vsako celico družbe (Pšeničny, 2000).

Podjetnik mora pridobljeno znanje in izkušnje prenesti v prakso. Pri učenju podjetnik ne izbira le podatkov in dejstev, temveč jih tudi povezuje v mehanizem svoje domišljije, da bi našel ustrezno rešitev. Trg in ekonomski odnosi zahtevajo, da podjetnik nenehno pridobiva nova znanja, sposobnosti in izkušnje, potem pa s pomočjo tega v svoji glavi neprestano obdeluje nove možne sestave in kombinacije, ter s tem ustvarja ideje (Gomezelj-Omerzel 2010, 101).

Bodočim in uveljavljenim podjetnikom so na voljo tudi razne oblike pomoči inštitucij, ki podpirajo podjetništvo in inovativnost. Omenjene inštitucije podrobneje predstavljamo v nadaljevanju.

5.1 Inštitucije podpornega okolja za podjetniško izobraževanje in inovativnost

Z namenom, da bi spodbudili inovativne, podjetniške pobude, je v Sloveniji v zadnjem desetletju zrasla vrsta podpornih centrov in programov (inkubatorji, tehnološki parki, znanstveni parki, uradi, razvojni centri znanja, informacijski centri), ki nudijo razne oblike pomoči (Likar 2003b, 282).

Inkubatorji: Osnovna strategija delovanja inkubatorjev je ustanavljanje, razvoj in pomoč novim podjetjem ter podjetjem v prvih fazah razvoja (Pohleven 2000, 244–255). Podjetniški inkubator je inštitucija, ki v prostorih na določeni lokaciji omogoča učinkovito nastajanje in razvoj novih podjetij in zagotavlja urejeno poslovno okolje z infrastrukturo in s širšim naborom upravnih in intelektualnih storitev za inovativna podjetja (Rus 2011, 7). Univerzitetni inkubator je inštitucija povezana z univerzo ali visokošolskim zavodom, ki omogoča realizacijo podjetniških pobud predvsem dijakov, študentov in profesorjev. Poleg tega samostojno ali v povezavi z univerzo ali drugimi visokošolskimi organizacijami prevzema podjetniške pobude in jim omogoča razvoj z zagotavljanjem intelektualnih storitev (prav tam).

Tehnološki park je inštitucija, ki na prostorsko koncentrirani večji lokaciji združuje razvojno raziskovalne in poslovne dejavnosti novih inovativnih tehnoloških podjetij in razvojno raziskovalnih (R&R) oddelkov podjetij. R&R oddelki niso nujno prisotni v tehnološkem parku. Tehnološki park omogoča nastajanje novih inovativnih tehnoloških podjetij in s tem nudi urejeno poslovno okolje s širšim naborom podpornih, upravnih in intelektualnih storitev za ta podjetja (Rus 2011, 8).

Znanstveni parki podpornega okolja veljajo za koncentracijo možganov raziskovalcev, profesorjev, finančnikov, svetovalcev in gospodarstvenikov, ki so na drugi strani močno

povezani z raziskovanjem in podjetništvom (Pohleven 2000, 245). Njihova glavna značilnost je v tem, da so usmerjeni v komercializacijo inovacij v znanosti, tehnologiji in inženirstvu. Njihova lokacija je ponavadi blizu univerz in fakultet, ustanovijo pa jih lahko država, občine, lokalne skupnosti, gospodarske zbornice. Od naštetih funkcij je prisoten tudi jasen namen, da spodbuja ustanavljanje in rast podjetij temelječih na znanju.

Med druge oblike institucij za pospeševanje podjetništva spadajo (Pohleven 2000, 244–255):

-*Tehnološki centri*, ki omogočajo združevanje raziskovalnih projektov, skupin in podjetniških interesov. Omogočajo delovanje večjemu številu podjetij na enem mestu in nudijo poslovno infrastrukturo, tako da se povezujejo s svetovalnimi institucijami in mrežami. Namenjeni so podjetjem malega gospodarstva, ki so usmerjena v tehnološko zahtevnejše programe in imajo značilnost inkubatorja, saj podjetjem omogočajo vrsto storitev in kooperacijskih odnosov.

-*Centri znanja*, ki so organizacije raziskovalcev na raziskovalnem področju v okviru javne raziskovalne institucije ali javnega visokošolskega zavoda. Organizirajo se kot organizacijska enota v okviru gospodarske organizacije.

-*Skupine ali grozdi*, ki so ponavadi združenja hitro rastočih tehnoloških podjetij, za katera je značilna visoka vsebnost znanja v storitvah ali proizvodih, potencial hitre rasti, izobrazba, visoka stopnja tveganja in ekspertno znanje zaposlenih (Rus 2011, 8).

Med institucije, ki posredno ali neposredno podpirajo podjetništvo in inovativnost v Sloveniji, spadajo tudi (povzeto po Bukovnik 2008, 34-35; SPIRIT 2013, Podjetniški portal 2013; Rus 2011):

-Vzgojno-izobraževalni zavodi, kot so vrtci, osnovne in srednje šole, univerze in posamezne fakultete, višje in visokošolski zavodi, ki spodbujajo kreativno razmišljanje in inovativnost že v zgodnjih fazah človeškega razvoja.

-Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI), ki se je januarja 2013 po sklepu vlade preoblikovala v Javno agencijo RS za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma (SPIRIT). Javna agencija deluje z namenom ustvarjanja konkurenčnega gospodarstva in inovativnega okolja, delovanja na področju podjetništva in podjetniškega okolja, tujih neposrednih investicij, internacionalizacije podjetij, razvoja in pospeševanje finančnega okolja, partnerstva med akademsko in gospodarsko sfero, znanja za gospodarstvo ter zagotavljanja informacij, znanja in virov financiranja za podjetja. Pod okriljem ene agencije uresničujejo usmeritve razvojnih programov Slovenije s ciljem doseganja inovativne, tehnološko razvite, izvozno naravnane, turistične in tujim investitorjem privlačne destinacije (SPIRIT 2013).

-Subjekti podjetniškega okolja (Točke e-VEM, podjetniški centri in RRA)

- Točke e-VEM, ki zagotavljajo možnost registracije podjetja in sprememb njegove statusne organiziranosti, nudijo začetne informacije ob ustanovitvi in delovanju podjetja, jih usmerjajo pri svetovalnih storitvah in povezujejo z drugimi podpornimi institucijami.
- Podjetniški centri, med katere spadajo regionalne razvojne agencije (RRA) in z ameriške strani ustanovljen Center for Entrepreneurship and Executive Development (CEED). V okviru 12 statističnih regij v Sloveniji so se oblikovale regionalne razvojne agencije (Regionalna razvojna agencija Mura, RRA Koroška d.o.o., RRA Celje, Regionalni center za razvoj, d.o.o. Zagorje, RRA Posavje, Razvojni center Novo mesto, BSC Poslovno podporni

- center d.o.o. Kranj, Razvojna agencija SORA, Razvojna agencija RAGOR, Regijska razvojna agencija, d. o. o. Nova Gorica, Posoški razvojni center, Idrijsko cerkljanska razvojna agencija, ROD Razvojna agencija, RRA Notranjsko-Kraške regije d.o.o., Mariborska razvojna agencija (MRA), Ekonomski inštitut Maribor, ZRS Bistra Ptuj, Regionalni razvojni center Koper, Center za pospeševanje podjetništva Piran, Podjetniško pospeševalni center Sežana, Razvojni center Ilirska Bistrica, RRA Ljubljanske urbane regije). V petih statističnih regijah so v RRA mrežno povezane razvojne agencije, ki delujejo na območju nekaterih statističnih regij (povzeto po Rus 2011, 45-46).
- Subjekti inovativnega okolja (podjetniški inkubatorji, univerzitetni inkubatorji in tehnološki parki) so se vsebinsko povezali na temelju skupne platforme (delno povzeto po Rus 2011, 25-32, delno po Podjetniški portal 2013).
 - Podjetniški inkubatorji, med njimi: Mrežni podjetniški inkubator Zasavske regije, Mrežni podjetniški inkubator Vrelec, Mrežni podjetniški inkubator Slovenj Gradec, Mrežni podjetniški inkubator Ormož, Mrežni podjetniški inkubator Koroška, Inkubator d.o.o. Sežana, Podjetniški inkubator Kočevje, Mrežni podjetniški inkubator Savinjske regije- Mrežni spin-off inkubator Univerze v Mariboru, Tehnopolis Celje, SAŠA inkubator d.o.o., Podjetniški inkubator Jesenice, Mrežni pomurski podjetniški inkubator.
 - Univerzitetni inkubatorji, med njimi: Univerzitetni razvojni center in inkubator Primorske (UIP), Tovarna podjetmov - podjetniški inkubator Univerze v Mariboru, Ljubljanski univerzitetni inkubator (LUI), Univerzitetni inkubator Savinjske regije.
 - Tehnološki in znanstveni parki ter centri: Znanstveni park Univerze v Mariboru (sicer ustanovljen, vendar ni nikoli opravljal svoje funkcije. Njegovo vlogo sedaj prevzema RAZ:UM), Tehnološki park Ljubljana, Štajerski tehnološki park, Primorski tehnološki park, Pomurski tehnološki park, Regionalni center za razvoj, Tehnološki center Posavja d.o.o., GEA College poslovno izobraževalni center, Razvojni center Novo mesto, TRC Koroška.
 - Pisarne za prenos tehnologij, kot so Tehnocenter Univerze v Mariboru, NIB pisarna za prenos tehnologij, pisarna za prenos tehnologije na Institutu "Jožef Stefan", Center za razvoj in prenos znanj Univerza na Primorskem, Center za prenos tehnologij in inovacij.
 - Urad in pisarne za zaščito intelektualne lastnine in patentov.
 - Finančni viri, med katere spadajo banke, poslovni angeli, skladi tveganega kapitala in Slovenski podjetniški sklad.
 - Tehnološke mreže, platforme in grozdi, ki so interesna združenja, v katerih se panožno združujejo podjetja, raziskovalni inštituti ter druge organizacije s ciljem doseganja večje konkurenčnosti na domačem in globalnem trgu.
 - Univerzitetni in drugi inštituti, kot so Laboratorij za telekomunikacije Fakultete za elektrotehniko, Institut "Jožef Stefan", Kemijski inštitut in Nacionalni inštitut za biologijo.
 - Nosilci nacionalnih razpisov za razvojne projekte in dejavnosti, kamor spadata Javna agencija za tehnološki razvoj in Javna agencija za raziskovalno dejavnost.
 - Obrtna zbornica Slovenije in Gospodarska zbornica Slovenije.
 - Inovativna podjetja, ki posedujejo znanje (angl. know-how), ki ga lahko posredujejo drugim organizacijam in podjetjem v formalni ali neformalni obliki.

V tabeli 8 prikazujemo podporne institucije, ki posredno ali neposredno podpirajo podjetniške zamisli v Sloveniji.

Tabela 8: Podjetniške zamisli in podporne institucije

| Pot podjetniške zamisli | | | | |
|--|---|---|--|--|
| Invencija | Zagon | Razvoj | Nastop na trgu | Rast |
| Imam Zamisel! | Ustanavljam podjetje | Razvijam izdelek / storitev | Podjetje raste – tržim proizvod/storitev | Prodiram na druga tržišča in širim podjetje |
| -Kako vem, ali je dobra? -Kdo mi jo lahko pomaga izbrusiti? -Rad bi zaščitil svojo idejo. -Potrebujem poslovni načrt. | -Kaj potrebujem in kako nadaljujem? -Katera oblika podjetja je zame najboljša? -Raziskava trga. | -Kam po dodatno pomoč ? -Kako naj financiram razvoj? | -S kom se lahko povežem? -Kako naj financiram nastop na trgu? | -Kakšne so značilnosti drugih, tujih trgov? -Kakšna je zakonodaja v tujini? |
| Podporne institucije | | | | |
| <u>Vzgojno izobraževalni zavodi</u> (osnovne šole, srednje šole, fakultete in univerze) | | | | |
| SPIRIT (Vavčersko svetovanje, Točke vem) | | | | |
| Točke e-VEM Ministrstvo za javno upravo | | | | |
| Podjetniški centri Regionalne razvojne agencije (RRA) | | | | |
| Podjetniški in univerzitetni inkubatorji Mrežni podjetniški inkubator Zasavske regije, Mrežni podjetniški inkubator Slovenj Gradec, Podjetniški inkubator Kočevje, SAŠA inkubator,... Univerzitetni inkubator Primorske, Tovarna podjetij - podjetniški inkubator Univerze v Mariboru, Ljubljanski univerzitetni inkubator,... | | | | |
| Tehnološki in znanstveni parki ter centri Znanstveni park Univerze v Mariboru (njegovo vlogo prevzema RAZ:UM), Tehnološki park Ljubljana, Štajerski tehnološki park, Primorski tehnološki park, Pomurski tehnološki park,... | | | | |
| Pisarne za prenos tehnologij Pisarna za prenos tehnologij NIB, Tehnocenter UM, Pisarna za prenos tehnologij na Institutu "Jožef Stefan",.. | | | | |
| Intelektualna lastnina Urad za intelektualno lastnino | | | | |
| Finančni viri Banke, Poslovni angeli, Skladi tveganega kapitala, Slovenski podjetniški sklad | | | | |
| Tehnološke mreže, platforme in grozdi Interesna združenja, v katerih se panožno združujejo podjetja, raziskovalni inštituti ter druge organizacije s ciljem doseganja večje konkurenčnosti | | | | |
| Univerzitetni in drugi inštituti: Laboratorij za telekomunikacije Fakultete za elektroniko (LTFE), Institut Jožef Stefan (IJS), Kemijski inštitut (KI), Nacionalni inštitut za biologijo (NIB)... | | | | |
| Nosilci nacionalnih razpisov za razvojne projekte Javna agencija za tehnološki razvoj, Javna agencija za raziskovalno dejavnost | | | | |
| Obrtna zbornica Slovenije | | | | |
| Inovativna podjetja (Know-How) | | | | |
| Gospodarska zbornica Slovenije | | | | |

Prirejeno po: Bukovnik 2008, 36

5.2 Podjetniško izobraževanje mladih

V Global Entrepreneurship Monitor (GEM) so s pomočjo anketiranja nacionalnih izvedencev⁴ proučevali izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah. Nacionalni izvedenci so bili kritični do tovrstnega izobraževanja in usposabljanja v Sloveniji, a še vedno manj kritični, kot so v povprečju nacionalni izvedenci do izobraževanja in usposabljanja v svoji državi, v drugih GEM državah (Rebernik et al., 2009, 76).

Pri primerjavi ocen v sodelujočih državah GEM lahko ugotovimo, da na splošno velja, da je zlasti podjetniško izobraževanje v osnovni in srednji šoli slabše ocenjen okvirni pogoj za podjetništvo (Rebernik et al., 2012, 98). Leta 2011 so tako Slovenija kot tudi v povprečju inovacijska in evropska gospodarstva dosegala najnižje ocene. Podjetniško izobraževanje kot okvirni pogoj za podjetništvo v inovacijskih gospodarstvih dosega v povprečju oceno 2,16 (na lestvici od 1 do 5). Izvedenci v Sloveniji so podjetniško izobraževanje v letu 2011 ocenili še posebej slabo na ravni osnovnošolskega in srednješolskega sistema (s povprečno oceno 1,8), in na lestvici je Slovenija le pred Madžarsko, Francijo, Španijo ter Češko (Rebernik et al., 2012, 98). V izobraževanju po srednji šoli je povprečna ocena Slovenije višja, 2,64, in uvršča Slovenijo na 14. mesto (Rebernik et al., 2012, 50).

Področje izobraževanja in usposabljanja izvedenci v Sloveniji že vsa leta ocenjujejo zelo nizko. To velja predvsem za izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in srednjih šolah, v katerih podjetniške vsebine v učnih programih še nimajo ustreznega poudarka (Rebernik et al., 2012, 98).

Skupna povprečna vrednost ocenjenih trditev, znotraj posameznega okvira izobraževanja za podjetništvo, je za sodelujoče države gospodarstev inovacijskega tipa prikazana v tabeli 9.

⁴ Nacionalni izvedenci, ki sodelujejo v raziskavi, so izbrani posamezniki, za katere je na osnovi njihove strokovne dejavnosti, znanja in izkušenj mogoče domnevati, da lahko prispevajo utemeljena mnenja o različnih vidikih in komponentah podjetniškega okolja v državi. Nacionalni izvedenci izpolnijo standardiziran vprašalnik z namenom, pridobiti kvantitativno ovrednotena mnenja o devetih okvirnih pogojih za podjetništvo: finančna podpora, vladne politike in vladni programi, izobraževanje in usposabljanje, raziskave in razvoj, razvoj in dostop do poslovne in strokovne infrastrukture, dinamika na notranjem trgu, dostop do fizične infrastrukture ter kulturne in družbene norme. V vseh državah udeleženkah (49 držav, ki so leta 2011 sodelovale v tem delu raziskave) je leta 2011 sodelovalo skupno 1850 izvedencev (Rebernik et al., 2012, 39).

Tabela 9: Skupna povprečna vrednost ocenjenih trditev za sodelujoče države gospodarstev inovacijskega tipa

| Inovacijska gospodarstva | Izobraževanje za podjetništvo osnovna in srednja šola | Izobraževanje za podjetništvo po srednji šoli |
|--------------------------|---|---|
| Avstralija | 2,30 | 2,87 |
| Češka | 1,70 | 2,59 |
| Finska | 2,34 | 2,77 |
| Francija | 1,55 | 2,98 |
| Grčija | 1,94 | 2,64 |
| Irska | 1,95 | 2,87 |
| Koreja | 2,08 | 2,38 |
| Nemčija | 1,92 | 2,68 |
| Nizozemska | 2,88 | 3,21 |
| Norveška | 2,53 | 2,63 |
| Portugalska | 1,88 | 2,94 |
| Singapur | 2,48 | 3,18 |
| Slovenija | 1,80 | 2,64 |
| Španija | 1,56 | 2,34 |
| Švedska | 2,30 | 2,84 |
| Švica | 2,60 | 3,50 |
| Tajvan | 2,47 | 3,10 |
| Velika Britanija | 2,21 | 2,60 |
| Združeni arabski emirati | 2,60 | 3,30 |

Prirejeno po: Rebernik et al., 2012, 97

Leta 2003 je število osnovnih šol s podjetniškimi delavnicami v Sloveniji napredovalo (JAPTI 2010), v srednješolskih programih pa ni bilo večjih je sprememb. Na ravni višjega in visokega šolstva so se v Sloveniji razvili številni programi, po oceni izvedencev je Slovenija rahlo nad povprečjem (2,42). Kot ugotavlja GEM, v Sloveniji poučevanje podjetništva v osnovnih šolah spodbuja ustvarjalnost, neodvisnost in osebno iniciativo ter zagotavlja poznavanje tržnih ekonomskih načel in primerno opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij (Rebernik 2004, 28).

Podobno sliko o neustreznosti podjetniškega izobraževanja v Sloveniji prikazujejo tudi druge raziskave (Pšeničny in Glas v Davidsson 2002, 22), saj kažejo na to, da formalni sistem izobraževanja ne daje dovolj poslovnih znanj za podjetništvo, in ne spodbuja podjetništva med mladimi.

V raziskavi GEM so anketirali tudi posameznike, ki so bili vprašani, če so se kdaj udeležili usposabljanja, kako ustanoviti podjetje ali pričeti nov posel v okviru izobraževanja v času vključenosti v formalni šolski sistem v osnovni ali srednji šoli, ali pa so se morda udeležili katere od naslednjih oblik podjetniškega izobraževanja in usposabljanja po svojem končanem rednem osnovnošolskem ali srednješolskem izobraževanju⁵ (Rebernik et al., 2009, 78).

⁵ Omenjena tema je bila posebna tema v letu 2008, zato se podatki v nadaljevanju nanašajo na to leto.

Glede tega zavzema Slovenija v skupini inovacijskih gospodarstev zelo visoko mesto, saj je v okviru formalnega (obveznega ali prostovoljnega) izobraževanja v osnovni ali srednji šoli v Sloveniji v povprečju v podjetniško izobraževanje in usposabljanje vključenih 24,3% ljudi, tako da je Slovenija na drugem mestu, takoj za Belgijo in pred Finsko. Vendar pa je Slovenija skupaj z Belgijo in Italijo tudi edina država v tej skupini, v kateri je v podjetniško izobraževanje in usposabljanje po končani šoli vključenih v povprečju manj ljudi, kot pa v okviru osnovnošolskega in srednješolskega izobraževanja (Rebernik et al., 2009, 78).

Tabela 10: Delež odraslega prebivalstva v starosti od 18 do 64 let, ki so se udeležili podjetniškega izobraževanja v osnovni ali srednji šoli ali pa po končani šoli

| | V osnovni ali srednji šoli, obvezno ali prostovoljno | Po končani šoli, obvezno ali prostovoljno | Kakršnokoli izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo |
|------------------|--|---|--|
| Francija | 10,2 | 12,5 | 18,1 |
| Nemčija | 12,3 | 13,2 | 21 |
| Grčija | 6,1 | 12,9 | 17 |
| Islandija | 11,8 | 17,8 | 26,7 |
| Irska | 14 | 17,5 | 26,1 |
| Izrael | 5,8 | 8,6 | 12,8 |
| Italija | 10,2 | 9,1 | 16,5 |
| Japonska | 4,9 | 15,7 | 17,4 |
| Koreja | 5,9 | 9,2 | 13,6 |
| SLOVENIJA | 24,3 | 22,6 | 35,7 |
| Španija | 12,5 | 14,7 | 21,9 |
| Velika Britanija | 8,9 | 13,8 | 19,5 |
| Povprečje | 11,9 | 16 | 23,3 |
| Belgija | 25,0 | 18,2 | 33,3 |
| Danska | 9,5 | 14,0 | 22,0 |
| Finska | 17,9 | 40,4 | 47,9 |

Inovacijska gospodarstva

Vir: Rebernik et al., 2009, 78

Evropski strokovnjaki so proučevali podjetniško izobraževanje na različnih ravneh izobraževanja. Na podlagi tega so opredelili cilje podjetniškega izobraževanja (Final Report of the Expert Group 2004, 11 v Jakič 2008, 41):

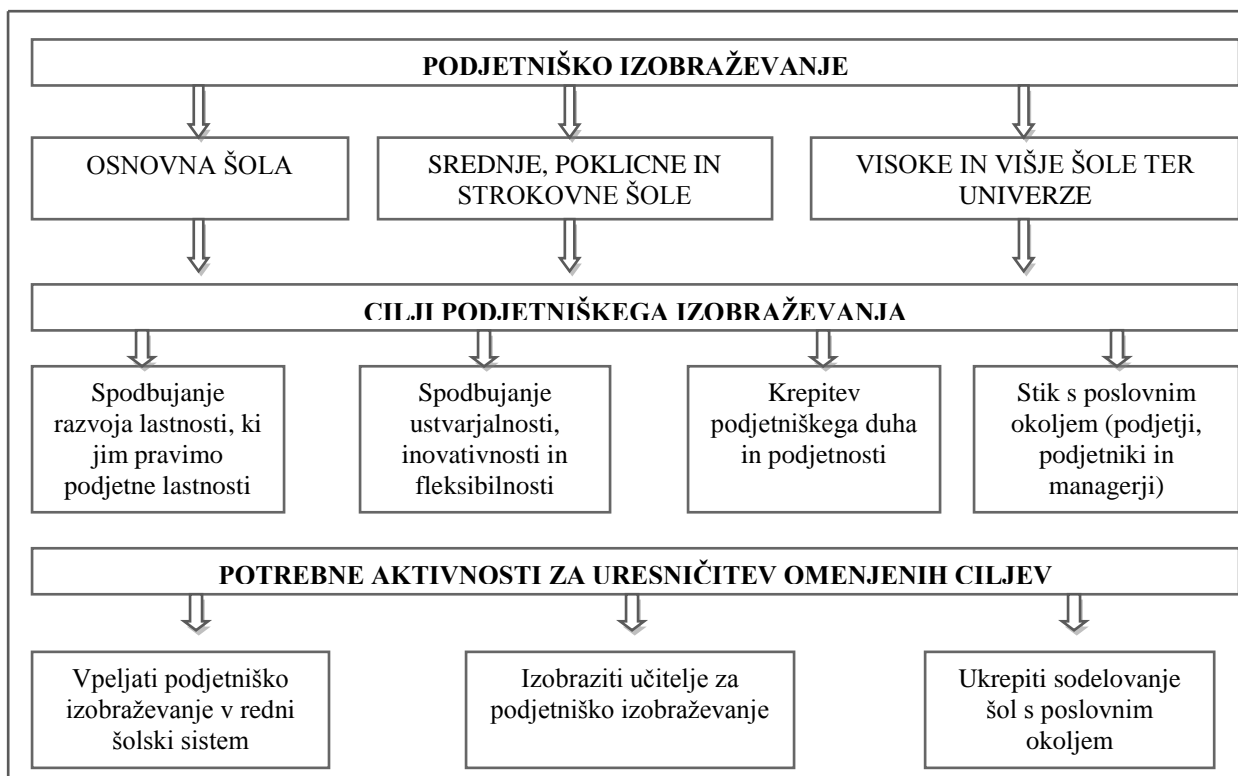
- spodbujanje razvoja osebnih lastnosti, ki so pomembne za podjetništvo, na primer ustvarjalnost, samoiniciativnost, sprejemanje tveganja in odgovornosti;
- ponudba osnovnih znanj in stikov s poslovnim svetom in s tem razumevanje vloge podjetništva (in podjetij) za skupnost;
- razvijanje zavesti o samozaposlovanju kot možnosti kariere pri učencih in študentih (s sporočilom, da lahko postanejo podjetniki in ne le uslužbenci);
- organiziranje dejavnosti, ki temeljijo na učenju ob delu, na primer tako, da učenci ali študentje vodijo mini podjetja ali virtualna podjetja;

- posredovanje konkretnega usposabljanja za ustanavljanje podjetij, zlasti na poklicnih ali tehniških šolah, tako na srednješolski kot na visokošolski ali univerzitetni ravni.

Za doseg ciljev podjetniškega izobraževanja, so pomembne aktivnosti na štirih ključnih področjih (A guide on good practices in promoting entrepreneurial attitudes and skills through education 2004, 8):

- vpeljati podjetniško izobraževanje v osnovne in srednje šole ter visoke, višje šole in univerze;
- usposabljanje in izobraževanje učiteljev in mentorjev na področju podjetništva;
- okrepiti sodelovanje med šolami in podjetji oziroma gospodarstvom;
- ustanoviti katedre za podjetništvo in pospeševati podjetniške aktivnosti na šolah in univerzah.

Slika 13: Opredelitev ciljev podjetniškega izobraževanja na različnih ravneh izobraževanja in potrebnih aktivnosti za doseg ciljev



Delno povzeto po: A guide on good practices in promoting entrepreneurial attitudes and skills through education 2004, 8

Hills (1988) v svoji raziskavi 15 vodilnih podjetniških izobraževanj za mlade v ZDA ugotavlja, da obstajata dva pomembna cilja podjetniških izobraževalnih programov za osnovnošolce, to sta povečanje zavedanja in razumevanja procesa inovativnosti in podjetništva, ter povečanje odločenosti udeležencev izobraževanja, da postanejo podjetniki. Hisrich in Peters (1998) sta raziskovala cilje podjetniških izobraževanj z vidika udeležencev teh programov. Ti so kot najbolj pomembni stvari, ki bi morali biti vključeni v podjetniške

programe, opredelili praktično usmerjenost in možnost ocenjevanja svojih lastnih podjetniških sposobnosti (Hills 1988, Hisrich in Peters 1998 v Henry et al., 2003, 103 povzeto po Švagan 2008, 22). Podjetniški programi se morajo usmeriti predvsem v tista znanja, ki se nanašajo izključno na podjetništvo. Honig (2004, 258) je ugotovil, da najbolj pomembno dejavnost v izobraževanju podjetništva predstavlja razvoj poslovnega načrta.

Vsaka država mora oblikovati šolski sistem, ki ustreza zahtevam gospodarstva in njenim razvojnim ciljem v prihodnje. V razvitih državah lahko v grobem ločimo na osnovnošolski in srednješolski ravni tri veje formalnih izobraževalnih sistemov (McNabb in Whitfield 1995, 141 v Žnidaršič 2003, 37):

1. *Vajeniški sistem* – večji poudarek je na delovni praksi, ob istočasnem šolanju – dualni sistem v Nemčiji, ki se spreminja v smeri mešanega sistema šolanja.
2. *Teoretično šolanje* – pridobivanje teoretičnih znanj, večinoma brez delovne prakse – šolski sistem v npr. Franciji, Italiji in Belgiji.
3. *Mešani sistem* – poudarek je na pridobivanju teoretičnih znanj, s postopnim uvajanjem v praktično delo že v času šolanja (dualni sistem) - npr. Velika Britanija, Irska, Slovenija.

V posameznih državah so cilji podjetniškega izobraževanja različni. Cilje lahko združimo v tri skupine (Hytti et al., 2002, 5):

1. Posredovanje podjetniških znanj in veščin, potrebnih za ustanovitev podjetja.
2. Informiranje na zavedanje o pomenu podjetništva in na razumevanje podjetništva ter spodbujanje inovativnosti (osnovnošolsko izobraževanje podjetništva).
3. Urjenje veščin ter razvijanje lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti, pri posameznikih na splošno.

5.2.1 Primeri dobre prakse na področju podjetniškega izobraževanja mladih

Formalno podjetniško izobraževanje v osnovnošolskem sistemu je dobro razvito v *Avstraliji*, kjer se otroci začnejo seznanjati s podjetništvom že v prvem razredu osnovne šole. Tudi vsebine podjetniškega izobraževanja se vnašajo v šolski sistem postopoma, usklajeno. Na najnižji stopnji (od prvega do petega razreda osnovne šole) otroci spoznajo osnovne pojme ter pomen in možnost podjetniške kariere, razvijajo razumevanje in sposobnosti za podjetništvo. Hkrati jim sistem nudi široke možnosti za razvoj inovativnih rešitev problemov, ob visoki stopnji motivacije. Gre za koncept praktičnega učenja (»learning by doing«), ki je osnova za uspešno izvedbo programa podjetniškega izobraževanja. V višjih razredih osnovne šole odkrivajo podjetniške priložnosti in postopoma razvijajo podjetniške sposobnosti, se učijo o zagonski fazi podjetja in spoznajo ostale faze podjetniškega procesa (Žnidaršič 2003, 37). Jones in English (2004, 417-418) navajata, da se ljudje v Avstraliji po končani osnovni šoli vpisujejo v poslovne šole, z namenom, da bi se naučili podjetništva. Avtorja se strinjata, da se je možno posameznih elementov podjetništva naučiti in privzgojiti.

V *ZDA* je mladim, starim sedem let in več, na voljo veliko število podjetniških šol in podjetniških programov. Ti programi so se pojavili že pred desetletjem. Takrat niso bili tako prepoznavni. V zadnjih letih so se močno razširili in so ponujeni v večini osnovnih in srednjih

šol (Youth Entrepreneurship Education in America 2008, 16). Omenjeni programi Ti se ločijo na programe za osveščanje učencev o pomenu in vlogi podjetništva (entrepreneurship awareness), na programe, ki učence seznanjajo z osnovnimi podjetniškimi temami, ob hkratnem pridobivanju osnovnih podjetniških znanj (entrepreneurship readiness) ter na programe praktične uporabe naučenega. Američani sicer poznajo tudi širše izobraževanje za poslovna znanja (program Junior Achievement), ki ga širijo po vsem svetu (v Žnidaršič 2003, 39). Programi v splošnem poučujejo mlade, kako gospodarstvo deluje in kako upravljati z lastnimi financami. Mladim zagotavljajo širok nabor spretnosti in poučujejo kako naj mladi prepoznajo in vlagajo v svoj potencial (Youth Entrepreneurship Education in America 2008, 16). Mladih ne učijo le teorije ampak jih postavijo tudi v konkretne situacije. Vzgajajo, izobražujejo in trenirajo jih v skladu z vrednotami, kot so ustvarjalnost in razvoj podjetniškega duha. Z raziskavo narejeno leta 2007 v kateri so sodelovali mladi (od 8-21 leta starosti) so ugotovili, da kar 40 odstotkov mladih želi v prihodnosti pričeti s svojim poslom (prav tam).

Razvijanje ekonomije znanja je poglaviti cilj tudi za *Novo Zelandijo*, kjer so si enotni, da ekonomija znanja temelji na podjetnih posameznikih, ki delujejo ustvarjalno in inovativno (Babič 2008, 49). Programi podjetniškega izobraževanja izhajajo iz predpostavke, da je posameznike možno naučiti podjetniškega mišljenja, inovativnosti in podjetniškega delovanja (prav tam). Ravno zaradi tega je spodbujanje podjetništva osrednjega pomena na vseh ravneh izobraževanja, tudi osnovnošolskega. Podjetniško izobraževanje v Novi Zelandiji poteka pod okriljem organizacije, ki sodeluje z osnovnimi šolami in organizira tečaje podjetniškega izobraževanja za osnovnošolce različnih starostnih skupin (povzeto po Lewis in Massey 2003 v Babič 2008, 49).

Evropske države imajo različno razvito podjetniško kulturo, kar se odraža tudi v različnih programih in metodah spodbujanja inovativnosti in podjetniškega izobraževanja. V praksi so razlike odvisne od tega, ali si strategije prizadevajo za podjetništvo kot samostojen predmet ali vključenega v celoten učni program (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012). Cilji programov so razvijanje podjetnih lastnosti učencev ter razumevanje in zavedanje pomena podjetništva. Pregled pričetkov uresničevanja strategij podjetniškega izobraževanja v šolskem sistemu v evropskih državah podajamo v spodnji tabeli.

Tabela 11: Pričetek uresničevanja strategij podjetniškega izobraževanja v šolskem sistemu v Evropskih državah od leta 2007 do leta 2011

| 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|------------|-----------|------------|----------|-------------|
| Češka | Bolgarija | Belgija | Estonija | Španija |
| Nizozemska | Litva | Danska | Irska | Avstrija |
| Finska | Slovaška | Nizozemska | Poljska | Islandija |
| | | Švedska | Anglija | Lihtenštajn |
| | | Norveška | | |

Povzeto po: Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 7

V *Avstriji* si prizadevajo, da bi med mladimi razširili zavedanje o pomenu podjetništva. Podjetniško izobraževanje so uvedli v poklicne, nižje srednje in srednje šole. V okviru podjetniškega izobraževanja učence spodbujajo k odgovornosti, kritičnosti, inovativnemu

mišljenju, inovativnemu reševanju problemov, kreativnemu odločanju, načrtovanju, avtonomiji, kritični samoocentivi, poznavanju lastnih prednosti in slabosti, uspešnemu obvladovanju uspeha in napak (Erlih 2011, 130). Podjetniško izobraževanje je del nacionalnega kurikulumu poklicnih, nižjih srednjih in srednjih šol v smislu zagona fiktivnih podjetij. S podjetniškimi vsebinami se srečujejo tudi učenci v osnovnih šolah. Le-te pa so integrirane v ostale obvezne predmete, ki so predpisani za osnovnošolski nivo (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 14). Podjetniško izobraževanje je lahko integrirano v obveznih predmetih, ki so predpisani na ravni osnovnošolskega nivoja. Tako je v *Bolgariji* in *Latviji* podjetniško izobraževanje vključeno v predmet Gospodinjstvo in tehnologija, na *Češkem* je omenjena tema del predmeta Etika, v *Litvi* je podjetniško izobraževanje integrirano v predmetu Družboslovje, na *Poljskem* pa v predmetu Družbene vede in Matematika (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 13). Na *Slovaškem* ponujajo osnovnošolcem samostojni predmet »Work Education«. Omenjeni predmet je namenjen učencem, ki jih zanima področje podjetništva, saj temelji na podjetniških vsebinah (prav tam). Na *Norveškem* podjetniške programe izvajajo od osnovnošolskega nivoja dalje, tudi na univerzah. Temeljni cilj podjetniških programov v osnovnih šolah na Norveškem je povezava šol, lokalnih oblasti in gospodarstva, da bi tako ustvarili ugodno okolje za razvoj podjetništva (v Žnidaršič 2003, 40). Norveški prvi strateški načrt za podjetniško izobraževanje in usposabljanje imenovan "Videti poslovno priložnost in narediti posel!" je potekal od 2004 do 2008 (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 9). Septembra 2009, so omenjeni načrt dopolnili in ga vpeljali v izobraževalni sistem 2009-2014. Glavni cilj akcijskega načrta je okrepiti kakovost in obseg izobraževanja in usposabljanja na vseh ravneh in na vseh področjih izobraževalnega sistema (prav tam). Že v šolskem letu 2006/2007 je Norveška izvedla prenovo kurikularnih programov in tudi v osnovne šole postopoma pričela uvajati učenje podjetništva. Cilji izobraževanja za podjetništvo so: razvoj osebnih lastnosti, razvijanje ustvarjalnosti in ustvarjalnega reševanja problemov oziroma inovativnosti in sodelovanje med izobraževalno ustanovo in lokalno skupnostjo (Norwegian plan 2004 v Babič 2007, 44). Na *Irskem* so se leta 2009 odločili za sistematičen pristop k razvoju izobraževalnih programov podjetništva za mlade in pri tem zasledujejo vizijo razpredanja podjetniškega izobraževanja v vse nivoje irskega sistema izobraževanja (Erlih 2011, 123). Aprila 2011 so organizirali podjetniški forum za razpravo o podjetništvu med mladimi (Study on Support to Indicators on Entrepreneurship Education 2011, 78). Program, ki je na Irskem namenjen spodbujanju podjetništva in inovativnosti med osnovnošolci in srednješolci, se imenuje »Young Entrepreneurs Scheme – YES«. Glavni cilji omenjenega projekta so spodbujanje podjetniških lastnosti, samozavesti, promocija podjetniške kulture in podjetniške dejavnosti ter pomoč mladim pri zaposlitvi. Mladi, ki se vključujejo v projekt, ustvarjajo in upravljajo s svojim pravim poslom, končne proizvode, ki so plod ustvarjalnosti in inovativnosti, pa nato prodajajo. Udeležujejo se tudi regionalnih in državnih tekmovanj (Final Report of the Expert Group 2002, 35–36 v Jakič 2008, 89) Na *Finskem* imajo za podjetniško izobraževanje in razvoj podjetništva v osnovnošolskem sistemu organizirane posebne skupine oziroma razrede (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 13). V *Angliji* predstavlja podjetniško izobraževanje več kot izobraževanje potencialnih podjetnikov. Vlada je sprejela priporočilo Davies Review, po katerem so vsi 15-letniki vključeni v 5 dnevni proces učenja z delom (learning by doing) na temo podjetniškega izobraževanja. Drugače pa velja ugotoviti, da ta dežela nima enotne strategije, obstaja pa vrsta iniciativ po regijah. Ena od teh iniciativ je tudi

program Enterprise. V Angliji je razpisanih 10 programov za osnovnošolce. Le-ti se v večini izvajajo pri osnovnošolcih od 12. do 15. leta starosti (Erlh 2011, 125). *Na Škotskem* ima pri podjetniškem usposabljanju vlogo Škotska fundacija za razvoj podjetništva (Scottish Enterprise Foundation v Jakič 2008, 89), katere namen je povečanje števila novih podjetij, razvoj podjetniško-vzgojnih partnerstev v okviru lokalnih in regionalnih centrov in razvoj podjetniške kulture. Cilji projekta so razvoj podjetniških lastnosti mladih, povečanje zavedanja o pomenu znanja in vlogi podjetništva in pospeševanje samozaposlovanja kot možnosti za zaposlitev (Glas et al., 2006, 45–46 v Jakič 2008, 89). Na Škotskem so podjetniške vsebine obvezen del škotskega izobraževanja in sicer od P1-S6 po njihovem sistemu. Med učenci želijo povečati podjetnost, podjetniške lastnosti in ostale spretnosti ter jim omogočiti, da pridobijo izkušnje v svetu dela (Peterson 2009, 36). Na *Danskem* je leta 1996 dansko ministrstvo za šolstvo v vse izobraževalne programe uvedlo dveletni akcijski program, namenjen spodbujanju podjetniških lastnosti med mladimi in povečanju motivacije mladih za ustanovitev lastnega podjetja (Final Report of the Expert Group 2002, 30 v Jakič 2008, 88). Razvita je bila tudi strategija za izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo (2009) v sodelovanju med Ministrstvom za znanost, tehnologijo in inovacije, Ministrstvom za kulturo, Ministrstvom za šolstvo in Ministrstvom za ekonomske in poslovne zadeve. Strategija opisuje aktivno naložbo v uvajanje podjetniških vsebin v izobraževalne ustanove in sicer vse ravni izobraževanja (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 8). V *Franciji* imajo izoblikovani dve nacionalni shemi za gojenje podjetniškega duha, ustvarjalnosti in inovativnosti med šolarji. Ti dve shemi sta: »Entreprises cadettes« (ta shema je namenjena učencem z nameno, da dobijo priložnost seznaniti se s podjetniškimi osnovami in izdelati poslovne načrte s pomočjo strokovnjakov in s pomočjo računalniškega programa ustvariti podjetje) in »Graines d'Entrepreneurs« (pri tej shemi gre za partnerstvo med šolami, francosko zbornico in podjetji. Ta shema ponuja učencem, da delajo na svojih projektih po vnaprej določeni metodologiji in vključuje srečanja s podjetniki in strokovnjaki) (Hatak in Reiner 2011, 18). V *Nemčiji* na ravni osnovne šole posebno podjetniško izobraževanje ni vključeno v učni načrt. Občasno se odvijajo kreativne delavnice, ki spodbujajo inovativnost, s pomočjo katerih učenci ustvarjajo izdelke npr. novoletne voščilnice (Institut der Deutschen Wirtschaft Köln). Srednješolcem (od 15-20 leta starosti) pa je ponujena delavnica »Junior« v okviru katere mladi spoznajo osnove podjetništva in poslovanja (Hatak in Reiner 2011, 21). V *italijanskem* osnovnošolskem izobraževalnem sistemu je izobraževanje podjetništva dopolnilne narave, ki v večini primerov ni strnjeno v strukturiran okvir, in ni vključeno v redni italijanski osnovnošolski sistem (Camera di Commercio di Padova). Prav tako podjetniško izobraževanje ni vključeno v vse srednje šole. Tako se lahko vodstvo šol odloči ali bodo in kako spodbujali podjetništvo in rast podjetniškega duha med učenci (Hatak in Reiner 2011, 26). Na *Nizozemskem* je poudarek bolj na zagotavljanju jasne usmeritve politike in podpore ter na spodbujanju (s programskim pristopom) kot na tem, da bi podjetniško izobraževanje postalo obvezen del učnega programa v vseh izobraževalnih ustanovah. Vodstvu osnovnih šol prepuščajo odločitev, ali bodo vključevali podjetništvo ali ne, in na kakšen način bodo to storili. Kljub temu, da podjetniško izobraževanje ni navedeno kot del uradnega kurikuluma, vodstvo šol lahko zaprosi za subvencijo namenjeno razvoju programa podjetniškega izobraževanja (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 13). Nekatere šole izvajajo projekte za predšolske otroke. Eden od takih je „Moja restavracija“, kjer so učilnice kot restavracije, otroci sestavljajo jedilnike itd., obišejo pa tudi pravo restavracijo v bližnji

okolici. V osnovnih šolah se podjetniško izobraževanje praviloma začne pri osmih letih. V Luksemburgu so v srednje šole uvedli program Podjetniški duh (Entrepreneurship spirit), v okviru katerega se organizirajo srečanja dijakov s podjetniki, da bi se na ta način spodbujalo podjetništvo med mladimi. Temu so namenjeni tudi podjetniški moduli s poudarkom na malem gospodarstvu, ki se uvajajo v kurikule tehnoloških šol (Final Report of the Expert Group 2002, 37-38 v Jakič 2008, 89). V Estoniji so oktobra 2010 minister za šolstvo in raziskave, minister za gospodarske zadeve in komunikacije, predsednik estonske gospodarske zbornice in predsednik estonskega podjetja Estonia Foundation (EAS) podpisali sporazum za spodbujanje podjetniškega izobraževanja v šolskem sistemu. Predstavili so tudi program spodbujanja podjetniškega izobraževanja (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 9). Tako je v Estoniji v več kot polovici osnovnih šol ponujeno podjetniško izobraževanje, ki ga izvajajo NGO (Non Governmental Organisation) Junior Achievement Estonija v sodelovanju s poslovnim sektorjem. Učenci se učijo ob igri, njihova stališča pa se spreminjajo v smeri podjetništva. Program je dobro sprejet med učenci in dviga motivacijo za učenje. Nekateri elementi teh aktivnosti so že vključeni v glavni kurikulum nekaterih predmetov (Erlih 2011, 131). V Španiji je Ministrstvo za šolstvo uvedlo predpise na področju razvoja in spodbujanja podjetniškega izobraževanja in podjetnosti v šolskem sistemu. V osnovne šole so uvedli obšolsko dejavnost, ki temelji na programu spodbujanja podjetnosti med osnovnošolci »Junior Achievement« (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 10). Na Portugalskem ministrstvo za šolstvo izvaja nacionalni projekt podjetniškega izobraževanja (Projecto Nacional de Educação para o Empreendedorismo – PNEE), katerega namen je, da postane podjetništvo predmet v učnem programu. K prostovoljnemu sodelovanju pri projektu PNEE so bile povabljene osnovne, srednje in poklicne/strokovne šole, da v okviru projekta razvijejo pobude, ki bi pripeljale do razvoja podjetniških kompetenc in podjetniške naravnosti. Švedsko ministrstvo za šolstvo in raziskave ter ministrstvo za podjetništvo, energetiko in komunikacije sta začrtali strategijo za podjetništvo v izobraževalnem sistemu, pri čemer, sta za njeno izhodišče postavili potrebo po vključitvi podjetništva v celoten izobraževalni sistem. Na Švedskem je vlada leta 2009 sprejela odločitev za poučevanje podjetništva, ki mora biti integrirana tema v redne predmete osnovnošolskega in srednješolskega izobraževanja. Ta strategija je del reforme vladne odločitve in pobude za razvoj in podporo podjetništva in podjetniškega izobraževanja. Maja 2009 je vlada predstavila strategijo za podjetniško izobraževanje na vseh ravneh izobraževanja (prav tam, 9). Na Islandiji poudarjajo inovacije s pomočjo »Young inventors competition (tekmovanje mladih izumiteljev), ki je vključeno v nacionalni učni načrt, in v katerem sodeluje približno tretjina šol (povzeto po Erlih 2011, 131). S tem tekmovanjem so začeli leta 1991, in vsako leto število šol, ki se ga udeležijo, narašča. Čeprav sta v središču pozornosti predvsem kreativnost in inovativnost, je nekaj šol izkoristilo priložnost, in šola je, glede na to, ponudila bolj popolno šolanje o tem, kako začeti in voditi podjetje. Na Cipru so v novi učni načrt za osnovnošolsko in srednješolsko izobraževanje v šolskem letu 2011/12 vključili (pri določenih rednih predmetih) spodbujanje podjetnih lastnosti in spretnosti pri učencih ter uporabo delovnih metod in tehnik pri pouku, ki povečujejo ustvarjalnost in podjetniško obnašanje učencev (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 27). Na Malti so leta 2007 pričeli s predstavljanjem obšolskega programa podjetniškega izobraževanja na nivoju osnovne šole. Namen programa je izboljšati temeljno razumevanje učencev o trgovanju v njihovem vsakdanu, seznaniti učence s konceptom denarja, prodaje in nakupa (povzeto po Erlih 2011,

134). Leta 2011 pa so v okviru nacionalnega učnega načrta predlagali, da bi se podjetniško izobraževanje vključilo v učni načrt tako na primarni, kot sekundarni ravni izobraževanja (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 27). V *Grčiji* je podjetniško izobraževanje del strategije za t.i. New School (2010), ki sledi izobraževalnim strateškim ciljem EU, med katerimi je izboljšati ustvarjalnost, inovativnost in podjetniški duh med učenci (Entrepreneurship Education at School in Europe 2012, 10). V neodvisnem *Kosovu* je vlada namenila veliko pozornost podjetništvu med mladimi. Izdelali so plan razvoja podjetniškega izobraževanja (2007–2013), kjer so opredelili tudi uvajanje podjetniškega izobraževanja v redni osnovnošolski sistem. Težnja vlade je v smeri spodbujanja inovativnosti in podjetnosti. Teoretični vidik v smislu spoznavanja podjetniških pojmov in osnov podjetništva in praktični vidik v smislu priprave podjetniškega načrta (Nacionalna strategija o izobraževanju podjetništva Kosovo, 2009). V *Romuniji* se s podjetništvom srečajo srednješolci, saj so podjetniško izobraževanje vpeljali v vse srednje šole, kot obvezen predmet. Predmet je razdeljen na teoretični in praktični del (Europrojekti.eu 2012). V *Črni Gori* je leta 2008, v sodelovanju s slovenskimi izvajalci in mentorji podjetniškega izobraževanja za mlade, nastal osnovnošolski predmet podjetništvo (v njihovem jeziku “preduzetništvo”). Predmet so uvrstili med izbirne predmete v devetletni osnovni šoli. V strategiji za podjetniško izobraževanje 2008-2012 so opredelili, da je namen podjetniškega izobraževanja spodbujati ustvarjalnost, podjetniško razmišljanje in podjetniško vedenje učencev. V program vključujejo tudi uspešne podjetnike iz različnih področij, da učencem predstavijo svojo podjetniško pot. Učence usmerjajo k skupinskemu reševanju problemov in medsebojnem sodelovanju. Spodbujajo jih k prevzemu odgovornosti, da s svojimi idejami poskušajo doprinesti določene spremembe, tako na šoli, kot njeni okolici (Strategija za celoživotno preduzetniško učenje 2008-2013, 6). Tudi v *Srbiji* si prizadevajo uvesti predmet Podjetništvo v vse osnovne šole. Predmet Podjetništvo bi v osnovnošolski program vnesli po sledeči shemi; v 5. razredu bi učence seznanili z osnovnimi pojmi, kot so podjetništvo, podjetniški duh, podjetnik, in kaj pomeni biti sam svoj “šef”. V 6. razredu bi se usmerili na razdelitev dejavnosti na proizvodno in storitveno. Prav tako bi obravnavali osnovna znanja o vodenju in funkcioniranju podjetja. V 7. razredu bi obravnavali podjetja po velikosti (mala, srednja in velika podjetja) ter vlogo podjetij v državi. V zadnjem razredu osnovne šole bi spoznali princip uspešnega poslovanja, management podjetja, elektronsko poslovanje, družbeno odgovornost podjetja in inovativnost kot pogoj uspešnosti podjetja (Poslovni magazin 2009). Raziskavo med osnovnošolci so naredili leta 2007 tudi na *Hrvaškem* (Jokić et al., 2007, 6). Le-ta je pokazala velik potencial za razvijanje podjetniškega duha. Osnovne šole na Hrvaškem imajo dobro začetno pozicijo za razvijanje podjetništva med osnovnošolci. Zaradi tega so na Hrvaškem leta 2007 pospešeno pripravili projekt za vključevanje proučevanja osnov ekonomske pismenosti v okviru programa za razvoj podjetništva v osnovnih šolah. S podjetništvom se učenci v osnovnih šolah na Hrvaškem trenutno srečujejo v okviru dodatne dejavnosti, pospešeno pa delajo na tem, da bi podjetniško izobraževanje uvedli v redni šolski sistem (prav tam, 6).

Najbolj razširjen program spodbujanja podjetnosti med osnovnošolci v svetu je program Junior Achievement–Young Enterprise (JA-YE)⁶, ki se izvaja po osnovnih šolah, in je prilagojeni otrokom različne starosti od 6 do 16 leta starosti. Program JAYE vsebuje šest

⁶ JA-YE organizacije delujejo v 98 državah po svetu, samo v Evropi jih je 39.

modulov, in sicer Ourselves (4-7 let), Our Families (5-8 let), Our Community (6-9 let), Our City (7-10 let), Our Nation (8-11 let), Our World (9-12 let) in Your School Your Business (10-12 let). Pri vsakem modulu želijo učence, ki se ga udeležijo, seznaniti s poslovanjem, podjetnostjo in podjetništvom. Prav tako v module vključujejo prostovoljce iz gospodarstva, ki predstavijo svojo zgodbo uspeha in s tem dodatno dvigujejo prizadevanje in pomagajo pri raziskovanju v svetu dela (Young - Enterprise Org. UK). V nadaljevanju podrobneje predstavljamo programe omenjenih modulov, ki so sestavni deli programa Junior Achievement – Young Enterprise. Le-ti so sledeči:

-Modul, namenjen otrokom od 4 do 7 leta starosti, se imenuje Ourselves, in se izvede v obsegu šestih ur. S tem programom želijo otroke spodbuditi k skupinskemu delu, jih poučiti, kako zaslužiti denar, kako varčevati in kako odločati v določenih situacijah (<http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OURSELVES.pdf>).

- Modul Our Families je namenjen otrokom od 5-8 leta starosti, in se izvede v obsegu šestih ur. Modul Our Families zavzema opredelitev in spoznavanje družine in potovanje skozi današnjo družino. Otroci, ki se tega programa udeležijo, spoznajo vlogo, pomen in razumevanje družine, službe, ki jih opravljajo člani družine, način služenja denarja, razliko med potrebami in dobrinami, ter kako različne družine varčujejo in trošijo denar. Otroci skupaj z mentorjem razvijajo diskusije, in poskušajo najti rešitve za določene postavljene probleme (http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_FAMILIES.pdf).

- Modul Our Community se izvaja v obsegu šestih ur, in je namenjen učencem od 6 – 9 leta starosti. S programom tega modula želijo seznaniti učence, kako deluje naša skupnost. Od vlade in davkov k socialni odgovornosti in delujočim odločitvam učenci odkrijejo, kako ljudje poslujejo in sodelujejo z namenom oživljati lokalno skupnost. Učenci skupaj z mentorjem razvijajo diskusije in iščejo možne rešitve določenih situacij (http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_COMMUNITY.pdf).

- Modul Our City je namenjen učencem od 7-10 leta starosti, in se izvede v obsegu šestih ur. Program tega modula vodi učence skozi potovanje po mestu, v katerem živijo, z namenom raziskovati in spoznavati ljudi, delo in delovna mesta ter poslovanje, ki se v mestu odvija. Otroci spoznavajo in raziskujejo, kaj v mestu manjka, kaj je tisto, kar ima sosednje mesto, njihovo, v katerem živijo, pa ne, kdo vodi mesto, in kakšne so naloge vodje mesta (http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_CITY.pdf).

- Modul Our Nation se izvede v obsegu 6 ur, in je namenjen učencem od 8-11 leta starosti. Učenci raziskujejo odnose med ljudmi v poslovnem svetu, komunikacije med ljudmi, poslovna pogajanja ter odnose med vlado in gospodarstvom, ki so značilni za današnji čas. Mentor vodi učence v diskusije, in jim predstavi primere dobre prakse (http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_NATION.pdf).

- Modul Our World je namenjen učencem od 9-12 leta starosti, in se izvede v obsegu šestih ur. Omenjeni modul se dotika mednarodnega podjetništva, saj se tukaj učenci spoznavajo z načinom poslovanja na mednarodni ravni. Učenci potujejo po zemljevidu in spoznajo

določene države sveta, jih ločijo na gospodarsko bolj in manj razvite. Spoznajo pomen komunikacije in pogajanj z ljudmi, ki prihajajo iz drugih držav. Prav tako spoznajo pomen uvoza in izvoza in pomen mednarodnega poslovanja (http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_WORLD.pdf).

- Kot zadnji modul Your School Your Business je namenjen učencem od 10 – 12 leta starosti, in se izvede, tako kot vsi moduli, v obsegu šestih ur. Ta program učencem omogoča, da spoznajo lasten podjetniški potencial. Otroci se srečajo s prostovoljci, ki opravljajo prostovoljna dela na šoli, učencem je ponujena priložnost, da se preizkusijo v vlogi načrtovalca in organizatorja. Pri učencih se spodbujajo ustvarjalne in podjetniške spretnosti, sodelovanje in skupinsko reševanje problemov, komunikacijske in predstavitvene spretnosti, vodenje, trdoživost, vztrajnost in odzivanje na spremembe. Učencem se postavi konkreten problem, ki ga morajo kar najbolje odpraviti (<http://www.young-enterprise.org.uk/resources/YSYB.pdf>).

Vse države članice EU se trudijo, da bi bili mladi deležni več inovativnih in podjetniških spodbud. To poskušajo doseči na različne načine, pri čemer so nekatere bolj, druge manj uspešne. Številne od njih imajo podjetniško izobraževanje na različne načine vključeno v celoten izobraževalni proces. Kulturo inovativnosti in podjetniško kulturo izboljšujejo zlasti z naslednjimi prijemi (Cankar et. al., 2011, 3):

- Razvoj partnerstva med vzgojno-izobraževalnimi institucijami in podjetji oziroma podpornimi organizacijami v lokalnem okolju z namenom razvoja inovativnosti, odkrivanja sveta podjetništva, vključevanja v gospodarsko okolje in razvoja odgovornosti pri mladih.
- Izobraževanje učiteljev oziroma mentorjev inovacijskih in podjetniških projektov v posamezni šoli.
- Razpis projektov, v katere se vključujejo šole in sodelavci, in s katerimi spodbujajo praktično delo ter izmenjavo konkretnih izkušenj na področju inovativnosti in podjetnosti mladih.
- Ustvarjanje možnosti za sodelovanje mladih v posameznih prostovoljnih prosto časovnih dejavnostih (prav tam).

6. PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE V ŠOLSKEM SISTEMU V SLOVENIJI

Dosedanje aktivnosti, v okviru promocije inovativnosti, podjetnosti in podjetništva, se niso izvajale v nacionalnem okviru. Ukrepi promocije podjetništva, kot tudi promocija podpornega okolja, bi morali biti zato usmerjeni v vse državljanke Slovenije. Aktivnosti na področju izobraževanja mladih na področju podjetništva, kot tudi uvajanju metod podjetniške kulture oziroma podjetnosti se trenutno odvijajo na fakultetah in srednjih šolah, niso pa te aktivnosti usmerjene na nacionalno raven v smislu zajeti celoten potencial mladih. Izobraževanje je eno od ključnih področij, ki spodbuja ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost in kot takšno ostaja bistvena razvojna naloga. Vlogo šol in univerz pri spodbujanju podjetniške miselnosti med mladimi in pri zagotavljanju ustreznih spretnosti poudarjata tako Evropska listina za mala podjetja kot tudi Evropska agenda za podjetništvo. Z osnovami podjetniške kulture morajo biti na ustrezen način seznanjeni že otroci v predšolski vzgoji, kot tudi učenci v osnovni šoli (Vlada RS 2009, Dopolnjen program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007-2013). Znotraj ukrepa promocije podjetništva in izobraževanja za podjetništvo v Sloveniji se izvajajo naslednje aktivnosti: Izvajanje promocije podjetništva, podjetniške kulture in podpornega okolja preko javnih medijev (televizije, radia, tiskanih medijev, spleta). Aktivnost obsega predstavitev dobrih praks (uspešnih podjetnikov, družbeno odgovornega podjetništva) s področja podjetništva iz Slovenije in tujine, predstavitev zanimivih tržnih niš, podpornega okolja za podjetništvo, spremljanje in promocijo natečajev, promoviranje storitev države in njenih institucij za podjetništvo (prav tam). Na vseh ravneh formalnega izobraževanja so se vključile vsebine podjetništva s poudarkom povezovanja teorije s prakso. Prav tako se vključujejo uspešni podjetniki v promocijo podjetništva, ki se izvaja po osnovnih in srednjih šolah. V sodelovanju s pristojnimi ministrstvi se je izvedlo usposabljanje učiteljev za uvajanje pedagoških metod, ki bodo spodbujale podjetniške veščine in odkrivale pobude za podjetništvo. Z omenjenim ukrepom je Vlada RS želela okrepiti zaupanje mladih v lastne sposobnosti in znanje, jih seznaniti z osnovnimi principi delovanja podjetniške družbe in z osnovnimi veščinami podjetništva, predvsem pa jim pomagati pri spoznavanju svojih potencialov ter pri nadaljnjem načrtovanju njihovih poti. S tem želijo spodbuditi hitrejši prenos idej na trg ter dvigniti raven spoštovanja inovativnosti, podjetništva in podjetnosti same (prav tam).

Že v 90-tih letih preteklega stoletja smo v naših srednjih šolah namenili podjetništvu večjo pozornost (Glas 2007, 5). V samem začetku devetdesetih let v Sloveniji ni obstajalo dovolj kakovostno znanje o podjetništvu, prav tako ni bilo usposobljenega pedagoškega osebja, še manj pa zavesti v državnih institucijah o pomenu podjetniškega izobraževanja in usposabljanja za ekonomski razvoj (Glas et al., 2006, 24). Strokovnjaki na področju podjetništva so različnega mnenja. Likar meni, da je učenje podjetništva in uvajanje podjetniškega izobraževanja potrebno že v vrtcih, kjer se sicer ne bi izvajale prave podjetniške delavnice, pač pa bi se pri majhnih otrocih s pomočjo iger razvijale nekatere lastnosti, ki jim pravimo "podjetne": kreativnost, inovativnost, javno nastopati, voditi skupino, se pogajati itd. Podjetniško izobraževanje bi se nadaljevalo na vseh stopnjah šolanja, in sicer na osnovnih šolah, poklicnih šolah, gimnazijah in drugih srednjih šolah ter fakultetah (Likar 2008). Na drugi strani Glas (2007, 5) meni, da je podjetniško izobraževanje potrebno vnesti v vse poklicne in srednje šole. Ta raven šolanja naj bi bila zelo pomembna za uresničevanje ciljev

podjetniškega izobraževanja. V poklicnih šolah se dijaki srečujejo s podjetništvom bodisi obvezno (kot predmet) ali prostovoljno. V osnovnih šolah pa se učenci srečujejo s podjetništvom izključno prostovoljno preko tako imenovanega podjetniškega ali UPI krožka. Le-ta pa ni ponujen v vseh osnovnih šolah po Sloveniji, ampak le v določenih, kar je slabost.

V tabeli 12 prikazujemo podjetniško izobraževanje v šolskem sistemu v Sloveniji po izvajalcih in aktivnostih.

Tabela 12: Podjetniško izobraževanje v šolskem sistemu v Sloveniji po izvajalcih

| IZVAJALCI | AKTIVNOSTI |
|--|--|
| VRTCI | Spodbujanje ustvarjalnosti, razvijanje nekaterih podjetnih lastnosti, kot npr. (samozavest, vztrajnost, komunikativnost). |
| OSNOVNE ŠOLE (Skupno 31 osnovnih šol po Sloveniji je v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 ponujalo interesno dejavnost UPI krožek in skupno 23 osnovnih šol podjetniški krožek, ki se je odvijal v sodelovanju z Razvojno agencijo Zgornje Gorenjske, Agencijo SORA in Podjetniškim centrom Slovenj Gradec). Učenci v okviru krožka izdelajo poslovni načrt, katerega lahko prijavijo na tekmovanje za naj mini poslovni načrt. | Podjetniško Izobraževanje je ponujeno v obliki podjetniškega ali UPI krožka in delavnic, ki temeljijo na spodbujanju ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativosti učencev. |
| SREDNJE ŠOLE | Projekti in tekmovanja. Podjetniški projekti, priprava poslovnih načrtov. Raziskovalne naloge na podjetniško temo. Tekmovanja srednješolcev na temo podjetništvo : – "Mladi podjetnik", predstavitev poslovnih načrtov, – tekmovanje iz predmeta ekonomija, – tekmovanja iz Gospodarskega poslovanja in računovodstva. Srečanje srednješolcev s predstavitvami poslovnih načrtov. Podjetniški forum. Podjetniški krožki za srednješolce. Ustvarjalnik – mladinski podjetniški inkubator. |
| Ekonomska gimnazija | Strokovni predmeti: Ekonomija, Ekonomska zgodovina, Ekonomska geografija, Podjetništvo (315 ur), Poslovna informatika. |
| Srednja ekonomska šola | Strokovni ekonomski in podjetniški predmeti in moduli: (Poslovanje podjetij, Poslovni projekti, Ekonomika poslovanja, Sodobno gospodarstvo, Finančno in Bančno poslovanje), učno podjetje, udeležba učencev na sejnih gospodarstva in podjetništva (Gospodarsko razstavišče Ljubljana). |

| | |
|--|---|
| Ostale poklicne in strokovne srednje šole | Strokovni in izbirni predmeti: (Ekonomija, Ekonomika podjetja, Management podjetja, Poslovno komuniciranje, Poslovna informatika). |
| VIŠJE, VISOKE ŠOLE IN FAKULTETE 1. 2. in 3. stopnja | Ekonomski fakulteta LJ, Ekonomsko-poslovna fakulteta MB, GEA College, smer podjetništvo in inovativnost, predmeti podjetništva. Specialistični, magistrski in doktorski program podjetništva. |

Delno povzeto po: Bela knjiga o vzgoji in izobraževanju RS 2011, delno po Žnidaršič 2003, 42, informacije dostopne na internetnih straneh 2013

Podjetniško izobraževanje v Sloveniji je potekalo stopenjsko.

1. stopnja: *GEA College* nastane februarja 1990 kot Podjetniško-izobraževalni center GEA College d.o.o., ki ga ustanovi 43 družbenikov na pobudo skupine podjetnikov in profesorjev Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani. Namen ustanovitve je bil razvijanje in širjenje podjetniškega izobraževanja in usposabljanja na področju Slovenije. Kakovostna ponudba izobraževanj GEA Collegea sledi sodobnim evropskim standardom in globalnim trendom vse od ustanovitve. Danes GEA College ni zgolj izobraževalna ustanova, temveč je sodoben center mednarodnega povezovanja najrazličnejših poslovnih dogodkov in projektov. Poslanstvo sistema GEA College je spodbujanje podjetništva, razvijanje inovativnih idej ter širjenje podjetniškega znanja in zavesti o tem, da je podjetništvo gonilna sila razvoja gospodarstva, odpiranja novih delovnih mest in vodnik na poti k družbi odličnosti, inovativnosti in znanja (prav tam).

2. stopnja: *Podjetniško izobraževanje na višjih, visokih šolah in fakultetah;* fakultete so se ob siceršnjem temeljitem preoblikovanju študijskega programa z uvedbo formalnega podjetniškega izobraževanja odzvale na razvojne procese v slovenskem gospodarstvu, ki so se odražali (Žnidaršič 2003, 43):

- v spremembi gospodarske ureditve, ki je vključevala hitre lastniške spremembe ter spremembo velikostne strukture gospodarskih celic, zaradi česar je nastajalo veliko število novih gospodarskih subjektov, ki so potrebovali številne strokovno usposobljene nosilce odločitev,
- v spremembi gospodarske strukture z bistveno večjim deležem storitev ter z usmeritvijo v odprto gospodarstvo, ki bi uveljavljalo tehnološko zahtevnejše izdelke in storitve za trge razvitih držav, kar je zahtevalo dodatne strokovnjake za posamezne poslovne stroke,
- v vse večjem deležu srednješolske generacije, ki se je želela usposobiti za visoko strokovna znanja s področij podjetništva in managementa.

S podjetniškim izobraževanjem so na Ekonomski fakulteti v Ljubljani pričeli leta 1993, na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru pa leta 1994.

Tudi mnogo drugih fakultet ponuja svojim študentom vsaj en predmet s področja podjetništva na dodiplomskem in podiplomskem študiju, nekaj pa se jih bolj ali manj osredotoča na podjetništvo. Čeprav se predmeti o podjetništvu na različnih univerzah razlikujejo, je med

njimi veliko skupnega, še zlasti pri uvajanju v to študijsko področje. Nameni predmetov so usmerjeni k soočenju teorije in prakse podjetništva, pridobivanju temeljnega znanja o podjetništvu, razumevanje podjetniškega procesa, pridobivanju sposobnosti (ustvarjalnega dela, analiziranja in iskanja sinteznih rešitev, učenja, apliciranja znanja v praksi, uporabe kvalitativnega in kvantitativnega presojanja, dela v interdisciplinarnem timu), zmožnosti uporabe analitičnih konceptov in orodij, spoštovanje raznolikosti in multikulturalnosti. Na ravni visokih šol je v Sloveniji poseben problem uvajanja podjetništva na tehniških in naravoslovnih fakultetah. Najnovejša dejstva, ki prihajajo iz uspešnih podjetij in univerz, kažejo, da je resničen izvor moči današnjih gospodarstev kombinacija tehničnih znanj s podjetniškim načinom ravnanja. Raziskava med menedžerji najbolj uspešnih podjetij je pokazala, da po njihovih izkušnjah najbolj uspešni inženirji niso samo dobro tehnično izobraženi, ampak imajo tudi podjetniška znanja (Arora in Faraone v Glas et al., 2006, 43). V ZDA so že pred časom spoznali, da je nujno uvajanje podjetniških vsebin na tehnične visokošolske institucije, in da programi podjetništva niso več izolirani znotraj poslovnih šol. Podatek iz ZDA kaže, da več kot 90 % uspešnih tehnoloških podjetnikov prihaja prav s tehničnih univerz (prav tam, 43).

3. stopnja: Uvedba podjetniškega izobraževanja na srednjih šolah; tudi na srednjih šolah so na voljo dopolnilne dejavnosti, kot je oblika seminarja »Učimo se podjetništva« in projekt »Učne firme« (Glas et al., 2006, 25). V ta namen so tudi usposobili skupine učiteljev podjetništva za nove didaktične pristope (prav tam). Zavod za podjetniško izobraževanje mladih je ponudil v srednjih šolah program imenovan Junior Achievement. Omenjeni program mladim pomaga ceniti in bolje razumeti podjetništvo in njegovo vlogo za gospodarstvo in družbeni razvoj (Kaučič et al., 2005, 32). Cilj programa je dopolniti znanje srednješolcev o podjetniškem in gospodarskem delovanju, da bi le-ti bolj razumeli ureditev in vodenje poslovanja. Seznanijo se s prednostmi sistema svobodnega podjetništva, naučijo se kritičnega razmišljanja in izražanja, in se seznanijo z zaposlitvenimi možnostmi. Program gradi pozitiven odnos med mladimi in poslovnim svetom (Lamovšek-Golob 2005, 24). Z raziskavami so ugotovili, da v zahodnih evropskih državah tretjina srednješolcev, ki so se udeležili programa Junior Achievement, kasneje ustanovi svoje podjetje (Kaučič et al., 2005, 32). Poleg programa Junior Achievement je srednješolcem ponujena tudi podjetniška delavnica "Mala šola podjetništva". Udeleženci delavnice ustanovijo lastno (navidezno) podjetje s kadrovskim, finančnim, tržnim in tehnološkim oddelkom ter upravo. Izberejo direktorje oddelkov, generalnega direktorja in predsednika nadzornega sveta. S tržno raziskavo se odločijo za storitev, ki jo bodo ponudili prihodnjim uporabnikom. Pri tem jim pomagajo mentorji in predavatelji z izkušnjami. Osvojijo tudi znanja o ureditvi podjetja, izdelavi poslovnega načrta ter upravljanju in vodenju podjetja. Z delavnico spodbujajo ustvarjalnost in timsko sodelovanje (Basle 2005, 28). V Sloveniji je poznano tudi vseslovensko nagradno tekmovanje za najbolj inovativne podjetniške projekte mladih, ki so ga pripravili na Inštitutu za inovativnost in tehnologijo v sodelovanju s Tovarno podjetij iz Maribora. Namen projekta je spodbujanje in prepoznavanje ustvarjalnih, inovativnih in podjetnih slovenskih osnovnošolcev, dijakov in njihovih mentorjev. Ključna komponenta Javne agencije Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI), je spodbujanje razvoja podjetniških aktivnosti. V okviru teh aktivnosti se izvajajo tudi aktivnosti za razvoj podjetnosti in inovativnosti mladih, uvajanje podjetništva na vseh ravneh formalnega izobraževanja, ki zajemajo podjetniška tekmovanja, podjetniške forume, podjetniško usposabljanje učiteljev, aktivnosti za pripravo in

stopenjsko vpeljavo predmetnikov na področju podjetništva ter ostale podporne aktivnosti pri razvoju podjetniške aktivnosti med mladimi. Na voljo je tudi koncept inkubatorja, imenovan Ustvarjalnik. Ta je namenjen srednješolcem, ki imajo podjetniško idejo in jo želijo uredničiti, pri tem pa potrebujejo pomoč in spodbudo. Pogled na programe poklicnega in srednjega strokovnega ter tehničnega izobraževanja prikazuje, da je malo programov, ki bi vključevali redni ali izbirni predmet "Podjetništvo". Na primer, gimnazije predmeta podjetništvo nimajo v učnem načrtu – razen v ekonomski gimnaziji. Te imajo omenjeni predmet v učnem načrtu, in sicer v 2. 3. In 4. letniku, a ga ni mogoče izbrati na maturi (Trampuš 2010, 52). Tudi ostali programi v večini žal nimajo predmeta Podjetništvo, čeprav bi bila uvedba smiselna. V nižjem poklicnem izobraževanju programi Čistilec objektov, Obdelovalec lesa, Pomočnik steklarja nimajo v učnem načrtu niti ene ure podjetništva. Učni načrt srednjega poklicnega izobraževanja kleparja oziroma krovca, šivilje, cvetličarja, kmetijskega mehanika prav tako ne predvideva samostojnega predmeta Podjetništvo. Pojavijo pa se predmeti, ki vsebujejo del znanj iz trženja, ki jih ponujajo v okviru podjetniških vsebin (Trampuš 2010, 53). Srednje strokovno izobraževanje za ekonomskega tehnika, gozdarskega tehnika, gostinskega tehnika v predmetniku nima podjetništva, ima pa predmete, ki vsebujejo del podjetniških znanj. Še vedno pa manjkajo tiste vsebine, ki odlikujejo podjetnika – ustvarjalno razmišljanje, prepoznavanje priložnosti, oblikovanje zamisli, spoznavanje pomena in metod tržne raziskave in analize, pomen izdelave poslovnega načrta, oblikovanje upravljaljskega tima, spopadanje z resničnimi težavami in mogočimi rešitvami, spoznavanje podpornega okolja (prav tam).

4. stopnja: Visoka šola za podjetništvo; leta 1996 je GEA College ustanovil Visoko strokovno šolo za podjetništvo (GEA College of Entrepreneurship), ki je bila prva tovrstna neprofitna privatna visoka šola v Sloveniji. Ta program je generiral potrebo po ustanovitvi višješolskega centra, kot tudi podiplomskega specialističnega študija podjetništva (podatki GEA-College 2013). Specializirana Visoka šola za podjetništvo je bila tudi prva poslovna šola v srednji in vzhodni Evropi, ki je bila v celoti usmerjena v izobraževanje podjetnikov (Kavčič et al., 2005, 31). V letu 1998 je GEA College odprl še Poslovno-izobraževalni center, kjer potekajo izobraževalni seminarji s področja ustanavljanja in vodenja podjetij – od marketinga in prodaje, poslovnega komuniciranja, profesionalnega vodenja, podjetništva, prodaje, do ekonomike in financ (podatki GEA-College 2013). V letu 2004 pa je na Fakulteti za podjetništvo začel delovati tudi prvi oddelek mednarodnega študija podjetništva v Sloveniji. Decembra 2009 je GEA College - Visoka šola za podjetništvo s sklepom Senata za akreditacijo pri Svetu RS za visoko šolstvo dobila pozitivno mnenje za preoblikovanje visokošolskega zavoda GEA College - Visoka šola za podjetništvo v GEA College - Fakulteto za podjetništvo (prav tam). Največji uspeh sistema GEA College so zadovoljni uporabniki: tečajniki in študentje. Uporabniki storitev GEA College so najrazličnejših profilov, različni so tudi njihovi razlogi za študij oz. izobraževanje v okviru izobraževalnih programov sistema GEA College: srednješolci – pridobitev višje ali visokošolske izobrazbe, brezposelni – pridobitev izobrazbe ali potrebnih znanj zaradi lažjih zaposlitvenih možnosti, zaposleni – pridobitev višje stopnje izobrazbe ali novih znanj zaradi napredovanja ali lažje možnosti zamenjave delovnega mesta (podatki GEA-College 2013). GEA College ponuja študijski program 1. stopnje z usmeritvami Podjetništvo, Podjetništvo v angleškem jeziku, Podjetništvo v turizmu in Premoženjsko svetovanje in študijski program 2. stopnje z usmeritvami Podjetništvo, Podjetništvo v turizmu in MBA študij iz socialnega podjetništva. GEA College

ne ponuja doktorskega programa iz področja podjetništva, medtem ko Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor že vrsto let ponuja doktorski študijski program, tudi v mednarodnih razsežnostih. Na Ekonomsko-poslovni fakulteti Maribor ponujajo na prvi stopnji Bolonjskega študijskega programa smer Podjetništvo, na drugi stopnji smer Podjetništvo in inoviranje, na tretji stopnji študent lahko pripravi doktorsko disertacijo na področju Podjetništva. Na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru je študentom ponujena tudi možnost izbire študija v tujini. S projektom ICES⁷ so oblikovali doktorski študijski program podjetništva, v katerem lahko študentje posameznih partnerjev v projektu del svojih študijskih obveznosti opravijo na eni izmed partnerskih univerz (J. Strossmayer Univerza v Osijeku – Hrvaška; Turku School of Economics, Finska; University of Durham - Velika Britanija; University of Klagenfurt – Avstrija) Na Ekonomski fakulteti Ljubljana ponujajo na 1. in 2. stopnji smer Podjetništvo. Poleg tega izvajajo program Master in Entrepreneurship v Prištini, Kosovo.

5. stopnja: Ustanavljanje podjetniških centrov na fakultetah; ti postajajo oblika razvijanja promocije podjetništva, raziskovanja, strokovnega svetovanja in strokovnega izobraževanja na področju malega gospodarstva (podjetništva). Podjetniški centri sodelujejo na omenjenem področju z domačimi in tujimi strokovnimi organizacijami. Omenimo lahko:

-Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij – IPMMP na Ekonomsko – poslovni fakulteti v Mariboru.

-Center za razvoj podjetništva na Ekonomski fakulteti v Ljubljani.

-Center za interdisciplinarne in multidisciplinarne raziskave in študije Univerze v Mariboru.

-Center za študentsko podjetništvo, inovativnost in kreativnost (ŠPIK), ki deluje na Ekonomski fakulteti v Ljubljani pod mentorstvom katedre za podjetništvo in povezuje univerzo in gospodarstvo.

- Društvo Student Project Group je skupina absolventov trženja na Ekonomski fakulteti in na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani, katere osnovno poslanstvo je prenos teoretičnega znanja v prakso in širjenje ideje podjetništva v Sloveniji.

- SIFE je mednarodna nepridobitna organizacija, ki združuje študente z več kot 1800 univerz iz 46 držav po vsem svetu, in uspešno vključuje ter povezuje skupine študentov v prostovoljnih aktivnostih priprave in izvedbe projektov v lokalnih skupnostih (Kaučič 2005b).

- Združenje Management Group, ki deluje v okviru Ekonomske fakultete je neodvisna in neprofitna študentska organizacija, ki na Ekonomski fakulteti v Ljubljani deluje že od leta 1995. Združuje študente in diplomante iz različnih področij, ki si poleg teoretičnega znanja, pridobljenega na fakulteti, poskušajo v času študija pridobiti še praktičen vpogled na področje organizacije in vodenja projektov.

6. stopnja: Uvajanje inovacijsko - podjetniškega izobraževanja v osnovne šole; najbolj razširjen program spodbujanja podjetnosti med osnovnošolci je podjetniški krožek, katerega namen je učence na zanimiv način in skozi igro, seznaniti s podjetniškimi pojmi, in s tem vplivati na oblikovanje pozitivnih stališč učencev do podjetništva, podjetnosti in podjetnikov.

⁷ ICES - International centre for entrepreneurial studies

V nadaljevanju predstavljamo, kako se je podjetniški krožek razvijal skozi čas.

6.1 Razvoj podjetniškega krožka namenjenega osnovnošolcem

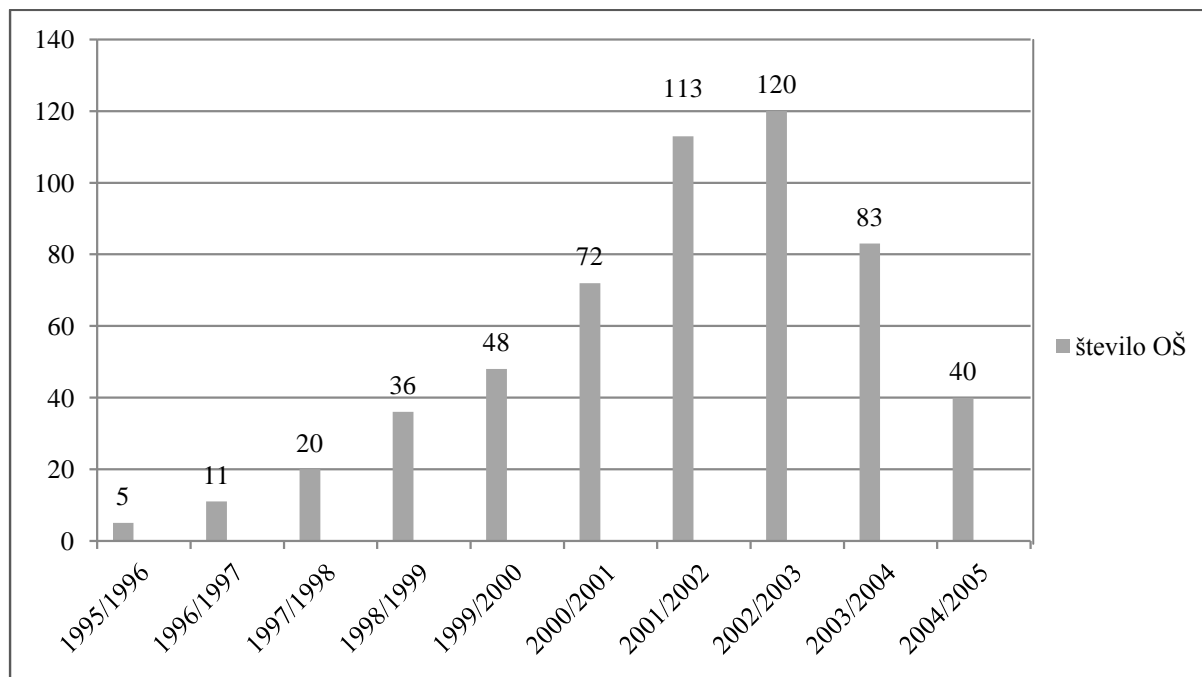
V podjetju "SUN" d.o.o. iz Gornje Radgone so leta 1994 pripravili program, ki je v osnovno šolo pripeljal prve informacije o podjetništvu. S programom so želeli sistematično vplivati na izboljšanje negativnega ozračja, ki je v tistem času vladalo predvsem na manj razvitih področjih Slovenije. Pri pripravi programa so sodelovali z osmošolci sedmih prekmurskih osnovnih šol. Program krožka je bil zasnovan s pomočjo priročnika Enterprise, ki so ga pripravili na Durham University Business School iz Velike Britanije. Tako je nastal podjetniški krožek za osnovnošolce. Krožek je bil namenjen učencem sedmih in osmih razredov ter kasneje tretji triadi. Priročnik za mentorje, ki so krožek vodili in učence, ki so ga obiskovali, je nastal ob podpori Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve v okviru programa "Razvoj strokovne literature za izvajanje podjetniških krožkov v osnovnih šolah". Program je bil prvič praktično preizkušen v šolskem letu 1994/1995 v OŠ Gornja Radgona. Učenci so pripravili poslovni načrt, in ga ob koncu krožka tudi predstavili (Interno gradivo podjetja "SUN" d.o.o.). V naslednjih šolskih letih so izvajanje programa ponudili tudi ostalim osnovnim šolam (Tabela 13).

Tabela 13: Število osnovnih šol, ki so ponujale podjetniške krožke za učence po šolskih letih

| Število osnovnih šol | Leto |
|----------------------|-----------|
| 5 | 1995/1996 |
| 11 | 1996/1997 |
| 20 | 1997/1998 |
| 36 | 1998/1999 |
| 48 | 1999/2000 |
| 72 | 2000/2001 |
| 113 | 2001/2002 |
| 120 | 2002/2003 |
| 83 | 2003/2004 |
| 40 | 2004/2005 |

Vir: Interno gradivo podjetja "SUN" d.o.o.

Slika 14: Število osnovnih šol, ki so ponujale podjetniške krožke za učence po šolskih letih



Vir: Interno gradivo podjetja "SUN" d.o.o.

Po hitri rasti števila sodelujočih šol, organiziranih forumov in velikem zanimanju politike za podjetniške krožke vse do leta 2002/2003, je bilo v projekt vključenih največje število osnovnih šol in s tem največje število učencev. V šolskem letu 2003/2004 je bilo v podjetniški krožek vključenih le 83 osnovnih šol in v šolskem letu 2004/2005 le 40 osnovnih šol. Število šol in izvedenih izvedb podjetniškega krožka je v tem šolskem letu naglo padlo. Glavna razloga za takšen padec sta dva. Prvi razlog lahko najdemo v finančnih sredstvih. Ministrstvo za šolstvo in šport ni želelo več sofinancirati projekta v tako veliki meri kot leta poprej. Tako so se morali v podjetju "SUN" d.o.o. individualno dogovarjati z vodstvom posamezne osnovne šole za izvedbo in financiranje krožka. Mnogo ravnateljev in učiteljev zadolženih za interesne dejavnosti je sodelovanje zavrnilo, saj jim je bila vrednost, ki bi jo morali plačati v primeru izvajanja dejavnosti, previsoka. Tako so raje opustili krožek, čeprav se je le-ta, na podlagi rezultatov preteklih šolskih let, dobro uveljavil med učenci. Drugi razlog je ta, da so podizvajalci, ki so sodelovali s podjetjem "SUN" d.o.o. pri izvajanju podjetniškega krožka, pričeli samostojno izvajati podjetniški krožek. Tako so nadaljevali s podjetniškimi krožki na osnovnih šolah kot samostojni izvajalci in ne več v sodelovanju s podjetjem "SUN". Vendar se je pokazalo, da so tudi ti izvajalci sčasoma prenehali izvajati podjetniški krožek zaradi finančnih problemov, ki so se pojavili (interno gradivo podjetja "SUN" d.o.o.). Tudi izvedenci raziskave GEM (v Glas 2003) za Slovenijo so videli pri uvedbi podjetniških krožkov na osnovnih šolah pomanjkljivost v zagotavljanju sredstev, vsebinah drugih predmetov in v premajhnem številu šol, ki so v podjetniške projekte vključene. Sicer pa je program, ki ga je pripravilo in vodilo podjetje "SUN" d.o.o., predstavljen kot takratni najboljši primer spodbujanja podjetnosti med osnovnošolci v Sloveniji.

Poleg podjetja "SUN" d.o.o., so izvajalci, ki so in še vedno ponujajo podjetniški krožek za osnovnošolce Razvojna agencija Zgornje Gorenjske, Razvojna agencija Sora iz Škofje Loke, Podjetniški center Slovenj Gradec in posamezniki kot fizične osebe, ki se individualno dogovorijo za vodenje krožka.

Razvojna agencija Zgornje Gorenjske koordinira projekt podjetniških krožkov na osnovnih šolah Zgornje Gorenjske od šolskega leta 2004/2005. Do šolskega leta 2009/2010 so podjetniške krožke izvajali na 8 osnovnih šolah, v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 pa so bili v podjetniški krožek vključeni učenci 9 osnovnih šol (Interni podatki Razvojne agencije Zgornje Gorenjske).

Razvojna agencija Sora iz Škofje Loke ima pripravljen program, ki ga je pripravila v sodelovanju s podjetjem "SUN" d.o.o., za izvajanje podjetniškega krožka za osnovnošolce. V Razvojni agenciji Sora so se povezali z občinami Gorenja vas - Poljane, Škofja Loka, OŠ Gorenja Vas Železniki in Žiri. Le-te občine Razvojno agencijo Sora finančno podpirajo pri izvedbi projekta. V šolskem letu 2010/2011, 2011/2012 je bil krožek ponujen v 4 osnovnih šolah (Interni podatki agencije SORA).

V Podjetniškem centru Slovenj Gradec so pričeli podjetniške krožke za osnovnošolce izvajati v šolskem letu 2001/2002 z eno osnovno šolo. V šolskem letu 2005/2006 so program podjetniški krožki za osnovnošolce razširili in dopolnili. Tako je nastal novi program imenovan "Podjetniška šola za mlade". Z izpopolnjenim projektom so želeli v Podjetniškem centru Slovenj Gradec vzpostaviti sodelovanje med šolami, zasebnimi podjetji, lokalnimi skupnostmi in razvojnimi organizacijami ter sistematično pristopiti k širjenju podjetniške kulture, spoznavanju podjetniških veščin in spretnosti med mladimi na območju Koroške. Učenci skozi igro, postavljanje vprašanj in spoznavanje pojmov spoznavajo podjetništvo, prilagojeno njihovi starosti. Učenci obiščejo uspešne podjetnike v okviru regije in ob pomoči mentorja in šole realizirajo svojo podjetniško zamisel. Vse do leta 2011/2012 so izvajali podjetniške krožke na 2 do 5 osnovnih šolah letno (Interni podatki Podjetniškega centra Slovenj Gradec).

Leta 2009 se je področje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev intenziviralo. Na Javni agenciji za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI) Slovenija so leta 2009 pripravili podroben načrt, kako vpeljati podjetniške aktivnosti in podjetno razmišljanje v osnovnošolski sistem.

Predlog zasnove uvajanja podjetniških aktivnosti v osnovnošolski sistem so pripravili na JAPTI-ju v sodelovanju s strokovnjaki iz področja inovacijsko-podjetniško izobraževanje mladih (Interni gradivo JAPTI). V večjem obsegu nabora različnih aktivnosti se podjetniške aktivnosti in podjetno razmišljanje uveljavi v tretji triadi (7-9 razred), ko so učenci bolj zreli in lažje presojujejo različne vidike vrste dejavnosti v svojem okolju. V predlogu, ki so ga pripravili, so opredeljeni cilji spodbujanja podjetniških aktivnosti in podjetnega razmišljanja osnovnošolcev, učne metode, potrebni resursi in potreben prostor za izvedbo (povzeto po JAPTI- predlog zasnove uvajanja podjetniških aktivnosti v osnovnošolski sistem 2009).

S strani takratnega Ministrstva za šolstvo in šport so ocenili, da bi bilo potrebno predlagani načrt dopolniti, saj so bile prepoznane določene pomanjkljivosti, ki so jih morali na JAPTI-ju odpraviti. Iz tega razloga je JAPTI v začetku leta 2010 izvedla javno naročilo za izvajanje "Celovitega programa spodbujanja ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti osnovnošolcev za obdobje šolskih let 2010/2011 in 2011/2012 in s tem dopolnila načrt ter nadaljevala dolgoletno izročilo podpiranja aktivnosti za uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovnošolski sistem. Pri izvajanju in vodenju programa je JAPTI sodelovala tudi z Ministrstvom za gospodarstvo in z Ministrstvom za šolstvo in šport, saj je ostal poglavitni cilj programa vnesti inovacijsko-podjetniško izobraževanje v osnovnošolski sistem. JAPTI je pospešeno pričela s pripravo novega programa. Za izvajalca programa so določili Obrtno-podjetniško zbornico Slovenije. Le-ta pa je k sodelovanju pozvala Inštitut za inovativnost in tehnologijo, Zavod RS za šolstvo, Center RS za poklicno izobraževanje, podjetje "SUN" d.o.o. in Inštitut Jožef Stefan Ljubljana. Omenjene je Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije k sodelovanju pozvala z željo, da bi skupaj razširili in dopolnili program podjetniških krožkov. Program so razširili na tri področja, in sicer ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost, prav tako so program razširili na vse razrede osnovne šole. Ker je velika pozornost usmerjena spodbujanju ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti učencev, so se na Obrtno-podjetniški zbornici Slovenije odločili, da se bo krožek enostavno imenoval "krožek UPI" (ustvarjalnost, podjetnost, inovativnost).

Skupaj so pripravili program in učno gradivo za učence prve, druge in tretje triade. Podjetje "SUN" d.o.o. je veliko pripomoglo pri učni literaturi za tretjo triado, saj so izhajali iz programa podjetniških krožkov, ki so ga že imeli pripravljenega, in so ga v preteklosti izvajali. Prav tako so sodelovali pri pripravi programa in učnega gradiva za prvo in drugo triado.

Temeljno izhodišče programa inovacijsko-podjetniškega izobraževanja je, da ves vzgojno-izobraževalni proces v osnovnih šolah spodbuja razvoj kompetence ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti, ki se kaže skozi vedenje učencev, kot ustvarjalnih in podjetnih oseb, ki bodo znale iskati in prepoznati priložnost, ustvarjalno reševati probleme in konflikte, odgovorno sprejemati tveganje, odločitve, se odzvati in dajati pobude ter se prilagajati okoliščinam. Program izobraževanja spodbuja pozitiven odnos do ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti z namenom, da bodo učenci razvijali podjetne zmožnosti, eksperimentirali z različnimi podjetniškimi projekti, sami izbirali in sprejemali odločitve ter tako razvijali spretnosti, ki bodo pomagale razviti učenca kot posameznika in kot člana družbe, ter ga pripravile na priložnosti in odgovornosti (Likar et al., 2010, 4). Splošne kompetence prvenstveno razvijajo v posameznih triadah in znotraj posameznih nalog (divergentno razmišljanje, komunikacijske sposobnosti), pomembnejše specifične kompetence v več triadah oziroma z nekaterimi nalogami (na primer obvladovanje ustvarjalnega mišljenja). Koncept dela je tak, da bodo učenci znanja, veščine in osebnostne lastnosti morali povezovati ter jih na funkcionalen način tudi uporabiti, še posebej zato, ker so učenci postavljeni v konkretne življenjske situacije, ki tak pristop nujno zahtevajo (prav tam, 6).

V *prvi triadi* je v ospredju krepitev ustvarjalnosti. Učence na igriv način seznanjajo s pomenom ustvarjalnosti. Znanja in veščine podajajo učencem skozi igro na zabaven, a konkreten način. Učenci spoznajo pomen zaznavanja problemov in iščejo nove izzive

(konkretne rešitve). Le-te so povezane z aktivnostmi in izboljšavami doma, v šoli, razredu ali lokalnem okolju. Raven izobraževanja za prvo triado je prilagojena tako, da v veliki meri poteka skozi verbalno komunikacijo, risanje, predstavitev lastnih stališč, pogovorov in diskusij. Učenci pridobijo znanja iz področja iskanja priložnosti in osnove njihovega ocenjevanja. Krepijo komunikacijske sposobnosti in sposobnosti dela v skupinah. Pomembna bo sposobnost drugačnega, divergentnega razmišljanja, ki presega standardne okvire kurikula. V tem kontekstu so vključene tehnike, ki k temu pripomorejo: igre vlog, spodbujanje domišljije in fantazije, naloge spreminjanja vsebin. Učencem je posredovano sporočilo, da ideja ni dovolj, ampak jo je potrebno pripeljati do končne uresničitve (prav tam, 6).

V *drugi triadi* učence poleg ustvarjalnosti seznanjajo tudi s pomenom inovativnosti. To prinaša vsebine, kot je na primer razvijanje ustvarjalnega opazovanja in krepitev vztrajnosti ter divergentnega razmišljanja, kar je osnova za »razbijanje« klasičnih miselnih vzorcev in ustvarjanje novih ustvarjalnih načinov razmišljanja in dela. Med tehnikami so v ospredju tiste, ki spodbujajo zaznavanje problemov oziroma priložnosti ter tehnike za kreiranje in izbor idej. Za uresničitev sta nujna tudi razvijanje skupinskega sodelovanja in krepitev komunikacijskih sposobnosti v tesni povezavi z zagovarjanjem lastnih stališč (prav tam, 7).

V *zadnji triadi*, ki temelji na ustvarjalnosti, inovativnosti in inovacijsko-podjetniškem izobraževanju, učence spodbujajo k ustvarjalnosti, podjetnosti in obvladovanju inovacijskega procesa. Učenci spoznajo osnovne pojme, kot so podjetništvo, poslovna priložnost, podjetniška ideja, podjetnik, podjetniško načrtovanje, razvijajo ideje, mentorji jih vodimo v enostavne projekte. Učenci pridobijo dodatno znanje za krepitev komunikacijskih sposobnosti in zagovarjanje lastnih stališč. Poudarek je na podjetniški realizaciji. Tako učenci skozi samostojno delo spoznajo faze poslovnega načrta, ki ga tudi izdelajo. Spodbujanje podjetnega razmišljanja in podjetnosti v širšem pomenu pomeni naučiti učence reševati probleme, razvijati njihove ustvarjalne sposobnosti, domišljijo, pogajalske sposobnosti in komunikacijske veščine, jih spodbujati k obvladovanju inovacijskega procesa in inovativnosti, ter spodbujati razvoj osebnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne. Navdihuje dejstvo, da lahko pri posamezniku z vajami, izobraževanjem in usposabljanjem, večino lastnosti, ki jim pravimo podjetne, razvijemo in izboljšamo. Mentorji si prizadevajo spodbujati podjetne lastnosti, kot so: samozavest, pogum, predanost in zavezanost svoji odločitvi, odločnost, delavnost, vztrajnost, optimizem, potreba po dosežkih, komunikativnost, vizionarstvo (vizija in sanje) (prav tam, 7).

Tretja triada je tista, ki nas najbolj zanima s stališča raziskovalnega dela, ki ga predstavljamo v drugem, aplikativnem delu doktorske disertacije.

Vsebina UPI krožka, za učence tretje triade, je razdeljena v štiri sklope (Likar et al., 2010):

sklop A: Postavljanje vprašanj in skupinsko delo,

sklop B: Iskanje idej,

sklop C: Poslovno načrtovanje in

sklop D: Mini poslovni načrt.

Sklop A je namenjen predvsem ustvarjanju ozračja medsebojnega zaupanja v skupini z različnimi oblikami skupinskega dela, ki je potrebno za podjetniško delovanje pri skupinskem projektu. Celotno delo v tem sklopu je namenjeno učenju preko različnih iger. Učenci, ki so se odločili za krožek, se na začetku krožka med seboj spoznajo. To storijo z igro "Spoznavanje udeležencev". Nato sledijo igre s pomočjo katerih učenci urijo svojo samopodobo, komunikacijo, skupinsko sodelovanje in pogajalske spretnosti. Učenci skozi igro spoznajo tudi pomen, prednosti in slabosti tveganja, uporabijo različne tehnike reševanja problemov ter spoznajo tehniko za razvijanje ustvarjalnega mišljenja, skupinskega sodelovanja in povezovanja možgansko nevihto. Nato nadaljujejo s sklopom B, "Iskanje idej", kjer učenci spoznajo razliko med idejo, poslovno idejo in poslovno priložnostjo. Praktično uporabijo različne tehnike iskanja idej in poiščejo čim več idej. Mentor jih spodbuja naj pri iskanju idej gledajo široko in razmišljajo divje. Vse ideje zapišejo na list, jih razvrstijo v skupine, in jih skupaj z mentorjem komentirajo. Nato učenci v skupinah ocenijo ideje in izberejo deset najboljših ter se tako naučijo skupinskega usklajevanja idej. Izmed desetih izberejo tudi nosilno poslovno idejo za lasten projekt. Ko učenci izberejo poslovno idejo, za katero se dogovorijo, da bi lahko bila zanje tudi priložnost, se skupina osredotoči na sklop C "Poslovno načrtovanje". Cilj tretjega sklopa je, da učenci spoznajo poenostavljene sestavine poslovnega načrta (opis proizvoda ali storitve; trg in ciljni kupci; konkurenca; način trženja izdelkov ali storitev; mesto prodaje, prostor in oprema; vodstvo podjetja in organizacija; potrebno osebje in znanja; ekonomski izračun; terminski plan). V zadnjem sklopu D učenci izdelajo mini poslovni načrt za skupno izbrano idejo. Mentor učence razdeli v skupine in jim dodeli naloge, ki jih učenci rešujejo z medsebojnim sodelovanjem. Ko vsaka skupina konča naloge, jih združijo v okvir mini poslovnega načrta. Sledijo priprave na predstavitev in ob koncu krožka predstavitev mini poslovnih načrtov.

Namen krožka za osnovnošolce tretje triade je: ustvariti pozitivno ustvarjalno razredno klimo, spodbuditi ustvarjalnost, inovativnost in drznost, učencem približati podjetništvo, oblikovati osnovno podjetniško kulturo ter jih na zanimiv način in skozi igro seznaniti s podjetniškimi pojmi. S takšno obliko dela se učence informira o podjetništvu, motivira k lastnemu delovanju pri manj zahtevnih projektih ter uči preprostega načina načrtovanja in organiziranja (projekt krožek UPI, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2010, interno gradivo podjetja "SUN" d.o.o.).

Cilji izvedbe krožka za tretjo triado so sledeči (projekt krožek UPI, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2010, interno gradivo podjetja "SUN" d.o.o.):

- spoznavanje pojma podjetništvo na zanimiv način, v osnovi povzet po modelu Durham University po priročniku Enterprise, ob uporabi lastnega delovnega zvezka,
- utrjevanje občutka potrebe po skupinskem reševanju problemov in obdelovanja posameznih enostavnih podjetniških projektov, z uporabo različnih tehnik generiranja idej in soglasja v skupini z zanimivimi oblikami iger,
- seznanitev s potrebo po načrtovanju in s temeljnimi elementi poslovnega načrta,
- izdelava »mini poslovnega načrta« s konkretnim pridobivanjem podatkov in informacij, ki so potrebne za takšen dokument,
- spoznavanje in razmejevanje posameznih področij poslovanja,
- poskus izdelave načrta organizacije, izvedbe konkretnega izbranega projekta,

- predstavitev izbranega projekta na skupnem srečanju,
 - realizacija projekta, v kolikor se za to odločita skupina in mentor.
- Ostali cilji krožka za tretjo triado so (projekt krožek UPI, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2010, interno gradivo podjetja "SUN"d.o.o.):
- vzpodbujanje učencev k skupinskem sodelovanju pri skupno izbranem projektu,
 - igranje vlog v zamišljenem podjetju,
 - spodbujanje k podjetnem ravnanju in reševanju problemov,
 - spoznavanje nekaterih temeljnih ekonomskih pojmov, koristnih za učence, ki se v srednji šoli srečajo s podjetniškim predmetom ter za tiste, ki bodo v bodočnosti potencialno zagnali svojo dejavnost,
 - prispevek k odločitvi o nadaljevanju srednješolskega izobraževanja in
 - dvigovanje samozavesti učencev, ki sodelujejo v skupinskem delu.

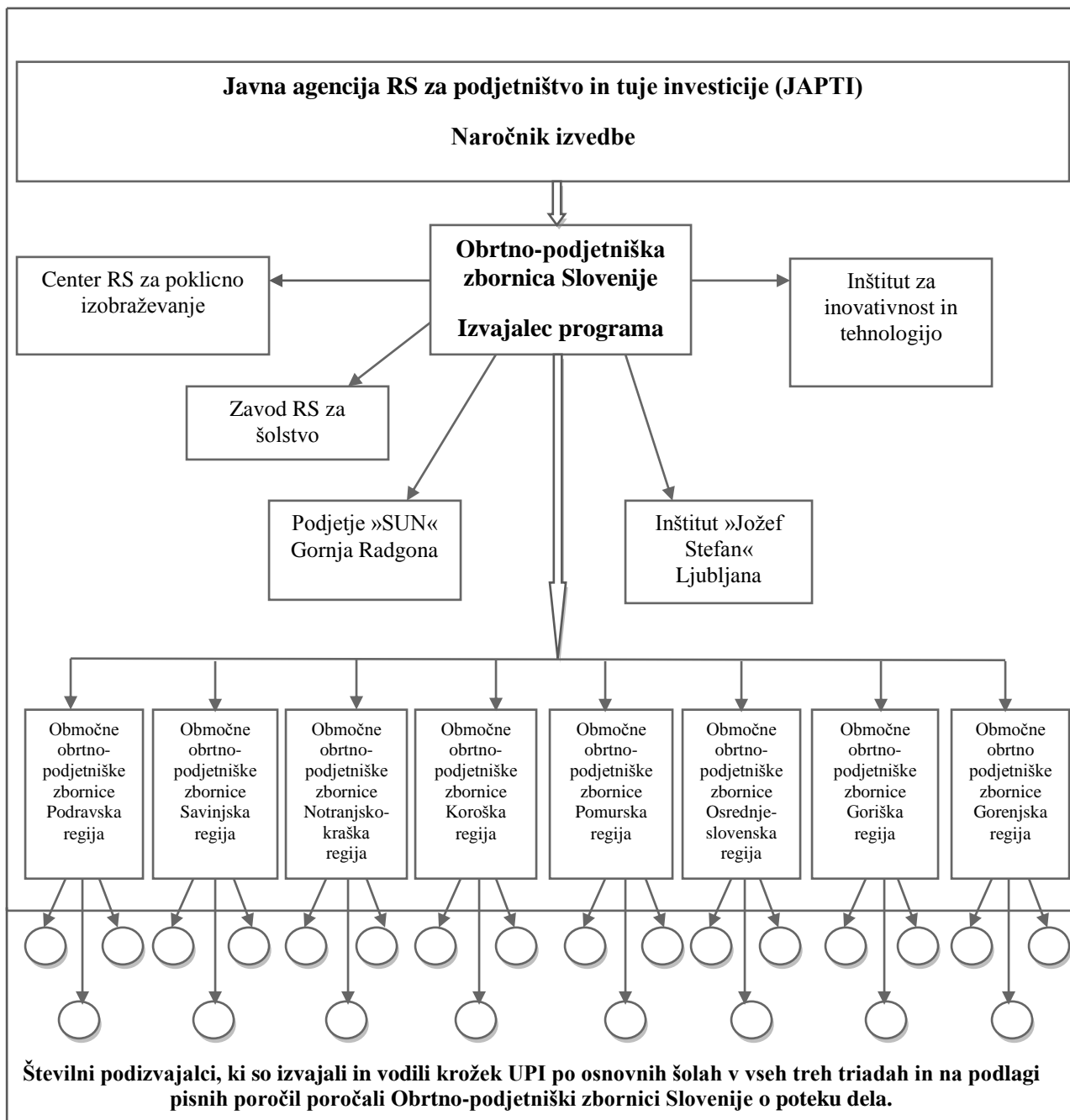
Med globalne cilje krožka sodijo (projekt krožek UPI, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2010, interno gradivo podjetja "SUN"d.o.o.):

- Program predstavlja dodatno obliko dela pri poklicnem usmerjanju, predvsem pa učencem na zanimiv način približuje posamezne elemente podjetniškega načina razmišljanja.
- Gre za obliko preventivnega delovanja na področju odpravljanja potencialne brezposelnosti.
- Izvirni program je prilagojen učencem tretje triade, zato bi bilo dobro predmetno razširjeno obliko usposabljanja ponuditi tudi generaciji otrok, ki že obiskujejo srednje šole izven občine, in takšna oblika dela bi omogočala nadaljnji stik s svojimi bivšimi kolegi.
- S krožkom UPI krepijo zaupanje učencev v lastne sposobnosti in znanje, jih seznanjajo z osnovnimi principi delovanja podjetniške družbe in z osnovnimi veščinami podjetništva, predvsem pa jim pomagajo pri spoznavanju svojih potencialov ter pri nadaljnjem načrtovanju njihovih poti. S tem spodbujajo hitrejši prenos idej na trg ter dvigujejo raven spoštovanja podjetništva in podjetnosti same.

Zgoraj predstavljen program spodbujanja ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti je bil dopolnjen v zadostnem obsegu, da so ga na Ministrstvu za Šolstvo in šport sprejeli, ter v sodelovanju z JAPTI odobrili finančna sredstva, namenjena pokritju stroškov plačil mentorjem, ki so krožek UPI vodili in potrebnega študijskega gradiva, ki so ga prejeli učenci. JAPTI je pozvala Obrtno-podjetniško zbornico k objavi razpisa, na katerega so se odzvala podjetja in posamezniki, ki so želela sodelovati kot podizvajalci projekta. Na razpis se je prijavilo mnogo podizvajalcev, ki so v svoji regiji mentorirali pri krožku UPI. Kot so nam povedali na Obrtno-podjetniški zbornici Slovenije, so za namen uspešnega izvajanja programa UPI krožek strokovno usposobili 150 mentorjev, pripravili delovne zvezke in ostalo učno gradivo.

S sliko 15 prikazujemo izvajalsko mrežo projekta UPI, v katero so vpletene tako območne Obrtno-podjetniške zbornice Slovenije, kot mnogi podizvajalci.

Slika 15: Prikaz mreže izvedbe projekta “krožek UPI”

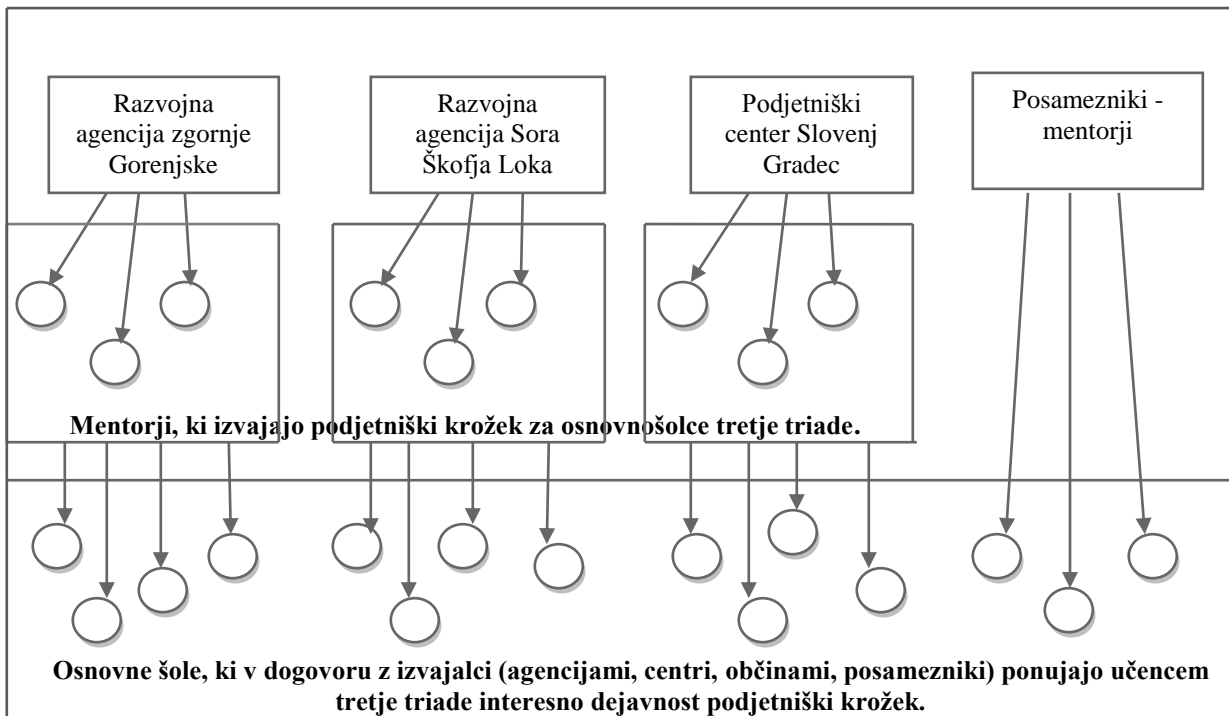


Lasten prikaz

Kot smo že omenili, je istočasno po določenih osnovnih šolah potekal podjetniški krožek, ki je v enakem vsebinskem obsegu kot krožek UPI za tretjo triado, vendar podjetniški krožek izvajajo izvajalci kot samostojni in ne kot podizvajalci v povezavi z JAPTI in Obrtno-podjetniško zbornico. Razlika je pri financiranju izvajanja podjetniških krožkov. Stroške

izvajanja krožka UPI financira JAPTI z odobrenimi finančnimi sredstvi za obdobje dveh šolskih let, in sicer 2010/2011 in 2011/2012 s strani Ministrstva za šolstvo in šport, izvedbo podjetniških krožkov samostojnih podizvajalcev financirajo občine ali šole same.

Slika 16: Prikaz mreže izvedbe podjetniškega krožka



Lasten prikaz

Program krožek UPI se je v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 izvajal v osmih regijah, v njem pa je sodelovalo 937 osnovnošolcev iz 31 različnih osnovnih šol, katerih izvedbe je financiral naročnik JAPTI. Podjetniški krožek pa se je izvajal v treh regijah. V tabeli 14 prikazujemo pregled izvedb UPI in podjetniškega krožka po posameznih regijah in število vključenih otrok v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012.

Tabela 14: Projekt krožek UPI po regijah in število vključenih otrok v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012

| REGIJA | Št. izvedb v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 | Št. vključenih otrok v projekt v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 |
|---------------------------|--|--|
| Savinjska regija | 22 | 286 |
| Osrednje slovenska regija | 11 | 134 |
| Koroška regija | 6 | 69 |
| Pomurska regija | 9 | 93 |
| Podravska regija | 9 | 125 |
| Goriška regija | 6 | 55 |
| Notranjsko-kraška regija | 6 | 75 |
| Gorenjska regija | 9 | 100 |
| SKUPAJ | 78 | 937 |

Vir: Poročilo o poteku UPI krožka 2011 in 2012, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije

Iz tabele 14 je razvidno, da je v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 krožek UPI obiskovalo 937 učencev, od tega 364 učencev iz prve triade osnovnih šol, 323 učenca iz druge triade osnovnih šol in 250 učencev iz tretje triade osnovnih šol.

V teh izvedbah so učenci skupno izdelali 76 poslovnih načrtov. V projekt so se, preko območnih podjetniško-obrtnih zbornic, aktivno vključili tudi podjetniki in obrtniki. Kot je povedala sekretarka Območne obrtno-podjetniške zbornice Bežigrad gospa Magdalena Zupanc, so se učenci spoznali z različnimi obrtni in smermi podjetništva. To so dosegli s pomočjo deležnikov-podjetnikov, obrtnikov, inovatorjev in umetnikov (Bilten MOS 2011, 5). Mladi hlepijo po znanju, imajo ideje, želijo ustvarjati,« je povedal generalni sekretar Obrtno-podjetniške zbornice Slovenija gospod Dušan Krajnik (Bilten MOS 2011, 5). S projektom UPI so zelo zadovoljni tudi na OŠ Lava Celje. Ravnateljica gospa Marijana Kolenko je poudarila veselje, da so bili med prvimi šolami, ki so pristopile k projektu. Že pred tem so izpostavljali nujno po povezovanju podjetništva in izobraževalnega sistema. Želijo si, da bi spodbujanje ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti postalo redna praksa v vseh slovenskih osnovnih šolah. Z rezultati so zadovoljni tudi na JAPTİ (prav tam). Na nekaterih področjih so rezultati celo presegle njihova pričakovanja, nam je v intervjuju, ki smo ga izvedli po telefonu, povedala gospa Dominika Sambolič iz JAPTİ. Ideja temelji predvsem na spodbujanju ustvarjalnosti, ki lahko sčasoma preraste v podjetništvo. Želijo, da učenci razmišljajo kreativno, da v prihodnosti ne bodo samo zaposleni, ampak bodo postali zaposlovalci.

Tabela 15: Podjetniški krožek za učence tretje triade po regijah in število vključenih otrok v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012

| REGIJA | Št. izvedb v šolskem letu 2010/2011 | Št. vključenih otrok v šolskem letu 2010/2011 | Št. izvedb v šolskem letu 2011/2012 | Št. vključenih otrok v šolskem letu 2011/2012 |
|---------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------------------|---|
| Gorenjska regija | 13 | 81 | 13 | 91 |
| Koroška regija | 3 | 26 | - | - |
| Osrednje slovenska regija | 1 | 5 | 2 | 10 |
| SKUPAJ | 17 | 112 | 15 | 101 |

Vir: Interni podatki Razvojne agencije Zgornje Gorenjske, Agencije SORA, Podjetniškega centra Slovenj Gradec za šolsko leto 2010/2011 in 2011/2012

V tabeli 15 prikazujemo število izvedb in število vključenih učencev tretje triade v podjetniške krožke po regijah, v tabeli 16 pa skupno število izvedb ter število vključenih učencev še za krožek UPI (primerjalno s podjetniškim krožkom).

Tabela 16: Število vključenih otrok tretje triade v podjetniški ali UPI krožek v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012

| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev | Št. Izvedb krožka UPI in podjetniškega krožka v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 | Št. vključenih otrok v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 |
|---|--|---|
| krožek UPI | 78 | 250 |
| podjetniški krožek | 32 | 213 |
| SKUPAJ | 115 | 463 |

Vir: poročilo o poteku UPI krožka 2011 in 2012, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije, Interni podatki Razvojne agencije Zgornje Gorenjske, Agencije SORA, Podjetniškega centra Slovenj Gradec za šolsko leto 2010/2011 in 2011/2012

Iz zgoraj prikazanih tabel lahko vidimo, da se je podjetniški ali UPI krožek izvajal po osnovnih šolah v različnih regijah po Sloveniji. Prav tako lahko vidimo, da je bilo v krožek v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 vključenih razmeroma veliko učencev. Potrebno pa je poudariti, da je bilo število vključenih učencev v veliki večini merjeno na začetku izvajanja krožka, in da število vključenih učencev v podjetniški ali UPI krožek ne pomeni, da je tolikšno število učencev krožek redno obiskovalo in ga tudi zaključilo. Zaradi vzrokov, kot so preobremenjenost z interesnimi dejavnostmi, prekrivanje terminov interesnih dejavnosti, izguba interesa in podobno, se nekateri učenci odločijo med samim izvajanjem krožka opustiti prisotnost pri krožku.

Za potrebe disertacije nas zanimajo učenci, ki so krožek redno obiskovali in ga tudi zaključili. Zanima nas, kaj so učenci, ki so krožek redno obiskovali in ga zaključili, pridobili ter kakšni so učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja. V raziskavi smo ugotavljali stanje na področju inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v slovenskih osnovnih šolah.

V Sloveniji še ni bila narejena obširna raziskava o učinkih inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev. Kot smo že omenili, so leta 2004 v podjetju "SUN" d.o.o. iz Gornje Radgone naredili manjšo raziskavo v Prekmurju med učenci, ki so obiskovali podjetniški krožek, vendar niso proučevali učinkov, ampak samo splošna mnenja učencev o podjetniškem krožku. Tudi nekateri ostali izvajalci podjetniških krožkov so naredili manjše raziskave med učenci, GEA College tudi med dijaki, ki so podjetniški krožek obiskovali, vendar niso vključili in merili učinkov. To je razlog, da smo se odločili narediti raziskavo in meriti učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev. Pri pregledu literature smo tudi spoznali, da je srečevanja s podjetništvom veliko več v srednjih, višjih, visokih šolah in univerzah, na osnovnošolskem nivoju pa bistveno manj. Tudi to je razlog, da smo se odločili, da empirično raziskavo izvedemo na vzorcu osnovnošolcev tretje triade.

Pri svojih prizadevanjih smo sodelovali z Obrtno-podjetniško zbornico Slovenije, z JAPTI, s Centrom za poklicno izobraževanje, Zavodom RS za šolstvo, Inštitutom za znanost in tehnologijo, kot tudi z Ministrstvom za gospodarstvo, Ministrstvom za šolstvo in šport, Razvojno agencijo SORA, Razvojno agencijo zgornje Gorenjske, Podjetniškim centrom Slovenj Gradec, podjetjem SUN iz Gornje Radgone in drugimi številnimi lokalnimi akterji, ki skrbijo za regijsko razpršenost ustvarjalnega in podjetnega razmišljanja ter podjetnosti osnovnošolcev in spodbujajo inovativnost med mladimi.

II. EMPIRIČNI DEL

7. EMPIRIČNA RAZISKAVA

7.1 Opredelitev predmeta empiričnega proučevanja in ciljev raziskave

Dosedanje raziskave inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v Sloveniji kažejo na potrebo po celovitejšem pristopu k proučevanju tega pojava. Iz pregleda področja in evidentirane problematike namreč izhaja, da so v kontekstu inovacijskega in podjetniškega izobraževanja najpogosteje obravnavani srednješolci in študentje, osnovnošolci pa so nemalokrat spregledani. Ob tem največ raziskav obravnava ustvarjalnost osnovnošolcev, ki jim sledi inovativnost mladih. Ugotovimo lahko tudi, da se dosedanje raziskave ne osredotočajo v zadostni meri na inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev, proučevanje učinkov, ki jih inovacijsko-podjetniško izobraževanje prinaša in razvoj lastnosti, ki jim pravimo podjetne, ampak predvsem na splošen pogled in mnenje učencev o podjetniškem izobraževanju.

Namen empirične raziskave inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev je ugotoviti učinke, in na podlagi učinkov oceniti smiselnost uvajanja omenjenih vsebin med osnovnošolce v Sloveniji. Cilji raziskave so skladni z namenom raziskave. Raziskava je osredotočena na tri skupine subjektov. Prva skupina so ravnateljji osnovnih šol, druga skupina so mentorji, ki so usposobljeni za vodenje podjetniškega ali UPI krožka in tretja skupina so učenci, ki so redno obiskovali UPI ali podjetniški krožek in ga zaključili.

Splošen cilj empirične raziskave je ugotoviti in analizirati pozitivne, kot tudi morebitne negativne učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v skladu s postavljenimi raziskovalnimi hipotezami. Ostali cilji empirične raziskave so:

Ravnateljji:

- Ugotoviti stališča ravnateljev o podjetništvu in inovacijsko-podjetniškem izobraževanju.
- Ugotoviti mnenje ravnateljev o ustvarjalnosti in inovativnosti.
- Ugotoviti mnenja ravnateljev o vplivu inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, v obliki krožka, na učence, ki ga obiskujejo.
- Ugotoviti, katera je, po mnenju ravnateljev, najbolj primerna oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli.
- Ugotoviti mnenje ravnateljev o vplivu inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na odločitev učencev za izbrano smer srednješolskega izobraževanja.

Mentorji:

- Ugotoviti mnenje mentorjev o podjetništvu in inovacijsko-podjetniškem izobraževanju.
- Ugotoviti mnenje mentorjev o ustvarjalnosti in inovativnosti.
- Ugotoviti način dela pri UPI ali podjetniškem krožku.
- Ugotoviti, kakšno je prevladujoče vzdušje v razredu pri UPI ali podjetniškemu krožku.
- Ugotoviti, ali pri krožku v razredu vlada ustvarjalna klima.

- Ugotoviti, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime ter ugotoviti, ali obstajajo razlike v stališčih med mentorji in ravnatelji.
- Ugotoviti, ali po mnenju mentorjev inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev.
- Ugotoviti mnenje mentorjev ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju osebnostnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti.
- Ugotoviti mnenje mentorjev o najbolj primerni obliki izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli.
- Ugotoviti mnenje mentorjev o smiselnosti uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovne šole.
- Ugotoviti stališča mentorjev o vplivu inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na odločitev učencev za nadaljnje srednješolsko izobraževanje.

Učenci:

- Ugotoviti način dela pri UPI ali podjetniškem krožku.
- Ugotoviti, kakšno je prevladujoče vzdušje v razredu med potekom UPI ali podjetniškega krožka.
- Ugotoviti, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev.
- Ugotoviti, katere skupine ljudi v največji meri pomagajo učencem pri uresničevanju njihovih idej.
- Ugotoviti, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju osebnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti.
- Ugotoviti mnenje učencev o najbolj primerni obliki izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja ter ugotoviti, ali obstajajo razlike v stališčih med učenci, mentorji in ravnatelji.
- Ugotoviti, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripelje k izboljšanju podjetniškega znanja učencev.
- Ugotoviti, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev o nadaljnjem srednješolskem izobraževanju.

Empirično želimo preveriti zastavljene raziskovalne hipoteze na izbranih vzorcih, ter potrditi ali zavrniti postavljeno tezo.

Z empirično raziskavo smo, med drugim, želeli ugotoviti, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost v smislu prilagodljivosti spremembam. Ugotavljali smo, kakšna je zmožnost učencev prilagajanja spremembam in odnos učencev do drugačnosti. Fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) smo obravnavali v drugačnem kontekstu, kot je moč zaslediti v določeni literaturi, da se pojem fleksibilnost pojavlja kot ena od dimenzij ustvarjalnosti (originalnost, fleksibilnost in fluentnost), kar prikazujejo Torranceovi testi (Boben, 2011). V tem primeru se odgovori, ki jih posamezniki zapisujejo na list, vrednotijo z asociativno oddaljenostjo med posameznimi idejami (fleksibilnost) (prav tam).

7.2 Razvoj modela raziskave

7.2.1 Raziskovalne hipoteze

Osnovno raziskovalno vprašanje, na katero bomo v raziskavi iskali odgovore, je:
Kakšni so učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v Sloveniji in, ali je na podlagi teh učinkov uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovnošolski sistem v Sloveniji smiselno?

Iz tega ključnega raziskovalnega vprašanja izhaja osrednja teza doktorske disertacije:
Uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce v Sloveniji je smiselno, saj pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime in podjetnih lastnosti, povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev ter pripomore tudi k širjenju njihovega podjetniškega znanja.

Osnovno tezo smo preverjali z več hipotezami, z nekaterimi dodatno postavljenimi hipotezami pa bomo osvetlili še nekatere druge vidike obravnavane tematike, in sicer:

Hipoteza 1: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime.

Hipotezo 1 smo preverili s pomočjo pod-hipotez 1a in 1b.

Hipoteza 1a: Pri podjetniškem ali UPI krožku v razredu vlada ustvarjalna klima.

Hipotezo 1a smo preverili s pomočjo več spremenljivk:

skupinsko delo, tekmovalnost, spodbuda, sodelovanje, ustvarjalnost, vzdušje, enakopravnost, izvirnost in motivacija. Anketirani učenci in mentorji so odgovarjali na to vprašanje na osnovi intervalne skale, kjer so ocenjevali strinjanje trditve izraženih s številsko oceno, pri kateri je 1 pomenilo - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam.

Hipoteza 1b: Med ravnatelji in mentorji ni razlik glede mnenja, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime.

Anketirani ravnatelji in mentorji so odgovarjali na to vprašanje na osnovi intervalne skale, kjer so ocenjevali strinjanje izraženo s številsko oceno, pri kateri je 1 pomenilo - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam.

Hipoteza 2: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev.

Hipotezo 2 smo preverili s pomočjo pod-hipotez 2a, 2b, 2c in 2d.

Hipoteza 2a: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost učencev.

Hipoteza 2b: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje obvladovanje inovacijskega procesa učencev

Hipoteza 2c: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev.

Pod-hipoteze 2a, 2b, 2c in 2d smo merili s pomočjo intervalne skale, kjer so učenci ocenjevali strinjanje za vsako navedeno trditev izraženo s številsko oceno od 1 do 5 (1 - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam). Trditve je več. Trditve so razporejene, in sicer: trditve, ki se nanašajo na ustvarjalnost; trditve, ki se nanašajo na obvladovanje inovacijskega procesa;

trditve, ki se nanašajo na fleksibilnost (prilagodljivost spremembam). Učence smo anketirali pred obiskom podjetniškega ali UPI krožka in po končanem krožku. Tako smo ugotovili, ali prihaja do sprememb. Imeli smo dva vzorca, ki sta bila odvisna, saj smo iste učence anketirali pred in po obisku podjetniškega ali UPI krožka. V primeru sprememb smo prišli tudi do odgovora, ali so spremembe nastale slučajno ali kot posledica vpliva inovacijsko-podjetniškega izobraževanja.

Hipoteza 2d: Med ravnatelji in mentorji ni razlik glede mnenja, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev.

Spremenljivke za preverjanje te hipoteze so mnenje ravnateljev o ustvarjalnosti, inovativnosti, in fleksibilnosti (prilagodljivosti) učencev. Uporabili smo intervalno skalo, kjer so ravnatelji in mentorji ocenjevali strinjanje, za vsako spremenljivko posebej, izraženo s številsko oceno od 1 do 5 (1 - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam).

Hipoteza 3: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju osebnostnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti.

Hipotezo 3 smo preverili s pomočjo več spremenljivk, in sicer:

samozavest, pogum, predanost in zavezanost svoji odločitvi, odločnost, delavnost, vztrajnost, optimizem, potreba po dosežkih, neodvisnost, komunikativnost, vizionarstvo (vizija in sanje). Anketirani učenci in mentorji so odgovarjali na to vprašanje na osnovi intervalne skale, kjer so ocenjevali strinjanje trditev izraženih s številsko oceno, pri kateri je 1 pomenilo - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam.

Hipoteza 4: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripelje k izboljšanju podjetniškega znanja učencev.

Hipotezo 4 smo preverjali s pomočjo hipoteze 4a

Hipoteza 4a: Podjetniško znanje učencev po obisku inovacijsko-podjetniškega izobraževanja je večje kot pred obiskom inovacijsko-podjetniškega izobraževanja.

To hipotezo smo merili s številom opravljenih nalog. V ta namen smo merili število opravljenih nalog s strani učencev pred obiskom podjetniškega ali UPI krožka in po končanem podjetniškem ali UPI krožku. Imeli smo dva vzorca, ki sta bila odvisna, saj smo iste učence anketirali pred in po obisku podjetniškega ali UPI krožka. Naloge, ki so jih učenci reševali, so bile iste. V primeru sprememb smo prišli do odgovora, ali so spremembe nastale slučajno ali kot posledica vpliva inovacijsko-podjetniškega izobraževanja. Uvedli smo tudi kontrolno skupino učencev, ki niso obiskovali podjetniškega ali UPI krožka. S tem smo prišli do ugotovitve, ali je večji obseg znanja posledica obiska podjetniškega ali UPI krožka ali morebiti večja zrelost učencev.

Hipoteza 5: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev za nadaljnje izobraževanje

Hipotezo 5 smo preverjali s pomočjo zastavljene pod-hipoteze 5a.

Hipoteza 5a: Mnenje učencev glede nadaljnjega šolanja pred obiskom inovacijsko-podjetniškega izobraževanja se razlikuje od mnenja po obisku inovacijsko-podjetniškega izobraževanja.

To hipotezo smo preverili tako, da smo učence povprašali o njihovi odločitvi glede nadaljnjega, srednješolskega izobraževanja pred obiskom inovacijsko-podjetniškega izobraževanja in po končanem inovacijsko-podjetniškem izobraževanju. Predpostavljamo namreč, da bo prišlo do razlik, in da bodo določeni učenci spremenili mnenje glede njihovega nadaljnjega šolanja.

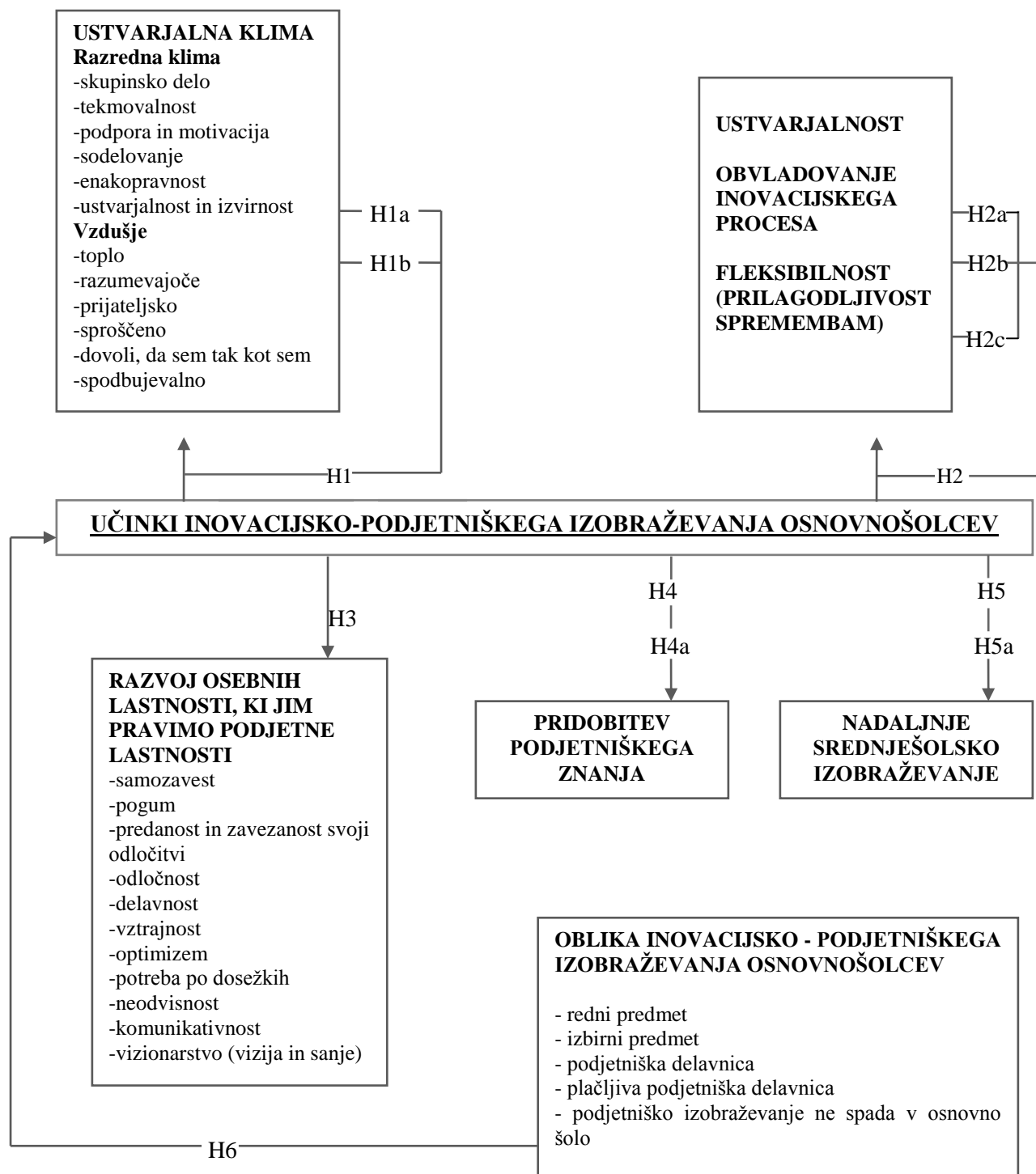
Hipoteza 6: Med ravnatelji, mentorji in učenci obstajajo statistično značilne razlike glede mnenja o najbolj primerni obliki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev.

To hipotezo smo si zastavili, ker predpostavljamo, da obstajajo razlike v mnenju med ravnatelji, mentorji in učenci. Hipotezo smo preverili glede na strinjanje s trditvijo o primernosti posamezne oblike inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, in sicer izbirni predmet, redni predmet, podjetniški krožek, plačljivi podjetniški krožek. Anketirane ravnatelje, mentorje in učence smo povprašali za njihovo strinjanje. Uporabili smo intervalno skalo od 1 do 5 (1 - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam), s pomočjo katere so anketirani označili svoje strinjanje glede trditev.

7.2.2 Model

Model raziskovanja temelji na teoretičnih izhodiščih. V nadaljevanju predstavljen model vključuje več pričakovanih učinkov, do katerih pride s spodbujanjem ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti osnovnošolcev. Omenjeni so le pozitivni učinki, saj menimo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje prinaša le pozitivne učinke. Pozorni smo bili tudi na morebitne negativne učinke. Kot je razvidno iz multidimenzionalnega modela, je vanj vključenih več spremenljivk, ki so bile uporabljene v empirični raziskavi. Pričakovane učinke smo povezali v celovit multidimenzionalen model, ki ga prikazujemo s sliko 17.

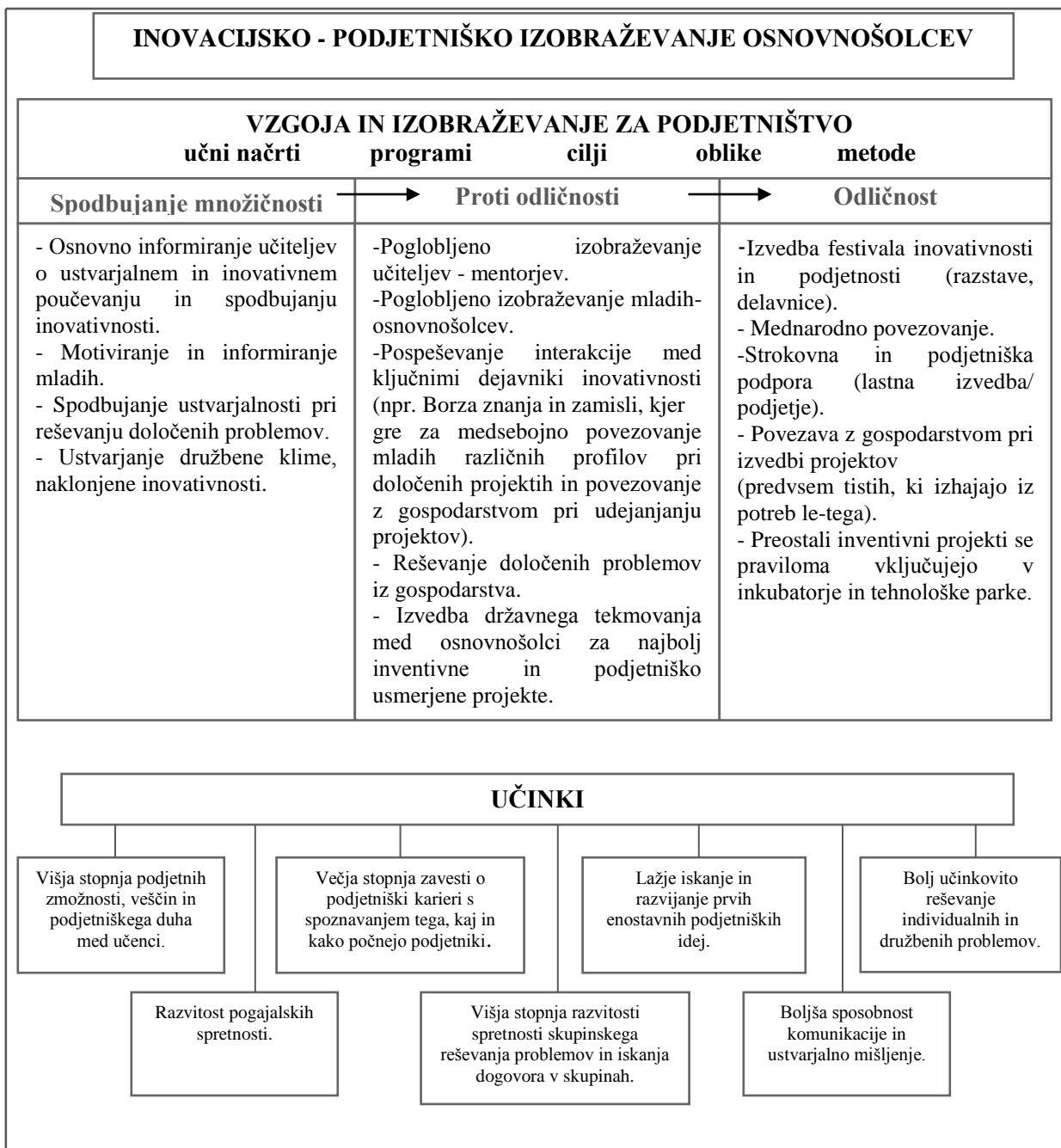
Slika 17: Multidimenzionalen model raziskovanja



Lasten prikaz

Po Žnidaršič (2003) in Likarju (2004) smo delno povzeli in izoblikovali tudi model inovacijsko- podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, in vanj vključili pot do odličnosti, ki jo lahko dosežemo s spodbujanjem ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti ter prikazali nekaj pričakovanih pozitivnih učinkov.

Slika 18: Model podjetniškega izobraževanja mladih s pričakovanimi učinki



Delno povzeto in prirejeno po: Žnidaršič 2003, Likar 2004

7.2.3 Spremenljivke modela

V multidimenzionalni model je vključenih več spremenljivk, ki so bile uporabljene v empirični raziskavi in jih opredeljujemo v nadaljevanju. Najprej opredeljujemo spremenljivke, s pomočjo katerih smo merili ustvarjalno klimo v razredu, nato pa spremenljivke, s katerimi smo merili razvoj osebnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti.

Na osnovi literature Ekvall (1999), Isaksen et al., (1995, 1998), Amabile (1997), Zabukovec (1998), kjer smo se za potrebe raziskave oprli na več avtorjev, ki so že merili in proučevali ustvarjalno razredno klimo, smo v model vključili sledeče spremenljivke, ki jih v nadaljevanju pojasnjujemo:

- *Skupinsko delo*: skupinsko delo je oblika aktivnosti, ki jo opravlja skupina ljudi na tak način, da je osnova za sodelovanje neposredna in enakopravna delitev nalog ter medsebojno sodelovanje in dopolnjevanje.
- *Tekmovalnost*: nagnjenost, želja po tekmovanju, dokazati, kdo je boljši pri opravljanju nalog in reševanju problemov.
- *Spodbuda*: spodbujanje, pozivanje k dokončanju dela in nalog na ustvarjalen način.
- *Motivacija*: motivirati posameznike s strani mentorja, da delo opravijo dobro. Motivirajo se lahko tudi člani skupine med seboj.
- *Sodelovanje*: medsebojno sodelovati: mentor- učenec in učenec-učenec.
- *Enakopravnost*: je stanje, v katerem pripadajo vsem enake pravice.
- *Ustvarjalnost*: proces uvajanja novosti, kjer prej te novosti še ni bilo (Flanagan v Berginc in Krč 2001, 23).
- *Izvirnost*: biti izviren, pomeni, biti originalen. Pri izvirnosti ni kopiranja in posnemanja.
- *Vzdušje*: je pomembna komponenta, in se oblikuje preko razredne klime.

Prav tako smo s pomočjo literature domačih in tujih avtorjev (Retzler 1987, Timmons 1989, Richardson in Clark v Glas 2002, Kuratko in Hodgetts 1995) izbrali spremenljivke, s katerimi smo merili razvoj osebnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti:

- *Samozavest*: prepričanost o svoji sposobnosti, znanju, moči.
- *Pogum*: pripravljenost storiti kaj, kakšno stvar, kljub težavam ali nevarnosti.
- *Predanost in zavezanost svoji odločitvi*: požrtvovalno in nesebično delati na svojih odločitvah.
- *Odločnost*: znati hitro odločati, in pri tem zaupati sam sebi in v svoje sposobnosti.
- *Delavnost*: lastnost, značilnost delavnega človeka (človeka, ki rad dela).
- *Vztrajnost*: lastnost, značilnost posameznika, ki vztraja pri določeni stvari oz. ne odstopa od določenega mnenja.
- *Optimizem*: gledati pozitivno na stvari, dogodke.
- *Potreba po dosežkih*: imeti potrebo, da se dosežejo zastavljeni cilji, naloge.
- *Neodvisnost*: biti samostojen (npr. pri delu), brez potrebe pomoči ostalih.
- *Komunikativnost*: zgovornost.
- *Vizionarstvo (vizija in sanje)*: imeti sanje, doživeti v prihodnosti nekaj, kar se v stvarnosti oz. sedanjosti (še) ni zgodilo.

7.3 Viri podatkov, populacija in vzorec

7.3.1 Viri podatkov

Za izvedbo empirične raziskave smo uporabili podatke iz različnih virov. Na osnovi baze podatkov Obrtno-podjetniške zbornice Slovenije smo pridobili imena osnovnih šol, ki so v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 ponujale interesno dejavnost UPI krožek, število učencev, ki ta krožek obiskujejo in število mentorjev, ki so usposobljeni za vodenje krožka UPI. Preko internetnega portala smo pridobili informacijo, kateri izvajalci ponujajo podjetniški krožek osnovnošolcem in pri tem ne sodelujejo pri projektu UPI ter koliko otrok tretje triade je obiskovalo omenjeni krožek in kontaktne naslove mentorjev, ki so vodili podjetniški krožek. Prav tako smo preko portala pridobili kontaktne naslove ravnateljev slovenskih osnovnih šol. Osnova za empirično raziskavo so bili primarno, z anketnimi vprašalniki (ki so predstavljeni v prilogi), pridobljeni podatki s strani ravnateljev, mentorjev in učencev. V vzorec smo zajeli ravnatelje osnovnih šol, ne glede na dejstvo, ali so v njihovi osnovni šoli ponujali interesno dejavnost podjetniški ali UPI krožek. V vzorec smo zajeli le učence, ki so podjetniški ali UPI krožek obiskovali od začetka do konca, in sicer v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 in mentorje, ki so v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 vodili podjetniški ali UPI krožek. Vir informacij so bili podatki pridobljeni na Obrtno-podjetniški zbornici Slovenije in internetnem portalu. Z namenom pridobiti dodatne informacije smo izvedli tudi intervju s pristojnimi osebami na področju inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev.

7.3.2 Populacija

Populacijo sestavljajo vsi ravnatelji slovenskih osnovnih šol, vsi mentorji, ki so usposobljeni za vodenje podjetniškega ali UPI krožka in učenci tretje triade, ki so v šolskem letu 2010/2011, 2011/2012 obiskovali podjetniški ali UPI krožek.

Tabeli 17. in 18. prikazujeta osnovne šole po regijah, v katerih so v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 ponujali interesno dejavnost UPI oziroma podjetniški krožek ter število vključenih učencev tretje triade, ki so krožek obiskovali. V tabeli 18. prikazujemo podatke o številu vpisanih učencev tretje triade, po posameznih osnovnih šolah, ki jih je bilo skupno 262. Izmed teh se jih je 12 izpisalo pred začetkom izvajanja, tako da je krožek dejansko pričelo obiskovati 250 učencev (tabela 16). Opomniti velja, da so podatki o številu vključenih učencev (250 učencev, krožek UPI in 213 podjetniški krožek) v veliki večini pridobljeni na samem začetku izvajanja interesne dejavnosti, in da število vključenih učencev v podjetniški ali UPI krožek ne pomeni, da je tolikšno število učencev krožek redno obiskovalo in ga tudi zaključilo.

Tabela 17: Osnovne šole, ki so ponujale UPI krožek po regijah in število vključenih učencev v krožek

| Regija | Mesto, kraj | Osnovna šola | Število vključenih učencev III. triade v krožek UPI v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 |
|--------------------|--------------------|----------------------------|--|
| Savinjska | Celje | OŠ Lava | 26 |
| | Velenje | OŠ Miha Pintar Toledo | 14 |
| | Šmarje pri Jelšah | I. OŠ Rogaška Slatina | 11 |
| | Rogaška Slatina | VIZ II. OŠ Rogaška Slatina | 9 |
| | Slovenske Konjice | OŠ Ob Dravinji | 10 |
| | Rimske toplice | OŠ Antona Aškerca | 9 |
| Osrednje-slovenska | Ljubljana Bežigrad | OŠ Danile Kumar | 8 |
| | Ljubljana Vič | OŠ Vič | 8 |
| | Cerknica | OŠ Notranjski odred | 15 |
| | Stari trg pri Ložu | OŠ Heroja Janeza Hribarja | 12 |
| | Ljubljana | OŠ Poljane | 9 |
| Pomurska | Lendava, Črenšovci | OŠ Franceta Prešerna | 9 |
| | Gornja Radgona | OŠ Gornja Radgona | 16 |
| Podravska | Maribor- Ruše | OŠ Janka Glazerja | 9 |
| | Dornava | OŠ Dornava | 9 |
| | Slovenska Bistrica | OŠ Slovenska Bistrica | 14 |
| Goriška | Nova Gorica | OŠ Milojke Štrukelj | 8 |
| Notranjsko-kraška | Ilirska Bistrica | OŠ Antona Žnideršiča | 7 |
| | | OŠ Dragotina Ketteja | 14 |
| Gorenjska | Jesenice | OŠ Prežihov Voranc | 11 |
| | Kranj | OŠ Stražišče | 14 |
| | | OŠ Naklo | 20 |
| SKUPAJ | | | 262 |

Vir: Poročilo o poteku UPI krožka 2011 in 2012, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije

Število šol, ki so bile vključene v projekt UPI za obdobje šolskih let 2010/2011 in 2011/2012, je 31 (poročilo o poteku UPI krožka 2011 in 2012, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije). Iz tabele 15. je moč razbrati, da je 22 šol ponujalo UPI krožek namenjen tretji triadi. Ostale šole so ponujale UPI krožek le za prvo in drugo triado. Ker nas za potrebe raziskave zanimajo le učenci tretje triade, ki so obiskovali UPI krožek, učence prve in druge triade nismo uvrstili v populacijo, na osnovi katere smo oblikovali vzorec.

Na Obrtno-podjetniški zbornici Slovenije so v času izvajanja projekta dobivali spodbudne povratne informacije od sodelujočih osnovnih šol, njihovih usposobljenih mentorjev in otrok, ki so obiskovali krožek UPI, zato so te izredno pozitivne informacije predstavili tudi naročniku, Javni agenciji RS za podjetništvo in tuje investicije.

Ker so želeli preveriti interes za sodelovanje tudi pri šolah, ki v projektu niso sodelovale, so z dopisom pozvali 422 šol po Sloveniji. Odziv lahko ocenimo kot dober, saj se je odzvalo 39 šol (poročilo o poteku UPI krožka 2011 in 2012, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije). V tabeli 18 so podatki o osnovnih šolah po regijah, v katerih ponujajo interesno dejavnost podjetniški krožek. Kot smo že omenili v teoretičnem delu naloge, je vsebina in obseg podjetniškega krožka za tretjo triado zelo podobna vsebini in obsegu UPI krožka za tretjo triado.

Tabela 18: Osnovne šole po regijah, ki so v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 ponujale podjetniški krožek in število vključenih učencev v krožek.

| Regija | Mesto, kraj | Osnovna šola | Število vključenih učencev III. Triade v podjetniški krožek v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 |
|--------------------------|--------------------|--------------------------------|--|
| Gorenjska regija | Jesenice | OŠ Prežihovega Voranca | 17 |
| | Koroška Bela | OŠ Koroška Bela | 18 |
| | Mojstrana | OŠ 16. Decembra | 18 |
| | Kranjska Gora | OŠ Josipa Vandota | 13 |
| | Radovljica | OŠ Antona Tomaža Linhartarja | 15 |
| | Bled | OŠ prof. dr. Josipa Plemljarja | 13 |
| | Zgornje Gorje | OŠ Gorje | 11 |
| | Bohinjska Bistrica | OŠ dr. Janeza Mencingerjarja | 20 |
| | Jesenice | OŠ Toneta Čufarjarja | 20 |
| | Škofja Loka | OŠ Škofja Loka mesto | 10 |
| | Gorenja Vas | OŠ Ivana Tavčarjarja | 8 |
| | Železniki | OŠ Železniki | 4 |
| | Žiri | OŠ Žiri | 5 |
| Koroška regija | Ribnica na Pohorju | OŠ Ribnica na Pohorju | 11 |
| | Radlje ob dravi | OŠ Radlje ob Dravi | 8 |
| | Muta | OŠ Muta | 7 |
| Osrednjeslovenska regija | Vrhnika | OŠ Ivana Cankarjarja | 10 |
| | | OŠ Antona Martinarja | 5 |
| | | Slomška | |
| SKUPAJ | | | 213 |

Vir: Interni podatki Razvojne agencije Zgornje Gorenjske, Agencije SORA, Podjetniškega centra Slovenj Gradec za šolsko leto 2010/2011 in 2011/2012

7.3.3 Značilnosti slučajnega vzorca

V nadaljevanju prikazujemo značilnosti vseh treh skupin v vzorcu. V vzorec izbranih in anketiranih je bilo 91 ravnateljev, 89 usposobljenih mentorjev za vodenje podjetniškega ali UPI krožka in 146 učencev, ki so podjetniški ali UPI krožek redno obiskovali in ga tudi zaključili.

Za potrebe te raziskave je pomembno, da smo z anketiranjem ravnateljev, mentorjev in učencev osnovnih šol, prišli do odgovorov na raziskovalna vprašanja. Uporabili smo sistematično slučajnostno vzorčenje, izhajajoč iz ustreznih vzorčnih okvirjev.

Prvi vzorčni okvir predstavlja seznam slovenskih osnovnih šol, ki smo ga pridobili na internetnih straneh Ministrstva za šolstvo in šport. S pomočjo tega vzorčnega okvirja smo slučajno izbrali 145 osnovnih šol. Tako smo pridobili 145 ravnateljev/ic, ki smo jim posredovali anketni vprašalnik. Anketne vprašalnice smo posredovali ravnateljem/icam osnovnih šol, ne glede na dejstvo, ali so v njihovi osnovni šoli ponujali interesno dejavnost podjetniški ali UPI krožek. Želeli smo pridobiti tudi mnenja ravnateljev/ic, ki se niso odločili ponuditi učencem tovrstne interesne dejavnosti. V pomoč nam je bil tudi telefonski imenik in internetna baza podatkov, kjer smo pridobili telefonske številke in e-mail naslove posameznih osnovnih šol. Anketne vprašalnice smo ravnateljem/icam posredovali preko elektronske pošte. Anketni vprašalnik, namenjen ravnateljem, se je vsebinsko razlikoval od anketnega vprašalnika za mentorje in učence. Odzvalo se je 91 ravnateljev/ic, kar predstavlja 62,7 odstotni odziv. 57 posameznikov (63%) je ravnateljevalo v mestnih osnovnih šolah, 34 (37%) pa na podeželjskih. 32 ravnateljev/ic (35%) je označilo, da v njihovi osnovni šoli ponujajo oziroma so ponujali interesno dejavnost podjetniški ali UPI krožek, preostali (65%) so označili, da se tovrstna dejavnost v njihovi osnovni šoli še ni ponudila.

Drugi vzorčni okvir predstavlja spisek usposobljenih mentorjev. Spiske usposobljenih mentorjev smo pridobili na Obrtno-podjetniški zbornici, Območno obrtno-podjetniških zbornicah, Razvojni agenciji Zgornje Gorenjske, Podjetniškemu centru Slovenj Gradec in Razvojni agenciji SORA. Iz vseh pridobljenih spisikov usposobljenih mentorjev smo oblikovali enega in iz njega slučajno izbrali 92 mentorjev ter jih vključili v raziskavo. Anketni vprašalnik je pravilno izpolnilo 89 mentorjev.

Tretji vzorčni okvir predstavlja spisek slovenskih osnovnih šol, ki so v šolskem letu 2010/2011 in 2011/2012 ponujale interesno dejavnost podjetniški ali UPI krožek, ki smo ga delno pridobili na internetnem portalu, delno pa nam ga je posredovala Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije. Iz spiska smo na slučajen način izbrali 22 osnovnih šol in s tem 178 učencev, ki so obiskovali podjetniški ali UPI krožek, in jih vključili v vzorec raziskave. Začetne vprašalnice je izpolnilo vseh 172 učencev, medtem ko je končne vprašalnice izpolnilo 146 učencev, saj jih je 32 bodisi opustilo interesno dejavnost podjetniški ali UPI krožek, bodisi interesne dejavnosti ni obiskovalo redno. Osnovo za našo raziskavo predstavlja 146 učencev, ki so izpolnili tako začetni kot končni vprašalnik. Uvedli smo tudi kontrolno skupino 12 učencev, ki niso obiskovali podjetniškega ali UPI krožka, saj smo želeli priti do ugotovitve,

ali so učinki, do katerih prihaja, posledica inovacijsko-podjetniškega izobraževanja ali morebiti le večja zrelost učencev.

Z namenom pridobiti dodatne informacije, smo izvedli tudi intervju s pristojnimi osebami na področju podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, in sicer s pristojno osebo za podjetnost in podjetniško izobraževanje zaposleno na Javni agenciji RS za podjetništvo in tuje investicije (gospo Dominiko Sambolič), pristojno osebo na Obrtno-podjetniški zbornici Slovenije (gospo Amro Škrgić), pristojno osebo na Inštitutu za šolstvo (dr. Francem Cankarjem) in pristojno osebo v podjetju "SUN" iz Gornje Radgone (mag. Zlatkom Erlihom).

7.4 Zbiranje podatkov, oblikovanje vprašalnika in izvedba raziskave

Pri zbiranju podatkov se soočimo z omejitvami, saj ima vsaka metoda prednosti in slabosti. Pri anketiranju smo uporabili osebno anketiranje in anketiranje preko elektronske pošte. *Osebno anketiranje* omogoča v povprečju najvišjo stopnjo odgovorov anketirancev. Omogoča daljše in kompleksnejše anketiranje in uporabo raznih pripomočkov (slik, vzorcev). Delež manjkajočih in nepopolnih odgovorov je v povprečju majhen, prav tako je možnost za napačno razumevanje vprašanj in odgovorov majhna. Osebno anketiranje smo izvedli pri učencih. Anketiranje učencev je potekalo v obdobju od oktobra 2010 do maja 2012.

Spletno anketiranje smo izvedli s pomočjo *elektronske pošte*. Sporočila, s pripetimi anketnim vprašalnikom v elektronski obliki, smo posredovali na elektronske naslove prejemnikov. Le-to nam omogoča hitrejšo in tudi cenejšo izvedbo anketiranja. Slabosti anketiranja preko elektronske pošte sta predvsem odsotnost osebnega stika z anketarjem in omejenost pri pojasnjevanju vprašanj. Preko elektronske pošte smo anketirali ravnatelje in mentorje.

Dodatne podatke in informacije smo pridobili z intervjujem pristojnih oseb in opazovanjem. Intervjuji, ki smo jih izvedli, so osebni po vnaprej pripravljenih vprašanjih (strukturirani intervju). Opazovanje je bilo izvedeno med samim potekom podjetniškega krožka. Opazovali smo učence, ki so obiskovali podjetniški krožek, njihovo delo, napredek in odziv v določeni situaciji.

Vprašalnike za ravnatelje, mentorje in učence smo oblikovali na osnovi lastnih teoretičnih in empiričnih spoznanj ter po spoznanjih drugih avtorjev. Uporabili smo v literaturi dostopen instrumentarij (Retzler 1987; Timmons 1989; Kuratko in Hodgetts 1995; Isaksen et al., 1995, 1998; Amabile 1997; Zabukovec 1998; Ekvall 1999; Richardson in Clark v Glas 2002; Likar 2003, 2004; Rajšp 2005; Chell et al., 2009; Cankar et al., 2011a; Mrgole 2012) in ga ustrezno modificirali. Pri izdelavi končne verzije vprašalnikov, po izvedeni pilotski raziskavi, smo težili k zmanjševanju števila vprašanj. Obliko vprašalnikov smo prilagodili tako, da ne vsebujejo veliko odprtih vprašanj, so enostavni za izpolnjevanje in vsebujejo pojasnila. Vsi trije vprašalniki so bili sestavljeni iz več tipov vprašanj, in sicer zaprta vprašanja, odgovori na intervalni skali, izbor ene ali nekaj ponujenih možnosti in odprta vprašanja, zapis odgovora ali mnenja anketiranega. Vprašalniki so v celoti na voljo v prilogi.

Vse podatke, ki smo jih pridobili s pomočjo anketiranja, smo sproti kontrolirali in vnašali v bazo. Tako pridobljena baza podatkov je predstavljala osnovo za analizo, ki jo predstavljamo v nadaljevanju.

7.5 Uporabljene statistične metode v nalogi

Učinke inovacijsko - podjetniškega izobraževanja na inovativnost osnovnošolcev v Sloveniji smo proučevali s pomočjo kvantitativnih metod raziskovanja (anketa) v kombinaciji s kvalitativnimi metodami (intervju in opazovanje). Pri empirični analizi rezultatov anketiranja smo uporabili več vrst analiz.

Empirično analizo smo izvedli s pomočjo statističnega programa za analizo podatkov SPSS. V analizi smo uporabili metode predstavljene v nadaljevanju.

1. Univariatna analiza

Univariatna analiza predstavlja osnovo za nadaljnje analize, med katerimi so najpogosteje uporabljena statistična parametra:

- Aritmetična sredina = kvocient med vsoto vseh vrednosti spremenljivke v vzorcu in skupnim številom enot v vzorcu.
- Standardni odklon = kvadratni koren iz povprečnega kvadratnega odklona vrednosti spremenljivke od aritmetične sredine in meri razpršenost vrednosti spremenljivke od aritmetične sredine.

ter:

- Interval zaupanja za strukturni delež. Njegova spodnja in njegova zgornja meja je interval, v katerem se z dano gotovostjo (95 odstotno) nahaja ocenjevani parameter v populaciji. Interval zaupanja za strukturni delež smo izračunali za preverjanje pod-hipoteze H5a.
- T-test za en vzorec. Uporabimo ga, ko želimo primerjati aritmetično sredino oziroma povprečje iz vzorca s populacijskim testnim povprečjem. Uporabili smo ga pri preverjanju pod-hipoteze H1a in hipoteze H3.
- T-test za neodvisne vzorce. Uporabimo ga, ko želimo med seboj primerjati povprečno vrednost numerične spremenljivke za dve neodvisni skupini. Z njim ugotovljamo, ali se aritmetični sredini spremenljivke dveh skupnih enot med seboj statistično značilno razlikujeta. Uporabili smo ga pri preverjanju pod-hipotez H1b in H2d.
- T-test za dva odvisna vzorca. Uporabljamo ga, ko želimo med seboj primerjati povprečni vrednosti numeričnih spremenljivk za dva med seboj odvisna vzorca. T-test za dva neodvisna vzorca smo uporabili pri preverjanju pod-hipotez H2a, H2b, H2c, H4a.
- Enostranska analiza variance (ANOVA) za testiranje razlik v povprečni vrednosti spremenljivke v več kot dveh neodvisnih vzorcih, pri preverjanju hipoteze H6.

2. Bivariatna analiza

Bivariatna analiza je uporabna za testiranje povezav ali razlik med dvema spremenljivkama. Med tovrstnimi analizami bomo uporabili:

- Pearsonov korelacijski koeficient. Uporabimo ga, ko želimo na reprezentativnem vzorcu ugotoviti, ali sta dve numerični spremenljivki medsebojno linearno povezani ter kakšna je smer te povezave. Koeficient korelacije meri jakost linearne povezanosti med dvema spremenljivkama. Vrednost koeficienta korelacije je definirana na intervalu od -1 do 1, kjer -1 pomeni popolno negativno linearno povezanost, 0 pomeni, da linearne povezanosti med spremenljivkama ni, 1 pa pomeni popolno in pozitivno linearno povezanost med spremenljivkama. Uporabili smo ga pri preverjanju pod-hipoteze H2d.

3. Multivariatna analiza

Med multivariatnimi metodami smo uporabili faktorsko analizo.

- Faktorska analiza = metoda za redukcijo števila spremenljivk, s katero analiziramo povezave med spremenljivkami, in skušamo najti množico spremenljivk, ki imajo skupne značilnosti. Cilj faktorske analize je ugotoviti, ali je možno zveze med opazovanimi spremenljivkami pojasniti z manjšim številom posredno opazovanih spremenljivk ali faktorjev, torej zmanjšanje števila spremenljivk in njihovo združevanje (Bradač 2009, 126). Faktorsko analizo lahko uporabimo vedno, ko se srečujemo z večjim številom spremenljivk, ki jih je zaradi različnih razlogov, kot sta preglednost in lažje opravljanje, smiselno združiti v skupine. V nalogi smo uporabili metodo glavnih komponent (ang. principal components), kjer se v analizi upošteva celotna varianca v podatkih. Po tej metodi so faktorji določeni tako, da prvi faktor pojasni največji del celotne variance, drugi faktor največji del s prvim faktorjem še nepojasnjene variance vseh opazovanih spremenljivk, itd (prav tam). Faktorsko analizo smo uporabili pri hipotezi H3.

8. REZULTATI EMPIRIČNE RAZISKAVE

V tem poglavju prikazujemo izsledke empirične raziskave. Rezultati so predstavljeni in prikazani skupaj s postavljenimi hipotezami in posledično zastavljenimi cilji ter s pomočjo statističnega programa SPSS, grafično s pomočjo programa Excel in interpretacijo rezultatov. Na koncu predstavljamo tudi rezultate analize, ki niso vezani neposredno na preverjanje zastavljenih hipotez, ampak podajajo nekatere splošne ugotovitve.

8.1 Ustvarjalna razredna klima

Kot smo že v teoretičnem delu naloge poudarili, je ustvarjalna klima pomemben dejavnik same ustvarjalnosti. Sama ustvarjalnost pa lahko vodi v inovativnost in posledično podjetnost. Mnogi avtorji (Davis, 2003; Makel in Plucker, 2008; Runco, 2004; Poon Teng Fatt, 2000; Tan, 2007 v Juriševič 2009), poudarjajo da ima pomembno vrednost spodbujanje ustvarjalnosti v učnem kontekstu, saj je ustvarjalno mišljenje v šoli, predvsem pri interesnih dejavnostih, možno sistematično razvijati, je tesno povezano s samim ustvarjalnim reševanjem problemov in z inovacijami ter celotnim družbenim razvojem. Ustvarjalnost je v večji meri značilna za klimo, ki dopušča tveganje, kot pa izogibanje napakam (Cankar et al., 2011, 4). Študije (Ferrari et al., 2009) kažejo, da so komponente ustvarjalnosti, kot so tveganje, medsebojno spodbujanje in sodelovanje, nenehno spraševanje in dajanje predlogov ter rešitev, nasprotne šolskim vrednotam, kjer sta v ospredju ubogljivost in disciplina. Za večanje ustvarjalnosti otrok je izredno pomembno vzdušje in ustvarjalna razredna klima, pri kateri prevladuje skupinsko delo, nizka stopnja tekmovalnosti, vzpodbuda, medsebojno sodelovanje, ustvarjalno razmišljanje, enakopravnost, izvornost in motivacija (Likar 2004). Humanistično usmerjeni avtorji (npr. Rogers ali Maslow) so del odgovora podali že pred dobrimi petdesetimi leti, ko so v svojih delih poudarjali pomen ustvarjalne klime za zdrav osebni razvoj učencev in ustvarjalno delo pojasnjuje Davis (2003 v Juriševič 2009). Na Ministrstvu za izobraževanje, znanost, kulturo in šport RS so v zborniku o teoretičnih izhodiščih spodbujanja ustvarjalnosti in inovativnosti pri pouku v slovenskih šolah pripravili model spodbujanja ustvarjalnosti in ustvarjalne razredne klime, v katerem so med drugimi poudarili pomembnost ustvarjalnega in inovativnega razmišljanja, medsebojnega sodelovanja, raziskovalnega obravnavanja problemov, skupinskega dela, odprtosti do novih idej in odgovornosti.

Ker je ustvarjalna klima pomemben predpogoj za ustvarjalno delo in ustvarjalnost učencev, smo želeli priti do odgovora ali v razredu med potekom UPI ali podjetniškega krožka vlada ustvarjalna klima ter kakšno je mnenje ravnateljev in mentorjev, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje (UPI ali podjetniški krožek) pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime.

Zadali smo si cilj ugotoviti, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime ter ugotoviti mnenja ravnateljev in mentorjev o tem, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime. Postavili smo hipotezo 1, ki se glasi: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime, in smo jo preverili s pomočjo pod-hipoteze 1a in 1b.

Hipoteza 1a: Pri podjetniškem ali UPI krožku v razredu vlada ustvarjalna klima.

Hipoteza 1b: Med ravnatelji in mentorji ni razlik glede mnenja, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime.

Hipotezo smo preverjali s pomočjo anketnega vprašalnika. Pri preverjanju pod-hipotez 1a in 1b smo uporabili instrumentarij avtorjev Ekvall (1999), Isaksen et al. (1995 in 1998), Amabile (1997), Zabukovec (1998) in ga ustrezno modificirali. Vprašalnik, s katerim smo merili ustvarjalno klimo, sestavljata dve področji: razredna klima in vzdušje, ki sta opredeljeni z več indikatorji, ki so jih anketirani ocenjevali na intervalni skali z oceno od 1 do 5 (1 - popolnoma se ne strinjam, in 5 - popolnoma se strinjam). Koeficient zanesljivosti (Cronbachov α), ki se nanaša na odgovore učencev, področja razredna klima znaša 0,67, področja vzdušje pa 0,82. Koeficient zanesljivosti (Cronbachov α), ki se nanaša na odgovore mentorjev, področja razredna klima znaša 0,65, področja vzdušje pa 0,81. Koeficient zanesljivosti (Cronbachov α) obeh področij skupaj znaša pri odgovorih učencev 0,74 in odgovorih mentorjev 0,78. Pod-hipotezo 1a smo preverjali ločeno za učence in za mentorje, podajamo pa tudi primerjavo med njimi.

Tabela 19: Mnenje učencev o ustvarjalni klimi v razredu po izvedenem izobraževanju

| Področje | Indikator | Group Statistics | | | One Samples test Test Value =3 | |
|----------------|--|--------------------------|------------------|--------------------------|-----------------------------------|------|
| | | Število odgovorov učenci | Povprečje učenci | Standardni odklon učenci | t | Sig. |
| Razredna klima | Pri UPI ali podjetniškemu krožku delo večinoma poteka skupinsko. | 146 | 4,56 | ,610 | 30,936 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku vlada med posamezniki tekmovalnost. | 146 | 4,16 | 1,001 | 13,968 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku se učenci med seboj podpirajo in spodbujajo. | 146 | 4,10 | 1,267 | 10,454 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku učenci med seboj dobro sodelujejo. | 146 | 4,55 | ,744 | 25,155 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku so učenci prišli do veliko zanimivih in izvernih idej, ki so jih delili z ostalimi. | 146 | 4,09 | ,769 | 17,102 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku so učenci enakopravni. | 146 | 4,64 | ,673 | 29,371 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku so ideje in zamisli učencev s strani mentorja sprejete. | 146 | 4,27 | ,808 | 18,957 | ,000 |

| | | | | | | |
|----------------|---|-----|------|------|--------|------|
| Razredna klima | Pri UPI ali podjetniškemu krožku mentor spodbuja in motivira pri delu. | 146 | 4,71 | ,563 | 36,767 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku mentor usmerja pri reševanju problemov na ustvarjalen način. | 146 | 4,73 | ,570 | 36,616 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku se učenci trudijo biti izvirni pri dajanju predlogov in rešitev. | 146 | 4,34 | ,774 | 20,956 | ,000 |
| Vzdušje | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu toplo. | 146 | 4,36 | ,651 | 25,166 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu razumevajoče. | 146 | 4,50 | ,678 | 26,691 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu prijateljsko. | 146 | 4,64 | ,596 | 33,335 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu sproščeno. | 146 | 4,66 | ,613 | 32,787 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku vzdušje v razredu dovoli, da sem tak kot sem. | 146 | 4,57 | ,620 | 30,547 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu spodbujevalno. | 146 | 4,55 | ,705 | 26,649 | ,000 |

Lasten prikaz

Povprečna vrednost na ocenjevalni lestvici je enaka 3, zato smo preverjali pod-hipotezo, da je povprečna vrednost ≤ 3 , z uporabo enostranskega t-testa v enem vzorcu. V tabeli 19. lahko razberemo, da je pri vseh zastavljenih trditvah (komponentah) povprečna vrednost v populaciji višja od 3 (pri vseh trditvah je $p < 0,01$).

V nadaljevanju prikazujemo mnenje mentorjev o ustvarjalni klimi v razredu.

Tabela 20: Mnenje mentorjev o ustvarjalni klimi v razredu po izvedenem izobraževanju

| Področje | Indikator | Group Statistics | | | One Samples test Test Value = 3 | |
|----------------|--|----------------------------|--------------------|----------------------------|------------------------------------|------|
| | | Število odgovorov mentorji | Povprečje mentorji | Standardni odklon mentorji | t | Sig. |
| Razredna klima | Pri UPI ali podjetniškemu krožku delo večinoma poteka skupinsko. | 89 | 4,38 | ,776 | 16,798 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku vlada med posamezniki tekmovalnost. | 89 | 4,09 | ,861 | 11,938 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku se učenci med seboj podpirajo in spodbujajo. | 89 | 4,29 | ,625 | 19,496 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku učenci med seboj dobro sodelujejo. | 89 | 4,37 | ,681 | 19,001 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku so učenci prišli do veliko zanimivih in izvernih idej, ki so jih delili z ostalimi. | 89 | 4,71 | ,457 | 35,231 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku so učenci enakopravni. | 89 | 4,62 | ,631 | 24,199 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku so ideje in zamisli učencev s strani mentorja sprejete. | 89 | 4,53 | ,605 | 23,839 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku mentor spodbuja in motivira pri delu. | 89 | 4,82 | ,386 | 44,467 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku mentor usmerja pri reševanju problemov na ustvarjalen način. | 89 | 4,78 | ,420 | 39,899 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku se učenci trudijo biti izvorni pri dajanju predlogov in rešitev. | 89 | 4,85 | ,355 | 49,243 | ,000 |
| Vzdušje | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu toplo. | 89 | 4,40 | ,652 | 20,314 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu razumevajoče. | 89 | 4,46 | ,708 | 19,463 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu prijateljsko. | 89 | 4,61 | ,491 | 30,856 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu sproščeno. | 89 | 4,81 | ,395 | 43,169 | ,000 |

| | | | | | | |
|--|--|----|------|------|--------|------|
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku vzdušje v razredu dovoli, da sem tak kot sem. | 89 | 4,66 | ,499 | 31,456 | ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu spodbujevalno. | 89 | 4,76 | ,501 | 33,250 | ,000 |

Lasten prikaz

Pri mentorjih smo prav tako preverjali pod-hipotezo s povprečno vrednostjo ≤ 3 , z uporabo enostranskega t-testa v enem vzorcu. V tabeli 20 lahko razberemo, da je pri vseh zastavljenih trditvah povprečna vrednost v populaciji večja od 3 in $p < 0,01$.

Tako učenci, kot mentorji se strinjajo, da pri krožku med posamezniki vlada tekmovalnost. Poudariti je potrebno, da le-ta ni negativna, temveč hkrati omogoča tudi sodelovanje, medsebojno spodbujanje in motiviranje. To potrjujejo visoke stopnje strinjanja učencev in mentorjev pri ostalih trditvah, ki se nanašajo, da pri UPI ali podjetniškemu krožku delo večinoma poteka skupinsko, se učenci pri krožku med seboj podpirajo, spodbujajo in dobro sodelujejo. Torej gre za "zdravo tekmovalnost", katera je pri krožku zaželeno, in se jo pričakuje.

Na podlagi pridobljenih rezultatov, ki prikazujejo, da pri podjetniškem ali UPI krožku v razredu vlada ustvarjalna klima, lahko zastavljeno pod-hipotezo 1a potrdimo.

Za ilustracijo v nadaljevanju predstavljamo razlike v mnenju učencev in mentorjev o ustvarjalni klimi v razredu. Za analiziranje razlik obeh skupin smo uporabili t-test za dva neodvisna vzorca.

Tabela 21: Mnenje učencev in mentorjev o ustvarjalni klimi v razredu

| Področje | Indikator | Group Statistics | | | Levenov test | Independent Samples test |
|----------------|--|-----------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|--------------|--------------------------|
| | | Število odgovorov učenci/mentorji | Povprečje učenci/mentorji | Standardni odklon učenci/mentorji | F (sig.) | t (sig.) |
| Razredna klima | Pri UPI ali podjetniškemu krožku delo večinoma poteka skupinsko. | 146 | 4,56 | ,610 | 5,716 | 1,971 |
| | | 89 | 4,38 | ,776 | ,018 | ,050 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku vlada med posamezniki tekmovalnost. | 146 | 4,16 | 1,001 | 1,136 | ,549 |
| | | 89 | 4,09 | ,861 | ,288 | ,584 |

| | | | | | | |
|----------------|--|-----------|--------------|---------------|----------------|----------------|
| Razredna klima | Pri UPI ali podjetniškemu krožku se učenci med seboj podpirajo in spodbujajo. | 146 89 | 4,10 4,29 | 1,267 ,625 | 20,282 ,000 | -1,582 ,115 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku učenci med seboj dobro sodelujejo. | 146 89 | 4,55 4,37 | ,744 ,681 | ,071 ,790 | 1,868 ,063 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku so učenci prišli do veliko zanimivih in izvirnih idej, ki so jih delili z ostalimi. | 146 89 | 4,09 4,71 | ,769 ,457 | 9,929 ,002 | -6,879 ,000 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku so učenci enakopravni. | 146 89 | 4,64 4,62 | ,673 ,631 | ,139 ,709 | ,215 ,830 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku so ideje in zamisli učencev s strani mentorja sprejete. | 146 89 | 4,27 4,53 | ,808 ,605 | 10,690 ,001 | -2,631 ,009 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku mentor spodbuja in motivira pri delu. | 146 89 | 4,71 4,82 | ,563 ,386 | 9,584 ,002 | -1,594 ,112 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku mentor usmerja pri reševanju problemov na ustvarjalen način. | 146 89 | 4,73 4,78 | ,570 ,420 | 2,894 ,090 | -,707 ,480 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku se učenci trudijo biti izvirni pri dajanju predlogov in rešitev. | 146 89 | 4,34 4,85 | ,774 ,355 | 66,113 ,000 | -5,865 ,000 |
| Vzdušje | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu toplo. | 146 89 | 4,36 4,40 | ,651 ,652 | ,155 ,694 | -,552 ,582 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu razumevajoče. | 146 89 | 4,50 4,46 | ,678 ,708 | ,642 ,424 | ,461 ,646 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu prijateljsko. | 146 89 | 4,64 4,61 | ,596 ,491 | ,331 ,566 | ,494 ,662 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu sproščeno. | 146 89 | 4,66 4,81 | ,613 ,395 | 16,293 ,000 | -1,986 ,048 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku vzdušje v razredu dovoli, da sem tak kot sem. | 146 89 | 4,57 4,66 | ,620 ,499 | 7,689 ,006 | -1,216 ,225 |
| | Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu spodbujevalno. | 146 89 | 4,55 4,76 | ,705 ,501 | 19,610 ,000 | -2,448 ,015 |

Lasten prikaz

Kot lahko razberemo iz tabele 21. so mentorji tako razredno klimo kot vzdušje v razredu ocenili pozitivno v vseh elementih. Učenci razredno klimo in vzdušje ocenjujejo malenkost slabše v primerjavi z mentorji. Obstajajo statistično značilne razlike ($p < 0,05$), in sicer se

mentorji v večji meri strinjajo, da so učenci prišli do veliko zanimivih in izvirnih idej, ki so jih delili z ostalimi, so ideje in zamisli učencev s strani mentorja sprejete, se učenci trudijo biti izvirni pri dajanju predlogov in rešitev, ter da je pri krožku vzdušje v razredu spodbujevalno. Pri ostalih trditvah statistično značilnih razlik ni.

- *Mnenje ravnateljev in mentorjev o tem, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime.*

Ravnatelje in mentorje smo povprašali o strinjanju s trditvijo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime. Želeli smo ugotoviti, ali med ravnatelji in mentorji obstajajo statistično značilne razlike. Postavili smo pod-hipotezo 1b. Anketirani ravnatelji in mentorji so odgovarjali na to vprašanje na osnovi intervalne skale, kjer so ocenjevali strinjanje izraženo s številsko oceno, pri kateri je 1 pomenilo - popolnoma se ne strinjam, in 5 - popolnoma se strinjam.

Tabela 22: Mnenje ravnateljev in mentorjev, da inovacijsko - podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime

| Indikator | Group Statistics | | | Levenov test | Independent Samples test |
|--|---------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---------------|--------------------------|
| | Število odgovorov ravnatelji/mentorji | Povprečje ravnatelji/mentorji | Standardni odklon ravnatelji/mentorji | F (sig.) | t (sig.) |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime. | 91 89 | 4,26 4,69 | ,758 ,595 | 7,446 ,007 | -4,145 ,000 |

Lasten prikaz

T-test pokaže, da pri strinjanju s trditvijo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime, obstaja razlika med ravnatelji in mentorji in je statistično značilna ($p < 0,05$). Glede na razliko povprečij sklepamo, da je povprečje druge skupine (mentorji) večje. Mentorji se v večji meri, kot ravnatelji, strinjajo s trditvijo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime. To je bilo tudi za pričakovati, saj so mentorji tisti, ki spremljajo dogajanje v razredu med potekom krožka in so odgovorni, da delo temelji na ustvarjalnem delu.

Na podlagi pridobljenih rezultatov pod-hipotezo 1b (med ravnatelji in mentorji ni razlik glede mnenja, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime) zavrnamo, moramo pa poudariti, da je vzorčna povprečna vrednost na lestvici od 1 do 5 v obeh skupinah zelo visoka, kar kaže na to, da se tako ravnatelji, kot mentorji strinjajo v

povprečju s trditvijo, da podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime.

Če hočemo imeti ustvarjalnega in inovativnega človeka, mora nekaj vedeti o spodbujanju ustvarjalnosti tudi učencev mentor. On je namreč tisti, ki je vsak dan v stiku z učencem, ki ve, da je za vsako rešitev možnih več poti, ki vodijo do cilja (Likar, 2003). Mentor mora biti ustvarjalen in usposobljen, da lahko ustvarjalnost prenese na učence. Ravnatelji si lahko ustvarijo mnenje na podlagi končnih rezultatov učencev, ne vedo pa, kakšna klima in vzdušje prevladujeta v razredu med samim potekom krožka.

8.2 Vpliv inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na večanje ustvarjalnosti, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnosti (prilagodljivosti spremembam) učencev

Zastavili smo si cilj, ugotoviti, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev ter ugotoviti, kaj menijo ravnatelji in mentorji o tem, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. Postavili smo hipotezo 2, ki se glasi: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, in smo jo preverili s pomočjo pod-hipotez 2a, 2b, 2c in 2d.

Hipoteza 2a: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost učencev.

Hipoteza 2b: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje obvladovanje inovacijskega procesa učencev.

Hipoteza 2c: Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev.

Hipoteza 2d: Med ravnatelji in mentorji ni razlik glede mnenja, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev.

Hipoteze smo preverjali s pomočjo anketnega vprašalnika. Pri preverjanju pod-hipotez 2a, 2b in 2c smo uporabili instrumentarij naslednjih avtorjev (Likar 2003, 2004, Chell in Athayde 2009, Cankar et al., 2011, Mrgole 2012) in ga ustrezno modificirali. Vprašalnik, s katerim smo merili ustvarjalnost, sestavljata dve področji: zmožnost ustvarjalnega dela in odnos do ustvarjalnosti in ustvarjalnega dela. Obvladovanje inovacijskega procesa sestavljajo tri področja: odnos do novosti in inovativnosti, zmožnost ustvarjanja novih idej, zmožnost uresničevanja idej. Fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) pa sestavljata dve področji: zmožnost prilagajanja in odnos do drugačnosti. Vsako od področij je opredeljeno z več indikatorji, ki so jih učenci ocenjevali na intervalni skali z oceno od 1 do 5 (1 popolnoma se ne strinjam in 5 popolnoma se strinjam). Koeficient zanesljivosti (Cronbachov α) ustvarjalnosti znaša 0,72; obvladovanja inovacijskega procesa 0,75 in fleksibilnosti (prilagodljivost spremembam) 0,60. Koeficienti zanesljivosti so podani za odgovore učencev.

Poudariti je potrebno, da smo učence anketirali pred obiskom podjetniškega ali UPI krožka in po končanem krožku. Tako smo ugotovili, ali prihaja do sprememb. Torej smo imeli dva vzorca, ki sta bila odvisna, saj smo iste učence anketirali pred in po obisku podjetniškega ali UPI krožka. Da smo prišli do ugotovitve, ali je večji obseg znanja učencev posledica obiska krožka ali morebiti večja zrelost učencev, smo uvedli tudi kontrolno skupino učencev tretje triade, ki niso obiskovali podjetniškega ali UPI krožka. Kontrolno skupino učencev smo anketirali pred pričetkom krožka, 12. oktobra 2011 in 12. Marca 2012, ko so učenci, ki so krožek obiskovali, krožek tudi zaključili. V nadaljevanju so predstavljeni t-testi in grafi za učence, ki so krožek obiskovali (eksperimentalna skupina), kot tudi za kontrolno skupino učencev.

- *Trditve, ki se nanašajo na ustvarjalnost*

Tabela 23: Ustvarjalnost učencev, ki so obiskovali podjetniške krožke (eksperimentalna skupina) in učencev, ki krožkov niso obiskovali (kontrolna skupina)

| Področje | Indikator | Eksperimentalna skupina | | | Kontrolna skupina | | |
|---|---|---|--|----------------|---|--|----------------|
| | | Prvo merjenje povprečje/število odgovorov | Drugo merjenje povprečje/število odgovorov | t (sig.) | Prvo merjenje povprečje/število odgovorov | Drugo merjenje povprečje/število odgovorov | t (sig.) |
| Zmožnost ustvarjalnega dela | Ne poznam definicije ustvarjalnosti. | 2,68 (146) | 1,66 (146) | 7,607 ,000 | 4,25 (12) | 4,17 (12) | ,561 ,586 |
| | Poznam vsaj dve ustvarjalni tehniki. | 3,93 (146) | 4,36 (146) | -3,314 ,001 | 2,33 (12) | 2,33 (12) | ,000 1,000 |
| | Predmet, kot je npr. papirna sponka, bi znal/a uporabiti vsaj na štiri različne načine. | 3,64 (146) | 4,18 (146) | -4,207 ,000 | 3,67 (12) | 3,83 (12) | -1,000 ,339 |
| Odnos do ustvarjalnosti in ustvarjalnega dela | Zavedam se ustvarjalnosti, in jo uporabljam kot svojo prednost. | 3,66 (146) | 4,25 (146) | -5,678 ,000 | 2,75 (12) | 2,67 (12) | ,432 ,674 |
| | Tudi če nimam dosti časa, želim vedno biti ustvarjalen/a. | 3,73 (146) | 4,07 (146) | -3,073 ,003 | 2,17 (12) | 2,58 (12) | -1,820 ,096 |

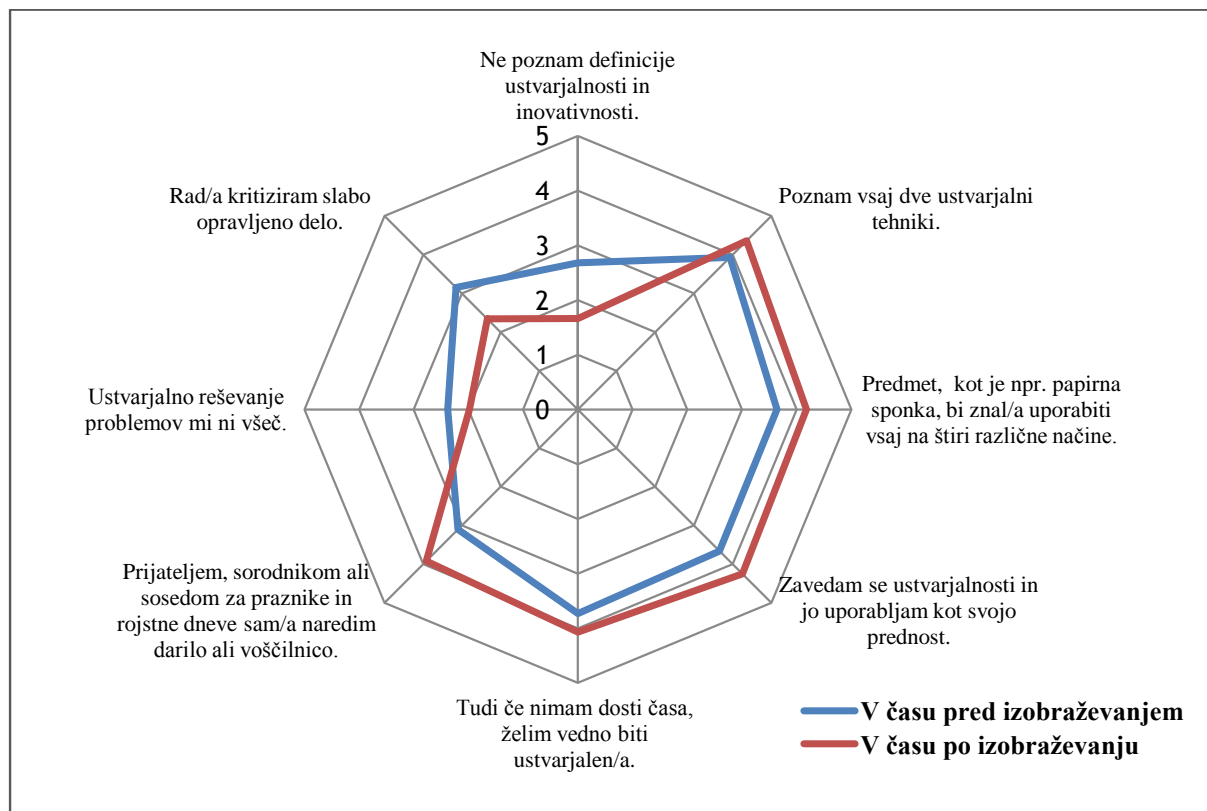
| | | | | | | |
|---|---------------|---------------|----------------|--------------|--------------|---------------|
| Prijateljem, sorodnikom ali sosedom za praznike in rojstne dneve sam/a naredim darilo ali voščilnico. | 3,10 (146) | 3,92 (146) | -4,207 ,000 | 2,33 (12) | 2,33 (12) | ,000 1,000 |
| Ustvarjalno reševanje problemov mi ni všeč. | 2,38 (146) | 1,98 (146) | 2,726 ,007 | 3,50 (12) | 3,17 (12) | 1,483 ,166 |
| Rad/a kritiziram slabo opravljeno delo. | 3,15 (146) | 2,34 (146) | 6,321 ,000 | 4,33 (12) | 4,25 (12) | ,364 ,723 |

Lasten prikaz

Glede na dejstvo, da so nekatera vprašanja zastavljena v negativnem smislu, pomeni manjša stopnja strinjanja boljši rezultat.

Iz slike 19 je razvidno, da so učenci napredovali. Po izobraževanju veliko bolje poznajo definicijo ustvarjalnosti, večji delež učencev pozna vsaj dve ustvarjalni tehniki, v večji meri se zavedajo ustvarjalnosti, in jo uporabljajo kot svojo prednost, četudi nimajo dosti časa, želijo vedno biti ustvarjalni. Po izobraževanju jim je ustvarjalno reševanje problemov všeč, v večji meri dragim osebam ročno naredijo kakšen izdelek, papirno sponko bi znali uporabiti vsaj na štiri načine in manjkraj kritizirajo slabo opravljeno delo. Statistično značilno povečano stopnjo ustvarjalnosti učencev, ki so se udeležili inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, lahko potrdimo pri vseh zastavljenih trditvah, ki se nanašajo na ustvarjalnost, kar je razvidno iz rezultatov v tabeli 23 (vse stopnje značilnosti preizkusa $p < 0,01$).

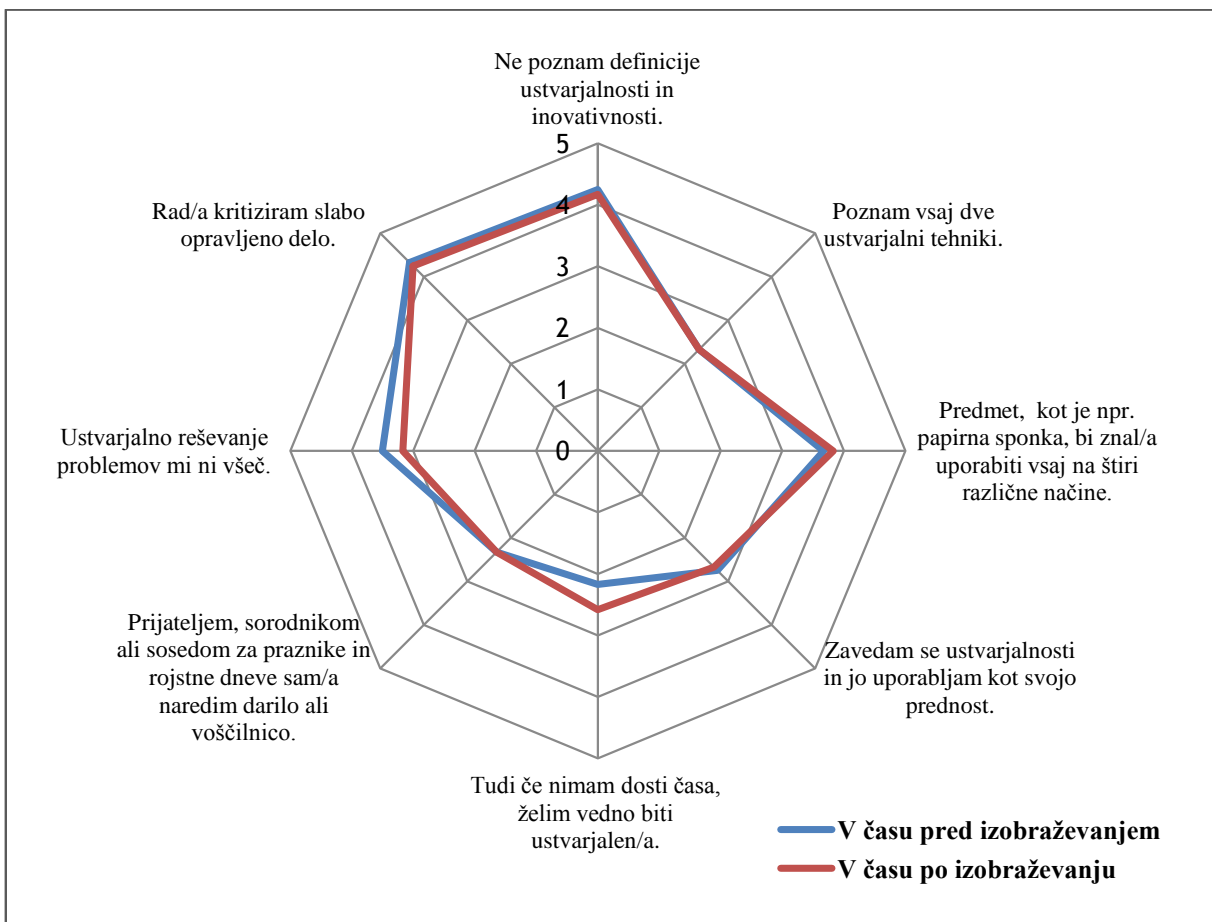
Slika 19: Ustvarjalnost učencev, ki so obiskovali UPI ali podjetniški krožek pred in po izobraževanju



Lasten prikaz

Učenci, ki niso obiskovali UPI ali podjetniškega krožka, so v obdobju, kolikor je trajal krožek, vzljubili ustvarjalno reševanje problemov, in so bolj ustvarjalni kljub pomanjkanju časa, vendar pa povečanje ni statistično značilno ($p > 0,05$). Posledica tega je lahko bodisi spodbujanje ustvarjalnega reševanja nalog med rednim poukom, pri drugih interesnih dejavnostih ali pa spodbujanje k ustvarjalnosti s strani staršev. Ostale komponente ustvarjalnosti se niso bistveno spremenile (vse stopnje značilnosti preizkusa $p > 0,05$).

Slika 20: Ustvarjalnost učencev, ki niso obiskovali UPI ali podjetniškega krožka pred pričetkom krožka in po končanem krožku



Lasten prikaz

- *Trditve, ki se nanašajo na obvladovanje inovacijskega procesa*

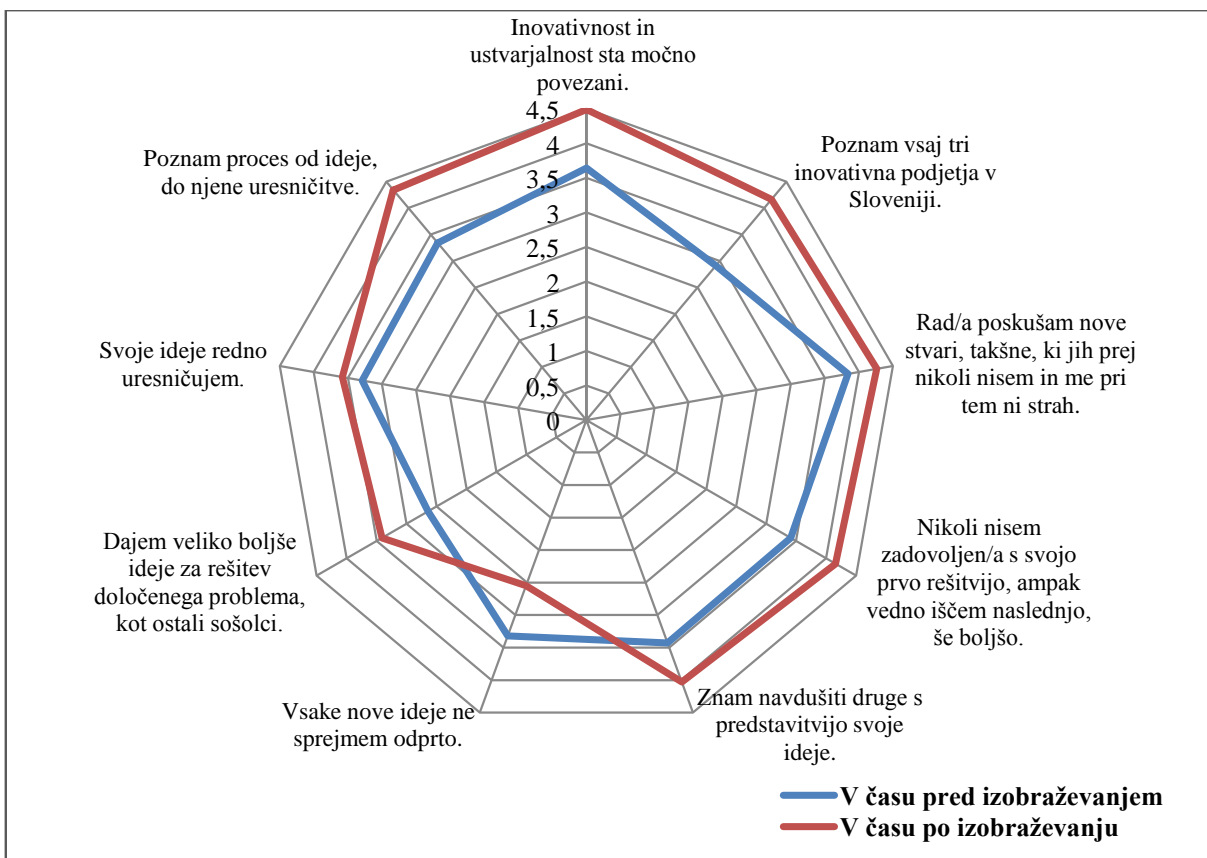
Tabela 24: Obvladovanje inovacijskega procesa učencev, ki so obiskovali podjetniške krožke (eksperimentalna skupina) in učencev, ki krožkov niso obiskovali (kontrolna skupina)

| Področje | Indikator | Eksperimentalna skupina | | | Kontrolna skupina | | |
|-----------------------------------|---|--|---|----------------|--|---|----------------|
| | | Prvo merjenje povrečje/število odgovorov | Drugo merjenje povrečje/število odgovorov | t (sig.) | Prvo merjenje povrečje/število odgovorov | Drugo merjenje povrečje/število odgovorov | t (sig.) |
| Odnos do novosti in inovativnosti | Inovativnost in ustvarjalnost sta močno povezani. | 3,64 (146) | 4,49 (146) | -7,315 ,000 | 2,67 (12) | 2,67 (12) | ,000 1,000 |
| | Poznam vsaj tri inovativna podjetja v Sloveniji. | 2,91 (146) | 4,16 (146) | -9,055 ,000 | 2,00 (12) | 2,58 (12) | -2,548 ,027 |
| | Rad/a poskušam nove stvari, takšne, ki jih prej nikoli nisem in me pri tem ni strah. | 3,84 (146) | 4,26 (146) | -4,131 ,000 | 2,83 (12) | 3,17 (12) | -1,483 ,166 |
| Zmožnost ustvarjanja novih idej | Nikoli nisem zadovoljen/a s svojo prvo rešitvijo, ampak vedno iščem naslednjo, še boljšo. | 3,41 (146) | 4,16 (146) | -6,863 ,000 | 2,67 (12) | 2,75 (12) | -,432 ,674 |
| | Znam navdušiti druge s predstavitvijo svoje ideje. | 3,43 (146) | 4,03 (146) | -5,982 ,000 | 2,25 (12) | 1,92 (12) | 2,345 ,039 |
| | Vsake nove ideje ne sprejemam odprto. | 3,32 (146) | 2,55 (146) | 4,615 ,000 | 3,83 (12) | 3,83 (12) | ,000 1,000 |
| | Dajem veliko boljše ideje za rešitev določenega problema, kot ostali sošolci. | 2,64 (146) | 3,41 (146) | -6,258 ,000 | 1,50 (12) | 1,42 (12) | ,432 ,674 |
| Zmožnost uresničevanja idej | Svoje ideje redno uresničujem. | 3,29 (146) | 3,58 (146) | -2,874 ,005 | 2,17 (12) | 2,17 (12) | ,000 1,000 |
| | Poznam proces od ideje do njene uresničitve. | 3,34 (146) | 4,34 (146) | -8,429 ,000 | 1,75 (12) | 1,75 (12) | 000 1,000 |

Lasten prikaz

Rezultati kažejo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva tudi na obvladovanje inovacijskega procesa učencev (Tabela 24). V tem delu smo želeli ugotoviti ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na višjo stopnjo obvladovanja inovacijskega procesa in ne tudi samih rezultatov v smislu inovacije. Statistično značilno povečano stopnjo obvladovanja inovacijskega procesa pri učencih, ki so obiskovali inovacijsko-podjetniško izobraževanje, lahko potrdimo pri vseh zastavljenih trditvah, ki se nanašajo na obvladovanje inovacijskega procesa učencev, saj so vse stopnje značilnosti preizkusa $p < 0,01$. Učenci po izobraževanju veliko bolj poznajo proces od ideje do njene uresničitve. Prav tako veliko bolje poznajo vsaj tri inovativna podjetja v Sloveniji in se zavedajo, da sta ustvarjalnost in inovativnost močno povezani. Prišli so do spoznanja, da je dobro novo idejo sprejeti odprto, saj so lahko tudi ideje, ki se na prvi pogled zdijo smešne nazadnje najboljše in največ obetajo. Niso zadovoljni s prvo rešitvijo, ampak iščejo novo, še boljšo, prav tako znajo v večji meri navdušiti druge s predstavitvijo svoje ideje, in dajejo boljše ideje za rešitev določenega problema kot ostali sošolci. Radi poskušajo nove stvari, takšne, ki jih prej niso, in jih pri tem ni strah. To lahko povežemo tudi z dejstvom, da so pridobili večjo samozavest. Svoje ideje v večji meri redno uresničujejo in se v večji meri upajo lotevati novih idej in zamisli.

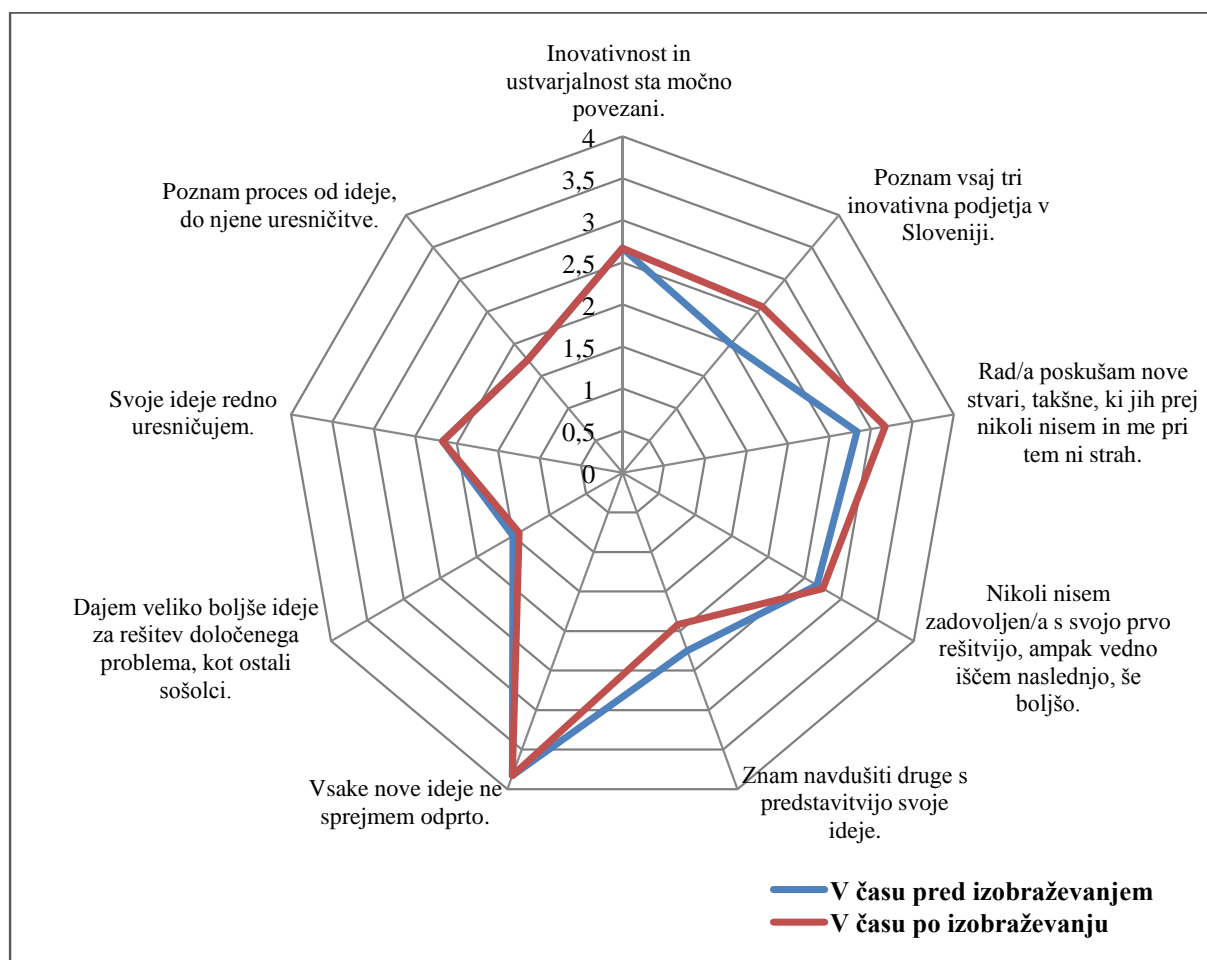
Slika 21: Obvladovanje inovacijskega procesa učencev, ki so krožek obiskovali pred in po izobraževanju



Lasten prikaz

Pri kontrolni skupini (Slika 22) pa je ugotovljeno, da učenci po šestih mesecih v večji meri poznajo vsaj tri inovativna podjetja v Sloveniji (rezultat je statistično značilen, $p < 0,05$), kar je razvidno iz tabele 24. Učenci v vzorcu tudi v večji meri radi poskušajo nove stvari, vendar ta rezultat ni statistično značilen ($p > 0,05$). Zanimivo je dejstvo, da po šestih mesecih niso več toliko prepričani, da znajo navdušiti druge s predstavitvijo svoje ideje (rezultat je statistično značilen, $p < 0,05$), kakor tudi ne, da dajejo veliko boljše ideje za rešitev določenega problema, kot ostali sošolci (razlika tukaj ni statistično značilna, $p > 0,05$). Iz tega je moč sklepati, da so morda nekateri učenci v tem obdobju doživeli kakšno kritiko ali slabo oceno, s strani učiteljev, staršev ali prijateljev za njihov nastop, bodisi v šoli, ali ob kakšni drugi priložnosti.

Slika 22: Obvladovanje inovacijskega procesa učencev, ki niso obiskovali UPI ali podjetniškega krožka pred pričetkom krožka in po končanem krožku



Lasten prikaz

- *Trditve, ki se nanašajo na fleksibilnost (prilagodljivost spremembam)*

Tudi napredek v fleksibilnosti (prilagodljivosti spremembam) je viden. Po inovacijsko-podjetniškem izobraževanju se pri učencih poveča: veselje do dela na osnovi poskusov, terenskega dela, diskusije, igre vlog, okrogle mize; hitro se vklopijo v skupino in skupinsko delo; poveča se jim mera razumevanja napačne odločitve sošolcev; večkrat proučijo predloge sošolcev, s katerimi se v prvem trenutku ne strinjajo; prav tako v večji meri upoštevajo ideje in predloge vseh sošolcev, brez diskriminacije posameznikov. Prav tako so se zmanjšale težave zaradi prilagoditve hitrim spremembam. Napredek pri vseh opisanih komponentah fleksibilnosti je tudi statistično značilen, vsi $p < 0,01$ (Tabela 25). Čeprav je v vzorcu mogoče zaslediti, da učenci po izobraževanju v manjši meri vsiljujejo svoje mnenje drugim, pa ta razlika ni statistično značilna ($p > 0,05$).

Fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, ki krožka niso obiskovali, se ni povečala. Nasprotno. Po šestih mesecih še v večji meri ne marajo dela na osnovi poskusov, terenskega dela, diskusij, iger vlog in okrogle mize, (ta razlika je tudi statistično značilna, $p < 0,05$), podobno pa je tudi pri ostalih komponentah fleksibilnosti (kjer kakršnekoli spremembe v povprečnih vrednostih niso statistično značilne, vsi $p > 0,05$).

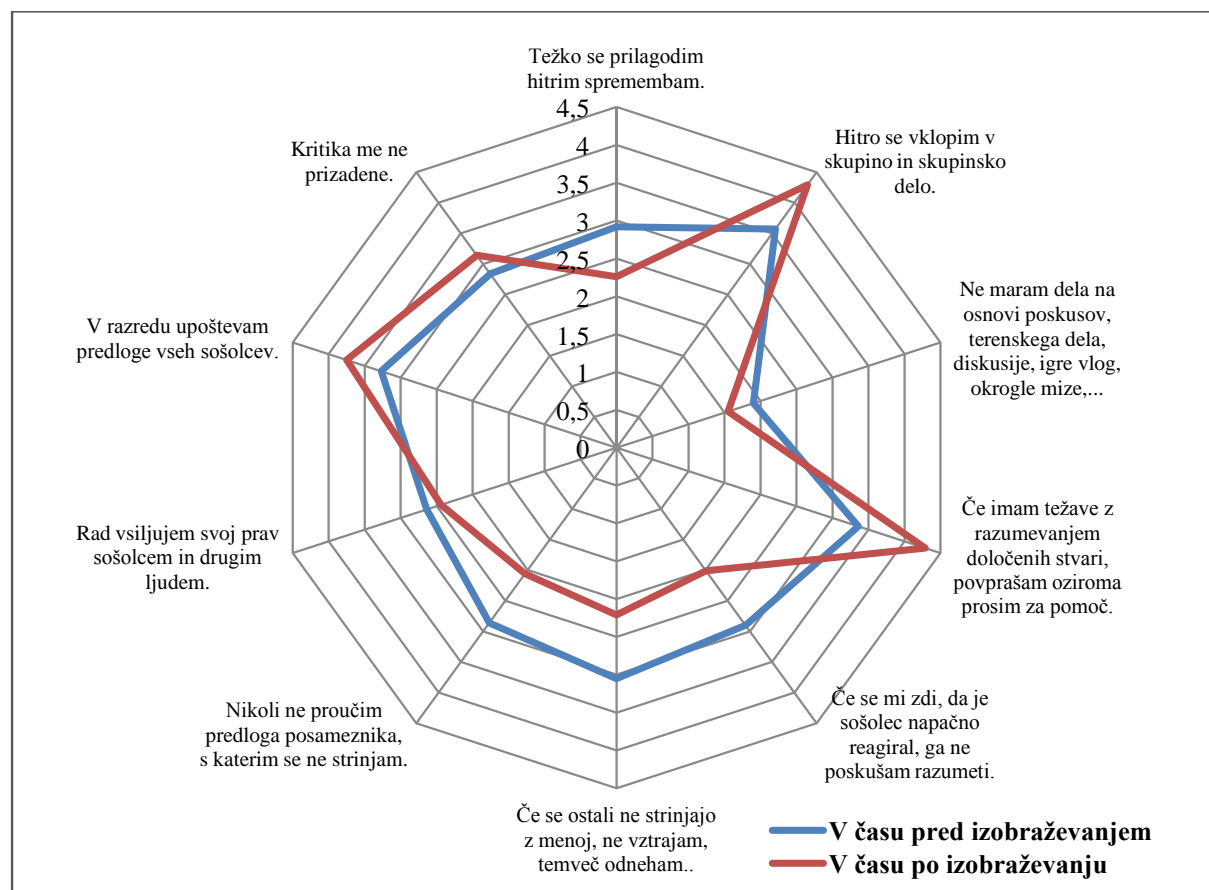
Tabela 25: Fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, ki so obiskovali podjetniške krožke (eksperimentalna skupina) in učencev, ki krožkov niso obiskovali (kontrolna skupina)

| Področje | Indikator | Eksperimentalna skupina | | | Kontrolna skupina | | |
|-----------------------|---|--|---|----------------|--|---|----------------|
| | | Prvo merjenje povrečje/število odgovorov | Drugo merjenje povrečje/število odgovorov | t (sig.) | Prvo merjenje povrečje/število odgovorov | Drugo merjenje povrečje/število odgovorov | t (sig.) |
| Zmožnost prilagajanja | Težko se prilagodim hitrim spremembam. | 2,92 (146) | 2,26 (146) | 5,989 ,000 | 3,50 (12) | 3,75 (12) | -,821 ,429 |
| | Hitro se vklopim v skupino in skupinsko delo. | 3,57 (146) | 4,29 (146) | -6,068 ,000 | 2,50 (12) | 2,42 (12) | ,364 ,723 |
| | Ne maram dela na osnovi poskusov, terenskega dela, diskusije, igre vlog, okrogle mize,... | 1,90 (146) | 1,55 (146) | 3,314 ,001 | 1,75 (12) | 2,42 (12) | -2,966 ,013 |
| | Če imam težave z razumevanjem določenih stvari, povprašam oziroma prosim za pomoč. | 3,36 (146) | 4,29 (146) | -6,541 ,000 | 1,17 (12) | 1,25 (12) | -,561 ,586 |

| | | | | | | | |
|----------------------|--|---------------|---------------|----------------|--------------|--------------|----------------|
| Odnos do drugačnosti | Če se mi zdi, da je sošolec napačno reagiral, ga ne poskušam razumeti. | 2,90 (146) | 2,01 (146) | 6,275 ,000 | 4,92 (12) | 4,67 (12) | 1,915 ,082 |
| | Če se ostali ne strinjajo z menoj, ne vztrajam, temveč odneham.. | 3,05 (146) | 2,21 (146) | 6,401 ,000 | 3,83 (12) | 3,92 (12) | -,432 ,674 |
| | Nikoli ne proučim predloga posameznika, s katerim se ne strinjam. | 2,86 (146) | 2,06 (146) | 6,169 ,000 | 4,42 (12) | 4,58 (12) | -1,000 ,339 |
| | Rad vsiljujem svoj prav sošolcem in drugim ljudem. | 2,64 (146) | 2,44 (146) | 1,492 ,138 | 3,75 (12) | 3,83 (12) | -,561 ,586 |
| | V razredu upoštevam predloge vseh sošolcev. | 3,27 (146) | 3,75 (146) | -3,981 ,000 | 1,25 (12) | 1,33 (12) | -,561 ,586 |
| | Kritika me ne prizadene. | 2,84 (146) | 3,14 (146) | -2,705 ,008 | 2,00 (12) | 2,32 (12) | -1,483 ,166 |

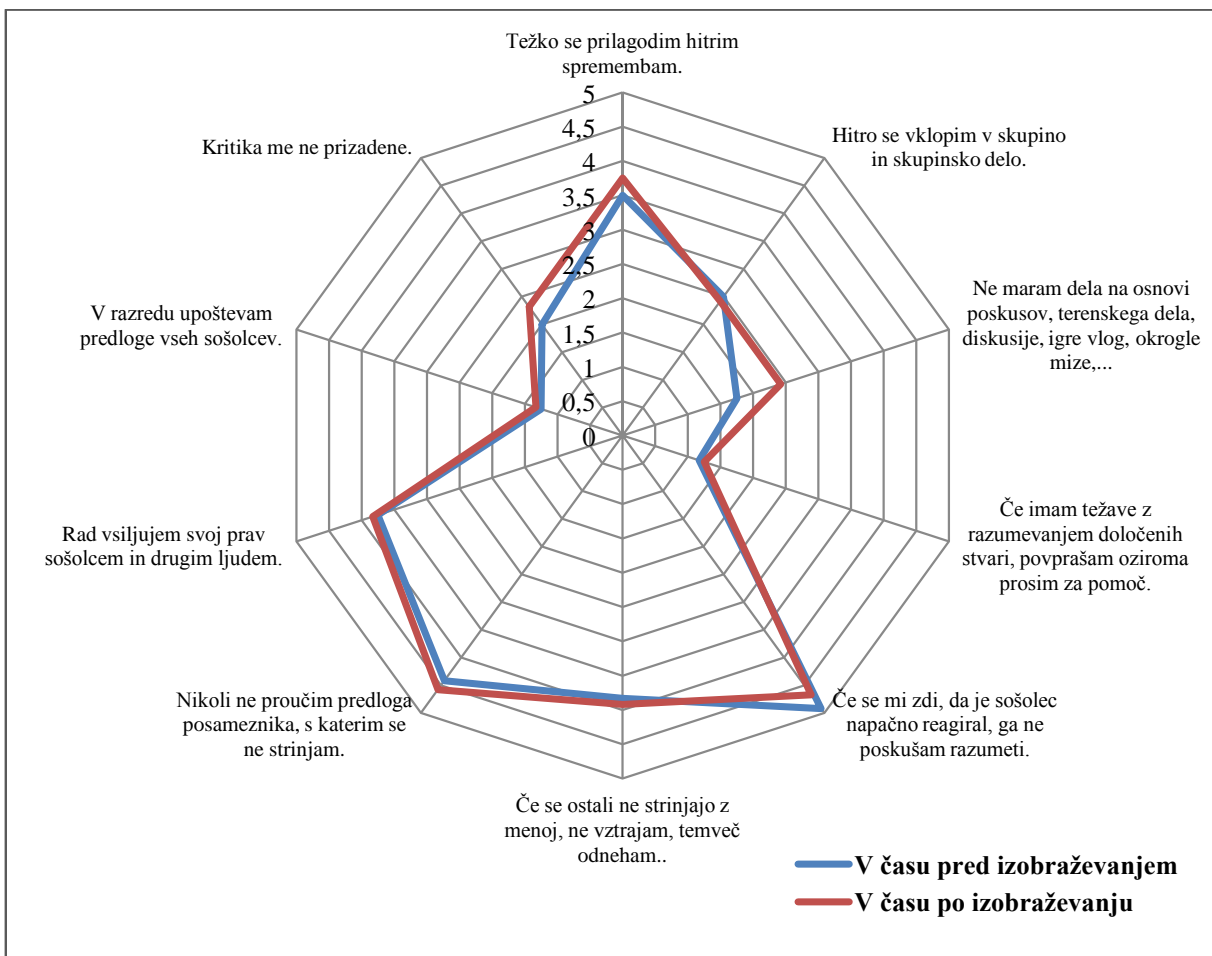
Lasten prikaz

Slika 23: Fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, ki so krožek obiskovali pred in po izobraževanju



Lasten prikaz

Slika 24: Fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, ki niso obiskovali UPI ali podjetniškega krožka pred pričetkom krožka in po končanem krožku



Lasten prikaz

Na podlagi pridobljenih rezultatov, ki so prikazali statistično značilnost ($p < 0,01$) pri vseh komponentah ustvarjalnosti in obvladovanja inovacijskega procesa, ter statistično značilno razliko pri devetih od skupno desetih komponentah fleksibilnosti (prilagodljivosti spremembam) učencev, ki so se udeležili inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, lahko potrdimo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na večjo ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev.

Dosegli smo cilj in s pomočjo kontrolne skupine ugotovili, da je večja ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev posledica inovacijsko-podjetniškega izobraževanja in ne večja zrelost otrok. Na podlagi tega lahko potrdimo pod-hipoteze 2a, 2b in 2c.

- *Mnenje ravnateljev in mentorjev o tem, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev.*

Spremenljivke za preverjanje pod-hipoteze 2d, s katero smo želeli preveriti razlike v povprečnem mnenju ravnateljev in mentorjev, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam), smo merili na intervalni skali, kjer so ravnatelji in mentorji ocenjevali strinjanje za vsako spremenljivko (indikator) posebej, izraženo s številsko oceno od 1 do 5 (1 - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam).

Tabela 26: Mnenje ravnateljev in mentorjev o tem, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev

| Indikator | Group Statistics | | | Levenov test | Independent Samples Test |
|--|---------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---------------|--------------------------|
| | Število odgovorov ravnatelji/mentorji | Povprečje ravnatelji/mentorji | Standardni odklon ravnatelji/mentorji | F (sig.) | t (sig.) |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost učencev. | 91 89 | 4,32 4,67 | ,758 ,599 | 8,332 ,004 | -3,485 ,001 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje obvladovanje inovacijskega procesa učencev. | 91 89 | 4,43 4,65 | ,685 ,605 | 5,928 ,016 | -2,314 ,022 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. | 91 89 | 4,20 4,64 | ,763 ,742 | 2,085 ,151 | -3,943 ,000 |

Lasten prikaz

Ne gre zanemariti visoke povprečne ocene s strinjanjem s strani ravnateljev. Vidimo lahko, da so povprečne ocene, tako s strani mentorjev kot ravnateljev visoke, in sicer nad 4 (se strinjam). Tudi Pearsonov koleracijski koeficient (Tabela 27), izračunan za odgovore mentorjev, je pokazal močne pozitivne korelacije med vsemi kategorijami ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam).

Ne moremo potrditi, da med ravnatelji in mentorji ne prihaja do razlik v strinjanju. Vse stopnje prikazujejo statistično značilnost ($p < 0,01$). Stopnja strinjanja je pri mentorjih višja kot pri ravnateljih, in sicer v vseh kategorijah vpliva podjetniškega izobraževanja učencev: na ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam). To je razumljivo, saj imajo mentorji več osebnega stika z učenci, in tako bolje spremljajo in opažajo njihov razvoj.

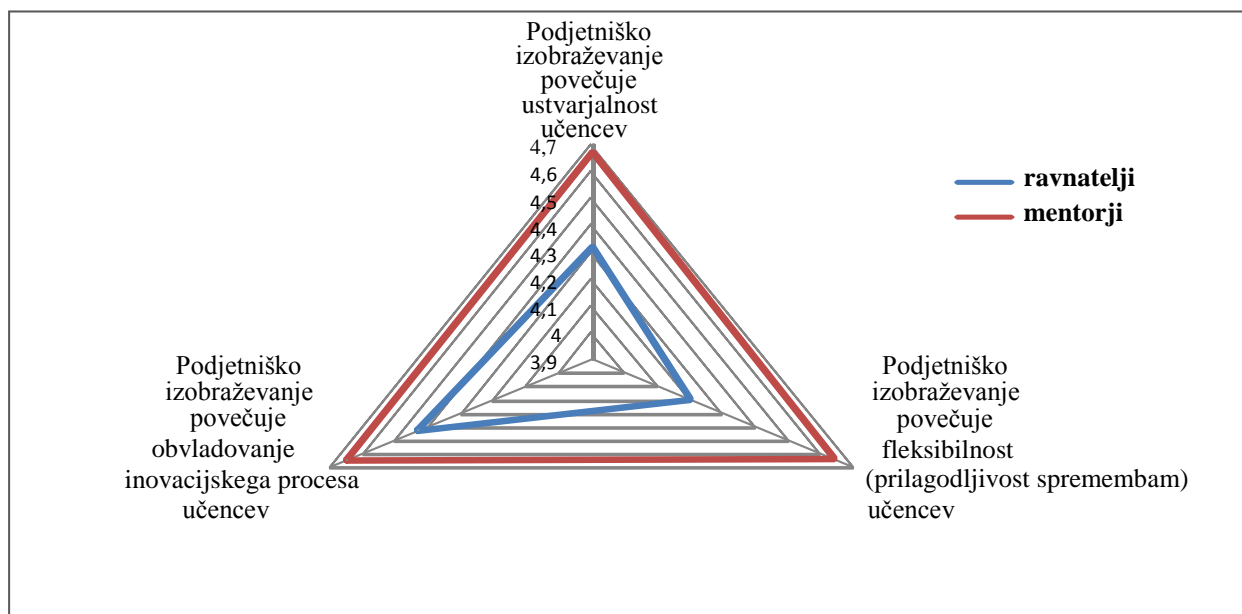
Tabela 27: Pearsonov koleracijski koeficient mentorji

| | | Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost učencev. | Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje obvladovanje inovacijskega procesa učencev. | Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. |
|--|---------------------|---|--|--|
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost učencev. | Pearson Correlation | 1 | ,813** | ,782** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje obvladovanje inovacijskega procesa učencev. | N | 89 | 89 | 89 |
| | Pearson Correlation | ,813** | 1 | ,831** |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 |
| | N | 89 | 89 | 89 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. | Pearson Correlation | ,782** | ,831** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. | N | 89 | 89 | 89 |

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lasten prikaz

Slika 25: Mnenje ravnateljev in mentorjev o tem, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev



Lasten prikaz

Na podlagi pridobljenih rezultatov smo ugotovili, da med ravnatelji in mentorji obstajajo razlike glede mnenja, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, pod-hipoteze 2d ne moremo potrditi, ampak jo zavrnemo. Moramo pa tudi v tem primeru poudariti, da se tako ravnatelji kot mentorji v povprečju močno strinjajo s trditvami, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa ter fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev (povprečno strinjanje s trditvami je v vseh primerih statistično značilno višje od povprečja (3 na lestvici od 1 do 5, vse vzorčne vrednosti so precej višje od 4).

Kot dodatne ugotovitve lahko navedemo, da se 70 anketiranih ravnateljev, kar znaša 77 odstotkov, popolnoma strinja (ocena 5 na lestvici od 1 do 5), da je uvajanje podjetniških aktivnosti med osnovnošolce v Sloveniji smiselno, saj inovacijsko - podjetniško izobraževanje vpliva na večanje ustvarjalnosti in inovativnosti učencev, preostalih 23 odstotkov ravnateljev se strinja (ocena 4 na lestvici od 1 do 5). Tudi mentorji se s tem v veliki večini popolnoma strinjajo, takih je 91 odstotkov, preostali pa so označili stopnjo strinjanja 4. Pri postavljeni trditvi inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju mladih podjetnikov, pa je 81 odstotkov ravnateljev in 86 odstotkov mentorjev označilo stopnjo strinjanja 3 (nekaj srednjega). Če bi želeli vedeti ali je dejansko res, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju mladih podjetnikov, bi bilo potrebnih več let opazovanja, saj bi morali spremljati učence, ki so obiskovali in zaključili krožek vse do njihove zaposlitvene odločitve.

8.3. Vpliv inovacijsko – podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev na razvoj lastnosti, ki jim pravimo podjetne

V doktorski disertaciji želimo, med drugim, z raziskavo prikazati, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju lastnosti, ki jim pravimo podjetne. V ta namen smo si zastavili tudi raziskovalno hipotezo *H3*, ki se glasi: *Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju osebnostnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti.*

Hipotezo 3 smo preverili s pomočjo več spremenljivk, in sicer: samozavest, pogum, predanost in zavezanost svoji odločitvi, odločnost, delavnost, vztrajnost, optimizem, potreba po dosežkih, neodvisnost, komunikativnost, vizionarstvo (vizija in sanje). Anketirani učenci so odgovarjali na to vprašanje na osnovi intervalne skale, kjer so ocenjevali strinjanje posameznih trditev izraženih s številsko oceno od 1 do 5 (1 - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam). Koeficient zaupanja področja (Cronbach α) znaša 0,88.

Tabela 28: Mnenje učencev o pridobljenih lastnostih, ki jim pravimo podjetne lastnosti

| Področje | Indikator | Group Statistics | | | One Sample Test Test Value = 3 | |
|------------------------------------|---|--------------------------|------------------|--------------------------|-----------------------------------|------|
| | | Število odgovorov učenci | Povprečje učenci | Standardni odklon učenci | t | sig. |
| Lastnosti, ki jim pravimo podjetne | samozavest | 146 | 4,30 | ,858 | 18,327 | ,000 |
| | pogum | 146 | 4,38 | ,815 | 20,414 | ,000 |
| | predanost in zavezanost svoji odločitvi | 146 | 4,25 | ,821 | 18,458 | ,000 |
| | komunikativnost | 146 | 4,36 | ,786 | 20,860 | ,000 |
| | odločnost | 146 | 4,30 | ,773 | 20,331 | ,000 |
| | delavnost | 146 | 4,12 | 1,054 | 12,801 | ,000 |
| | vztrajnost | 146 | 4,46 | ,762 | 23,126 | ,000 |
| | optimizem | 146 | 4,37 | ,910 | 18,193 | ,000 |
| | potreba po dosežkih | 146 | 4,29 | ,763 | 20,510 | ,000 |
| | neodvisnost | 146 | 3,86 | 1,178 | 8,851 | ,000 |
| | vizionarstvo (vizija, sanje) | 146 | 4,44 | ,779 | 22,316 | ,000 |

Lasten prikaz

Kot je razvidno v tabeli 28 je vsaka od komponent večja od testne vrednosti 3. Učenci se strinjajo, da so z inovacijsko-podjetniškim izobraževanjem pridobili oz. so se jim razvile osebne lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti. To pomeni, da lahko raziskovalno hipotezo H3 potrdimo za vsako izmed obravnavanih spremenljivk oziroma osebnih lastnosti.

V nadaljevanju tega poglavja bomo z različnih vidikov dodatno ilustrirali obravnavano raziskovalno hipotezo:

- s pomočjo faktorске analize analiziramo osebne lastnosti (podjetne lastnosti) z manjšim številom faktorjev;
- analiziramo mnenja mentorjev glede tega, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju osebnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti;
- analiziramo statistično značilne razlike med mnenji mentorjev ter učencev;
- analiziramo mnenje ravnateljev o tem, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju osebnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti.

Rezultati faktorске analize so prikazani v tabeli 29. Komunalitete, ki izražajo delež variance spremenljivke, ki je pojasnjen z vsemi faktorji analize, niso pri vseh spremenljivkah sprejemljive (večje od 0,4), zato smo zadnjo spremenljivko »potreba po dosežkih« izločili iz nadaljnje analize. Vse ostale komunalitete so nad 0,4, zato predpostavljamo, da bodo dobljeni faktorji dobri predstavniki vhodnih komponent.

Testa zanesljivosti (Kaiser-Meyer-Olkinov test ustreznosti vzorca 0,822 in Bartlettov test specifičnosti 858,972, $p=0,000$) potrjujeta, da so podatki primerni za faktorško analizo.

Tabela 29: Komunalitete, KMO in Bartlett's Test

| Komunalitete | | |
|---|--------------------|-------------|
| | Rescaled | |
| | Initial | Extraction |
| samozavest | ,543 | ,572 |
| pogum | ,511 | ,705 |
| predanost in zavezanost svoji odločitvi | ,429 | ,635 |
| komunikativnost | ,376 | ,535 |
| odločnost | ,427 | ,674 |
| delavnost | ,607 | ,542 |
| vztrajnost | ,338 | ,496 |
| optimizem | ,388 | ,432 |
| neodvisnost | ,701 | ,809 |
| vizionarstvo (vizija, sanje) | ,316 | ,452 |
| potreba po dosežkih | ,174 | ,182 |
| Extraction Method: Principal Axis Factoring. | | |
| KMO and Bartlett's Test^a | | |
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy | | ,822 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 858,972 |
| | df | 45 |
| | Sig. | ,000 |

| Komunalitete | | |
|--|----------|------------|
| | Rescaled | |
| | Initial | Extraction |
| samozavest | ,542 | ,602 |
| pogum | ,509 | ,706 |
| predanost in zavezanost svoji odločitvi | ,403 | ,604 |
| komunikativnost | ,376 | ,550 |
| odločnost | ,425 | ,657 |
| delavnost | ,605 | ,617 |
| vztrajnost | ,334 | ,484 |
| optimizem | ,387 | ,449 |
| neodvisnost | ,682 | ,688 |
| vzionarstvo (vizija, sanje) | ,308 | ,452 |
| Extraction Method: Principal Axis Factoring. | | |

Lastni prikaz

Na osnovi lastne vrednosti (celotna varianca, pojasnjena z določenim faktorjem, ki je večja od 1) in pojasnjene celotne variance (ki znaša 59,192) smo opredelili število faktorjev. Dobili smo dva faktorja (Tabela 30), kar pomeni, da 59,2 % celotne variance vseh spremenljivk pojasnimo z dvema faktorjema, ki imata lastno vrednost večjo od 1.

Tabela 30: Odstotek pojasnjene variance faktorjev

| | Factor | Initial Eigenvalues ^a | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings ^b |
|-----|--------|----------------------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|--|
| | | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total |
| Raw | 1 | 3,857 | 49,436 | 49,436 | 3,539 | 45,355 | 45,355 | 3,291 |
| | 2 | 1,485 | 19,033 | 68,469 | 1,080 | 13,837 | 59,192 | 2,296 |

Lasten prikaz

Graf lastnih vrednosti (Slika 26) potrjuje pravilnost izbire dveh faktorjev. Koleno je pri drugem faktorju, od kolena naprej je graf skoraj položen, zato posledično sledeči faktorji zelo malo prispevajo k pojasnitvi variance osnovnih spremenljivk.

Slika 26: Graf lastnih vrednosti

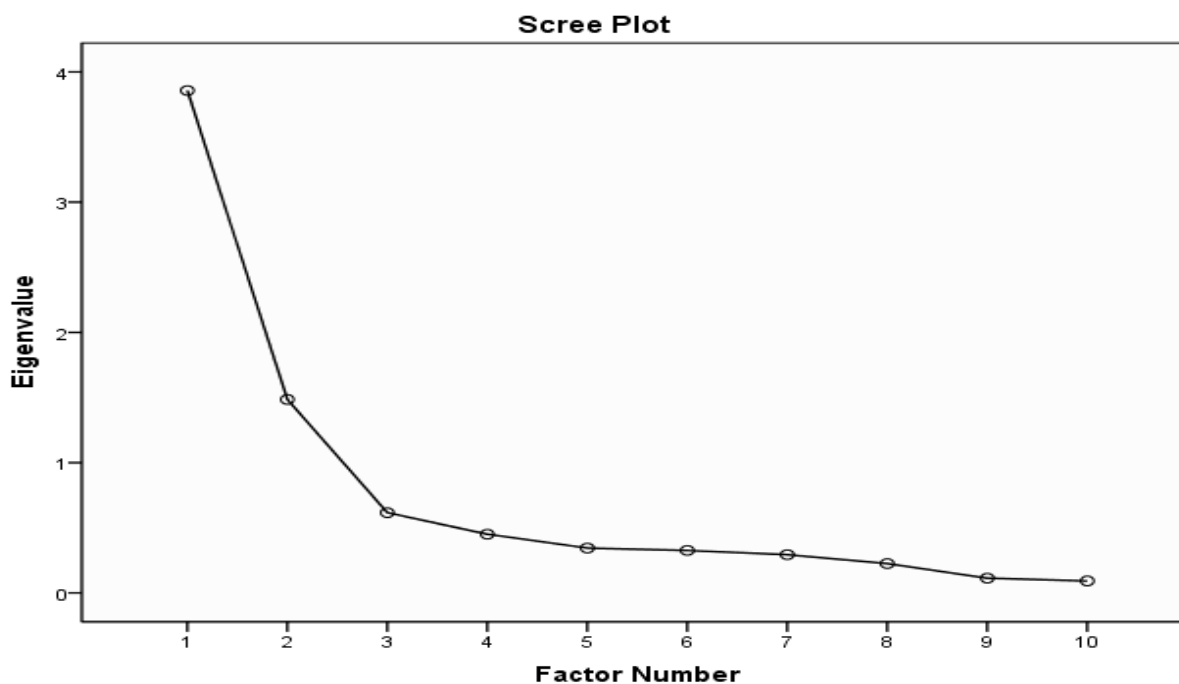
*Lasten prikaz*

Tabela 31: Faktorska matrika

| | Rescaled | |
|---|----------|-------|
| | Factor | |
| | 1 | 2 |
| pogum | ,830 | ,128 |
| odločnost | ,798 | ,141 |
| predanost in zavezanost svoji odločitvi | ,745 | ,222 |
| samozavest | ,727 | ,270 |
| komunikativnost | ,712 | ,207 |
| vztrajnost | ,664 | ,208 |
| vizionarstvo (vizija, sanje) | ,627 | ,244 |
| delavnost | ,606 | -,500 |
| optimizem | ,593 | ,312 |
| neodvisnost | ,558 | -,614 |

Lasten prikaz

Zaradi strukture faktorskih uteži, ki je nepravilna (prvi faktor je preveč splošen, zadnja spremenljivka pa ima močno utež na obeh faktorjih), je potrebno izvesti rotacijo, ki jo prikazujemo v nadaljevanju.

Tabela 32: Pattern matrika

| | Rotirana faktorja | |
|---|-------------------|-------|
| | 1 | 2 |
| samozavest | ,788 | ,028 |
| predanost in zavezanost svoji odločitvi | ,764 | -,028 |
| pogum | ,758 | -,158 |
| odločnost | ,743 | -,133 |
| komunikativnost | ,727 | -,033 |
| optimizem | ,714 | ,120 |
| vztrajnost | ,689 | -,015 |
| vizionarstvo (vizija, sanje) | ,688 | ,037 |
| neodvisnost | -,039 | -,846 |
| delavnost | ,088 | -,743 |

Lasten prikaz

Prvi faktor sestavljajo lastnosti: samozavest, predanost in zavezanost svoji odločitvi, pogum, odločnost, komunikativnost, optimizem, vztrajnost in vizionarstvo, drugi faktor pa neodvisnost in delavnost.

Učenci vidijo dva tipa oziroma dve dimenziji. Prva dimenzija je usmerjena v vizionarstvo, odločnost, vztrajnost, predanost in zavezanost svoji odločitvi, kar učenci povezujejo z optimizmom, komunikativnostjo, pogumom in samozavestjo. Kot najbolj pomembno lastnost učenci izpostavijo samozavest. Druga dimenzija vključuje neodvisnost in delavnost ter je nasprotna prvi dimenziji.

Kot dodatno ilustracijo v nadaljevanju prikazujemo mnenje mentorjev o tem, katere so pridobljene lastnosti, ki jim pravimo podjetne, ki so jih učenci z obiskom inovacijsko-podjetniškega izobraževanja pridobili oz. so se pri učencih razvile ter statistično značilne razlike med mentorji in učenci.

Tabela 33: Mnenje mentorjev in učencev o pridobljenih lastnostih, ki jim pravimo podjetne lastnosti

| Področje | Indikator | Group Statistics | | | Levenov test | Independent Samples test |
|------------------------------------|---|------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|--------------|--------------------------|
| | | Število odgovorov mentorji/ učenci | Povprečje mentorji/ učenci | Standardni odklon mentorji/ učenci | F (sig.) | t (sig.) |
| Lastnosti, ki jim pravimo podjetne | samozavest | 89 | 4,39 | ,668 | 5,698 | ,863 |
| | | 146 | 4,30 | ,858 | ,018 | ,389 |
| | pogum | 89 | 4,44 | ,722 | ,599 | ,585 |
| | | 146 | 4,38 | ,815 | ,440 | ,559 |
| | predanost in zavezanost svoji odločitvi | 89 | 4,54 | ,641 | 4,758 | 2,806 |
| | | 146 | 4,25 | ,821 | ,030 | ,005 |
| | komunikativnost | 89 | 4,49 | ,659 | 1,935 | 1,388 |
| | | 146 | 4,36 | ,786 | ,165 | ,166 |
| | odločnost | 89 | 4,64 | ,608 | 5,107 | 3,525 |
| | | 146 | 4,30 | ,773 | ,025 | ,001 |
| | delavnost | 89 | 4,49 | ,676 | 2,670 | 3,024 |
| | | 146 | 4,12 | 1,054 | ,104 | ,003 |
| vztrajnost | 89 | 4,52 | ,709 | ,446 | ,580 | |
| | 146 | 4,46 | ,762 | ,505 | ,562 | |
| optimizem | 89 | 4,48 | ,770 | ,619 | ,980 | |
| | 146 | 4,37 | ,910 | ,432 | ,328 | |
| potreba po dosežkih | 89 | 4,51 | ,659 | 1,454 | 2,164 | |
| | 146 | 4,29 | ,763 | ,229 | ,031 | |
| neodvisnost | 89 | 4,21 | ,790 | 11,509 | 2,485 | |
| | 146 | 3,86 | 1,178 | ,001 | ,014 | |
| vizionarstvo (vizija, sanje) | 89 | 4,51 | ,659 | 1,238 | ,680 | |
| | 146 | 4,44 | ,779 | ,267 | ,497 | |

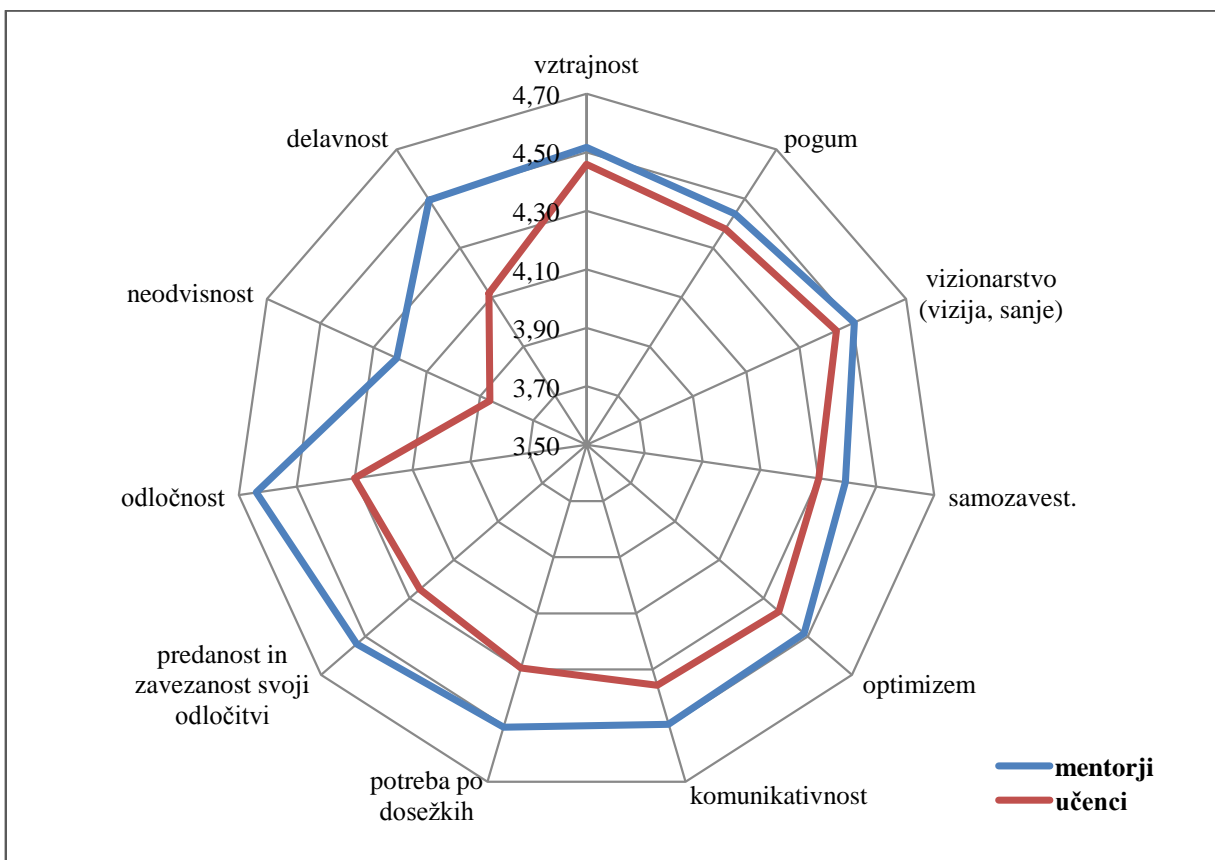
Lasten prikaz

V vzorcu se mentorji v povprečju močneje kot učenci strinjajo s tem, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju podjetnih lastnosti pri učencih, kar velja za vse obravnavane lastnosti.

Kot je razvidno iz slike 27, imajo mentorji o pridobljenih lastnostih, ki jim pravimo podjetne lastnosti, višji nivo strinjanja pri vseh navedenih lastnostih. Med vsemi lastnostmi, ki jim pravimo podjetne lastnosti, so učenci z rednim obiskom krožka, v najmanjši meri po mnenju mentorjev kot tudi učencev, pridobili lastnost neodvisnost. Tako pri učencih kot pri mentorjih v vzorcu je povprečna stopnja strinjanja pri vseh podjetnih lastnostih višja od 4, izjema je le mnenje učencev o tem, ali so pridobili tudi »neodvisnost«, kjer je 3,86.

Statistično značilne razlike ($p < 0,05$) pa lahko potrdimo pri sledečih spremenljivkah; predanost in zavezanost svoji odločitvi, odločnost, delavnost, potreba po dosežkih in neodvisnost. Pri ostalih spremenljivkah ni zaznati statistično značilnih razlik med mentorji ter učenci.

Slika 27: Mnenje mentorjev in učencev o pridobljenih lastnostih, ki jim pravimo podjetne lastnosti



Lasten prikaz

Ravnatelji, ki smo jih prav tako povprašali za mnenje, so v veliki večini pri vprašanju ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti, označili odgovor nekaj srednjega (53 odstotkov). 28 odstotkov se strinja in 19 odstotkov se popolnoma strinja, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti.

Tabela 34: Mnenje ravnateljev (vzorčni podatki) ali inovacijsko – podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti.

| | ŠTEVILO | ODSTOTEK |
|----------------------|---------|----------|
| sploh se ne strinjam | 0 | 0 |
| se ne strinjam | 0 | 0 |

| | | |
|-----------------------|-----------|------------|
| nekaj srednjega | 48 | 53 |
| se strinjam | 26 | 28 |
| popolnoma se strinjam | 17 | 19 |
| SKUPAJ | 91 | 100 |

Lasten prikaz

8.4 Inovacijsko – podjetniško izobraževanje pripelje k izboljšanju podjetniškega znanja učencev

Posameznik, ki ima interes do novega znanja in preide skozi izobraževalni proces, kot je v našem primeru inovacijsko-podjetniško izobraževanje v obliki krožka, pridobi določeno znanje. Zastavili smo si cilj in ugotovili, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripelje k izboljšanju podjetniškega znanja učencev. Postavili smo hipotezo H4, ki se glasi: inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripelje k izboljšanju podjetniškega znanja učencev. Hipotezo 4 smo preverili s pomočjo *pod-hipoteze 4a: podjetniško znanje učencev po obisku inovacijsko - podjetniškega izobraževanja je večje kot pred obiskom inovacijsko - podjetniškega izobraževanja.*

Koliko znanja je posameznik pridobil, je moč izmeriti. Eden izmed načinov je meriti število opravljenih nalog. V ta namen smo merili število opravljenih nalog s strani učencev pred obiskom podjetniškega ali UPI krožka in po končanem podjetniškem ali UPI krožku. Torej smo imeli dva vzorca, ki sta bila odvisna, saj smo iste učence anketirali pred in po obisku podjetniškega ali UPI krožka. Test znanja je sestavljalo pet področij (podjetništvo, podjetnik, poslovna priložnost in podjetniška ideja, podjetniški proces, poslovni načrt). Vsako od področij je bilo opredeljeno z dvema do petimi vprašanji, s katerimi smo preverjali teoretično znanje učencev s področja podjetništva. Odgovore učencev na posamezna vprašanja smo točkovali z 1 točko v primeru, da je bil odgovor pravilen, in z 0 točkami, če je bil odgovor nepravilen. Koeficient zanesljivosti (Cronbachov α) tega področja znaša 0,68. Statistične značilnosti razlik med prvim in drugim merjenjem smo preverili s t – testom, ter dobljene rezultate primerjali na kontrolni skupini učencev.

Spremembe na področju obvladovanja osnov podjetniškega znanja pri učencih, vključenih v program inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, smo primerjali z vrstniki, ki niso sodelovali v programu. Tudi tu so rezultati potrdili (Tabela 35), da so učenci, ki so obiskovali krožek, po končanem izobraževanju pri vseh vprašanjih statistično značilno izboljšali znanje. Učenci, ki so sodelovali v krožkih, so po enem letu dela pridobili več teoretičnega znanja na vseh petih področjih, značilnih za inovacijsko - podjetniški proces. Rezultati, pridobljeni pri kontrolni skupini, kažejo povsem drugačno sliko. Razlike v znanju med začetnim in končnim merjenjem niso statistično značilne niti pri enem samem indikatorju. Na osnovi rezultatov lahko trdimo, da je boljše znanje učencev, ki so obiskovali podjetniške krožke, rezultat načrtnega in sistematičnega dela. Pri učencih kontrolne skupine pa je splošno znanje o inovacijsko-podjetniškem procesu ob koncu ostalo na enaki ravni kot na začetku.

Tabela 35: Podjetniško znanje učencev, ki so obiskovali podjetniške krožke (eksperimentalna skupina) in učencev, ki krožkov niso obiskovali (kontrolna skupina)

| Področje | Indikator | Eksperimentalna skupina | | | Kontrolna skupina | | |
|--|--|--|---|-----------------|--|---|----------------|
| | | Prvo merjenje povrečje/število odgovorov | Drugo merjenje povrečje/število odgovorov | t (sig.) | Prvo merjenje povrečje/število odgovorov | Drugo merjenje povrečje/število odgovorov | t (sig.) |
| Podjetništvo | Definiraj pojem ustvarjalnost. | ,22 (146) | ,75 (146) | -12,897 ,000 | ,08 (12) | ,25 (12) | -1,483 ,166 |
| | Definiraj pojem podjetništvo. | ,21 (146) | ,72 (146) | -12,050 ,000 | ,08 (12) | ,00 (12) | 1,000 ,339 |
| | Kaj je možganska nevihta ali viharjenje možganov? | ,46 (146) | ,81 (146) | -7,920 ,000 | ,25 (12) | ,08 (12) | 1,483 ,166 |
| | Naštej tri prednosti skupinskega reševanja problemov. | ,40 (146) | ,78 (146) | -9,235 ,000 | ,25 (12) | ,42 (12) | -1,483 ,166 |
| Podjetnik | Kdo je podjetnik? | ,37 (146) | ,85 (146) | -10,970 ,000 | ,25 (12) | ,08 (12) | 1,483 ,166 |
| | Naštej tri lastnosti podjetnega človeka. | ,47 (146) | ,88 (146) | -9,533 ,000 | ,17 (12) | ,25 (12) | -1,000 ,339 |
| Poslovna priložnost in podjetniška ideja | Ali je čisto vsaka ideja tudi poslovna priložnost? Komentiraj svojo odločitev. | ,21 (146) | ,77 (146) | -13,084 ,000 | ,00 (12) | ,08 (12) | -1,000 ,339 |
| | Opiši, kaj razumeš pod pojmom poslovna priložnost? | ,29 (146) | ,64 (146) | -7,794 ,000 | ,17 (12) | ,08 (12) | 1,000 ,339 |
| | Navedi in opiši podjetniško idejo, za katero misliš, da bi prinašala dobiček, če bi jo realiziral. | ,52 (146) | ,78 (146) | -6,484 ,000 | ,25 (12) | ,42 (12) | -1,483 ,166 |
| Podjetniški proces | Kateri so trije elementi podjetniškega procesa? | ,10 (146) | ,58 (146) | -11,098 ,000 | ,00 (12) | ,08 (12) | -1,000 ,339 |
| | Naštej vsaj tri vrste zavarovanj. | ,59 (146) | ,84 (146) | -6,359 ,000 | ,42 (12) | ,58 (12) | -1,483 ,166 |
| | Naštej vsaj tri pravne oblike podjetij. | ,16 (146) | ,36 (146) | -5,407 ,000 | ,08 (12) | ,00 (12) | 1,000 ,339 |

| | | | | | | | |
|----------------|---|--------------|--------------|-----------------|-------------|-------------|----------------|
| Poslovni načrt | Kaj razumeš pod pojmom poslovni načrt? | ,18 (146) | ,76 (146) | -13,639 ,000 | ,25 (12) | ,33 (12) | -1,000 ,339 |
| | Naštej vsaj tri elemente, ki so standardna sestavina vsakega poslovnega načrta. | ,08 (146) | ,68 (146) | -14,832 ,000 | ,00 (12) | ,08 (12) | -1,000 ,339 |
| | Kaj razumeš pod pojmom tržna raziskava? | ,15 (146) | ,63 (146) | -11,556 ,000 | ,17 (12) | ,33 (12) | -1,483 ,166 |
| | Zakaj je potrebno anketiranje oz. kaj pridobimo z anketiranjem? | ,42 (146) | ,70 (146) | -7,061 ,000 | ,42 (12) | ,50 (12) | -432 ,674 |
| | Naštej pet možnih načinov oglaševanja novega izdelka. | ,55 (146) | ,74 (146) | -4,614 ,000 | ,17 (12) | ,33 (12) | -1,483 ,166 |

Lasten prikaz

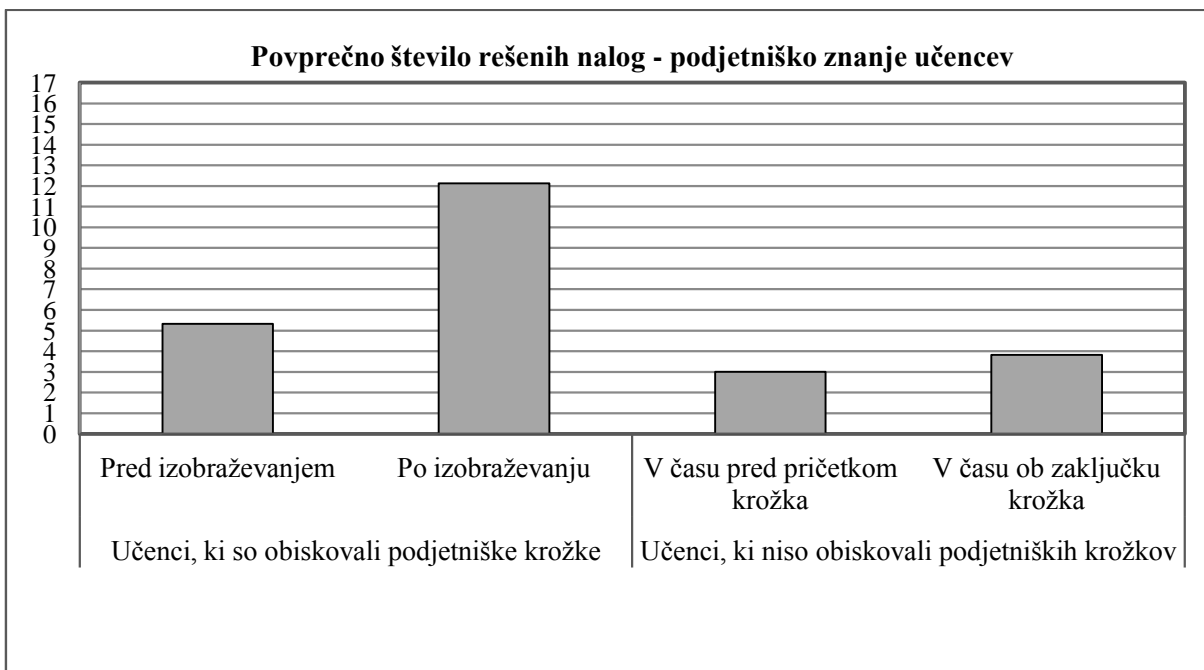
Dobljene ugotovitve še dodatno nazorno kaže slika 29, saj potrjuje, da so učenci, ki so sodelovali pri krožkih, na začetku v povprečju pravilno rešili 5,32 od skupno 17 zastavljenih nalog, po končanem enoletnem delu pa v povprečju kar 12,13. Razlika v številu povprečno rešenih nalog pri eksperimentalni skupini učencev je seveda tudi statistično značilna ($p < 0,05$). Učenci kontrolne skupine so na začetku (12. oktobra 2011) pravilno rešili le 3 naloge, ob koncu (12. marca 2012) pa ne dosti več.

Tabela 36: Podjetniško znanje učencev

| Področje | Eksperimentalna skupina | | | Kontrolna skupina | | |
|--------------------|---|--|-----------------|---|--|----------------|
| | Prvo merjenje povprečje/število odgovorov | Drugo merjenje povprečje/število odgovorov | t (sig.) | Prvo merjenje povprečje/število odgovorov | Drugo merjenje povprečje/število odgovorov | t (sig.) |
| Podjetniško znanje | 5,32 (146) | 12,13 (146) | -21,659 ,000 | 3,00 (12) | 3,83 (12) | -1,890 ,085 |

Lasten prikaz

Slika 28: Podjetniško znanje učencev (povprečno število pravilno rešenih nalog)



Lasten prikaz

Tako lahko potrdimo pod-hipotezo 4a, da je podjetniško znanje učencev po obisku inovacijsko podjetniškega izobraževanja večje kot pred obiskom inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, vpliv večjega znanja pri učencih pa ni večja zrelost učencev, ampak inovacijsko-podjetniško izobraževanje.

8.5 Vpliv inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na odločitev učencev za nadaljnje izobraževanje

Učence smo povprašali o njihovi odločitvi glede nadaljnjega, srednješolskega izobraževanja, in sicer pred obiskom krožka in po končanem krožku. Predpostavljali smo namreč, da bo prišlo do razlik, in da bodo določeni učenci spremenili mnenje glede njihovega nadaljnjega šolanja. Zastavili smo hipotezo 5: Inovacijsko - podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev za nadaljnje izobraževanje. Hipotezo 5 smo preverili s pomočjo zastavljene pod-hipoteze 5a: *Mnenje učencev glede nadaljnjega šolanja pred obiskom inovacijsko - podjetniškega izobraževanja se razlikuje od mnenja po obisku inovacijsko - podjetniškega izobraževanja.*

Analiza rezultatov je pokazala, da je 7 (5 odstotkov) od skupno 146 učencev v vzorcu po končanem krožku spremenilo mnenje glede njihovega nadaljnjega srednješolskega izobraževanja. Strukturni delež v vzorcu torej znaša 4,79%. Hipotezo smo preverili z izračunom intervala zaupanja za strukturni delež v populaciji (π), ki ga prikazujemo v nadaljevanju:

$$P(1,29 \% \leq \pi \leq 8,30 \%) = 95\%$$

S 95 %-no verjetnostjo ocenjujemo, da je delež učencev, ki po obisku inovacijsko - podjetniškega izobraževanja spremenijo mnenje glede nadaljnega šolanja, v statistični množici med 1,29 in 8,30%, torej statistično značilno večji od 0.

Tako lahko potrdimo pod-hipotezo 5a, saj je delež učencev, ki po obiskovanju inovacijsko-podjetniškega izobraževanja spremenijo mnenje o svojem nadaljnjem izobraževanju, statistično značilno višji od 0.

Kot dodatno ilustracijo predstavljamo mnenje ravnateljev in mentorjev o tem ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev za izbrano smer srednješolskega izobraževanja in odločitev učencev o poklicu, ki ga želijo v bodočnosti opravljati.

Tabela 37: Mnenje ravnateljev in mentorjev o tem, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev za izbrano smer srednješolskega izobraževanja.

| | RAVNATELJI (število/odstotek) | | MENTORJI (število/odstotek) | |
|---------------|-------------------------------|------------|-----------------------------|------------|
| da | 20 | 22 | 54 | 61 |
| ne | 17 | 19 | 19 | 21 |
| ne vem | 54 | 59 | 16 | 18 |
| SKUPAJ | 91 | 100 | 89 | 100 |

Lasten prikaz

V Tabeli 37 razberemo, da anketirani ravnatelji v večini ne vedo, ali inovacijsko- podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev za izbrano smer srednješolskega izobraževanja, medtem ko so mentorji v večini prepričani, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev.

Po obisku inovacijsko-podjetniškega izobraževanja je prišlo tudi do spremembe pri odločitvi učencev o poklicu oz. dejavnosti, ki jo želijo v bodočnosti opravljati in služiti denar. 27 učencev je spremenilo mnenje po končanem krožku in pridobilo veselje do poklica samostojni podjetnik. Le-ti učenci so sicer ostali zvesti svoji prvotni odločitvi glede poklica, vendar so pripisali, da bi želeli imeti svoje podjetje.

8.6 Najbolj primerna oblika inovacijsko – podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev

V tem delu raziskave nas je zanimalo, katera je po mnenju ravnateljev, mentorjev in učencev najbolj primerna oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli in ali se njihova mnenja razlikujejo. Zastavili smo hipotezo *H6: Med ravnatelji, mentorji in učenci obstajajo statistično značilne razlike glede mnenja o najbolj primerni obliki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev*. Hipotezo smo preverili glede na strinjanje s trditvijo o primernosti posamezne oblike inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, in sicer: izbirni predmet, redni predmet, podjetniški krožek, plačljivi podjetniški krožek.

Anketirane ravnateljice, mentorje in učence smo povprašali za njihovo strinjanje. Uporabili smo intervalno skalo, kjer so anketiranci označili svoje strinjanje od 1 do 5 (1 - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam).

Tabela 38: Mnenje učencev, mentorjev in ravnateljev o najbolj primerni obliki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev

| ANOVA | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|----------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| redni predmet | Between Groups | 43,681 | 2 | 21,841 | 11,731 | ,000 |
| | Within Groups | 601,340 | 323 | 1,862 | | |
| | Total | 645,021 | 325 | | | |
| izbirni predmet | Between Groups | 16,941 | 2 | 8,471 | 6,401 | ,002 |
| | Within Groups | 427,427 | 323 | 1,323 | | |
| | Total | 444,368 | 325 | | | |
| podjetniška delavnica | Between Groups | 5,852 | 2 | 2,926 | 2,890 | ,057 |
| | Within Groups | 327,044 | 323 | 1,013 | | |
| | Total | 332,896 | 325 | | | |
| plačljiva podjetniška delavnica | Between Groups | 23,147 | 2 | 11,574 | 12,392 | ,000 |
| | Within Groups | 301,675 | 323 | ,934 | | |
| | Total | 324,822 | 325 | | | |
| inovacijsko-podjetniško izobraževanje ne spada v OŠ | Between Groups | 3,458 | 2 | 1,729 | 5,800 | ,003 |
| | Within Groups | 96,288 | 323 | ,298 | | |
| | Total | 99,745 | 325 | | | |

Lasten prikaz

Mnenje učencev, mentorjev in ravnateljev o obliki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja se razlikujejo in so razlike statistično značilne. Statistično značilne razlike ($p < 0,05$) so pri oblikah redni predmet, izbirni predmet, plačljiva podjetniška delavnica. Statistično značilna razlika ($p < 0,05$) je zaznana tudi pri mnenju, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje ne spada v osnovno šolo. Pri mnenju o primernosti podjetniške delavnice, kot oblike inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli, pa med učenci, mentorji in ravnatelji ni zaznani statistično značilne razlike.

Tabela 39: Povprečja odgovorov učencev, mentorjev in ravnateljev o najbolj primerni obliki izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli

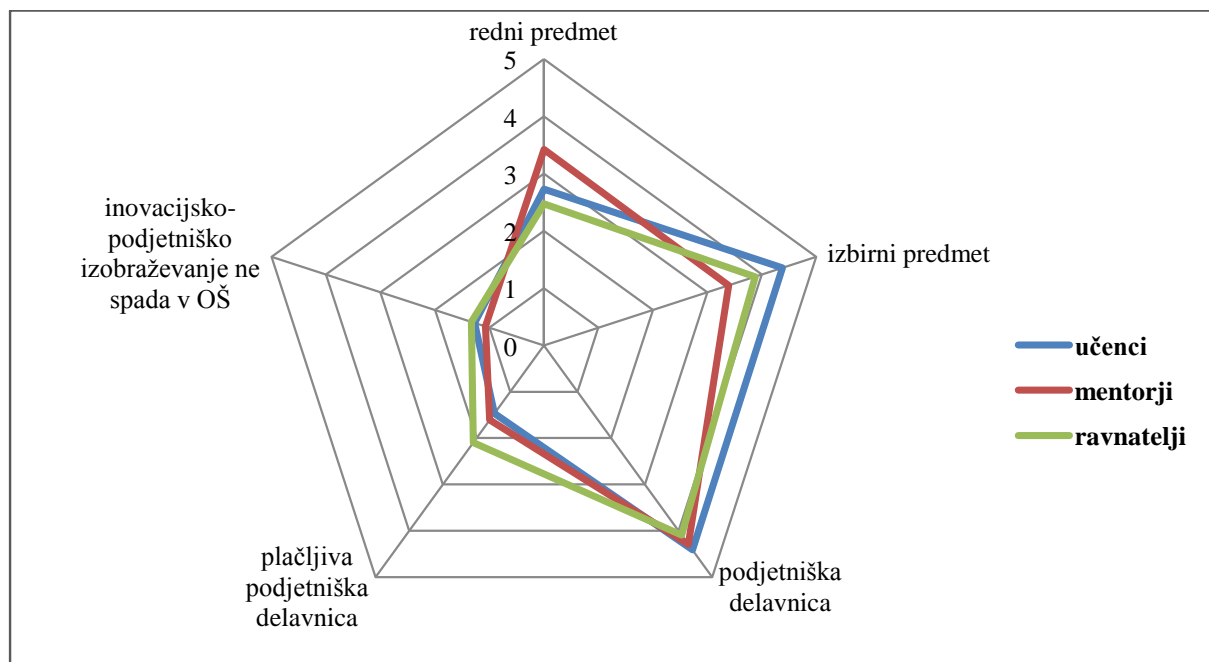
| Oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v OŠ | Učenci | | Mentorji | | Ravnatelji | |
|---|-------------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------|-----------|
| | Število odgovorov | Povprečje | Število odgovorov | Povprečje | Število odgovorov | Povprečje |
| redni predmet | 146 | 2,73 | 89 | 3,42 | 91 | 2,47 |
| izbirni predmet | 146 | 4,38 | 89 | 3,39 | 91 | 3,88 |

| | | | | | | |
|---|-----|------|----|------|----|------|
| podjetniška delavnica | 146 | 4,41 | 89 | 4,29 | 91 | 4,09 |
| plačljiva podjetniška delavnica | 146 | 1,47 | 89 | 1,61 | 91 | 2,10 |
| inovacijsko-podjetniško izobraževanje ne spada v OŠ | 146 | 1,27 | 89 | 1,07 | 91 | 1,33 |

Lasten prikaz

Učenci, mentorji in ravnatelji se v največji meri strinjajo, da je najbolj primerna oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli podjetniška delavnica (Tabela 39). Učenci, mentorji in ravnatelji se ne strinjajo z obliko plačljiva podjetniška delavnica, prav tako se v povprečju ne strinjajo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje ne sodi v osnovno šolo. Da je redni predmet primerna oblika se v največji meri strinjajo mentorji, medtem ko ravnatelji v povprečju niso tako naklonjeni tej obliki.

Slika 29: Mnenje učencev, mentorjev in ravnateljev o najbolj primerni obliki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev



Lasten prikaz

Rezultati raziskave so tako pokazali, da pri obliki izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v obliki podjetniške delavnice, ki je hkrati tako s strani učencev, mentorjev in ravnateljev ocenjena kot najprimernejša oblika, med temi tremi skupinami ni statistično značilnih razlik ($p > 0,05$). Hkrati se pri vseh ostalih oblikah izvedbe pojavljajo statistično značilne razlike med učenci, mentorji ter ravnatelji v povprečni oceni primernosti. Zato lahko hipotezo H6 delno potrdimo.

8.7 Različni vidiki inovacijsko-podjetniške aktivnosti učencev

V nadaljevanju predstavljamo rezultate analize, ki niso neposredno vezani na preverjanje postavljenih hipotez, ampak podajajo splošne informacije in ugotovitve, in sicer:

- a) analiziramo pomen podjetništva in inovacijsko-podjetniškega izobraževanja za razvoj družbe (mnenje ravnateljev in mentorjev);
- b) analiziramo podjetniško klimo v okolju osnovnošolskega izobraževanja (mnenje ravnateljev);
- c) analiziramo splošno mnenje o ustvarjalnosti in inovativnosti v današnjem času (mnenje ravnateljev in mentorjev);
- d) analiziramo povezanost mnenja ravnateljev ter mentorjev o smiselnosti uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli, z različnimi vidiki oziroma trditvami o ustvarjalnosti in inovativnosti;
- e) identificirati smo želeli tudi najpomembnejše podporne skupine ljudi, ki učencem pomagajo pri izpeljavi njihovih idej ter predvsem to, kako učenci ocenjujejo realizacijo svojih idej.

Ad a) Zadali smo si cilj izvedeti, kakšno je mnenje anketiranih ravnateljev in mentorjev o podjetništvu in inovacijsko-podjetniškem izobraževanju (Tabela 40) ter o ustvarjalnosti in inovativnosti (tabela 42), zato smo jih o tem tudi povprašali. Ravnatelji in mentorji so ocenili postavljene trditve na lestvici od 1 do 5 (1 - popolnoma se ne strinjam in 5 - popolnoma se strinjam). Za analiziranje razlik v mnenju obeh skupin smo uporabili t-test za dva neodvisna vzorca.

Tabela 40 Mnenje anketiranih ravnateljev in mentorjev o pomenu podjetništva in inovacijsko-podjetniškega izobraževanja

| Področje | Indikator | Group Statistics | | | Levenov test | Independent Samples Test |
|---|---|---------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|--------------|--------------------------|
| | | Število odgovorov mentorji/ravnatelji | Povprečje mentorji/ravnatelji | Standardni odklon mentorji/ravnatelji | F Sig. | t Sig. |
| Podjetništvo in inovacijsko-podjetniško izobraževanje | Podjetništvo je ključen dejavnik gospodarskega razvoja. | 89 91 | 4,55 4,40 | ,622 ,594 | ,083 ,773 | 1,710 ,089 |
| | Podjetništvo povečuje konkurenco in sili k stalnemu izboljševanju kakovosti, s tem pa se povečuje tudi blaginja prebivalstva. | 89 91 | 4,51 4,37 | ,676 ,677 | ,017 ,897 | 1,308 ,193 |

| | | | | | | |
|---|--|----------|--------------|----------------|----------------|----------------|
| Podjetništvo in inovacijsko-podjetniško izobraževanje | Podjetništvo je ena izmed rešitev za visoko stopnjo brezposelnosti, saj so nova podjetja tudi vir novih delovnih mest. | 89 91 | 4,54 4,42 | ,658 ,684 | ,603 ,438 | 1,216 ,225 |
| | Slovinci se premalo inovacijsko-podjetniško izobražujejo. | 89 91 | 3,93 3,92 | ,939 1,035 | ,935 ,335 | ,064 ,949 |
| | V Sloveniji ni dovolj možnosti za inovacijsko-podjetniško izobraževanje. | 89 91 | 3,26 3,32 | 1,050 1,084 | ,379 ,539 | -,379 ,705 |
| | Inovacijsko-podjetniško izobraževati bi se morali začeti že v osnovni šoli. | 89 91 | 4,65 4,33 | ,623 ,746 | 6,035 ,015 | 3,138 ,002 |
| | Podjetništvo in inovacijsko-podjetniško izobraževanje je za družbo nepomembno. | 89 91 | 1,17 1,44 | ,376 ,819 | 22,302 ,000 | -2,841 ,005 |

Lasten prikaz

Statistično značilna razlika je vidna samo pri zadnjih dveh trditvah, in sicer inovacijsko-podjetniško izobraževati bi se morali začeti že v osnovni šoli ($p < 0,05$), tej trditvi dajejo mentorji večjo težo kot ravnatelji, s trditvijo podjetništvo in inovacijsko-podjetniško izobraževanje je za družbo nepomembno ($p < 0,05$), pa se mentorji strinjajo v manjši meri kot ravnatelji. Mentorji torej v primerjavi z ravnatelji vidijo večjo pomembnost inovacijsko-podjetniškega izobraževanja in hkrati, da bi se inovacijsko-podjetniško izobraževati morali pričeti že otroci v osnovni šoli. Pri ostalih trditvah statistično značilnih razlik med mentorji in ravnatelji ni.

Ad b) Ravnatelje smo povprašali, kakšna je po njihovem mnenju podjetniška klima v okolju, v katerem živijo. Največji delež anketiranih ravnateljev je mnenja, da je podjetniška klima v njihovem okolju zavirajoča. 31,8 odstotkov pa, da nekaj srednjega. Najmanj anketiranih ravnateljev (2,3 odstotka) meni, da je podjetniška klima v okolju, v katerem živijo, zelo spodbudna. Ravnatelji, ki so podjetniško klimo ocenili kot zavirajočo, ali zelo zavirajočo, v veliki večini ravnateljujejo v podeželskih osnovnih šolah, medtem ko ravnatelji, ki so podjetniško klimo ocenili kot spodbudno ali zelo spodbudno, ravnateljujejo v osnovnih šolah, ki se nahajajo v mestnem okolju.

Tabela 41: Mnenje ravnateljev o podjetniški klimi v okolju v katerem živijo

| Podjetniška klima v okolju v katerem živim je | ŠTEVILO ODGOVOROV | DELEŽ |
|---|-------------------|-------|
| zelo zavirajoča. | 8 | 8,8 |
| zavirajoča. | 30 | 32,9 |
| nekaj srednjega. | 29 | 31,8 |
| spodbudna. | 22 | 24,2 |

| | | |
|-----------------|-----------|------------|
| zelo spodbudna. | 2 | 2,3 |
| SKUPAJ | 91 | 100 |

Lasten prikaz

Prevladujoča podjetniška klima je lahko v tesni povezavi s trenutno situacijo gospodarske krize. Gospodarska kriza je namreč lahko na eni strani priložnost za podjetništvo, po drugi strani pa lahko gospodarska kriza negativno vpliva na podjetniško klimo in podjetništvo.

Ad c) Prav tako smo ravnatelje in mentorje povprašali za splošno mnenje o ustvarjalnosti in inovativnosti (Tabela 42) v današnjem času.

Tabela 42: Mnenje ravnateljev in mentorjev o trditvah, ki se nanašajo na ustvarjalnost in inovativnost

| Področje | Indikator | Group Statistics | | | Levenov test | Independent Samples test |
|-------------------------------|--|---------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---------------|--------------------------|
| | | Število odgovorov mentorji/ravnatelji | Povprečje mentorji/ravnatelji | Standardni odklon mentorji/ravnatelji | F Sig. | t Sig. |
| Ustvarjalnost in inovativnost | Kreiranje novih idej se odvija vsakodnevno. | 89 91 | 4,00 4,16 | ,853 ,687 | 2,922 ,089 | 1,429 ,155 |
| | Ustvarjalnost in inovativnost nista povezana z nadarjenostjo. | 89 91 | 3,27 3,68 | 1,185 1,134 | ,003 ,954 | 2,382 ,018 |
| | Ustvarjalnost in inovativnost sta predpogoj podjetništva. | 89 91 | 4,28 4,00 | ,783 1,116 | 4,387 ,083 | -1,951 ,053 |
| | Brez ustvarjalnosti in inovativnosti bi naša družba kmalu začela stagnirati. | 89 91 | 4,51 4,38 | ,586 ,553 | 1,006 ,317 | -1,425 ,156 |
| | Brez ustvarjalnega in inovativnega razmišljanja posameznik dandanes ni konkurenčen. | 89 91 | 4,49 4,26 | ,624 ,664 | ,043 ,836 | -2,401 ,017 |
| | Inovativno razmišljanje je dandanes zelo zaželeno. | 89 91 | 4,33 4,45 | ,599 ,719 | 3,168 ,077 | 1,263 ,208 |
| | Inovativno razmišljanje je lastnost vsakega posameznika, le spodbuditi ga je potrebno. | 89 91 | 4,02 4,02 | 1,000 ,954 | ,860 ,355 | -,003 ,997 |

Lasten prikaz

Statistično značilna razlika ($p < 0,05$) nastopi pri dveh trditvah, in sicer: Brez ustvarjalnega in inovativnega razmišljanja posameznik dandanes ni konkurenčen, s katero se ravnatelji strinjajo v večji meri kot mentorji, ter ustvarjalnost in inovativnost nista povezana z nadarjenostjo, s katero se mentorji strinjajo v večji meri kot ravnatelji. Pri ostalih trditvah statistično značilne razlike ni.

Ad d) Zanimalo nas je, ali ravnatelji in mentorji povezujejo smiselnost uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja že v osnovni šoli, z različnimi vidiki oziroma trditvami o ustvarjalnosti in inovativnosti.

Tabela 43: Pearsonovi koleracijski koeficienti ravnatelji in mentorji

| Področje | Indikator | Podjetniško izobraževati bi se morali začeti že v osnovni šoli (ravnatelji) | | | Podjetniško izobraževati bi se morali začeti že v osnovni šoli (mentorji) | | |
|-------------------------------|--|--|---------------------|-----------------|--|---------------------|-----------------|
| | | Število odgovorov | Pearson Correlation | Sig. (2-tailed) | Število odgovorov | Pearson Correlation | Sig. (2-tailed) |
| Ustvarjalnost in inovativnost | Ustvarjalnost in inovativnost nista povezana z nadarjenostjo. | 91 | ,309** | ,003 | 89 | ,252* | ,017 |
| | Ustvarjalnost in inovativnost sta predpogoj podjetništva. | 91 | ,427** | ,000 | 89 | ,110 | ,307 |
| | Brez ustvarjalnosti in inovativnosti bi naša družba kmalu začela stagnirati. | 91 | ,282** | ,007 | 89 | ,332** | ,001 |
| | Brez ustvarjalnega in inovativnega razmišljanja posameznik dandanes ni konkurenčen. | 91 | ,338** | ,001 | 89 | ,272** | ,010 |
| | Inovativno razmišljanje je dandanes zelo zaželeno. | 91 | ,383** | ,000 | 89 | ,034 | ,755 |
| | Inovativno razmišljanje je lastnost vsakega posameznika, le spodbuditi ga je potrebno. | 91 | ,255* | ,015 | 89 | ,377** | ,000 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lasten prikaz

Na osnovi rezultatov v tabeli 43 lahko ugotovimo, da z naraščanjem strinjanja s trditvijo, da bi se inovacijsko-podjetniško izobraževanje moralo pričeti že v osnovni šoli, v povprečju narašča tudi strinjanje s trditvami, da sta ustvarjalnost in inovativnost predpogoj podjetništva, da brez teh lastnosti posameznik v današnji družbi ni konkurenčen, inovativno razmišljanje pa je zaželeno (če naštejemo zgolj 3 najmočnejše pozitivne povezave). Zapisano velja predvsem za mnenja ravnateljev, pri mnenjih mentorjev so povezave v povprečju nekoliko šibkejše.

Sklepamo, da ravnatelji, kot tudi mentorji, želijo vpeljavo inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovnošolski sistem, čeprav smo že ugotovili, da se s tem, da bi se inovacijsko-podjetniško izobraževati morali začeti že v osnovni šoli, v malo večji meri strinjajo mentorji.

Nekaj podobnih vidikov so proučevali tudi Cankar in soavtorji (Cankar et al., 2011, 69), ki so povprašali 189 učencev in prišli do ugotovitve, da se učenci ne strinjajo s trditvijo, da je ustvarjalnost in inovativnost značilnost posebne skupine ljudi. Trditev, da je ustvarjalnost prirojena sposobnost, so ocenili s srednjo vrednostjo tri. Med anketiranimi učenci prevladuje mnenje, da je ustvarjalen in inovativen lahko vsakdo (povprečje je 4,27). Prav tako so za potrebe svoje raziskave povprašali ravnatelje slovenskih osnovnih šol, koliko pozornosti je po njihovem mnenju v Sloveniji posvečeno področju podjetnosti, ustvarjalnosti in inovativnosti učencev (prav tam, 18).

Tabela 44: Mnenje ravnateljev glede stopnje namenjene pozornosti področju podjetnosti, ustvarjalnosti in inovativnosti učencev

| STOPNJA NAMENJENA POZORNOSTI | ŠTEVILO ŠOL/RAVNATELJI | ODSTOTEK |
|------------------------------|------------------------|---------------|
| premalo pozornosti | 136 | 88,9 |
| ravno prav pozornosti | 17 | 11,1 |
| preveč pozornosti | 0 | 0 |
| SKUPAJ | 156 | 100,00 |

Vir: Cankar et al., 2011, 18

Velika večina ravnateljev (88,9 odstotkov) je odgovorila, da področju podjetnosti, ustvarjalnosti, in inovativnosti učencev v Sloveniji posvečamo premalo pozornosti. Da temu področju posvečamo preveč pozornosti, ni odgovoril noben ravnatelj.

Ad e) Analizirali smo tudi pomoč učencem s strani različnih skupin ljudi, pri izpeljavi njihovih idej ter to, kako učenci ocenjujejo realizacijo svojih idej.

Ugotavljali smo vpliv širšega okolja na ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost učencev. Koliko posamezne skupine ljudi v njihovem okolju pomagajo pri ustvarjanju novih idej, je prikazano v spodnji tabeli. Podatki so prikazani v številu in odstotkih.

Tabela 45: Skupine ljudi, ki v največji meri pomagajo učencem pri izpeljavi njihovih idej

| Skupine ljudi | Sploh se ne strinjam | | Se ne strinjam | | Nekaj srednjega | | Se strinjam | | Popolnoma se strinjam | | SKUPAJ | |
|---------------------------------------|----------------------|-----|----------------|-----|-----------------|-----|-------------|-----|-----------------------|-----|--------|------|
| | | | | | | | | | | | | |
| ožja družina (starši, bratje, sestre) | 4 | 3% | 1 | 1% | 15 | 10% | 38 | 26% | 88 | 60% | 146 | 100% |
| sorodniki | 27 | 18% | 22 | 15% | 31 | 21% | 45 | 31% | 21 | 15% | 146 | 100% |
| prijatelji in sošolci | 20 | 13% | 36 | 25% | 9 | 6% | 55 | 38% | 26 | 18% | 146 | 100% |
| mentorji in učitelji | 16 | 11% | 15 | 10% | 17 | 12% | 46 | 32% | 52 | 35% | 146 | 100% |
| podjetniki, managerji | 58 | 40% | 18 | 12% | 24 | 16% | 26 | 18% | 20 | 14% | 146 | 100% |

Lasten prikaz

Iz tabele razberemo, da je ožja družina tista, ki v največji meri pomaga učencem pri izpeljavi njihovih idej, kar so v svojih raziskavah ugotovili tudi Cankar in soavtorji (Cankar et al., 2011, 61) ter Likar in Mrgole (Mrgole 2012, 29). V nekoliko manjši meri se učenci strinjajo, da jim pomagajo tudi mentorji in učitelji ter sošolci in prijatelji. V najmanjši meri pa učencem pri izpeljavi idej pomagajo podjetniki ali managerji.

Ključni del pri invencijsko-inovacijskem delu so rezultati. Pri pripravi vprašanj smo upoštevali, da od učencev ne moremo pričakovati rezultatov v smislu pravih inovativnih izdelkov, storitev ali postopkov. Iz tega razloga smo učencem zastavili vprašanje, v katerem smo poudarili invencijsko-inovacijsko verigo. Učenci so označili, katere od že danih korakov na poti k uresničitvi svoje ideje so uspešno zaključili.

Tabela 46: Zaključeni koraki s strani učencev na poti k uresničitvi njihove ideje

| Koraki | Število | Odstotek |
|---|---------|----------|
| Prepoznal sem problem, ki je lahko priložnost za nekaj novega. | 98 | 67 |
| Našel sem idejo za nekaj novega. | 98 | 67 |
| Pripravil sem poslovni načrt. | 95 | 65 |
| Idejo sem realiziral. | 39 | 27 |
| Izdelek/storitev sem predstavil širši javnosti. | 36 | 25 |
| Izdelek/storitev je uporabna in jo uporablja večje število ljudi. | 28 | 19 |
| Z idejo sem zaslužil. | 9 | 6 |
| Imel sem idejo, vendar je nisem realiziral. | 53 | 36 |

Lasten prikaz

67 odstotkov učencev je prepoznalo problem, ki je lahko priložnost za nekaj novega, in prav toliko jih je našlo idejo za nekaj novega. 65 odstotkov jih je pripravilo poslovni načrt. Vidimo lahko, da od tretjega koraka dalje odstotek prične padati. Idejo je realiziralo 27 odstotkov učencev in 25 odstotkov učencev izdelek ali storitev predstavilo širši javnosti. Presenetljivo je, da je z idejo zaslužilo 6 odstotkov učencev. Velika večina odgovorov učencev se nanaša na dosežke na šolskih tekmovanjih. 36 odstotkov učencev je sicer imelo tudi kakšno drugo idejo, vendar je do sedaj še niso realizirali.

9. SKLEPNA SPOZNANJA

9.1 Temeljne ugotovitve

Doktorska disertacija obravnava področje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja mladih, katerega pomen narašča. Proučevanje omenjenega področja je, po do sedaj opravljenih raziskavah v literaturi, omejeno predvsem na inovacijsko-podjetniško izobraževanje srednješolcev in študentov in v manjši meri osnovnošolcev. Zato smo se v nalogi osredotočili na inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev v Sloveniji.

V disertaciji smo se soočili z več izzivi. Prvi izziv je bil oblikovati model proučevanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, ki je zajel pričakovane učinke tovrstnega izobraževanja. Na osnovi pregleda obstoječe literature smo oblikovali model raziskovanja in vanj vključili šest dimenzij pričakovanih učinkov in oblikovali multidimenzionalen model proučevanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev ter pričakovanih učinkov.

V osnovi je naloga razdeljena na dva dela, teoretični in empirični.

V teoretičnem delu disertacije smo izhajali iz teoretičnih konceptov, ki smo jih kritično proučili. Pri tem smo uporabili literaturo domačih in tujih avtorjev. Zastavili smo si cilje, ki so naslednji:

- Opredeliti osnovne podjetniške pojme, ustvarjalnost in inovativnost ter predstaviti trenutno situacijo podjetniške aktivnosti v Sloveniji

V drugem poglavju smo opredelili pojem podjetnik in njegove temeljne lastnosti oziroma značilnosti. Opredelili smo tudi pojem podjetništvo, podjetniški proces znotraj katerega smo predstavili gonilne sile podjetniškega procesa in model podjetniškega procesa ter trenutno situacijo podjetniške aktivnosti v Sloveniji. Ugotovili smo, da je bilo v Sloveniji zadnja štiri leta moč ugotoviti upad zaznanih poslovnih priložnosti med prebivalstvom ter v letih 2010 in 2011 upad odraslega prebivalstva, ki so se odločili za podjetniško pot. Ker v Sloveniji vlada nizka pozitivna podjetniška kultura, je le-to potrebno okrepiti in realnejše ovrednotiti tako podjetništvo kot družbene vloge podjetnikov.

Tretje poglavje obravnava teoretična izhodišča proučevanja ustvarjalnosti. Ugotovili smo, da pri proučevanju ustvarjalnosti avtorji uporabljajo različna teoretična izhodišča, ki jih nekateri kombinirajo med seboj. V disertaciji smo se omejili na teoretična izhodišča določenih avtorjev in jih predstavili. Smotrno je bilo predstaviti več teoretičnih izhodišč, saj se le-ta med seboj dopolnjujejo. Predstavili smo načine ustvarjalnega razmišljanja, vzpodbujanje ustvarjalnosti v šoli, dejavnike, ki vplivajo na vzpodbujanje ustvarjalnosti učencev ter ovire ustvarjalnosti.

Inovativnost je posledica ustvarjalnosti, kar obravnavamo v četrtem poglavju. Ustvarjalnost in inovativnost sta pojma, ki sta med seboj močno povezana. Menimo, da brez ustvarjalnosti ni inovativnosti in obratno. V tem poglavju smo proučili invencijsko-inovacijski proces ter kako

od ideje do inovacije. Predstavili smo pomen podjetnosti za inovativnost ter stanje inovativnosti med mladimi v Sloveniji in ugotovili, da imajo mladi veliko idej, problem pri mladih pa nastopi v procesu realizacije, saj je za uspešno realizacijo ideje potrebno obvladovati celotno invencijsko-poslovno verigo.

- Opredeliti podjetniško izobraževanje in inštitucije podpornega okolja za podjetništvo in inovativnost ter predstaviti stanje podjetniškega izobraževanja mladih v svetu.

V petem poglavju smo se osredotočili na podjetniško izobraževanje. Podjetniško znanje lahko posamezniki pridobijo s podjetniškim izobraževanjem. Predstavili smo shemo pridobivanja podjetniških znanj, ki na eni strani prikazuje formalne oblike inovacijsko-podjetniškega izobraževanja (osnovne, srednje, poklicne, strokovne, višje in visoke šole ter univerze) na drugi pa neformalne oblike (začetni in nadaljevalni programi izobraževanja ter samoizobraževanje). Bodočim in uveljavljenim podjetnikom so na voljo tudi razne oblike pomoči inštitucij, ki podpirajo podjetništvo in inovativnost. Z namenom, da bi spodbudili inovativne podjetniške pobude, je v Sloveniji v zadnjem desetletju zrasla vrsta podpornih centrov in programov (uradi, razvojni centri znanja, informacijski centri, tehnološki parki, inkubatorji, znanstveni parki). V okviru petega poglavja smo predstavili tudi stanje podjetniškega izobraževanja mladih v Sloveniji in primere dobre prakse na področju podjetniškega izobraževanja mladih v svetu.

V Global Entrepreneurship Monitor (GEM) so s pomočjo anketiranja nacionalnih izvedencev proučevali izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih in tudi srednjih šolah. Nacionalni izvedenci so bili kritični do tovrstnega izobraževanja in usposabljanja v Sloveniji. Področje izobraževanja in usposabljanja izvedenci v Sloveniji že vsa leta ocenjujejo zelo nizko. To velja predvsem za izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo v osnovnih šolah, v katerih podjetniške vsebine v učnih programih še nimajo ustreznega poudarka. To je bil osnovni razlog, da smo se odločili za proučevanje tega segmenta. Za razliko od Slovenije je formalno podjetniško izobraževanje v osnovnošolskem sistemu dobro razvito v Avstraliji, kjer se otroci začnejo seznanjati s podjetništvom že v prvem razredu osnovne šole. Tudi nekatere evropske države predstavljajo primere dobre prakse na področju podjetniškega izobraževanja mladih. Evropske države imajo sicer različno razvito podjetniško kulturo, kar se odraža tudi v različnih usmeritvah, programih in metodah spodbujanja inovativnosti in podjetniškega izobraževanja. Cilji programov pa so razvijanje podjetnih lastnosti učencev ter razumevanje in zavedanje pomena podjetništva. Predstavili smo najbolj razširjen program spodbujanja podjetnosti med osnovnošolci v svetu program Junior Achievement–Young Enterprise (JA-YE).

- Predstaviti razvoj podjetniškega izobraževanja in podjetniškega krožka za osnovnošolce v Sloveniji.

V šestem poglavju smo se osredotočili na podjetniško izobraževanje v šolskem sistemu v Sloveniji. V okviru tega poglavja smo predstavili podjetniško izobraževanje v šolskem sistemu v Sloveniji po izvajalcih in aktivnostih, stopnje, po katerih je potekal razvoj tovrstnega

izobraževanja v Sloveniji in razvoj inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v obliki podjetniškega krožka za osnovnošolce.

Po opredelitvi teoretičnih konceptov v sedmem in osmem poglavju prikazujemo rezultate empirične analize. V empiričnem delu smo ugotavljali učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja ter smiselnost uvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce. Preverjali smo hipoteze, ki smo jih oblikovali na osnovi teoretičnih spoznanj. Osrednje raziskovalno vprašanje disertacije je: »Kakšni so učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v Sloveniji? in Ali je na podlagi teh učinkov uvajanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovnošolski sistem v Sloveniji smiselno?« Iz raziskovalnega vprašanja izhaja osrednja teza doktorske disertacije: »Uvajanje inovacijsko - podjetniškega izobraževanja med osnovnošolce v Sloveniji je smiselno, saj pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime in podjetnih lastnosti, povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev ter pripomore tudi k širjenju njihovega podjetniškega znanja«.

Odgovor na temeljno raziskovalno vprašanje in raziskovalno tezo smo iskali s pomočjo več hipotez, ki so prikazane v nadaljevanju skupaj z njihovo potrditvijo ali zavrnitvijo.

Tabela 47: Potrditev ali zavrnitev postavljenih raziskovalnih hipotez v nalogi

| | Zastavljena hipoteza | Potrditev/ zavrnitev |
|--------------------|---|---------------------------------|
| <i>Hipoteza 1a</i> | Pri podjetniškem ali UPI krožku v razredu vlada ustvarjalna klima. | <i>Ne zavrnemo</i> |
| <i>Hipoteza 1b</i> | Med ravnatelji in mentorji ni razlik glede mnenja, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime. | <i>Zavrnemo</i> |
| <i>Hipoteza 2a</i> | Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost učencev. | <i>Ne zavrnemo</i> |
| <i>Hipoteza 2b</i> | Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje obvladovanje inovacijskega procesa učencev. | <i>Ne zavrnemo</i> |
| <i>Hipoteza 2c</i> | Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. | <i>Ne zavrnemo</i> |
| <i>Hipoteza 2d</i> | Med ravnatelji in mentorji ni razlik glede mnenja, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. | <i>Zavrnemo</i> |
| <i>Hipoteza 3</i> | Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju osebnostnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti. | <i>Ne zavrnemo</i> |
| <i>Hipoteza 4a</i> | Podjetniško znanje učencev po obisku inovacijsko-podjetniškega izobraževanja je večje, kot pred obiskom inovacijsko- podjetniškega izobraževanja. | <i>Ne zavrnemo</i> |

| | | |
|--------------------|---|-----------------------|
| <i>Hipoteza 5a</i> | Mnenje učencev glede nadaljnjega šolanja pred obiskom inovacijsko-podjetniškega izobraževanja se razlikuje od mnenja po obisku inovacijsko – podjetniškega izobraževanja. | <i>Ne zavrremo</i> |
| <i>Hipoteza 6</i> | Med ravnatelji, mentorji in učenci obstajajo statistično značilne razlike glede mnenja o najbolj primerni obliki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev. | <i>Delno zavrremo</i> |

Lasten prikaz

V nadaljevanju podajamo skupne ugotovitve o učinkih inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev in smiselnost uvajanja omenjenih vsebin med osnovnošolce v Sloveniji.

V nalogi smo proučevali področje razvoja ustvarjalnosti, obvladovanja inovacijskega procesa fleksibilnosti (prilagodljivosti spremembam), lastnosti, ki jim pravimo podjetne in podjetniškega znanja pri učencih tretje triade, ki so obiskovali UPI ali podjetniški krožek. Tako smo vključili v vzorec učence, ki so redno obiskovali in zaključili UPI ali podjetniški krožek. Poleg učencev smo imeli tudi vzorec mentorjev, ki so usposobljeni za vodenje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja in ravnatelje osnovnih šol.

Ugotovili smo, da v razredu med potekom krožka delo večinoma poteka skupinsko, da med posamezniki vlada tekmovalnost, se učenci med seboj podpirajo in spodbujajo ter dobro sodelujejo. Učenci se trudijo biti izvirni pri dajanju predlogov in rešitev in so prišli do veliko zanimivih in izvirnih idej, ki so bile s strani mentorja sprejete. Pri krožku so vsi učenci enakopravni. Učenci ocenjujejo prevladujoče vzdušje v razredu z visoko povprečno vrednostjo, kar pomeni, da je vzdušje med potekom krožka v razredu spodbujevalno, sproščeno, prijateljsko, razumevajoče, toplo ter dopušča učencem, da so takšni, kakršni so.

Pionirsko raziskavo o povezavi tekmovalnosti in ustvarjalnega dela osnovnošolk je izvedla tudi Teresa Amabile v zgodnjih devetdesetih letih prejšnjega stoletja. V klasični eksperimentalni študiji je avtorica preučevala vpliv tekmovalnosti na likovno izražanje deklic in ugotovila negativen učinek. Likovni izdelki deklic, ki so bile izpostavljene tekmovalni situaciji, so bili bistveno skromnejši od izdelkov njihovih vrstnic v netekmovalni situaciji (Amabile, 1982 v Juriševič 2009), kar podobno kot v naši raziskavi kaže na to, da je ustvarjalna klima pomemben dejavnik ustvarjalnosti.

O prevladujoči klimi in vzdušju v razredu med potekom krožka smo povprašali tudi mentorje. Ugotovili smo, da obstajajo statistično značilne razlike v strinjanju med mentorji in učenci, in sicer se mentorji v večji meri strinjajo, da so učenci prišli do veliko zanimivih in izvirnih idej, ki so jih delili z ostalimi, so ideje in zamisli učencev s strani mentorja sprejete, se učenci trudijo biti izvirni pri dajanju predlogov in rešitev ter, da je pri krožku vzdušje v razredu spodbujevalno. Prav tako se mentorji, v večji meri kot ravnatelji, strinjajo s trditvijo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime. Mentorji spremljajo dogajanje v razredu, prevladujoče vzdušje in razredno klimo med samim

potekom krožka, zato je bilo tudi pričakovano, da bo prišlo do razlik v strinjanju. Prav tako je mentor zadolžen, da v razredu vlada ustvarjalna klima in s tem ustvarjalnost učencev.

Cankar in soavtorji so prav tako z raziskavo, v kateri je sodelovalo 153 ravnateljev slovenskih osnovnih šol, prišli do ugotovitve, da ravnatelji na prvo mesto postavljajo usposobljene mentorje, ki naj bi skrbeli za razvoj ustvarjalnosti in inovativnosti učencev in vplivali na njihove ustvarjalne rezultate (Cankar et al., 2011, 16).

Sodelovanje učencev v inovacijsko-podjetniškem izobraževanju vpliva na spremembe v njihovem ustvarjalnem in inovativnem ravnanju. Kakšni so razlogi za to? Je ustvarjalnost in z njo povezano inovativnost in fleksibilnost (prilagoditev spremembam) mogoče identificirati kot rezultat talentiranosti posameznika, ki je povezana z njegovimi osebnostnimi značilnostmi, ali pa se je inovativnega ravnanja mogoče naučiti? O tem vprašanju različni avtorji razpravljajo že zelo dolgo (Wehner et. al, 1991, Sternberg in Lubart 1999, Beghetto, 2005, Chell in Athayde 2009). Teorije in spoznanja avtorjev (Bandura 1994, Chell in Athayde 2009) izhajajo iz tega, da se je vedenja, prepričanj, odnosov, vrednot in spretnosti s primernim spodbujanjem mogoče naučiti. Ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa, inovativnost in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) je torej mogoče razvijati in se naučiti v edukacijskem procesu, če ta ponuja in omogoča ustrezne možnosti ter spodbuja razvoj in učenje posameznika, da uresničuje svoje zamisli. Ta sposobnost, ki vključuje ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost, sprejemanje tveganja in načrtovanje ter izpeljavo projektov za doseganje ciljev, je v pomoč mladim tako v njihovem vsakdanjem življenju kot tudi kasneje na delovnem mestu. Šola tu lahko naredi zelo veliko. Čeprav nima vpliva na poslovno okolje in druge potrebne vire za razvoj podjetništva, kljub temu lahko spodbuja mlade k razmišljanju in razumevanju povezav med posameznimi elementi mikro in makro nivoja podjetništva. Nauči jih lahko ustvarjalnega razmišljanja, inovativnega vedenja in podjetnega ravnanja. Namen inovacijsko-podjetniškega izobraževanja je, kot pravi Kent (1990), pridobivati in razvijati ustvarjalno aktivnost in neodvisno akcijo, kadarkoli je to potrebno. S tem se strinjajo tudi drugi (Chell in Athayde 2009), saj pravijo, da je inovativno ravnanje in kompetenco podjetnosti mogoče razvijati v najzgodnejših letih.

Učenci so po inovacijsko-podjetniškem izobraževanju pridobili večji obseg ustvarjalnosti, obvladovanja inovacijskega procesa in fleksibilnosti (prilagodljivosti spremembam). Po izobraževanju se učenci v večji meri zavedajo svoje ustvarjalnosti in jo uporabljajo kot prednost. V večjem obsegu želijo biti ustvarjalni, veliko bolj poznajo definicijo ustvarjalnosti, ustvarjalno reševanje problemov jim je postalo bolj všečno in v manjši meri kritizirajo slabo opravljeno delo. Ustvarjalnost so učenci pokazali tudi z oblikovanjem in predstavitvijo poslovnih načrtov.

Rezultati kažejo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva tudi na višjo stopnjo obvladovanja inovacijskega procesa učencev. Učenci po izobraževanju veliko bolj poznajo proces od ideje do njene uresničitve in zato posledično svoje ideje v večji meri redno uresničujejo. Ugotovljeno je bilo, da je razmeroma veliko učencev z idejo že zaslužio. Prav tako veliko bolj poznajo vsaj tri inovativna podjetja v Sloveniji in se zavedajo, da sta ustvarjalnost in inovativnost močno povezani. Prišli so do spoznanja, da je dobro novo idejo

sprejeti odprto, saj so lahko tudi ideje, ki se na prvi pogled zdijo smešne nazadnje najboljše in največ obetajo. Niso zadovoljni s prvo rešitvijo, ampak iščejo novo, še boljšo, prav tako znajo v večji meri navdušiti druge s predstavitvijo svoje idej in dajejo boljše ideje za rešitev določenega problema kot ostali sošolci. Radi poskušajo nove stvari, takšne, ki jih prej niso in jih pri tem ni strah.

Po inovacijsko-podjetniškem izobraževanju se je povečala tudi fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. Pri učencih se je povečalo veselje do dela na osnovi poskusov, terenskega dela, diskusije, igre vlog, okrogle mize in mera razumevanja do posameznika v primeru, da je le-ta napačno reagiral. Učenci se hitreje vklopijo v skupino in skupinsko delo. Večkrat proučijo predloge sošolcev s katerimi se v prvem trenutku ne strinjajo in v večji meri upoštevajo ideje in predloge vseh sošolcev, brez diskriminacije posameznikov. Nimajo več toliko težav pri prilagoditvi hitrim spremembam in vztrajajo kljub temu, da se ostali ne strinjajo z njihovimi predlogi.

Da bi preverili, da na večji obseg ustvarjalnosti, obvladovanja inovacijskega procesa in fleksibilnosti (prilagodljivosti spremembam) učencev vpliva inovacijsko-podjetniško izobraževanje in ne ostali dejavniki, kot npr. večja zrelost učencev, smo uvedli kontrolno skupino učencev, ki niso obiskovali krožka, pri kateri smo ugotovili, da se stanje ustvarjalnosti, obvladovanja inovacijskega procesa in fleksibilnosti (prilagodljivosti spremembam) ni kaj dosti spremenilo. V dobi kolikor je trajal krožek so le v manjši meri vzljubili ustvarjalno reševanje problemov, in so malo bolj ustvarjalni kljub pomanjkanju časa. Je pa zanimiva ugotovitev, da pri drugem merjenju niso bili več toliko prepričani, da znajo navdušiti druge s predstavitvijo svoje ideje, kakor tudi ne, da dajejo veliko boljše ideje za rešitev določenega problema, kot ostali sošolci. Namesto, da bi se samozavest oziroma prepričanje vase postopno zviševala, se je pri kontrolni skupini pokazalo ravno nasprotno. Še v večji meri ne marajo dela na osnovi poskusov, terenskega dela, diskusij, iger vlog in okrogle mize, prav tako se še v večji meri težko prilagodijo hitrim spremembam.

Tako ravnatelji kot mentorji se strinjajo, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje, vpliva na ustvarjalnost, obvladovanje inovacijskega procesa in fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev, čeprav je nivo strinjanja s strani mentorjev nekoliko višji. Cankar in soavtorji (Cankar et al., 2011, 64) so 156 anketiranih ravnateljev povprašali o mnenju, ali je razvijanje ustvarjalnosti in inovativnosti učencev v rednem osnovnošolskem sistemu dovolj poudarjeno. Prišli so do ugotovitve, da so ravnatelji z nizko povprečno vrednostjo ocenili trditev, da je razvijanje ustvarjalnosti in inovativnosti učencev v programu osnovne šole (v učnih načrtih, ...) dovolj poudarjeno. Povprečje pri slednji trditvi je manjše od srednje vrednosti 3, kar pomeni, da se ravnatelji s to trditvijo niso strinjali. Posledično temu je tudi dejstvo, da zaradi premalega poudarka ustvarjalnosti in inovativnosti v rednem osnovnošolskem sistemu, ne prihaja do velikega razvijanja ustvarjalnosti in inovativnosti učencev. Če se navežemo na ugotovitev Cankarja in soavtorjev (Cankar et al., 2011, 64) lahko potrdimo, da so ravnatelji mnenja, da interesna dejavnost podjetniški ali UPI krožek pripomore k veliko večjemu razvijanju ustvarjalnosti, obvladovanju inovacijskega procesa in nenazadnje tudi inovativnosti učencev kot redni pouk v osnovnošolskem sistemu, kjer sam

razvoj ustvarjalnosti in inovativnosti ni dovolj poudarjen, kar so ugotovili navedeni avtorji v svoji raziskavi.

Z inovacijsko-podjetniškim izobraževanjem se med drugim spodbuja tudi lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti. Rezultati, pridobljeni s strani učencev, so pokazali, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev zares pripomore k razvoju osebnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne lastnosti. Učenci so z rednim obiskom krožka pridobili večji pogum, večjo komunikativnost, odločnost, delavnost, vztrajnost, optimizem, potrebo po dosežkih, vizionarstvo, predanost in zavezanost svoji odločitvi in v nekoliko manjši meri neodvisnost v pomenu samostojnosti pri delu.

Tudi Likar in Mrgole (v Mrgole 2012, 26) sta v raziskavi, ki je tekla vzporedno z našo raziskavo, med drugimi ugotavljala, katere inovacijske osebnostne lastnosti se razvijajo pri učencih, ki so obiskovali inovacijsko-podjetniško izobraževanje. V vzorec sta vključila učence vseh treh triad. Odgovori so bili merjeni na 5-stopenjski lestvici. Inovacijske osebnostne lastnosti so v njenem primeru definirane s 4 pod-dimenzijami: odprtost in samozavest (družabnost, samoprepičanje, občutki notranje moči, zaupanje v družbo), odločnost (elan, motivacija, trdo delo, vztrajnost in predanost), vodenje (vizija in sposobnost izkazovanja predanosti) in nagnjenost k tveganju (kombinacija tolerance do tveganja in sposobnosti prevzeti preiščena tveganja). Ugotovila sta, da izstopa dimenzija nagnjenost k tveganju, kjer je povprečna vrednost 4,05 ter na drugi strani dimenzija odprtost in samozavest, s povprečno vrednostjo 3,23. Preostali pod-dimenziji se gibljeta znotraj teh okvirjev. To pomeni, da so učenci 3. triade, ki so edini v celoti ocenjevali poddimenzijo nagnjenost k tveganju, relativno nagnjeni k tveganju oziroma se ne bojijo neuspeha, ko imajo pred sabo jasno zastavljen cilj.

Podobna slika o napredovanju je izražena tudi na področju podjetniškega znanja, ki smo ga preverjali z danimi nalogami. Učenci, ki so sodelovali v podjetniških krožkih, so napredovali v znanju. Tega ne moremo trditi za učence kontrolne skupine. O podobnih rezultatih poročajo tudi Kourilsky in Walstad (1998) ter McMullan in Gillin (1998). Avtorji dokazujejo, da podjetniško izobraževanje pozitivno vpliva na pridobivanje podjetniškega znanja. Bolj previden je Rebernik (2009), saj meni, da se vsega, kar tvori podjetništvo, ne da naučiti. Del tega predstavlja prvinska ustvarjalnost, ki jo lahko imenujemo podjetniški talent, naučiti in razumeti pa je mogoče, kaj je podjetniška ideja, kako prepoznati poslovno priložnost, kaj je poslovni načrt, kako ga izdelati in podobno. Znanje, povezano z razumevanjem vloge podjetij in spoznavanjem temeljev podjetništva za sodobno družbo, priložnosti in izzivov, s katerimi se soočajo organizacije, vloge podjetnika, pomena poslovne priložnosti in ideje, podjetniškega procesa in poslovnega načrta vključuje vprašanja, ki pomembno vplivajo na življenje in delo ljudi nasploh. O tem morajo nekaj vedeti tudi mladi, hkrati pa biti seznanjeni s problemom etičnega položaja podjetij. Še posebej pomembno je, da učenci razumejo, da je treba pridobljeno znanje tudi uporabiti. Danes je pomembno razumeti uporabno vrednost in pomen implementacije pridobljenega znanja. Veliko priložnosti pri tem prinaša sodelovanje z lokalno skupnostjo in poslovnim okoljem. Gre za to, da se programi in konkretne aktivnosti razvijajo v dialogu z lokalno skupnostjo in različnimi deležniki. To lahko vpliva na spoznavanje priložnosti, ki jih ponujajo številne javne politike - ekonomska, okoljska, kulturna, socialna in druge. Na tej ravni pa je velik tudi potencial za inovacije. Na to vpliva manjši, preglednejši obseg okolja, večja koncentracija udeležencev in boljša vpetost v lokalno okolje. Omogočeno

je koriščenje različnih virov tako znotraj kot zunaj formalnega izobraževalnega sistema, kar postopno lahko vključi celotno lokalno skupnost v prizadevanja za skupni cilj.

Inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva tudi na odločitev učencev za nadaljnje srednješolsko izobraževanje. Delež učencev, ki po obisku inovacijsko-podjetniškega izobraževanja spremenijo mnenje glede nadaljnjega šolanja je statistično značilno večji od 0. Ravnatelji v večini ne vedo, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev za izbrano smer srednješolskega izobraževanja, medtem ko so mentorji v večini prepričani da inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na odločitev učencev. Do spremembe je prišlo tudi pri odločitvi učencev o poklicu, ki ga želijo v bodočnosti opravljati. Kar nekaj učencev je sicer ostalo zvesto svoji prvotni odločitvi glede poklica, ki ga želijo opravljati, so pa po inovacijsko-podjetniškem izobraževanju spremenili mnenje o načinu, kako želijo želeni poklic opravljati in pripisali, da želijo imeti svoje podjetje in biti s tem neodvisni pri svojem delu.

Da je uvajanje podjetniških aktivnosti med osnovnošolce v Sloveniji smiselno, se strinjajo tako ravnatelji, kot mentorji. Postavlja se vprašanje o najbolj primerni obliki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev. Učenci in ravnatelji so se v večini strinjali, da je podjetniški krožek najbolj primerna oblika inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, medtem ko se mentorji strinjajo tako z obliko podjetniški krožek, kakor tudi izbirnim predmetom.

Inovacijsko-podjetniško izobraževanje v večini evropskih držav vse bolj spodbujajo, kaže novo poročilo Evropske komisije april 2012 (DATA 2012). Osem držav (Danska, Estonija, Litva, Nizozemska, Švedska, Norveška, Wales in flamski del Belgije) je oblikovalo posebne strategije za spodbujanje podjetniškega izobraževanja, trinajst držav (Avstrija, Bolgarija, Češka, Finska, Grčija, Madžarska, Islandija, Lihtenštajn, Poljska, Slovaška, Slovenija, Španija in Turčija) pa je podjetniško izobraževanje vključilo v nacionalne strategije za vseživljenjsko učenje, mlade ali rast. Poročilo kaže, da je inovacijsko-podjetniško izobraževanje v učnem načrtu za osnovnošolsko izobraževanje izrecno priznано v dveh tretjinah zajetih držav (prav tam). Podjetništvo se v osnovnih šolah sicer ne poučuje kot ločeni redni ali izbirni predmet, vendar je polovica držav opredelila učne izide, ki so povezani s podjetniško miselnostjo in spretnostmi, kot so na primer samoiniciativnost, tveganje, ustvarjalnost in inovativnost. Evropska komisarka za izobraževanje, kulturo, večjezičnost in mlade Androulla Vassiliou je dejala: „Inovacijsko-podjetniško izobraževanje je gonilo prihodnje rasti in bo pomagalo navdihniti podjetnike prihodnosti. Če želi Evropa ostati konkurenčna, mora vlagati v svoje prebivalce, njihove spretnosti ter zmožnosti prilagajanja in inovacij. To pomeni, da si moramo prizadevati za resnično spremembo mišljenja o podjetništvu v Evropi ter z ozaveščanjem o podjetništvu začeti že na začetku šolanja.“ (prav tam).

Tudi dr. Franc Cankar iz Zavoda RS za šolstvo, s katerim smo naredili intervju meseca maja 2012, je mnenja, da bi se inovacijsko-podjetniško izobraževanje moralo vnesti v osnovnošolski sistem ter, da ni sporno, da je izobraževanje in usposabljanje mladih za prevzemanje pobud in iniciativ na vseh ravneh izobraževanja izredno pomemben del vseživljenjskega učenja. Pravi, da novejša študije kažejo, da je treba v vzgojno-izobraževalni sistem vključevati zlasti kvalitete ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti. V nižjih razredih

osnovne šole naj bi bil poudarek na razvoju zavedanja, da je podjetništvo dejavnik, ki prispeva k izboljšanju načina življenja v družbi in predstavlja eno od možnih človekovih izbir. Kasneje, v višjih razredih osnovne šole pa bi učenci lahko sami izkusili delo podjetnika s sodelovanjem v različnih projektih.

Ker se je celoviti program spodbujanja ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti osnovnošolcev v šolskih letih 2010/2011 in 2011/2012 končal maja 2012 in, ker je izvajanje takšnega programa vezano na financiranje, za katerega je v tem primeru poskrbela JAPTI, kot izvršilna agencija Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, ki pa nima zadosti sredstev za nadaljevanje programa UPI krožki, bi bilo nadaljnje izvajanje programa potrebno zagotoviti drugače. Na začetku bi bilo smiselno, da bi se interesna dejavnost - podjetniški krožek ponudila tudi v osnovnih šolah, ki do sedaj tovrstne interesne dejavnosti niso ponujali, sredstva za izvajanje dejavnosti pa bi prevzela šola in ne drugi javni zavodi ali agencije. Na Obrtno-podjetniški zbornici Slovenije so v času izvajanja projekta dobivali spodbudne povratne informacije od sodelujočih osnovnih šol, njihovih usposobljenih mentorjev in otrok, ki so obiskovali krožek UPI, prav tako so dobili dober odziv za sodelovanje tudi pri šolah, ki v projektu niso sodelovale. Tako bi se lahko inovacijsko-podjetniško izobraževanje uvajalo v osnovne šole najprej preko podjetniškega krožka, ki bi se kasneje nadgradil v izbirni predmet za tretjo triado, na temo ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost. Izbirni predmet bi bil del kurikula in ne bi zahteval dodatnih finančnih stroškov. Prav tako bi bil s tem rešen tudi problem vsakokratnega financiranja in odvisnost izvajanja tovrstnih programov od razpisov. Osrednji prostor v osnovnih šolah (Carroll et al., 2010) bi tako dobil "designerski način" razmišljanja (Rauth et al., 2010). Ta temelji na metodah, ki so bile razvite v designerski praksi in ne vključujejo le oblikovanje izdelkov, pač pa gre tako za načelo razvoja izdelkov kot storitev, poslovnih modelov, prostorov, izkušenj in konceptov. Metodo so nekatere vodilne svetovne univerze identificirale kot perspektivno metodo za razvoj ustvarjalnosti podjetnosti in inovativnosti, za razvoj novih izdelkov in za reševanje problemov (Brown, 2008).

Inovacijsko-podjetniško izobraževanje v šolskem sistemu v Sloveniji bi bilo tako bolj smiselno v obliki izbirnega predmeta in ne rednega, saj je gotovo, da zanimanje za podjetnost in podjetništvo ni pri vseh učencih enako in ni smiselno poučevanju ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti dajati prisilne oblike, kot redni predmet, ki je obvezen za vse, ker s tem že v osnovi zatremo inovativnost in podjetnost. Izbirni predmet naj bi bil torej namenjen tistim, ki bi si želeli pridobiti znanja in izkušnje iz tega področja. Kot pomembna vzporedna aktivnost pa bi se izvajalo izobraževanje učiteljev. Potrebno je usposobiti čim več učiteljev - mentorjev, da bi se vsak učitelj pri poučevanju vsakega predmeta, ne le podjetniških, lotil na ustvarjalen in inovativen način. Za to obstajajo različne tehnike in znanja, katerih uporaba bi zagotovo pripomogla k višji kakovosti izvajanja šolskega pouka in k bolj aktivnemu sodelovanju učencev v procesu posredovanja učnih vsebin. Z izobraževanjem osnovnošolskih učiteljev v mentorje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja bi pridobili učitelji zadosten pogled in znanje o spodbujanju ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti učencev. Sam designerski način razmišljanja kot pedagoški pristop ne kliče po revoluciji izobraževalnega sistema, in je tako dobrodošlo dopolnilo obstoječim načinom, kamor spadajo tudi podjetniški krožki in ostale organizirane oblike spodbujanja podjetnosti na vseh nivojih izobraževanja (Cankar et al., 2011). Na drugi strani pa predstavlja nujno razvojno "stopnico" kot odziv in pripravo na

pospešene spremembe tako gospodarskega kot družbenega in tudi naravnega okolja (prav tam). Poudariti moramo tudi pomembnost povezovanja šole s poslovnim okoljem. Sodelovanje s poslovnim okoljem prinaša obilo priložnosti za odkrivanje novih izzivov in ustvarjanje svežih idej. Predlagano obliko dela je potrebno najprej preskusiti na vzorčnih šolah.

Ugotovili smo splošna mnenja anketiranih ravnateljev in mentorjev o podjetništvu in inovacijsko-podjetniškem izobraževanju ter o ustvarjalnosti in inovativnosti. Anketirani ravnatelji in mentorji se ne strinjajo, da je podjetništvo in inovacijsko-podjetniško izobraževanje za družbo nepomembno, ravno nasprotno. Menijo, da je podjetništvo eden izmed ključnih dejavnikov gospodarskega razvoja, da podjetništvo povečuje konkurenco in sili k stalnemu izboljševanju ter, da je podjetništvo ena izmed rešitev visoke stopnje brezposelnosti. Prav tako so mnenja, da brez ustvarjalnega in inovativnega razmišljanja posameznik dandanes ni konkurenčen in, da bi brez ustvarjalnosti in inovativnosti naša družba kmalu začela stagnirati. Ugotovili smo, da največji delež anketiranih ravnateljev meni, da je podjetniška klima v okolju, v katerem živijo, zavirajoča, čeprav je prav podjetništvo gonilo gospodarskega razvoja države. Zato bi po mnenju ravnateljev bilo potrebno spodbujati podjetništvo in s tem nastajanje novih podjetij.

Nekaj podobnih vidikov so proučevali tudi Cankar in soavtorji (Cankar et al., 2011, 69), ki so povprašali 189 učencev in prišli do ugotovitve, da se učenci ne strinjajo s trditvijo, da je ustvarjalnost in inovativnost značilnost posebne skupine ljudi. Trditev, da je ustvarjalnost prirojena sposobnost, so ocenili s srednjo vrednostjo tri. Med anketiranimi učenci prevladuje mnenje, da je ustvarjalen in inovativen lahko vsakdo (povprečje je 4,27). Prav tako so za potrebe svoje raziskave povprašali ravnatelje slovenskih osnovnih šol, koliko pozornosti je po njihovem mnenju v Sloveniji posvečeno področju podjetnosti, ustvarjalnosti in inovativnosti učencev (prav tam, 18).

Potrebno je intenzivnejše spodbujanje šol pri povezovanju s poslovnim okoljem. Zato je potrebno, da:

- šole odstranijo mejo med poslovnim in šolskim okoljem,
- vodstvo šol bi se moralo v veliko večji meri zavzemati za sodelovanje s poslovnim okoljem, torej podjetniki, managerji, podjetji,... ter sami dajati pobudo za sodelovanje, in s tem omogočiti pretok informacij in znanj,
- šole bi se morale zavedati pomena praktičnega znanja.

Ugotovili smo, da je ožja družina tista, ki v največji meri pomaga učencem pri izpeljavi njihovih idej, v nekoliko manjši meri se učenci strinjajo, da jim pomagajo tudi mentorji in učitelji ter sošolci in prijatelji ter v najmanjši meri podjetniki ali managerji. Likar in Mrgole (Mrgole 2012, 29) sta prav tako prišla do spoznanja, da učenci namenijo najnižjo povprečno vrednost lokalnim deležnikom, podjetnikom, društvom, in sicer 2,55. To pomeni, da učenci ocenjujejo, da jim pri izvedbi njihovih idej najmanj pomagajo lokalni deležniki, podjetniki in društva. Povezanost osnovnih šol s poslovnim okoljem, podjetji, podjetniki, managerji bi bila vsekakor lahko tesnejša.

Do zadnje faze invencijsko-inovacijske verige je prišlo kar šest odstotkov učencev, ki so bili vključeni v krožek, kar je razmeroma visok odstotek. To pomeni, da imajo učenci ideje in vedo, kako jih realizirati ter z njimi zaslužiti. K visokemu odstotku lahko pripišemo tudi vpliv inovacijsko-podjetniškega izobraževanja ter posledično večanje ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti učencev. Podobna raziskava je bila narejena med dijaki in študenti (Likar 2006a, 12-19). V primerjavi z našimi rezultati je velik delež dijakov in študentov ostal na stopnji ideje in bistveno manj je takih, ki so prišli do faze, kjer so z idejo tudi nekaj zaslužili.

Da bi prišli do spoznanja, ali inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore tudi k razvoju mladih podjetnikov, pa bi bilo potrebno nekajletno proučevanje in spremljanje.

9.2 Implikacije raziskave in predlogi nadaljnjih raziskav

V doktorski disertaciji smo podali odgovore na raziskovalno vprašanje in osrednjo tezo, in s tem uspeli zapolniti opisane vrzeli na tem področju raziskovanja ter upravičiti pričakovani izvirni znanstveni prispevek disertacije.

Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev prinaša učinke, le-ti pa so le pozitivni, negativnih učinkov pravzaprav nismo zasledili, saj je kakršnokoli spodbujanje in razmišljanje učencev o ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetništvu oziroma podjetniški poti z vseh strani dobro sprejeto. Ugotovitve kažejo, da je inovacijsko-podjetniško izobraževanje dobrodošla oblika spodbujanja ustvarjalnosti, obvladovanja inovacijskega procesa, fleksibilnosti (prilagodljivosti spremembam) in razvijanja podjetnih lastnosti v šolskem prostoru. To so aktivnosti, ki se jih je mogoče naučiti. Z izobraževanjem se izboljšajo tudi osnove podjetniškega znanja in s tem razvijajo kompetence podjetnosti. Ostali ugotovljeni učinki so tudi prevladujoča ustvarjalna razredna klima in vzdušje, višja stopnja podjetniškega duha med učenci, višja stopnja zavesti o podjetniški karieri, lažje iskanje, razvijanje in uresničitev podjetniških idej. Kot pozitivne učinke lahko izpostavimo tudi, da učenci pričnejo razmišljati o tem, da bodo morda nekoč sami podjetniki ter, da pričnejo gledati na podjetništvo kot dobrodošlo možnost in priložnost za zaposlitev. Prav tako je pomemben dosežek, da se hkrati z izobraževanjem pri učencih precej izboljša sama podoba (tako imenovani »imidž«) podjetnika in podjetništva, ki v zadnjem času zaradi številnih afer in zgodb o propadanju malega gospodarstva ni najboljši. Na osnovnošolskem nivoju je pomembno, da se učence motivira k ustvarjalnosti, obvladovanju inovacijskega procesa ter k spodbujanju podjetnih lastnosti, hkrati pa se jih usmerja in izobražuje tako, da bodo pridobili tudi ustrezna znanja, kako sploh udejaniti svojo ustvarjalnost in inovativnost v praksi.

Na podlagi omenjenih učinkov je smiselno inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpeljati v redni osnovnošolski sistem. Z vidika iskanja trajnostnih rešitev v ospredje prihajajo pristopi (npr. designerski načina razmišljanja in dela), ki pri mladih poudarjajo ustvarjalno reševanje problemov, kar je sicer vsestransko uporabna večšina, a je hkrati tudi bistvo podjetniškega razmišljanja in delovanja. Hkrati se postavlja vprašanje, kako zasnovati šolski sistem, da bo mladim omogočil soočanje z osnovami, prednostmi in slabostmi podjetniške kariere, hkrati pa dal možnosti za bolj poglobljeno ukvarjanje s podjetniškimi vsebinami tistim, ki jih take

vsebine še posebej zanimajo. Gre torej za kombinacijo obveznih vsebin, namenjenih vsem učencem in izbirnih vsebin, namenjenih tistim, ki se zanje odločijo in jih izberejo. Smiselno bi bilo, da bi inovacijsko-podjetniško izobraževanje za učence prve in druge triade potekalo na osnovi krožka, ki se za učence tretje triade razširi v izbirni predmet. Ta sistem bi bilo najprej potrebno preizkusiti na vzorcu šol in ga v primeru ustreznosti kasneje vpeljati v vse osnovne šole v Sloveniji. Še prej bi bilo potrebno izobraziti učitelje, da bi bili usposobljeni za inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev. Pomembna je torej tudi vloga učitelja-mentorja in njegov vpliv pri doseganju učinkov. Za še bolj poglobljen vpogled v proučevan pojav je smotrno proučevanje inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev tudi v prihodnosti.

Prispevek doktorske disertacije vidimo v tem, da podaja osnovni koncept učinkov inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev, katerih proučevanje je bilo zanemarjeno. Z izbranimi dimenzijami smo skušali obseči najpomembnejše pričakovane učinke. Baza znanja, ki je nastala z disertacijo, je uporabna za več ciljnih skupin, tako s teoretičnega vidika, kot vidika snovalcev predloga (na Ministrstvu za izobraževanje, znanost, kulturo in šport) o uvajanju podjetništva v redne programe osnovnošolskega izobraževanja, vodstva osnovnih šol in podpornega okolja. Z znanstvenega vidika disertacija prispeva k razjasnitvi teoretičnih konceptov in k empirični obogatitvi pojava. Z družbenega vidika so dani odgovori na vprašanja o povezavi učinkov inovacijsko-podjetniškega izobraževanja in smiselnosti uvajanja omenjenih vsebin med osnovnošolce, kar je pomembno za slovensko osnovnošolstvo. Disertacija ponuja širok vpogled v inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev, in je zato uporaben vir podatkov. Pri pregledu rezultatov raziskave lahko ugotovimo, kakšne učinke prinaša inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev. Za snovalce zakona in podporno okolje disertacija ponuja odgovore na vprašanje o smiselnosti uvajanja omenjenih vsebin v osnovnošolski sistem na podlagi učinkov ter nujnost povezovanja osnovnih šol s poslovnim okoljem.

V disertaciji so postavljene določene omejitve, zato predlagamo, da se pri nadaljnjih raziskavah te omejitve omehčajo. Z mehčanjem omejitev bi lahko prišli do novih znanj in spoznanj, ki bi dopolnila naše ugotovitve. Omejitve je bila, da smo učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev proučevali le z vidika podjetniškega ali UPI krožka za osnovnošolce tretje triade, ki se izvaja v določenih osnovnih šolah. V prihodnje predlagamo, da se učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja proučujejo tudi pri učencih prve in druge triade, v kolikor se bo tovrstno izobraževanje v prihodnosti še ponujalo tudi omenjenim učencem. V raziskavo smo vključili 3 skupine respondentov, ravnatelje, mentorje in učence. V prihodnje bi bilo v raziskave smiselno vključiti tudi osnovnošolske učitelje in posameznike iz poslovnega okolja (podjetnike, managerje), ki bi se povezovali z osnovnimi šolami. Omejitve so predstavljali izbrani koncepti ustvarjalnost, podjetnost in inovativnost, ki so povezani z uvajanjem in izobraževanjem podjetništva. V nadaljnjih raziskavah bi bilo smotrno proučevati večje število konceptov in vključiti še kakšen koncept, kot recimo marketinško sporazumevanje, pogajanje in reševanje konfliktov, poslovni bonton. Prav tako bi bilo smotrno še bolj poglobljeno proučevanje posameznih konceptov. Večje število konceptov ali njihovo še bolj poglobljeno proučevanje bi omogočilo natančnejši vpogled in prispevalo tudi k ugotavljanju učinkov. Nenazadnje je predstavljal veliko omejitev razpoložljivi čas. V

raziskavi smo se omejili na šolski leti 2010/2011 in 2011/2012, kar pomeni dve generaciji učencev. V prihodnje bi bilo dobro proučevanje še več generacij učencev in tako primerjati rezultate vsake generacije med seboj.

9.3 Zaključek

Z disertacijo smo dosegli zastavljene cilje, in tako pripomogli k boljšemu razumevanju pojava učinkov inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na spodbujanje inovativnosti osnovnošolcev. Odgovori na raziskovalno vprašanje (»Kakšni so učinki inovacijsko - podjetniškega izobraževanja osnovnošolcev v Sloveniji? in Ali je na podlagi teh učinkov uvajanje podjetniškega izobraževanja v osnovnošolski sistem v Sloveniji smiselno?«) so prispevali k boljšemu razumevanju z več vidikov. Z znanstvenega vidika smo razjasnili teoretične koncepte in prispevali k empirični obogatitvi poznavanja tega pojava. Z družbenega vidika smo podali odgovor, da inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripelje do pozitivnih učinkov ter, da je na podlagi tega smiselno uvajanje omenjenih vsebin med osnovnošolce. Za snovalce zakona in podporno okolje pa smo ugotovili, da je na podlagi učinkov smiselno inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpeljati v vse osnovne šole v Sloveniji, v obliki krožka za prvo in drugo triado, ki se v tretji triadi razširi v izbirni predmet ter nujnost povezovanja osnovnih šol s poslovnim okoljem.

LITERATURA IN VIRI

1. Adamič, M. (2005). *Vloga poučevanja*. *Sodobna pedagogika*, (56), 76-88.
2. Agencija SORA. (2012). *Interni podatki Agencije SORA o poteku podjetniškega krožka za učence tretje triade za šolsko leto 2011/2012*.
3. A guide on good practices in promoting entrepreneurial attitudes and skills through education: *Helping to create an entrepreneurial culture*. 2004. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. Dostopno na, online: <http://www.insme.org/files/805>
4. Amabile, T. (1982). *Children's artistic creativity*. Detrimental effects of competition in a field setting. *Personality and Social Psychology Bulletin*. (8), 573–578.
5. Amabile, T. M. (1997). *Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do*. California: Management Review (1).
6. Antonič, B., Hisrich R. D., Petrin T., in Vahčič A. (2002). *Osnove podjetništva*. Ljubljana: GV.
7. Armstrong, T. (1999). *Prebudite genija v svojem otroku: spodbujanje radovednosti, ustvarjalnosti in učnih sposobnosti*. Tržič: Učila.
8. Babič, E. (2007). *Šola kot primerno okolje za oblikovanje inovativne osebnosti*. Ljubljana.
9. Babič, E. (2008). *Krepitev inovativnosti v srednjem šolstvu*. Magistrsko delo. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
10. Babič, E., Mulej M., Likar B. (2009). *Srednja šola kot primerno okolje za oblikovanje inovativne osebnosti*. *Trajnostni razvoj v šoli in vrtcu* 3 (1).
11. Bandura, A. (1994). *Self-efficacy*. In: Ramachaudran, V.S. (ed). *Encyclopedia of Human*.
12. Barron, F. (1968). *Creativity and personal freedom*. New York. Van Nostrand.
13. Basle, A. (2005). *Bodoči pravniki in zdravniki v mali šoli podjetništva*. *Časnik Finance* (171), 28–29. Dostopno na, online: http://www.ja-ye.si/mediji/o_nas/finance/finance_05.pdf [06.10.2010].
14. Bastič, M. (2006). *Metode raziskovanja*. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-poslovna fakulteta.

15. Beghetto, R. A. (2005). *Does Assessment Kill Student Creativity?* The Educational Forum. (69), 254-263.
16. Bennett, R., Robson P. (1999). *The use of external The use of external business advice by SMEs in Britain.* Entrepreneurship and Regional Development. 11 (2).
17. Berginc, J., Krč M. (2001). *Ustvarjalnost in inovativnost v podjetništvu.* Portorož. Visoka strokovna šola za podjetništvo.
18. Berk A., Peterlin J., Ribarič P. (2005). *Obvladovanje tveganja: Skrivnosti celovitega pristopa.* Ljubljana: GV Založba.
19. Bilten MOS. (2011). Dostopno na, online: <http://www.ce-sejem.si/resources/doc/bilten-6-splet.pdf?cmstag=5-1> [09.08.2012].
20. Birley, S. (1998). *Entrepreneurship.* Aldershot: Dartmouth Publishing Company Limited.
21. Blažič, M. (1995). *Izbrana poglavja iz didaktike.* Novo mesto: Pedagoška obzorja.
22. Blažič, M., Ivanuš-Grmek, M., Kramar, M., Strmčnik, F. (2003). *Didaktika.* Visokošolski učbenik. Novo mesto: Inštitut za raziskovalno in razvojno delo.
23. Boben, D. (2011). *Torranceovi testi ustvarjalnega mišljenja (TTCT).* Slikovna oblika A : normalizacija za slovenske srednješolce: Dodatek k priročniku. Ljubljana: Center za psihodiagnostična sredstva.
24. Bradač, B. (2009). *Značilnosti zunanjega izvajanja aktivnosti in njegova povezava z uspešnostjo poslovanja malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji.* Doktorska disertacija. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
25. Brown, T. (2008). *Design thinking.* Harvard business review, 86 (6), 84-86.
26. Bukovnik, D. et al.. (2008). *Inovativni potencial Slovenije!*, 2. slovenski forum inovacij, katalog prireditve, 2008, Ljubljana: Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije.
27. Bukovnik, D. 2008. *Podjetništvo in inovativnost v Sloveniji.* Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
28. Bulc, V. (2010). *Pomen podjetnosti za razvoj inovativne lokalne skupnosti.* Dostopno na, online:http://www.vibacom.si/e107_images/custom/pomen-podjetnosti.pdf [18.11.2012].

29. Cammera di Commercio di Padova Dostopno na, online: www.pd.camcom.it. [18.09.2010].
30. Cankar, F., Trampuš M., Deutsch T. (2011). *The role of schools in encouraging young people s innovativeness and entrepreneurship*. Dostopno na, online: <http://www.issbs.si/press/ISBN/978-961-92486-3-8/papers/ML11-21.pdf> [08.09.2012].
31. Cankar, F., Deutsch T., Trampuš M. (2011). *Analiza stanja in uporabljenih orodij ter aktivnosti za spodbujanje ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti mladih, ki so vključeni v osnovnošolsko izobraževanje*. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo.
32. Carroll, M. et al. (2010). *Destination, Imagination and the Fires Within: Design Thinking in a Middle School Classroom*. International Journal of Art & Design Education. 29 (1), 37.
33. Casson, M. C. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Edward Elgar Publishing Limited, UK. 2003. (2), 271.
34. Carson, S.H., Peterson, J.B. (2003). *Decreased. Decreased latent inhibition is associated with increased creative achievement in high-functioning individuals*. Journal of Personality and social Psychology. (85), 499-506.
35. Cerinšek, G. (2007). *Inovativnost – miti, resničnost, kompetentnost*. IRT 3000. Dostopno na, online: <http://www.inovativnost.net/clanki/Miti-resnicnost-kompetentnost.pdf> [21.09.2011].
36. Chell, E., Haworth J., Brearley S. (1991). *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases and Categories*. London: Routledge.
37. Claxton, G., Edwards L., Scale-Contantinou V. (2006). *Cultivating creative mentalities: A framework for education*; v: Wegerif, R., Craft, A. (ur.). Thinking Skills and Creativity. (1), 57-61.
38. Colette, H., Hill F., Leitch C. (2003). *Entrepreneurship Education and Training*. Aldershot: Ashgate.
39. Coulson, T. C. (1997). *The future of the organization: achieving excellence trough business transformation*. London: Kogan page.
40. Craft, A. (2006). *Creativity in Schools*; v: Jackson, Oliver, Shaw, Wisdom (ur.) *Developing Creativity in Higher Education*. Routledge: New York, London.
41. CREA-IUT. Dostopno na, online: www.crea-iut.org. [15.08.2010].

42. Čandrlič, J. (1988). *Kreativni učenici i nastavni proces*. Rijeka: Izdavacki centar Rijeka.
43. DATA (2012). *Podjetniško izobraževanje v porastu*. Dostopno na, online: <http://data.si/blog/2012/04/16/podjetnisko-izobrazevanje-v-porastu/> [14.10.2010].
44. Davidsson, P. (2002). *Dynamic Entrepreneurship for the new economy*. International conference proceedings. Portorož: Visoka šola za podjetništvo.
45. Davis, G. A. (2003). *Identifying creative students, teaching for creative growth*. V Colangelo N., Davis G.A. (ur), *Handbook of gifted education*. Boston, MA: Pearson Education. (3), 331-32.
46. Devetak, G. (1980). *Tehnične inovacije*. Ljubljana: Delovna enotnost.
47. Devetak, G. (2000). *Temelji trženja in trženjska zasnova podjetja*. Koper: Visoka šola za management.
48. Deržek, I. (2002). *Menjava prodajnega osebja in možne posledice za medorganizacijskega ponudnika storitev*. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
49. Dobnikar, N. (2005). *Podjetnost mladih*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
50. Dobre, R. (2004). *Inovacije i tehnološke strategije*. Šibenik: Visoka škola za turistički menadžment.
51. Dragar, A. (1999). *Predlog za razvoj celovitega sistema podjetniškega izobraževanja in usposabljanja v Sloveniji*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
52. Drucker, P. (1986). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Mc Graw–Hill Book Company.
53. Drucker, P. (1992). *Inovacije i poduzetništvo*. Zagreb: Globus.
54. Dubey, M. (1996). *Women entrepreneurship – A comparative study between Slovenia and India*. Magistersko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
55. Ekvall, G. (1999). *Creative Climate*. Encyclopedia of Creativity. San Diego: Academic Press Place of Publication. (1), 403-412.
56. Entrepreneurship Education at School in Europe. 2012. *National Strategies, Curricula and Learning Outcomes*. Dostopno na, online: http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135EN.pdf [18.06.2013].

57. Enterprise DG work programme. Dostopno na, online: http://europa.eu.int/comm/dgs/enterprise/work_programme_2002.html [18.04.2011].
58. Enterprise New Zealand Trust. Dostopno na, online: <http://www.enzt.co.nz> [15.07.2010].
59. Enterprise (2010). *A New Strategy for Enterprise in Ireland in The 21st Century*. Dublin: Fortas.
60. Erjavec, K. (2011). *Mnenja osnovnošolskih učiteljev o implementaciji interneta v pouk*. Didactica Slovenica Pedagoška obzorja (1-2).
61. Erlih, Z. (2011). *Strategija in taktika uvajanja programa podjetništva v osnovne šole*. Magistrsko delo. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
62. Europrojekti.eu . (2012). *Obrazovanje za podjetništvo več od osnovne šole*. Dostopno na, online: <http://www.europrojekti.eu/2012/04/25/obrazovanje-za-poduzetnistvo-vec-od-osnovne-skole/> [18.01.2013].
63. Fatur, P., Likar B. (2009). *Ustvarjalnost zaposlenih za inovativnost podjetja*. Sistemski vidiki managementa idej kot gradnika uspešne organizacije. Univerza na Primorskem: Fakulteta za management.
64. Ferrari, A. et al. (2009). *Innovation and Creativity in Education and Training in the EU Member States: Fostering Creative Learning and Supporting Innovative Teaching*. Seville: Institute for Prospective technological Studies.
65. Final Report of the Expert Group »Best Procedure« Project on Education and Training for Entrepreneurship. (2002). Brussels: European Commission, Enterprise Directorate General. Dostopno na, online: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/education_final_en.pdf [06.10.2010].
66. Final Report of the Expert Group »Education for Entrepreneurship« – Making Progress in Promoting Entrepreneurial Attitudes and Skills Through Primary and Secondary Education (2004). Brussels: European Commission, Enterprise Directorate General. Dostopno na, online: http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/doc/entrepreneurship_education_final_en.pdf [06.10.2010].
67. GEA College. Fakulteta za podjetništvo. Dostopno na, online: <http://www.gea-college.si/uporabnik/student/> [20.06.2013].

68. George, J.M., Zhou J. (2002). *Understanding when bad moods foster creativity and good ones don't: The role of context and clarity of feelings*. Journal of Applied Psychology. (87), 687-697.
69. Gibb, A. A. (2002). *Creating conducive environments for learning and entrepreneurship*. Industry and Higher Education.
70. Glas, M. (1998). *Entrepreneurship. An international perspective*. Oxford: Butterworth – Heinemann. 108-124.
71. Glas, M., Petrin T., Vahčić A. (1998). *Predmetni katalog – učni načrt za predmet podjetništvo na ekonomski gimnaziji*. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo.
72. Glas, M. (2000). *Podjetništvo - priročnik za učence*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
73. Glas, M. (2002). *Podjetništvo: izziv za spremembe*. V: Management: nova znanja za uspeh, urednik Možina S. Radovljica: Didakta, 96-150.
74. Glas, M., Drnovšek M., Erlih T., Kovač B., Kranjec K., Rebernik M., Rus M., Žerič S. (2006). *Predlog strategije uvajanja podjetništva v redni šolski sistem 2007–2013: projekt Izdelava predloga Strategije uvajanja podjetništva v redni šolski sistem za obdobje 2007–2013*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, Center za razvoj podjetništva.
75. Glas, M. (2007). *Uvajanje podjetništva v programe srednjega poklicnega in strokovnega izobraževanja*. Vodnik za učitelje. Ljubljana: CPI, Center RS za poklicno izobraževanje.
76. Gomezelj-Omerzel, D. (2010). *Podjetništvo in znanje*. Koper. Univerza na primorskem, Fakulteta za management.
77. Grawitch, M.J., Munz D.C., Elliot E.K., Mathis A. (2003). *Promoting creativity in temporary problem-solving groups: The effects of positive mood and autonomy in problem definition on idea-generating performance*. Group Dynamics: Theory, Research, and Practice. (7), 200-213.
78. Gray, C. (1998). *Enterprise and Culture*. London: Routledge.
79. Green paper Entrepreneurship in Europe. Brussels: European Commission. (2003). Dostopno na, online:
http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/green_paper/green_paper_final_en.pdf
[18.09.2010].
80. Grinblatt, M., Titman S. (2002). *Financial Markets and Corporate Strategy*. Boston: McGraw-Hill Irwin. (2), 880.

81. Guilford, J.P. (1967). *The nature of human intelligence*. New York, NY, US: McGraw-Hill.
82. Halilović, P. (2007). *Primerjava ženskega podjetništva v Sloveniji in BiH*. Magistrsko delo. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-Poslovna fakulteta.
83. Hatak, I., Reiner, E. (2011). *Entrepreneurship Education in Secondary Schools*. Education systems, teaching methods and best practice – a survey of Austria, Finland, France, Germany, Italy, Spain, Sweden. Dostopno na, online: http://www.wu.ac.at/ricc/en/forschung/researchreports/researchreport2011_1 [17.07.2013].
84. Hennessey, B. A. (2007). *Creativity and motivation in the classroom: A social psychological and multi-cultural perspective*. V A.G. Tan ur. *Creativity: A handbook for teachers* Singapore: World Scientific.
85. Hilgrad, E., Brower, G. (1975). *Theories of learning* (4). Englewood Cliffs. Prentice Hall.
86. Hisrich, D. R., Peters P. M. (1989): *Entrepreneurship: starting, developing and managing a new enterprise*. Homewood, Boston: Irwin.
87. Hisrich, D. R., Peters P. M. (1992). *Entrepreneurship – Starting, Developing and Managing a New Enterprise*. Second edition. Boston: Irwin.
88. Hytti, U. et al. (2002). *State-of-Art of Enterprise Education in Europe , Results from the Entredu Project*. Small Business Institute. Finland: Turku School of Economics and Business Administration.
89. Honig B. (2001). *Human capital and structural upheaval: A study of manufacturing firms in the West bank*. *Journal of Business Venturing* 16 (6).
90. Honig, B. (2004). *Entrepreneurship Education - Towards a Model of Contingency-Based Business Planning*. *Academy of Management Learning and Education*. 3 (3), 258-273.
91. Hodgetts R. M. (1994). *International management*. New York: Mc Graw-Hill.
92. IAPME. Dostopno na, online: www.iapmei.pt. [15.08.2010].
93. Institut der deutschen Wirtschaft Koln. Dostopno na, online: www.juniorprojekt.de [15.08.2010].

94. Isaksen, S. G., Lauer, K. J., Ekvall, G. (1998). *Perceptions of the Best and Worst Climates for Creativity: Preliminary Validation Evidence for the Situational Outlook Questionnaire*. NY: Buffalo.
95. Isaksen, S. G., Lauer, K. J., Murdock, M. C., Dorval, K. B. in Puccio, G. J. (1995). *Situational Outlook Questionnaire: Understanding the Climate for Creativity and Change*. A Technical Manual. NY: Buffalo.
96. Jakič, U. (2008). *Vloga formalnega izobraževanja, kot dejavnik podjetništva*. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.
97. Jank, W., Meyer H. (2006). *Didaktični modeli*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
98. JAPTI - *Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije*. Dostopno na, online <http://www.japti.si/> [24.09.2010].
99. Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije – JAPTI. (2011). *Predlog zasnove uvajanja podjetniških aktivnosti v osnovnošolski sistem 2011*.
100. Jaušovec, N. (1985). *Problemski pouk in razvijanje ustvarjalnosti*. Maribor: Pedagoška akademija Maribor.
101. Jaušovec, N. (1987). *Spodbujanje otrokove ustvarjalnosti*. Priročnik za učitelje, študente in starše. Ljubljana: DZS.
102. Jeffrey, B. (2001). *A Hundred possibilities: creativity, community and ICT*. V: Craft, A., Leach, J., 20. Liebling, M. ur. London: Creativity in Education. Continuum.
103. Jeunes Enterprises asbl. Dostopno na, online: www.lesjeuneentreprises.be. [24.09.2010].
104. Jokić, B. et al. (2007). *Ključne kompetencije učiti-kako-učiti i poduzetništvo u osnovnom školstvu Republike Hrvatske*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
105. Jones, C., English, J. (2004). *A contemporary approach to entrepreneurship education*. Dostopno na, online: <http://eprints.utas.edu.au/828/1/p416.pdf> [22.09.2011].
106. Junior Achievement–Young Enterprise (JAYE). Dostopno na, online: <http://www.young-enterprise.org.uk/programmes/primary> [17.06.2011].
<http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OURSELVES.pdf> [17.06.2011].
http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_FAMILIES.pdf [17.06.2011].
http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_COMMUNITY.pdf [17.06.2011].
http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_CITY.pdf [17.06.2011].

- http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_NATION.pdf [17.06.2011].
http://www.young-enterprise.org.uk/resources/OUR_WORLD.pdf [17.06.2011].
<http://www.young-enterprise.org.uk/resources/YSYB.pdf> [17.06.2011].
107. Jurčova M. (2005). *Creativity research at The Institute of Experimental Psychology SASC – Areas topics, methods, and findings*. *Studia Psychologica*. (47), 263-276.
 108. Juriševič, M. (2009). *Ustvarjalnost v območju bližnjega motivacijskega razvoja*. Prispevek na konferenci, str. 34-35. Univerza v Ljubljani: Pedagoška fakulteta.
 109. Yusuf S. (2007). *From Creativity to innovation*. Washington, D.C. Development Economics Research Group, The World Bank.
 110. Kashdan, T., Fincham F. (2002). *Facilitating creativity by regulating curiosity*. *American Psychologist*. (57), 373-374.
 111. Kaučič, P., Drnovšek M., Stritar R. (2005). *Saj bi postal podjetnik, a...: poklic podjetnika je med mladimi nadpovprečno spoštovan, a zakaj se v svetu med mladimi vsak deseti odloči za podjetništvo, slovensko povprečje pa je vsak petindvajseti?». *Podjetnik*. 14 (2), 30 – 32.*
 112. Kaučič, P. (2005a). *Študenti dobivajo inkubatorje*. *Podjetnik* 14 (1). Dostopno na, online: <http://www.podjetnik.com/default.asp?ClanekID=2137> [18.09.2010].
 113. Kaučič, P. (2005b). *Študenti za več podjetnosti*. *Podjetnik* 14 (11). Dostopno na, online: <http://www.podjetnik.si/default.asp?ClanekID=2711> [18.09.2010].
 114. Kavčič, B. (2008). *Usmerjanje ustvarjalnosti*. Celje: Visoka komercialna šola.
 115. Kelley, D., Bosma, N., Amoros, J.E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report*, Babson College, Universidad del Desarrollo, London Business School, and GERA.
 116. Kent, C. A. (1990). *Introduction: educating the Heffalump*. *Entrepreneurship and Economic Development*. New York. London.
 117. Kilby, P. (1995). *Hunting the Heffalump*. V *Livesay Harold C., ed.: Entrepreneurship and the Growth of Firms*. Aldershot: Elgar. (1), 228-267.
 118. Kinsey Goman, C. (1992). *Ustvarjalnost in poslovna uspešnost*. Praktični vodnik za ustvarjalno mišljenje. Ljubljana: Mladinska knjiga
 119. Kocjančič, J. (2003). *Notranje podjetništvo kot vir neizkoriščenih priložnosti*. Specialistično delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.

120. Kostanjevec, T. (2005). *Podjetniški profil Slovencev*. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
121. Kourilsky, M. L., Walstad, W. B. (1995). *Entrepreneurship and Female Youth. Knowledge, Attitudes, Gender Differences and Educational Practices*. Journal of Business Venturing, 13 (1), 77-88.
122. Kourilsky, M. L., Carlson, S. R. (1996). *Entrepreneurship education for youth: a curricular perspective*. Entrepreneurship.
123. Kourilsky, M. L., Walstad, W. B. (1998). *Entrepreneurship And Female Youth: Knowledge, Attitudes, Gender Differences And Educational Practices*. Journal of Business Venturing, Volume 13 (3), 77-78.
124. Krajnc, D. (2009). *Mladostna ustvarjalnost za starimi zidovi*. Ljubljana : Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
125. Kroflič, B. (1999). *Ustvarjalni gib, tretja razsežnost pouka*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
126. Krošlin, T. (2004). *Vpliv dejavnikov invencijsko-inovacijskega potenciala na uspešnost podjetja*. Magistrsko delo. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
127. Kuratko, D. F., Hodgetts, R.M. (1995). *Entrepreneurship*. 3rd Ed. New York: The Dryden Press.
128. Lačen, F. (2001). *Pestra ustvarjalnost mladih*. Ptuj: Tednik.
129. Lamovšek-Golob, Z. (2005). *Sedaj vem, kaj bi rada počela v življenju*. Razvoj, junij 2005, 24–25. Dostopno na, online:
http://www.ja-ye.si/mediji/o_nas/razvoj/razvoj_junij05.pdf [06.10.2010].
130. Lewis, K., Massey C. (2003). *Delivering enterprise education in New Zeland*. Education Training. Vol. 45 (4), 197-206.
131. Les jeunes enterprise. *Junior Achievement-Young Enterprise*. Dostopno na, online:
www.lesjeuneenterprises.be. [18.09.2010].
132. Likar, B. (1998). *Inoviranje – učbenik k predmetu Inoviranje in proizvodnja*. Koper: Visoka šola za management.
133. Likar, B., Demšar J., Fatur P., Križaj D., Pečjak V., Sitar S., Trček D., Trunk-Širca N., Mulej M. (2000). *Inovativnost za mlade*. Ljubljana. Korona plus.

134. Likar, B. (2001). *Inoviranje*. Koper: Visoka šola za management.
135. Likar, B. et al.. (2002). *Uspeti z idejo!/: tehnike in metode ustvarjanja, razvoja in trženja idej*. Ljubljana: Korona plus.
136. Likar, B. et al.. (2002a). *Inovativnost za mlade*. Koper, visoka šola za management.
137. Likar, B. (2002b). *Pomen spremljanja in vrednotenja inovativno-tehnoloških in raziskovalnih procesov v lesni industriji*. Zbornik gozdarstva in lesarstva (69), 261-275.
138. Likar, B. (2003a). *Klub ustvarjalnosti in podjetnosti mladih (republiški projekt 2001-2003)*. Zaključno poročilo. Ljubljana: Inštitut za inovativnost in tehnologijo.
139. Likar, B. (2003b). *Analiza invencijsko- inovacijskih procesov med mladimi v Sloveniji v povezavi s slovenskim podpornim okoljem*. Kranj: Organizacija 5 (36).
140. Likar, B. (2004). *Mreža inovativne odličnosti mladih – model spodbujanja inovativnosti mladih*. Ljubljana: Strojniški vestnik 4 (50).
141. Likar, B., Fatur P. (2004). *Inovativnost v šoli: od ustvarjalnega poučevanja do inovativnosti in podjetnosti*. Ljubljana: Inštitut za inovativnost in tehnologijo - Korona plus.
142. Likar, B. (2005). *Rojstvo ideje: ustvarjalno razmišljanje*. Dostopno na, online: <http://www.inovativnost.net/sola/3.asp> [14.11.2011].
143. Likar, B., Križaj D., Fatur P. (2006). *Management inoviranja*. Koper: Fakulteta za management.
144. Likar, B. (2006a). *Inovativnost - grožnja šolstvu ali pogoj za preživetje? Okoljska vzgoja v šoli*. 8 (2).
145. Likar, B. (2008). *Spodbujanje inovativnosti se začne v vrtcih*. Razgledi 2008. Koper: Fakulteta za management.
146. Likar, B., Žontar K., Erlih Z., Lorber N., Erlih T., in Štirn N. (2010). *Ustvarjalnost, podjetnost, inovativnost*. Učno gradivo. Ljubljana. Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije.
147. Lobnikar, B. (2003). *Dejavniki podjetnikove uspešnosti*. Podjetnik. Dostopno na, online: <http://www.podjetnik.si/default.asp?ClanekID=876> [06.04.2011].
148. Makel, M. C., Plucker J. A. (2008). *Creativity*. V Pfeiffer S.I. (ur). *Handbook of giftedness in children: Psychoeducational theory, research, and best practices*. New York: Springer.

149. Marentič Požarnik, B. (2000). *Psihologija učenja in pouka*. Ljubljana: DZS.
150. Mayer, J. (1991). *Ustvarjalno mišljenje in delo*. Kranj: Moderna organizacija. Univerza v Mariboru, Fakulteta za organizacijske vede Kranj.
151. Mayer, J. (1994). *Vizija ustvarjalnega podjetja*. Dedalus. Ljubljana.
152. McMullan, W.E., Gillin, L. M. (1998). *Developing technological start up entrepreneurs: a case study of a graduate entrepreneurship programme at Swiburne University*. *Technovation*. 18 (4), 275-286.
153. McLean, L. D. (2005). *Organizational Culture's Influence on Creativity and Innovation: A Review of the Literature and Implications for Human Resource Development*. *Advances in Developing Human Resources*.
154. McNabb, R., Whitfield K. (1995). *The Business of Training: Microeconomic and Macroeconomic Considerations*. Oxford: International Journal of the Economics of Business. 2 (1).
155. Metličar, M. (2008). *Podjetniški duh pri mladih*. Mladi podjetnik. Dostopno, online: <http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/podjetniski-duh-pri-mladih> [18.04.2012].
156. Miklavc, M. (2006). *Vloga managerja, podjetnika in vodje v podjetju*. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
157. Milič, M. (2007). *Ideje brez podpore venijo kot rože brez vode*. Glas gospodarstva. Dostopno na, online: <http://www.inovativnost.net/clanki/GG-maj2007.pdf> [21.09.2011].
158. Ministrstvo za gospodarstvo RS. (2006). *Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013*. Ljubljana. Dostopno na, online: http://www.ora.si/priloznosti/Program_ukrepov_japti.pdf [21.04.2011].
159. Ministrstvo za gospodarstvo RS. (2009). *Dopolnjen program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007-2013*. Ljubljana. Dostopno na, online: http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DPK/Dopolnjen_Program_ukrepov_2007-2013_-_Vlada_RS_26.4.2007.pdf [21.04.2011].
160. Ministry of education Singapore. *Intermediate outcomes of education*. Dostopno na, online: <http://www.moe.gov.sg/corporate/ednoverview/sec.htm>. [19.09.2010].
161. Ministry of Economic Affairs. Dostopno na, online: <http://www.ead.gov.pk/> [19.09.2010].

162. Mladi podjetnik. (2008). *Podjetniški duh pri mladih*. Dostopno na, online: <http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/podjetniski-duh-pri-mladih> [15.04.2011].
163. Monga, A. (1993). *Women entrepreneurs. A comparative study of Slovenia and United States*. Magistersko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
164. Možina, S. (1991). *Organiziranje dela ter vodenje in motiviranje sodelavcev v lastnem podjetju*. V J. Bagon (ur.), *Pot do dela in zaposlitve*. Ljubljana: Panta Rhei.
165. Možina, S. et al.. (1994). *Management*. Radovljica: Didakta.
166. Mrgole, U. (2012). *Inovativnost učencev v osnovni šoli*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
167. Mulej, M. (2002). *Inovativnost kot gonilo napredka*. Študijsko gradivo. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
168. Mulej, M., Ženko Z. (2003). *Inovativno podjetništvo kot osebna lastnost in vpliv vlade nanj*. Kranj: Organizacija.
169. Mulej, M., in Ženko Z. (2004). *Dialektična teorija sistemov in invencijsko-inovacijski management*. Maribor: Management Forum.
170. Mulej, M. et al.. (2008). *Invencijsko – inovacijski management z uporabo dialektične teorije sistemov (podlaga za uresničitev ciljev Evropske unije glede inoviranja)*. Univerza v Mariboru: Ekonomsko – poslovna fakulteta.
171. Nacionalna strategija o izobraževanju podjetništva Kosovo. (2009). *Kosovo uresničevanje evropske perspektive*. Poročilo Evropski komisiji.
172. Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije. (2012). Poročilo o poteku UPI krožka za šolski leti 2011 in 2012. Ljubljana, JAPTI.
173. Opaka, M. (2008). *Ustvarjalnost – proces, oseba in produkt: Pregled nekaterih odkritij ustvarjalnosti v zadnjem desetletju*. Psihološka obzorja (17) 2, 77-90. Dostopno na, online: <http://psy.ff.uni-lj.si/iGuests/Obzorja/Vsebina1/Vol17-2/opaka.pdf> [19.09.2011].
174. Pečjak, V. (1987). *Misliti, delati, živeti ustvarjalno*. Ljubljana: DZS.
175. Pečjak, V. (1989). *Poti do idej: tehnike ustvarjalnega mišljenja*. Ljubljana: Samozaložba.
176. Pečjak, V. (2003). *Kreativnost lahko spodbujamo z različnimi vajami*. Ljubljana: Delo, 4.2.2003.

177. Pečjak, V. (2001). *Pot do novih idej*. Ljubljana: New Moment.
178. Peterlin, J. (1999). *Finančna tveganja*. Ljubljana, Revizor. (10), 58–79.
179. Peterlin, J. (2002). *Uporaba rokovnih pogodb v slovenski praksi*. Ljubljana, Revizor. (10), 76–109.
180. Peterson, M. (2009). *Are Scottish primary schools becoming more enterprising*. Scottish Educational Review. (41) 1, 36-50. Dostopno na, online: <http://www.scotedreview.org.uk/pdf/44.pdf> [19.06.2013].
181. Petrin, T., Antončič B. (1995). *Podjetništvo*. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
182. Petrin, T. (2000). *Podjetništvo – pomemben dejavnik razvoja podeželja*. V: podjetništvo – izziv za 21. Stoletje, urednika Glas M. in Pšeničny V. Ljubljana: GEA College.
183. Petrin, T. (2001). *Težka leta konkurenčnosti*. Ljubljana: Gospodarski vestnik (40), 11.
184. Pleitner, H. J. (1998). *Podjetnikova osebnost in razvoj podjetja*. V Belak, J. 1998. Razvoj podjetja in razvojni management. Grubno: MER Evrocenter.
185. Plucker, J.A., Behetto R.A. (2004). *Why Creativity Is Domain General, Why It Looks Domain Specific, and Why the Distinction Does Not Matter*. V Sternberg, R.J., Grigorenko E.L., Singer J.L. Creativity: from potential to realization 153–167. Washington, DC: American Psychological Association.
186. Plut, T., Plut, H. (1995). *Podjetnik in podjetništvo*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
187. Plut, T., Plut H., Možina S. (1995). *Podjetnik in podjetništvo*. Ljubljana: znanstveno in publicistično središče.
188. Plut-Pregelj, L. (2008). *Ali so konstruktivistične teorije učenja in znanja lahko osnova za sodoben pouk?* Sodobna pedagogika, 59 (4), 14-27.
189. Podjetniški center Slovenj Gradec. (2012). *Interni podatki Podjetniškega centra Slovenj Gradec o poteku podjetniškega krožka za učence tretje triade za šolsko leto 2011/2012*. Slovenj Gradec.
190. Podjetniški portal. (2013). Evidenca subjektov inovativnega okolja. Dostopno na, online: <http://www.podjetniski-portal.si/ustanavljam-podjetje/inovativno-okolje/Evidenca-subjektov-inovativnega-okolja> [20.06.2013].
191. Podobnik, U. (2008). Individualizacija in ustvarjalne razsežnosti pouka likovne vzgoje. Doktorska disertacija. Univerza v Ljubljani: Pedagoška fakulteta.

192. Pohleven, P. (2000). Podjetniški inkubatorji in tehnološki parki. Glas, M., Pšeničny, V. (ur.). *Podjetništvo – izzivi za 21. stoletje*. Ljubljana: GEA College.
193. Pompe, A. (2008). *Ideja je 1%*. Podjetnik. Dostopno na, online: <http://www.podjetnik.si/default.asp?KatID=488&ClanekID=3727> [21.09.2011].
194. Poročilo podjetja SUN d.o.o. o izvajanju podjetniških krožkov za osnovnošolce v šolskih letih 2002/2003, 2003/2004, 2004/2005.
195. Poon Teng Fat, J. (2000). *Fostering creativity in education*. Education. (120), 744–757.
196. Popp, U. (2004). *Skriti kurikulum teoretska ozadja ter raziskave šole in pouka*. Ljubljana: Sodobna Pedagogika (55/121), 2.
197. Poslovni magazin. (2009). *Uvesti predmet Preduzetništvo u škole*. Dostopno na, online: <http://www.naslovi.net/2009-06-17/poslovni-magazin/uvesti-predmet-preduzetnistvo-u-skole/1200218> [12.07.2011].
198. Pšeničny, V., Berginc J., Letonja M., Pavlin I., Vadnjal J., Žižej J. (2000). *Podjetništvo*. Visoka strokovna šola za podjetništvo. Portorož.
199. Pšeničny, V. (2000a). *Podjetništvo: od podjema do rasti*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
200. Pšeničny, V. (2000b). *Primerjava razvoja dinamičnih podjetij med Slovenijo in državami EU*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
201. Pšeničny, V. (2002c). *Pogoji in možnosti za dinamično podjetništvo v Sloveniji*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Univerza v Ljubljani.
202. Pšeničny, V. (2004). *Jasno potrebujemo podjetniško vizijo Slovenije*. Revija Obrtnik, april.
203. Rajšp, K. (2005). *Smiselnost uvajanja podjetniških aktivnosti med osnovnošolce*. Diplomsko delo. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
204. Rasheed, H. S. (2000). *Developing Entrepreneurial Potential in Youth*. The Effects of Entrepreneurial Education and Venture Creation.
205. Rauth, I. et al.. (2010). *Design Thinking: An Educational Model towards Creative Confidence*.
206. Razvojna agencija Zgornje Gorenjske. (2012). *Interni podatki Razvojne agencije Zgornje Gorenjske o poteku podjetniškega krožka za učence tretje triade za šolsko leto 2011/2012*.

207. Rebernik, M. (1997). *Podjetništvo in management malih podjetij*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
208. Rebernik, Miroslav, Polona Tominc, Miroslav Glas in Karin Širec Rantaša. 2004. *Spodbujati in ohraniti razvojne ambicije*. Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2003. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
209. Rebernik, M. (2004). *Podjetništva se ne da prisiliti, lahko se ga samo spodbuja*. Obrtnik: marec 2004.
210. Rebernik, M. et. al.. (2004). *Slovenski podjetniški observatorij 2003*. Maribor: Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.
211. Rebernik, M., Tominc P., Pušnik K. (2005). *Podjetništvo na prehodu*. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
212. Rebernik, M., Tominc P., Pušnik K. (2006). *Počasne spremembe podjetniške stvarnosti*. GEM Slovenija 2005. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
213. Rebernik, M. (2007). 27. konferenca o podjetništvu in inoviranju. *Vzgojanje prvakov inovaivnosti in podjetnosti*. 21.- 22. 3. 2007. Maribor.
214. Rebernik, M. (2008a). *Ekonomika podjetja*. Ljubljana: GV založba.
215. Rebernik, M. (2009). *Quadruple helix of entrepreneurship and management education*. Review of International Comparative Management, 10 (5), 910-921. Dostopno na, online: <http://www.rmci.ase.ro/no10vol5/> [12.07.2012].
216. Rebernik, M., Tominc P., Pušnik K. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji*. GEM Slovenija 2008. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
217. Rebernik, M., Tominc P., Crnogaj K. (2011). *Podjetniška aktivnost, aspiracije in odnos do podjetništva*. GEM Slovenija 2010. Slovenski podjetniški observatorij. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
218. Rebernik, M., Tominc P., Crnogaj K. (2012). *Usihanje podjetništva v Sloveniji*. GEM Slovenija 2011. Slovenski podjetniški observatorij. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
219. Retzler, K. (1987). *How to Start a Service Business and Make it Succeed*. London: Scott Foresman Trade.
220. Rosa, P. (2003). *Hardly Likely to Make the Japanese Tremble*. International Small Business Journal, 12 (4), 435-457.

221. Ross K. (1994). *Training and Evaluation in SME's*. Manufacturing Enterprises in the West Midlands. B. K.
222. Runco, M. (2004). *Creativity*. *Annual Review of Psychology*. (55), 657–687.
223. Rus, N. (2011). *Pregled institucij podpornega okolja v Republiki Sloveniji*. Dostopno na, online:
http://free.unideb.hu/portal/sites/free.unideb.hu/files/pregled_institucij_podpornega_okolja_final.pdf [25.06.2013].
224. Rusell, M., Knight. (1994). *Can business Schools Produce Entrepreneurs*. Stirling, Konferenca IntEnt (94), 388-400.
225. Ruzzier, M., Antončič B., Bratkovič T., Hisrich R.D. (2008). *Podjetništvo*. Koper: društvo za akademske in aplikativne raziskave.
226. Schumpeter, J. A. (1951). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
227. Selan, M. (2000). Organizacijsko učenje. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
228. Setnikar-Cankar, S. (1993). *Vloga in pomen podjetništva kot dejavnika gospodarskega razvoja*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
229. Shane, S., Venkataraman S. (2000). *The promise of entrepreneurship as a field of research*. *Academy of Management Review* 25 (1), 217–226.
230. Simonton, D.K. (2000). *Creativity: Cognitive, personal, developmental, and social aspects*. *American Psychologist*. (55), 151-158.
231. Simonton, D.K. (2003). *Scientific creativity as constrained stochastic behavior: The integration of product, person, and process perspectives*. *Psychological Bulletin*. (129), 475-495.
232. Sisan, A. (2000). *Podjetniška kultura v Sloveniji*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
233. Slavinec, M. (2005). *Ustvarjalnost mladih v Pomurju*. Murska Sobota: Bilten, Regionalni center ZOTKS Murska Sobota.
234. Smith, J. (2002). *Kako povečati produktivnost delovnega tima*. Ljubljana: NedGuide.

235. SPIRIT – Javna agencija RS za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma. (2013). Dostopno na, online: <http://www.spiritslovenia.si/> [12.05.2013].
236. Srednja ekonomska šola Ljubljana-SESLJ. (2011). Dostopno na, online: http://www.seslj.si/splet/images/stories/oizobrazevanju_odraslih/prosojnice.pdf [17.06.2011].
237. Srića, V. (1999). *Ustvarjalno mišljenje*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
238. Strategija za cjeloživotno preduzetniško učenje 2008-2013. (2008). Podgorica, Dostopno na, online: http://www.infomladi.me/fajlovi/mladi/attach_fajlovi/lat/biblioteka/2012/01/pdf/Strategija_za_cjelozivotno_PREDUZETNICKO_UCENJE_2008_2013.pdf [17.06.2011].
239. SSKJ Slovar slovenskega knjižnega jezika. Dostopno na, on line: http://bos.zrc-sazu.si/cgi/a03.exe?name=sskj_testa&expression=podjetnost&hs=1 [18.09.2010].
240. Sternberg, R. J., Lubart, T. I. (1999). *The concept of creativity: Prospects and paradigms. Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge University Press.
241. Sternberg, R. J. (2001). *What is the common thread of creativity? Its dialectical relation to intelligence and wisdom*. *American Psychologist on creativity*. (56), 360–362.
242. Sternberg, R. J. (2002). *Creativity as a decision*. *American Psychologist*. 57(5), 376.
243. Stevenson H. H. et al.. (1989). *New Business Ventures and The Entrepreneur*. 3rd Edition. Homewood: Irwin.
244. Stritar, R. (2006). *Dejavniki oblikovanja podjetniških namenov študentov: Vpliv timskega dela*. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
245. Strmčnik, F. (2001). *Didaktika*. Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
246. *Study on Support to Indicators on Entrepreneurship Education*. 2011. Final Report. Dostopno na, online: http://ec.europa.eu/education/more-information/doc/2011/entrepreneurship_en.pdf [17.06.2013].
247. Šerman, Z. (2010). *Izgrajevanje podjetniške kulture*. Dostopno na, on line: www.delavska-participacija.com/clanki/ID980213.doc [17.06.2011].
248. Štrukelj, A. (2008). *Razvoj funkcije podjetništva v ekonomski teoriji*. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.

249. Švagan, U. (2008). *Analiza motiviranosti slovenskih študentov za podjetništvo*. Zaključna strokovna naloga. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
250. Tan, A. G. (2007). *Creativity for teachers*. V Tan A.G. (ur). *Creativity: A handbook for teachers*. Singapore: World Scientific.
251. Tajnikar, M. (1997). *Tvegano poslovanje: knjiga o gazelah in rastočih poslih*. za Visoko strokovna šola za podjetništvo. Ljubljana: GEA College.
252. Tajnikar, M. (2000). *Tvegano poslovanje: knjiga o gazelah in rastočih poslih*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo. Ljubljana: GEA College.
253. Timmons, J. A., Olin F. W. (1989). *The Entrepreneurial Mind*. Andover: Brick House.
254. Timmons, J. A. (1990). *New Venture Creation: Entrepreneurship in 1990-s*. Boston: Homewood, (3), 677.
255. Timmons, J. A., Spinelli S. (2004). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Boston: Irwin Homewood, (6), 700.
256. Tomanič Vidovič, M. (2002). *Spremna beseda*. Podjetniški informator.
257. Tominc, P., Rebernik, M. (2004). *The Scarcity of Female Entrepreneurship*. Društvena istraživanja, 13 (4/5), 779–802.
258. Tominc, P., Rebernik, M. (2005). *Žensko podjetništvo v Sloveniji – neizkoriščen vir*. Razgledi MBA, 11 (1/2), 23–27.
259. Tominc, P., Rebernik, M. (2006). *Zgodnja podjetniška aktivnost: pričakovanja o rasti podjetij*. Naše gospodarstvo, 52 (5/6), 11–19.
260. Trampuš, M. (2010). *Podjetništvo v šole! – 2. del*. Glas gospodarstva, januar 2010, 52–53.
261. Trstenjak, A. (1976). *Psihologija ustvarjalnosti*. Ljubljana: Slovenska matica.
262. Trstenjak, A. (1981). *Psihologija ustvarjalnosti*. Ljubljana: Slovenska matica.
263. Turk, D. (2004). *Uspešnost podjetnika je odvisna od navezovanja stikov*. Finance. Dostopno na, online: <http://www.finance.si/88064> [22.03.2011].
264. Univerza v Mariboru. Ekonomska-poslovna fakulteta. Dostopno na, online: http://www.epf.uni-mb.si/stud_prog/bd/predmetnik.aspx [12.01.2012].

265. Univerza v Ljubljani. Ekonomska fakulteta. Dostopno na, online: <http://www.ef.uni-lj.si/dodiplomsko/upes> [12.01.2012].
266. Vahčić, A. (2000). *Stanje podjetništva v Sloveniji, Slovensko podjetje v devetdesetih*. Ljubljana: Union of Economists of Slovenia.
267. Vesper, K. H. (1983). *Frontiers in Entrepreneurship Research*. Babson College.
268. Vidic, F. (2002). *Usposabljanje podjetnikov v Sloveniji*. Podjetništvo - izziv za 21. Stoletje. Ljubljana: GEA College.
269. Vlada RS. (2011). *Bela knjiga o vzgoji in izobraževanju v RS*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport.
270. Wehner, L. et. al.. (1991). *Current approaches used in studying creativity: An exploratory investigation*. Creativity Research Journal. 4 (3), 261-271.
271. Welsch, H. (1998). *America: North*. V knjigi Entrepreneurship. An international perspective. Oxford: Butterworth – Heinemann.
272. Whiting, C. (1958). *Creative thinking*. New York. Reinhold.
273. Wiklund, J., Dahlqvist J., Havnes Per-Anders. *Entrepreneurship as new business activity: empirical evidence from young firms*. Jönköping International Business School, Sweden. Dostopno, on line: <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2001/XI/XID/XID/xi-d.htm> [25. 4. 2011].
274. Woolfolk, A. (2002). *Pedagoška psihologija*. Ljubljana: Educy.
275. Zabukovec, V. (1993). *Kako zaznavajo razredno klimo osnovnošolci in njihovi učitelji*. V: Sodobna pedagogika. Letnik 44, (5/6), 292–303.
276. Zabukovec, V. (1998). *Merjenje razredne klime*. Priročnik za učitelje. Ljubljana: Produktivnost, center za psihodiagnostična sredstva.
277. Zelenika, R. (2000). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Rijeka: Ekonomski fakultet.
278. Zimmerer, W. T., Scarborough M. N. (1996). *Entrepreneurship and new venture formation*. Upper Saddle River. NJ: Prentice hall.
279. Žagar, D. (1981). *Ustvarjalnost in ukrepi za razvijanje otrokove ustvarjalnosti v šoli*. V: zbornik prispevkov. Posvetovanje psihologov Slovenije, Portorož 1980. Ljubljana: Društvo psihologov SR Slovenije.

280. Žagar, D. (1992). *Razvijanje ustvarjalnosti učencev*. Diferenciacija in individualizacija učnega dela v posodabljanju razrednega pouka. Poljče: Slovensko društvo pedagogov.
281. Žagmeister, Š. (1997). *Trajno pridobivanje znanja – moto vsakega podjetnika*. Ljubljana: Informator PCMG. (2), 8-9.
282. Ženko, Z., Mulej, M., Potočan, V., Rosi, B., Mlakar, T. (2008). *A model of making theory as invention to become an innovation*. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-poslovna fakulteta. SEM: 161-169.
283. Ženko, Z., Mulej, M., Božičnik, S. (2010). *Sustainable Future in Terms of Dialectical, Complexity, and Chaos Theories*. V: *The sustainable future of mankind III*. Ećimović, T. et al., 80-96.
284. Ženko, Z. (2011). *Difuzija inovacij s primeri iz pridobivanja energije in onesnaževanja okolja*. V: *Sodobna ekonomija in poslovanje*, ur. Boršič, D. in Štrukelj T. Univerza v Mariboru: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
285. Ženko, Z., Mulej, M. (2011). *Innovating Measurement of Economic Success for More Accurate Information*. *Naše gospodarstvo*. Vol. (57) 5–6, str. 11–19.
286. Žižek, J. (2000). *Podjetništvo v ekonomski teoriji*. V: *podjetništvo - izziv za 21. Stoletje*. Urednika Glas M., Pšeničny V. Ljubljana: GEA College.
287. Žnidaršič, J. (2003). *Razvijanje podjetnih lastnosti ljudi v izobraževalnem sistemu*. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani: Ekonomska fakulteta.
288. Žolnir, N. (2011). *Težka pot do e-kompetenc*. Časopis Delo. 24. maj. 2011.
289. Žveglič, M. (2009). *Učni pristopi in zaželeni podjetniške lastnosti kot dejavnika uspešnosti študija na Visoki šoli za podjetništvo GEA College*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Filozofska fakulteta.

PRILOGE

SEZNAM PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik za ravnatelje osnovnih šol

Priloga 2: Anketni vprašalnik za mentorje, ki so vodili UPI ali podjetniški krožek

Priloga 3: Anketni vprašalnik za učence III. triade

PRILOGA 1**VPRAŠALNIK ZA RAVNATELJE OSNOVNIH ŠOL**

1. Kako se strinjate z v nadaljevanju naštetimi trditvami o podjetništvu in inovacijsko-podjetniškem izobraževanju Slovencev? Prosimo vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; (delno povzeto po Zavod za ustvarjalno družbo) | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Podjetništvo je ključen dejavnik gospodarskega razvoja. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Podjetništvo povečuje konkurenco in sili k stalnemu izboljševanju kakovosti, s tem pa se povečuje tudi blaginja prebivalstva. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Podjetništvo je ena izmed rešitev za visoko stopnjo brezposelnosti, saj so nova podjetja tudi vir novih delovnih mest. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Slovinci se premalo inovacijsko-podjetniško izobražujejo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| V Sloveniji ni dovolj možnosti za inovacijsko-podjetniško izobraževanje. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževati bi se morali začeti že v osnovni šoli. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Podjetništvo in inovacijsko-podjetniško izobraževanje je za družbo nepomembno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

2. Kako se strinjate z v nadaljevanju naštetimi trditvami o ustvarjalnosti in inovativnosti? Prosimo vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; (delno povzeto po Zavod za ustvarjalno družbo) | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Ustvarjalnost in inovativnost nista povezana z nadarjenostjo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ustvarjalnost in inovativnost sta predpogoj podjetništva. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Brez ustvarjalnosti in inovativnosti bi naša družba kmalu začela stagnirati. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Brez ustvarjalnega in inovativnega razmišljanja posameznik dandanes ni konkurenčen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovativno razmišljanje je dandanes zelo zaželeno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovativno razmišljanje je lastnost vsakega posameznika, le spodbuditi ga je potrebno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

3. Kakšna je, po vašem mnenju podjetniška klima v okolju v katerem živite? Označite!

| | | | | |
|-----------------|------------|-----------------|-----------|----------------|
| zelo zavirajoča | zavirajoča | nekaj srednjega | spodbudna | zelo spodbudna |
|-----------------|------------|-----------------|-----------|----------------|

4. Koliko let, če sploh, se izvaja podjetniški ali UPI krožek na vaši osnovni šoli? Označite!

| | | | | | | |
|--------------|--------|--------|--------|--------|-------|---------------|
| se ne izvaja | 1 leto | 2 leti | 3 leta | 4 leta | 5 let | več kot 5 let |
|--------------|--------|--------|--------|--------|-------|---------------|

5. Kako se strinjate z v nadaljevanju naštetimi trditvami o vplivu inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, v obliki krožka, na učence, ki ga obiskujejo? V primeru da se na Vaši OŠ ne izvaja omenjeni krožek označite kako se strinjate s trditvami o vplivu inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na posameznika. Prosimo vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; (delno povzeto po Zavod za ustvarjalno družbo) | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost učencev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ustvarjalna razredna klima vpliva na večjo inovativnost učencev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje obvladovanje inovacijskega procesa učencev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju mladih podjetnikov. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju osebnostnih lastnosti, ki jim pravimo podjetne. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**Ustvarjalnost* je pripravljenost, da proizvedemo nekaj novega (npr. novi izdelek), ki je v odnosu do realnosti (Jaušovec 1987, 6).

**Lastnosti, ki jim pravimo podjetne*: samozavest, pogum, predanost in zavezanost svoji odločitvi, odločnost, delavnost, vztrajnost, optimizem, potreba po dosežkih, neodvisnost, komunikativnost, vizionarstvo (vizija in sanje).

6. Kakšna bi se vam zdela najbolj primerna oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli? Prosimo vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

| Najbolj primerna oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli je kot... | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| redni predmet. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| izbirni predmet. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| podjetniški krožek. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| plačljivi podjetniški krožek. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| V OŠ se naj nebi izvajalo podjetniško izobraževanje. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Prosim utemeljite Vaš odgovor.

.....

.....

.....

.....

.....

7. Kako se strinjate z v nadaljevanju navedeno trditvijo o uvajanju podjetniških aktivnosti med osnovnošolce? Prosimo vas, da si trditev preberete in jo ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

Trditev:

Uvajanje podjetniških aktivnosti med osnovnošolce (tretje triade) je smiselno, saj inovacijsko - podjetniško izobraževanje vpliva na večanje ustvarjalnosti in inovativnosti učencev.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Legenda:

- 1- popolnoma se ne strinjam,
- 2- se ne strinjam,
- 3- srednje se strinjam,
- 4- se strinjam,
- 5- popolnoma se strinjam.

8. Ali menite, da lahko inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev v obliki podjetniškega ali UPI krožka (ki bi se oz. se izvaja za učence tretje triade) vpliva na odločitev učencev za izbrano smer srednješolskega izobraževanja?

Npr. Učenec pred inovacijsko- podjetniškim izobraževanjem želi nadaljevati srednješolsko izobraževanje na srednji zdravstveni šoli. Pri krožku je spoznal, da ga področje podjetništva in poslovanja bolj zanima, zato se odločil za nadaljevanje izobraževanja na srednji ekonomski šoli.

| | | |
|----|----|--------|
| DA | NE | NE VEM |
|----|----|--------|

9. Prosim zapišite popolno ime osnovne šole, v kateri ste ravnatelj/ravnateljica.

.....

PRILOGA 2**VPRAŠALNIK ZA MENTORJE, KI SO VODILI UPI ALI PODJETNIŠKI KROŽEK**

1. *Kako se strinjate z v nadaljevanju naštetimi trditvami o podjetništvu in inovacijsko-podjetniškem usposabljanju Slovencev? Prosim vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).*

| Trditve; (delno povzeto po Zavod za ustvarjalno družbo) | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Podjetništvo je ključen dejavnik gospodarskega razvoja. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Podjetništvo povečuje konkurenco in sili k stalnemu izboljševanju kakovosti, s tem pa se povečuje tudi blaginja prebivalstva. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Podjetništvo je ena izmed rešitev za visoko stopnjo brezposelnosti, saj so nova podjetja tudi vir novih delovnih mest. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Slovenci se premalo inovacijsko-podjetniško usposablajo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| V Sloveniji ni dovolj možnosti za inovacijsko-podjetniško usposabljanje. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško usposabljanje bi se morali začeti že v osnovni šoli. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Podjetništvo in inovacijsko-podjetniško usposabljanje je za družbo nepomembno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

2. *Kako se strinjate z v nadaljevanju naštetimi trditvami o ustvarjalnosti in inovativnosti? Prosim vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).*

| Trditve; (delno povzeto po Zavod za ustvarjalno družbo) | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Ustvarjalnost in inovativnost nista povezana z nadarjenostjo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ustvarjalnost in inovativnost sta predpogoj podjetništva. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Brez ustvarjalnosti in inovativnosti bi naša družba kmalu začela stagnirati. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Brez ustvarjalnega in inovativnega razmišljanja posameznik dandanes ni konkurenčen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovativno razmišljanje je dandanes zelo zaželeno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovativno razmišljanje je lastnost vsakega posameznika, le spodbuditi ga je potrebno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

3. *Kako se strinjate z v nadaljevanju naštetimi trditvami o načinu dela pri krožku? Prosim vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).*

| Trditve; | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Pri UPI ali podjetniškemu krožku... | | | | | |
| delo večinoma poteka skupinsko. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| med posamezniki ni velike tekmovalnosti. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| se učenci med seboj podpirajo in spodbujajo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| učenci med seboj dobro sodelujejo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| so učenci prišli do veliko zanimivih in izvirnih idej, ki so jih delili z ostalimi. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| so vsi učenci enakopravni. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| so z moje strani ideje in zamisli učencev sprejete. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| učence spodbujam in motiviram pri delu. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| učence usmerjam pri reševanju problemov na ustvarjalen način. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| se učenci trudijo biti izvirni pri dajanju predlogov in rešitev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

4. Kako se strinjate z v nadaljevanju naštetimi trditvami o vzdušju v razredu pri krožku? Prosimo vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; Pri UPI ali podjetniškemu krožku je vzdušje v razredu... | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| toplo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| razumevajoče. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| prijateljsko. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| sproščeno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| dovoli, da sem tak kot sem. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| spodbujevalno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

5. Kako se strinjate z v nadaljevanju naštetimi trditvami o vplivu inovacijsko-podjetniškega izobraževanja, v obliki krožka, na učence, ki ga obiskujejo? Prosimo vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; (delno povzeto po Zavod za ustvarjalno družbo) | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje pripomore k razvoju pozitivne ustvarjalne klime. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ustvarjalna razredna klima vpliva na večjo inovativnost učencev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje ustvarjalnost učencev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje obvladovanje inovacijskega procesa učencev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje povečuje fleksibilnost (prilagodljivost spremembam) učencev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inovacijsko-podjetniško izobraževanje osnovnošolcev pripomore k razvoju mladih podjetnikov. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

6. Kako se strinjate z v nadaljevanju naštetimi trditvami o lastnostih in sposobnostih, ki jim pravimo podjetne in jih po vašem mnenju osvojijo učenci z rednim obiskom podjetniškega ali UPI krožka? Prosimo vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

| Z rednim obiskom UPI ali podjetniškega krožka učenci pridobijo... | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| samozavest. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| pogum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| predanost in zavezanost svoji odločitvi. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| komunikativnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| odločnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| delavnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| vztrajnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| optimizem. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| potrebo po dosežkih. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| neodvisnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| vizionarstvo (vizija in sanje). | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

7. Kakšna bi se vam zdela najbolj primerna oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli? Prosimo vas, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

| Najbolj primerna oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli je kot... | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| redni predmet. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| izbirni predmet. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| podjetniški krožek. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| plačljiv podjetniški krožek. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| V OŠ se naj nebi izvajalo podjetniško izobraževanje. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Prosim utemeljite Vaš odgovor.

.....

.....

.....

.....

8. Kako se strinjate z v nadaljevanju navedeno trditvijo o uvajanju podjetniških aktivnosti med osnovnošolce? Prosimo vas, da si trditev preberete in jo ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- popolnoma se ne strinjam, 2- se ne strinjam, 3- srednje se strinjam, 4- se strinjam in 5- popolnoma se strinjam).

Trditev:

Uvajanje podjetniških aktivnosti med osnovnošolce je smiselno, saj inovacijsko-podjetniško izobraževanje vpliva na večanje ustvarjalnosti in inovativnosti učencev.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

Legenda:

- 1- popolnoma se ne strinjam,
- 2- se ne strinjam,
- 3- srednje se strinjam,
- 4- se strinjam,
- 5- popolnoma se strinjam.

9. Ali menite da UPI ali podjetniški krožek vpliva na odločitev učencev za nadaljnje srednješolsko izobraževanje?

| | | |
|----|----|--------|
| DA | NE | NE VEM |
|----|----|--------|

10. Prosim napišite kako se še lahko po Vašem mnenju (poleg izvajanja podjetniškega ali UPI krožka) spodbuja ustvarjalnost, inovativnost in podjetnost učencev v osnovnošolskem sistemu, pri rednem pouku, ali pri kakšni drugi interesni dejavnosti?

.....

.....

.....

.....

PRILOGA 3

VPRAŠALNIK ZA UČENCE III. TRIADE

1. Kako se strinjaš z v nadaljevanju naštetimi trditvami o načinu dela pri UPI ali podjetniškem krožku? Prosim, da vsako navedeno trditev oceniš na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- sploh se ne strinjam, in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; Pri UPI ali podjetniškem krožku... | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---|----------------------------|-------------------|--------------------|----------------|--------------------------|
| delo večinoma poteka skupinsko. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| med posamezniki ni tekmovalnosti. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| se med seboj ne podpiramo in vzpodbujamo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| med seboj slabo sodelujemo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| sem prišel do veliko zanimivih in izvirnih idej, ki sem jih delil z ostalimi. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| sem enakopraven ostalim posameznikom. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| so moje ideje in zamisli sprejete. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| nas mentor spodbuja in motivira pri delu. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| nas mentor usmerja pri reševanju problemov na ustvarjalen način. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| se trudim, da so moji predlogi in rešitve čim bolj izvirni. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

2. Kako se strinjaš z v nadaljevanju naštetimi trditvami o vzdušju v razredu pri UPI ali podjetniškem krožku? Prosim, da vsako navedeno trditev oceniš na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- sploh se ne strinjam, in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; pri UPI ali podjetniškem krožku je vzdušje v razredu... | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---|----------------------------|-------------------|--------------------|----------------|--------------------------|
| toplo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| razumevajoče. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| prijateljsko. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| sproščeno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| dovoli, da sem tak kot sem. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| spodbujevalno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

3. Kako se strinjaš z v nadaljevanju naštetimi trditvami o ustvarjalnosti? Prosim, da vsako navedeno trditev oceniš na lestvici od 1 do 5, pri čemer je (1- sploh se ne strinjam, in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; (delno povzeto po Zavod za ustvarjalno družbo) | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---|----------------------------|-------------------|--------------------|----------------|--------------------------|
| Ne poznam definicije ustvarjalnosti. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Poznam vsaj dve ustvarjalni tehniki. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Zavedam se ustvarjalnosti, in jo uporabljam kot svojo prednost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tudi če nimam dosti časa želim vedno biti ustvarjalen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ustvarjalno reševanje problemov mi ni všeč. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Prijateljem, sorodnikom ali sosedom za praznike in rojstne dneve sam naredim darilo ali voščilnico. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Predmet, kot je npr. papirna sponka, bi znal uporabiti vsaj na 4 različne načine. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Rad kritiziram slabo opravljeno delo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|

4. Kako se strinjaš z v nadaljevanju naštetimi trditvami o obvladovanju inovacijskega procesa? Prosim, da vsako navedeno trditev oceniš na lestvici od 1 do 5, pri čemer je (1- sploh se ne strinjam, in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Inovativnost in ustvarjalnost sta močno povezani. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Poznam vsaj tri inovativna podjetja v Sloveniji. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Vsake nove ideje ne sprejemam odprto. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Poznam proces »od ideje do njene uresničitve«. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Svoje ideje redno uresničujem. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Znam navdušiti druge s predstavitvijo svoje ideje. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Nikoli nisem zadovoljen s svojo prvo rešitvijo, ampak iščem vedno naslednjo, še boljšo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Dajem veliko boljše ideje za rešitev določenega vprašanja ali problema, kot ostali sošolci. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Rad poskušam nove stvari, takšne, ki jih prej nikoli nisem in me pri tem ni strah. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

5. Kako se strinjaš z v nadaljevanju naštetimi trditvami o fleksibilnosti (prilagodljivosti spremembam)? Prosim, da vsako navedeno trditev oceniš na lestvici od 1 do 5, pri čemer je (1- sploh se ne strinjam, in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Z razumevanjem pojma podjetništvo nimam težav. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ne maram dela na osnovi poskusov, terenskega dela, diskusije, igre vlog, okrogle mize ... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Težko se prilagodim hitrim spremembam. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Hitro se vklopim v skupino in skupinsko delo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Če se mi zdi, da je sošolec napačno reagiral, ga ne poskušam razumeti. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Če se ostali ne strinjajo z mano, ne vztrajam, temveč odneham. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Nikoli ne proučim predloga sošolca, s katerim se ne strinjam. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Kritika me ne prizadene. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| V razredu upoštevam ideje in predloge vseh sošolcev. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Rad vsiljujem svoj prav sošolcem in drugim ljudem. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

6. Pri razvoju in uresničitvi svoje ideje, sem uspešno zaključil naslednje korake na poti k uresničitvi (obkroži ustrezne odgovore):

- Prepoznal sem problem, ki je lahko priložnost za nekaj novega.
- Našel sem idejo za nekaj novega.
- Pripravil sem poslovni načrt.
- Idejo sem realiziral.
- Izdelek/storitev sem predstavil širši javnosti.
- Izdelek/storitev je uporabna in jo uporablja večje število ljudi.

- g) Z idejo sem zaslužil.
h) Imel sem idejo, vendar je nisem realiziral.

7. Oцени, koliko ti omenjene skupine ljudi pomagajo, ko želiš izpeljati svojo idejo? Prosim, da vsako navedeno trditev oceniš na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- sploh se ne strinjam, in 5- popolnoma se strinjam).

| Skupine ljudi; | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|---------------------------------------|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| Ožja družina (starši, bratje, sestre) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sorodniki | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Prijatelji in sošolci | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Učitelji, mentorji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Podjetniki, managerji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

8. Kako se strinjaš z v nadaljevanju naštetimi trditvami o osebnih lastnostih, ki jim pravimo podjetne, ki si jih po tvojem mnenju osvojil pri UPI ali podjetniškem krožku? Prosim, da vsako navedeno trditev oceniš na skali od 1 do 5 pri čemer je (1- sploh se ne strinjam, in 5- popolnoma se strinjam).

| Trditve; Z obiskom UPI ali podjetniškega krožka sem pridobil... | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| samozavest. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| pogum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| predanost in zavezanost svoji odločitvi. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| komunikativnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| odločnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| delavnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| vztrajnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| optimizem. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| potrebo po dosežkih. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| neodvisnost. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| vizionarstvo (vizija in sanje). | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

9. Kako se po tvojem mnenju UPI ali podjetniški krožek razlikuje od ostalih predmetov v šoli? Prosim označi ustrezna odgovora. Obkrožiš lahko največ dva odgovora.

- A Podjetniška delavnica je bolj praktična.
B Delo je bolj dinamično, skupinsko in terensko.
C Pri podjetniški delavnici je posredovanega manj teoretičnega znanja in več praktičnih primerov in je zato snov bolj razumljiva.
D Delavnica ima bolj podjetniški pristop in te nauči podjetniških osnov in podjetniškega razmišljanja.
E Delavnica mi je pripomogla, da sem svojo kreativnost in inovativnost še povečal.

10. Kakšna bi se ti zdela najbolj primerna oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli? Prosim, da vsako navedeno trditev ocenite na skali od 1 do 5, pri čemer je (1- sploh se ne strinjam, in 5- popolnoma se strinjam).

| Najbolj primerna oblika izvajanja inovacijsko-podjetniškega izobraževanja v osnovni šoli je kot... | sploh se ne strinjam | se ne strinjam | nekaj srednjega | se strinjam | popolnoma se strinjam |
|--|----------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| redni predmet. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| izbirni predmet. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| podjetniška delavnica. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| plačljiva podjetniška delavnica. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Podjetniško izobraževanje ne spada v OŠ. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Prosim, pojasni tvojo odločitev.

.....

11. Prosim označi, koliko so se uresničila tvoja pričakovanja glede UPI ali podjetniškega krožka?

Moja pričakovanja se sploh niso uresničila.
 Moja pričakovanja se niso uresničila.
 Moja pričakovanja so se delno uresničila.
 Moja pričakovanja so se uresničila.
 Krožek UPI je doprinesel več, kot sem pričakoval.

12. Katero poklicno oz. srednjo strokovno šolo želiš obiskovati po zaključku osnovnošolskega izobraževanja? Prosim napiši ime poklicne oz. srednje strokovne šole.

.....

13. Kakšen poklic želiš v bodočnosti opravljati? Prosim napiši ime poklica.

.....

14. Prosim zapiši popolno ime osnovne šole, v kateri si ali obiskuješ krožek UPI.

.....

Število opravljenih nalog pred in po obisku UPI ali podjetniškega krožka.

Analizirati želimo uspešnost in učinke inovacijsko-podjetniškega izobraževanja (krožek UPI in podjetniški krožek, III. triada). Merimo število opravljenih nalog pred obiskom krožka in število opravljenih istih nalog po končanem krožku. Prosim, reši navedene naloge.

Naloge:

1. Definiraj pojem ustvarjalnost.

.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

2. Definiraj pojem podjetništvo.

.....
.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

3. Kaj je možganska nevihta ali viharjenje možganov?

Možganska nevihta

je.....

.....
.....
.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

4. Naštej tri prednosti skupinskega reševanja problemov ali nalog.

Prednosti skupinskega reševanja problemov ali nalog so:

.....
.....
.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

5. Kdo je podjetnik?

Podjetnik je oseba ki,

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

6. Naštej tri lastnosti podjetnega človeka.

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

7. Ali je čisto vsaka ideja tudi poslovna priložnost? Komentiraj svojo odločitev.

.....
.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

8. Opiši kaj razumeš pod pojmom poslovna priložnost?

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

9. Navedi in opiši podjetniško idejo, za katerimi misliš, da bi prinašala dobiček, če bi jo realiziral/a.

.....
.....
.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

10. Kateri so trije elementi podjetniškega procesa?

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

11. Naštej vsaj tri vrste zavarovanj.

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

12. Naštej vsaj tri pravne oblike podjetij.

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

13. Kaj razumeš pod pojmom poslovni načrt?

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

14. Naštej vsaj tri elemente, ki so standardna sestavina vsakega poslovnega načrta.

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

15. Kaj razumeš pod pojmom tržna raziskava?

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

16. Zakaj je potrebno anketiranje oz. kaj pridobimo z anketiranjem?

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

17. Naštej pet možnih načinov oglaševanja novega izdelka.

.....
.....
.....

| | |
|----------|------------|
| Pravilno | Nepravilno |
|----------|------------|

DELOVNI ŽIVLJENJEPIS**Osební podatki**

Priimek: HALILOVIĆ
Ime: Patricija
Datum rojstva: 28.12.1982
E-naslov: patricija.halilovic@gmail.com

Izobraževanje

Obdobje: 2009 - 2013
Izobraževanje: Doktorski študij
Inštitucija: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru
Naslov doktorskega dela: Učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na spodbujanje inovativnosti in smiselnost uvajanja omenjenih vsebin med osnovnošolce v Sloveniji

Obdobje: 2007 - 2009
Izobraževanje: Magistrski študij
Inštitucija: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru
Naslov magistrskega dela: Primerjava ženskega podjetništva v Sloveniji in BiH

Obdobje: 2002 – 2007
Izobraževanje: Dodiplomski študij
Inštitucija: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru
Naslov diplomskega dela: Žensko podjetništvo v Šaleški dolini

Obdobje: 1997 – 2002
Izobraževanje: Srednješolsko izobraževanje
Inštitucija: Šolski Center Velenje, Srednja šola za storitvene dejavnosti

Obdobje: 1989 – 1997
Izobraževanje: Osnovnošolsko izobraževanje
Inštitucija: Osnovna šola Miha Pintar Toledo Velenje

IZJAVA DOKTORSKEGA KANDIDATA

UNIVERZA V MARIBORU
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA

IZJAVA DOKTORSKEGA KANDIDATA

Podpisana Patricija Halilović, mag. ekon. in posl. ved,

vpisna številka 83050008

izjavljam,

da je doktorska disertacija z naslovom *Učinki inovacijsko-podjetniškega izobraževanja na spodbujanje inovativnosti in smiselnost uvajanja omenjenih vsebin med osnovnošolce v Sloveniji*

- rezultat lastnega raziskovalnega dela,
- da predložena disertacija v celoti ali v delih ni bila predložena za pridobitev kakeršnekoli izobrazbe po študijskem programu druge fakultete ali univerze,
- da so rezultati korektno navedeni in
- da nisem kršila avtorskih pravic in intelektualne lastnine drugih.

Podpis doktorske kandidatke:
