

**PROUČEVANJE VPLIVA
PODJETNIŠKEGA IZOBRAŽEVANJA
NA PODJETNIŠKE NAMERE ŠTUDENTOV:
PREGLED DOSEDANJIH
EMPIRIČNIH RAZISKAV**

**Impact of Entrepreneurship Education
on Entrepreneurial Intentions of Students:
A review of empirical research**

Tanja Zdolšek

*Doktorska študentka na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru
tanja.zdolsek@gmail.com*

Karin Širec

*Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta
karin.sirec@uni-mb.si*

Izvilleček

Stopnja brezposelnosti mladih v EU že več let narašča, zato so v politiki zaposlovanja mladi prioriteta skupina. Podjetniki ustvarjajo številna delovna mesta, zato je pridobitev podjetniških kompetenc in pozitivnih podjetniških namer v podjetniškem izobraževanju izrednega pomena. V članku je predstavljen pregled empiričnih raziskav, ki proučujejo vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške namere študentov terciarnega izobraževanja. Raziskavam je skupno proučevanje podjetniških namer s sociološko-psihološkega vidika, z uporabo teorije načrtovanega vedenja. Članek zaključujemo s postavitvijo raziskovalnega modela za ugotavljanje vpliva podjetniškega izobraževanja na podjetniške kompetence in podjetniške namere študentov.

Ključne besede: terciarno izobraževanje, podjetniško izobraževanje, podjetniške kompetence, podjetniške namere, teorija načrtovanega vedenja

Abstract

The youth unemployment rate in the EU has been growing for many years, which is why the youth represent the priority group in the employment policy. Entrepreneurs create many jobs, so the acquisition of entrepreneurial competencies and positive entrepreneurial intentions through entrepreneurship education has significant importance. This paper provides an overview of empirical studies focused on the impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intentions of students in tertiary education from a socio-psychological perspective, using the theory of planned behaviour. The paper concludes with a layout of a research model to determine the impact of entrepreneurship education on students' entrepreneurial competencies and intentions.

Keywords: tertiary education, entrepreneurship education, entrepreneurial competencies, entrepreneurial intentions, theory of planned behaviour

1 Uvod

Evropa se sooča z visoko stopnjo brezposelnosti mladih, ki je več kot dvakrat višja od splošne stopnje brezposelnosti, zato so v evropski politiki zaposlovanja mladi prioriteta skupina (Evropska komisija 2013c, Eurostat 2013, MDDSZ in ZRSZ 2013). Podjetništvo je zato temeljnega pomena, saj vpliva na gospo-

Prejeto/Received:
Februar 2014

Popravljeno/Revised:
April 2014

Sprejeto/Accepted:
Junij 2014

NG

Naše gospodarstvo / Our Economy

Vol. 60, No. 3-4, 2014

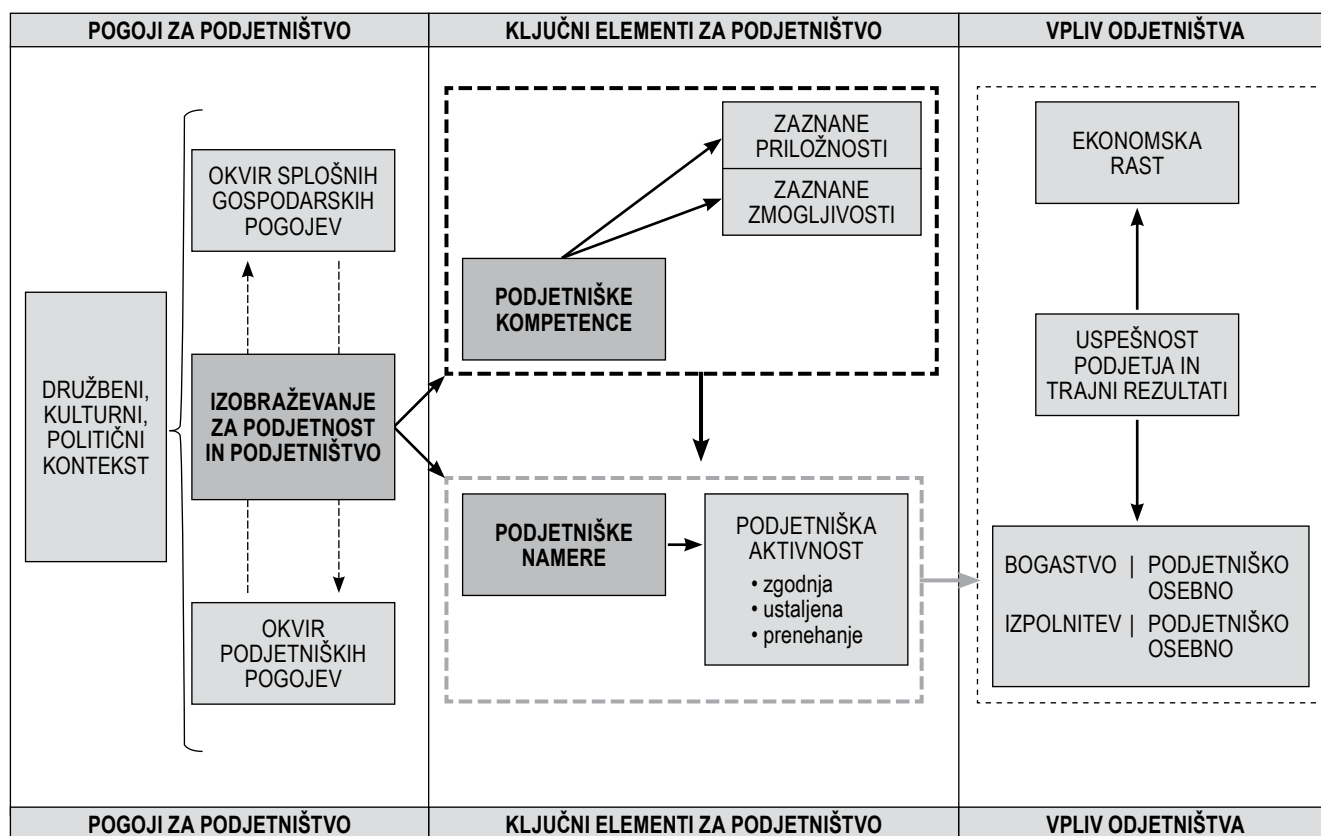
pp. 55-64

DOI: 10.7549/ourecon.2014.3-4.06

UDK: 378:005.1

JEL: L25, L26

Slika 1: Izobraževanje za podjetnost in podjetništvo ter vpliv na ekonomski razvoj



Vir: prirejeno po Širec in Rebernik (2011)

darsko rast in zaposlovanje – mala in srednja podjetja (v nadaljevanju MSP) pa ustvarjajo številna delovna mesta (Davidsson in Delmar 2006, Lautenschläger in Haase 2011). Eden ključnih izzivov Evrope je dvig podjetniške aktivnosti članic (Evropska komisija 2013a, Evropska komisija 2013b, NIRAS Consultants 2008), zato je Evropska komisija (2013a) lani objavila akcijski načrt *Podjetništvo 2020*, ki kot glavni cilj navaja ponovno obuditev podjetništva v Evropi. Akcijski načrt predvideva izobraževanje za podjetništvo¹ in podjetniško prakso na formalni ravni, vzpostavitve spodbudnega podjetniškega okolja za rast in promocijo podjetništva ter doseganje različnih specifičnih skupin prebivalstva (ženske, starejši, migranti, brezposelni; Evropska komisija, 2013a). Ključna predpostavka je, da se podjetniških spretnosti in veščin lahko naučimo, ker niso že vnaprej določene osebne značilnosti (Oosterbeek idr. 2010).

2 Izobraževanje za podjetnost in podjetništvo na visokošolski ravni formalnega izobraževanja

Podjetnost je skupek vedenj, spretnosti in lastnosti, ki jih posameznik lahko razvije ali pa tudi ne (Heinonen in

Poikkijoki 2006). Študente vseh visokošolskih zavodov bi zato bilo treba spodbujati k razvoju podjetniških spretnosti; te vsebine bi morale biti del obveznosti v študijskih programih. Tako bi vsak študent lahko razvil podjetniško miselnost ter pridobil izkušnje in podjetniške veščine že med študijem (Rae idr. 2011). Raziskave potrjujejo, da se posameznik za podjetniško pot odloča na osnovi pridobljenega podjetniškega znanja, veščin in spretnosti ter lastne samozavesti, pri čemer gre za rezultat podjetniškega izobraževanja (Tominc 2013). Študente lahko z izobraževanjem za podjetništvo pripravimo na uspešno podjetniško pot in tako dosežemo gospodarsko konkurenčnost, v okviru katere bodo podjetništvo in inovacije resnični gonilci rasti in razvoja (CIHE, NCGE in NESTA 2008). Glede na prepričanje, da je mogoče (vsaj do neke mere) naučiti študente, da postanejo podjetni, je treba prepoznati priložnosti, ki se pri tem odpirajo, in postaviti cilje, ki bi jih lahko dosegli s tovrstnim izobraževanjem (Heinonen in Poikkijoki 2006). Dva pomembna cilja sta *pridobitev podjetniških kompetenc in pozitivnih podjetniških namer* (Evropska komisija 2012a). Za lažje razumevanje povezanosti podjetniškega izobraževanja z ekonomskim razvojem dodajamo sliko 1 (povzeto po Širec in Rebernik 2011), ki prikazuje ključne elemente za podjetništvo in daje osnovo za proučevanje podjetniških namer.

¹ V članku uporabljamo več sopomenk, ki so v rabi v slovenskem jeziku: izobraževanje za podjetništvo, podjetniško izobraževanje, izobraževanje za podjetnost in podjetništvo.

3 Vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške namere študentov

Podjetništvo je proces učenja, podjetniške namere pa niso spontane narave, pač pa so ustvarjene (Krueger 2000) in nanje je zato možno vplivati. Na drugi strani gre pri podjetništvu za namerni proces, saj se kljub temu da se podjetniki spontano (nenamerno) odzivajo na določene zaznane priložnosti na trgu, podjetje ustanovi po premisleku in ne iz refleksa. Zaradi tega lahko podjetniške namere proučujemo v okviru sociološko-psiholoških teorij oz. kognitivnih procesov (Singh in Raut 2012). Namere so najboljši napovedovalec načrtovanega vedenja (Singh in Raut 2012, Marques idr. 2012). Wang in sodelavci (2001) dodajajo, da so podjetniške namere zato osnova za razumevanje podjetniškega procesa.

Sociološko-psihološke teorije in modeli so se v raziskavah podjetništva začeli uporabljati v devetdesetih letih (van Gelderen idr. 2008). V tabeli 1 so kronološko prikazani modeli, ki proučujejo podjetniške namere (prirejeno po Tung 2011). Najpogosteje uporabljena modela, ki skušata pojasniti povezavo med osebnimi značilnostmi posameznika in njegovimi podjetniškimi namerami, sta model Shaperja in Sokolove (1982), ki se imenuje *model podjetniškega dogodka* (angl. *entrepreneurial event model – EEM*), ter Ajznov (1991, 2002) model *teorije načrtovanega vedenja* (angl. *theory of planned behaviour – TPB*; Krueger in Carsrud 1993, van Gelderen idr. 2008, Serida in Morales

2011, Marques idr. 2012, Singh in Raut 2012). Oba modela sta podprta z rezultati empiričnih proučevanj (Singh in Raut 2012), na osnovi proučene znanstvene literature pa smo se odločili, da bomo naš prispevek gradili na Ajznovi teoriji načrtovanega vedenja (v nadaljevanju TPB), ki je najpogosteje uporabljena zlasti v sodobnejši literaturi (npr. Grassl in Jones 2011, Sieger idr. 2011, Sánchez 2011 in 2013, Marques idr. 2012, Rideout in Gray 2013). TPB je bila zasnovana za predvidevanje in pojasnjevanje človeškega vedenja v različnih specifičnih kontekstih (Ajzen 1991) in pravi, da na posameznikove namere vpliva več dejavnikov, in sicer odnos do vedenja, subjektivne norme in zaznana kontrola vedenja, od njih pa so odvisne reakcije posameznika, torej njegovo vedenje (Ajzen 1991 in 2002, Krueger in Carsrud 1993, Marques idr. 2012, Sánchez 2013). Govorimo torej o dejavnikih, ki vodijo do namere (Ajzen 2002 in 1991). Rideout in Gray (2013) dodajata, da je podjetniško vedenje vedno odvisno od podjetniških namer, na katere pa lahko vplivamo z izobraževanjem. Odnos do vedenja je dejavnik, ki se nanaša na stopnjo, do katere ima neki posameznik pozitivno ali negativno presojo oz. vrednotenje vedenja (Ajzen 1991). V našem primeru gre za odnos do podjetništva – s kakšno pozitivno ali negativno stopnjo bo posameznik ocenil idejo, da postane podjetnik (Marques idr. 2012). Pri dejavniku subjektivne norme gre za sociološki dejavnik, ki se nanaša na zaznavanje pritiska iz okolja in družbe ob izvedbi ali neizvedbi nekega vedenja (Ajzen 1991), v našem primeru udejanjanje podjetniške aktivno-

Tabela 1: Kronološki prikaz pomembnejših modelov za proučevanje podjetniških namer

Vsebina	EEM (Shaper in Sokol 1982)	EIM (Bird 1988)	Revidiran EIM (Boyd in Vozikis 1994)	TPB (Ajzen 1991)	EPM (Davidsson 1995)	SMEI (Luthje in Franke 2003)
Teorija	teorija namer*	teorija ciljev**	teorija ciljev in teorija samoučinko- vitosti***	teorija namer	teorija namer	teorija namer
Zaznavanje posameznika: privlačnost, zaželenost	zaželenost		odnos	odnos do podjetništva	odnos: na splošno in specifično	odnos do podjetništva
Zaznavanje posameznika: sposobnost	zaznana izvedljivost		samoučinkovitost	zaznana kontrola vedenja	obsodba	
Družbene norme ali pritiski iz okolja				subjektivne norme		
Osebnostne lastnosti	zunanj dejavniki, ki na namere vplivajo posredno preko vpliva na odnos	zunanj dejavniki, ki na namere vplivajo posredno preko vpliva na odnos	zunanj dejavniki, ki na namere vplivajo posredno preko vpliva na odnos	zunanj dejavniki, ki na namere vplivajo posredno preko vpliva na odnos		zunanj dejavniki, ki na namere vplivajo posredno preko vpliva na odnos
Nagnjenost k ukrepanju	nagnjenost k ukrepanju					
Kontekst	nenadni dogodek	družbeni, politični in ekonomski	družbeni, politični in ekonomski	zaznana kontrola vedenja (vpliv na namere in vedenje)	trenutni status glede zaposlitve	zaznane ovire in podpora
Področje uporabe	podjetniška (1) praksa in (2) izobraževanje	podjetniška praksa	podjetniška praksa	podjetniška (1) praksa in (2) izobraževanje	podjetniška (1) praksa in (2) izobraževanje	podjetniško izobraževanje

Izrazi v angleščini: *intention theory, **goal-setting theory, ***self-efficacy theory

Vir: prirejeno po Tung 2011.

sti. Gre torej za posameznikovo občutenje pritiska, kar pozitivno ali negativno vpliva na njegovo vedenje (Ajzen 1991). Govorimo o kulturnih in družbenih normah, ki vplivajo na to, ali je podjetništvo v družbi zaželena izbira kariere. Pri motiviranosti študentov za podjetništvo igra pomembno vlogo promocija podjetništva. Univerze bi tako morale hkrati s promocijo samega izobraževanja za podjetnost in podjetništvo promovirati tudi podjetništvo kot možnost izbire karijerne poti (Davey 2010). Dejavniki subjektivne norme meri posameznikovo (v našem primeru študentovo) dojemanje mnenj, ki jih imajo zanj pomembne skupine ljudi (družina, prijatelji ipd.) do podjetništva in do namer za podjetništvo (Marques idr. 2012). Zaznana kontrola vedenja je dejavnik, ki se nanaša na enostavnost ali težavnost za nastop nekega vedenja. Prav tako se predpostavlja kot dejavnik, ki izraža pretekle izkušnje in morebitne ovire (Ajzen 1991). Serida in Morales (2011) dodajata, da se zdi teorija načrtovanega vedenja pravilna izbira ravno zaradi dejavnika zaznane kontrole vedenja, saj ta primerno pojasni in predvidi podjetniško vedenje glede uresničit-

ve priložnosti in priskrbe sredstev, da posameznik potencialni podjetnik ustanovi podjetje. Ajzen (1991) je glede TPB postavil še splošno pravilo, ki pravi, da ugodnejša ko sta dejavnika odnos do podjetništva in subjektivne norme v odnosu do podjetniškega vedenja in večja ko je zaznana kontrola vedenja, močnejše bi morale biti posameznikove namere za nastop podjetniškega vedenja. Serida in Morales (2011) na podlagi proučenih rezultatov empiričnih raziskav ugotavljata, da imajo vsi trije naštetih dejavniki, ki sestavljajo TPB, izrazit vpliv na podjetniške namere, čeprav je dejavnik subjektivne norme edini, pri katerem prejšnje empirične raziskave niso enotno potrdile njegovega vpliva na podjetniške namere. V tabeli 1 prikazujemo pregled empiričnih raziskav.

V tabeli 2 povzemamo pregled pomembnejših empiričnih raziskav, ki proučujejo psihološko-sociološke dejavnike (podjetniške namere) podjetniškega izobraževanja na terciarni ravni formalnega izobraževanja v zadnjih dvajsetih letih in uporabljajo TPB.

Tabela 2: Empirične raziskave podjetniških namer pri študentih podjetniškega izobraževanja

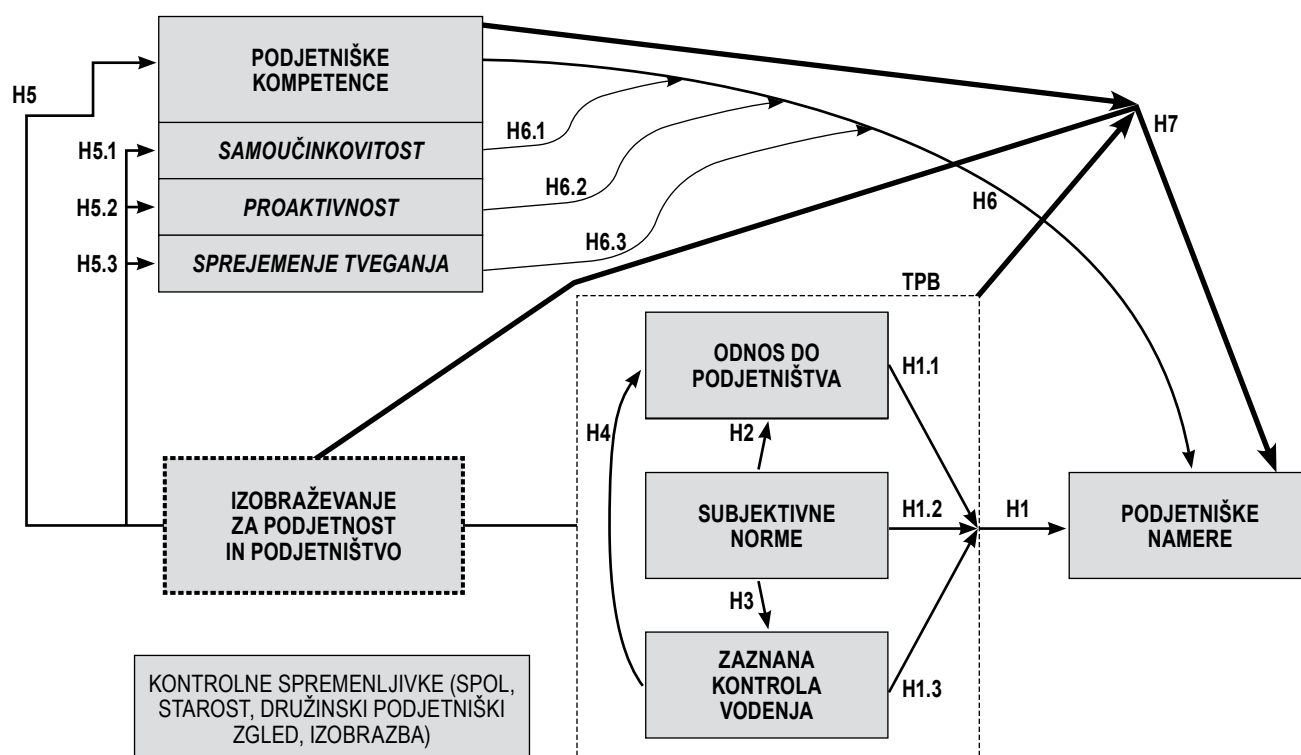
Avtor/-ji, leto	Raziskava	Vzorec	Statistična analiza	Psihosociološki rezultat	Rezultati
Kolvereid (1996)	enojna raziskava na proučevanem vzorcu	dodiplomski študenti poslovnih ved; proučevani vzorec: 128 (Norveška)	korelacijska analiza, analiza glavnih komponent	podjetniške namere in TPB	TPB učinkovito napoveduje podjetniške namere
Chen, Greene in Crick (1998)	predraziskava*, narejena na proučevanem vzorcu in na dveh kontrolnih vzorcih	študenti podjetništva v primerjavi s študenti menedžmenta in študenti psihologije; proučevani vzorec: 34 študentov podjetništva; kontrolni vzorec: 107 študentov menedžmenta in psihologije (ZDA)	regresijska analiza (ANOVA in MANOVA)	namere po ustanovitvi podjetja, samoučinkovitost	višja samoučinkovitost in namere po ustanovitvi podjetja
Tkachev in Kolvereid (1999)	enojna raziskava na proučevanem vzorcu (pred njo izvedena pilotna za potrditev vprašalnika)	študenti medicinske in dveh tehniških univerz; proučevani vzorec: 512; pilotna raziskava: 10 ruskih študentov na norveški poslovni šoli (St. Peterburg, Rusija)	Opisna statistika, korelacijska analiza, regresijska analiza	Podjetniške namere in TPB	TPB učinkovito napoveduje podjetniške namere
Krueger, Reilly in Carsrud (2000)	test in primerjava dveh modelov (TPB vs. SEE ²) na osnovi longitudinalne raziskave na proučevanem vzorcu	študenti poslovnih ved; proučevani vzorec: 97 (država vzorca ni navedena)	regresijska analiza	podjetniške namere, TPB in SEE	močna statistična podpora za oba testirana modela
Autio, Keeley, Klofsten, Parker in Hay (2001)	enojna raziskava na proučevanem vzorcu s kontrolnim vzorcem	študenti tehniških ved in MBA; proučevani vzorec: 3445 študentov tehniških ved (Finska, Švedska, ZDA); kontrolni vzorec: 500 študentov MBA (VB)	regresijska in korelacijska analiza	podjetniške namere in TPB	podjetniško vedenje različno glede na kulturno okolje

² SEE je kratica za model Shapero-Krueger.

Avtor/-ji, leto	Raziskava	Vzorec	Statistična analiza	Psihosociološki rezultat	Rezultati
Audet (2002)	predraziskava* in poraziskava** (18-mesečni interval) na proučevanem vzorcu	študenti poslovnih ved (Kanada)	opisna statistika, t-test, korelacijska analiza	namere po ustanovitvi podjetja skozi čas	čas vpliva na podjetniške namere (s časom, znanjem, izkušnjami se namere večajo)
Lucas in Cooper (2004)	predraziskava* na proučevanem vzorcu in dve poraziskavi** (poraziskava 1 in poraziskava 2) na kontrolnih vzorcih	dodiplomski študij; proučevani vzorec: 218; kontrolni vzorec za poraziskavo 1: 218, za poraziskavo 2: 75 (ZDA in VB)	t-test, regresijska analiza	namere po ustanovitvi podjetja, merjenje 14 spretnosti za start-up podjetja	proučevani vzorec z višjo stopnjo samoučinkovitosti in več spretnostmi, ampak brez dolgoročnega učinka na namere
Veciana, Aponte in Urbano (2005)	enojna raziskava in primerjava dveh vzorcev (Katalonija, Španija vs. Portoriko)	univerzitetni študenti; proučevani vzorec 1: 837 (Katalonija, Španija); proučevani vzorec 2: 435 (Portoriko)	opisna statistika, t-test	podjetniški odnos in podjetniške namere	pozitiven podjetniški odnos, kar pa še ni dovolj za podjetniške namere
Zhao, Seibert in Hills (2005)	predraziskava* in poraziskava** na proučevanem vzorcu s korelacijsko analizo	študenti MBA s petih univerz; proučevani vzorec: 265 (ZDA)	modeliranje strukturnih enačb (SEM)	namere po ustanovitvi podjetja	izpostavljenost podjetniškim temam in samoučinkovitost napovedujeta podjetniške namere
Fayolle, Gailly in Lassas-Clerc (2006)	predraziskava* in poraziskava** na proučevanem vzorcu (eksperiment: vpliv enodnevnega programa podjetniškega izobraževanja na podjetniške namere študentov)	študenti tehničnih ved; proučevani vzorec: 20 (Francija)	multivariatna statistična analiza	podjetniške namere in TPB	programi podjetniškega izobraževanja imajo vpliv na podjetniške namere
Souitaris, Zerbinati in Al-Laham (2007)	predraziskava* in poraziskava** na proučevanem vzorcu s kontrolnim vzorcem	študenti naravoslovnih in tehniških ved; proučevani vzorec: 124; kontrolni vzorec: 126 (London, VB, in Grenoble, Francija)	opisna statistika, t-test, analiza glavnih komponent, korelacijska analiza, regresijska analiza, enosmerna ANOVA	podjetniške namere in TPB	TPB učinkovito napoveduje podjetniške namere
van Gelderen, Brand, Praag, Bodewes, Poutsma in Gils (2008)	pilotna raziskava in nato enojna raziskava	študenti poslovnih ved; pilotni vzorec: 373; proučevani vzorec: 1.225 (Nizozemska)	opisna statistika, korelacijska analiza in regresijska analiza	podjetniške namere in TPB	spremenljivki podjetniška budnost in finančno jamstvo napovedujeta podjetniške namere
Gird in Bagraim (2008)	enojna raziskava dveh vzorcev	študenti različnih študijskih smeri; proučevana vzorca: 247 (Južna Afrika)	korelacijska analiza in regresijska analiza	podjetniške namere in TPB	TPB učinkovito napoveduje podjetniške namere
Tung (2011)	poraziskava**, narejena na proučevanem vzorcu s kontrolnim vzorcem	študenti različnih študijskih smeri; proučevani vzorec: 201; kontrolni vzorec: 210 (Hongkong, Kitajska)	1. faza: t-test in ANOVA 2. faza: modeliranje strukturnih enačb (SEM)	podjetniške namere, podjetniško zaznavanje (percepcije) in odnos do podjetništva	proučevani vzorec z višjimi podjetniškimi percepcijami (odnos do podjetništva, podjetniške namere)
Sánchez (2011)	predraziskava* in poraziskava** na proučevanem vzorcu s kontrolnim vzorcem	vse vrste in stopnje študija; proučevani vzorec: 404; kontrolni vzorec: 460 (Španija)	t-testi, regresijska analiza	podjetniške namere in podjetniške kompetence	proučevani vzorec zvišal namere in kompetence glede na stanje pred raziskavo in po njej; kontrolni vzorec ni pokazal večjih razlik

*predraziskava – raziskava, izvedena pred začetkom podjetniškega izobraževanja; **poraziskava – raziskava, izvedena po podjetniškem izobraževanju; proučevani vzorec: študenti, vključeni v podjetniško izobraževanje; kontrolni vzorec: študenti brez podjetniškega izobraževanja

Slika 2: Konceptualni raziskovalni model: vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške namere in podjetniške kompetence študentov



4 Podjetniške namere in podjetniške kompetence: predstavitev konceptualnega modela

Ob predpostavki, da je mogoče študente naučiti podjetnosti, se želimo podrobneje dotakniti že omenjenih dveh ciljev izobraževanja za podjetnost in podjetništvo: prvega predstavljajo *podjetniške kompetence*, drugega pa *podjetniške namere*. Medtem ko gre pri podjetniških namerah za jasen koncept, so podjetniške kompetence kompleksnejše, saj jih lahko razvijemo v podkategorije, ki se največkrat prepletajo in niso samostojne (Heinonen in Poikkijoki 2006, Evropska komisija 2012):

1. *podjetniško znanje* – gre za razumevanje podjetništva;
2. *osvojene podjetniške veščine in sposobnosti* – učijo, kako postati podjetnik;
3. *pozitivna naravnost do podjetništva* – uči, kako biti podjeten, katere osebnostne lastnosti so potrebne.

Zasledili smo pomanjkanje empiričnih raziskav, ki bi proučevale vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške kompetence v povezavi s podjetniškimi namerami, zato smo na podlagi proučene znanstvene in strokovne literature pripravili konceptualni raziskovalni model, ki vključuje proučevanje obeh ciljev izobraževanja za podjetništvo (slika 2). Za pripravo modela smo izbrali podjetniške kompeten-

ce, kot jih navaja Sánchez³ (2013) in predstavljajo specifične osebnostne lastnosti: *samoučinkovitost*, *proaktivnost* in *naklonjenost tveganju oz. sprejemanje tveganja*. Zavedamo se, da bi lahko izbrali tudi druge oz. bi lahko izbrali podjetniških kompetenc povečali, vendar gre za prvo različico modela, ki ga je moč na osnovi novih empiričnih raziskav razširiti z dodatnimi podjetniškimi kompetencami.

Model sestavlja osem konstruktov: *izobraževanje za podjetnost in podjetništvo*, *podjetniške namere*, *samoučinkovitost*, *proaktivnost* in *sprejemanje tveganja* (zadnji trije so konstrukti podjetniških kompetenc) ter *odnos do podjetništva*, *subjektivne norme* in *zaznana kontrola vedenja* (konstrukti TPB). Model predstavlja osnovo za postavitve raziskovalnih hipotez. H1, H2, H3 in H4 predstavljajo sklop hipotez v povezavi s TPB in podjetniškimi namerami. Odnos do podjetništva se nanaša na to, ali bo študent idejo, da postane podjetnik, ocenil pozitivno ali negativno. Pri konstrukt subjektivne norme gre za merjenje dojemanja mnenj, ki jih imajo za študenta pomembne skupine ljudi (družina, prijatelji ipd.). Zaznana kontrola vedenja je konstrukt, ki se nanaša na enostavnost ali težavnost nastopa podjetniške aktivnosti. Prav tako nas zanimajo medsebojne

³ Analiza literature je pokazala, da je Sánchez (2011, 2013) edini avtor, ki se ukvarja s proučevanjem vpliva podjetniškega izobraževanja na podjetniške namere in podjetniške kompetence.

povezave med dejavniki TPB (H1.1, H1.2, H1.3). Pri H5, H6 in H7 gre za proučevanje povezave med podjetniškimi kompetencami (samoučinkovitost, proaktivnost in sprejemanje tveganja) in podjetniškimi namerami: vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške kompetence, vpliv podjetniških kompetenc na podjetniške namere in vpliv podjetniškega izobraževanja, podjetniških kompetenc ter TPB na podjetniške namere.

Menimo, da je s tem modelom možno proučevati vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške namere in podjetniške kompetence ter ugotavljati povezave med njimi. Vpeljava modela je pomembna, ker omogoča celovito merjenje vpliva podjetniškega izobraževanja. Poudarimo naj, da nekatere države članice EU že izvajajo nacionalne strategije za podjetniško izobraževanje, medtem ko se druge (tudi Slovenija) šele pripravljajo nanjo. To dejstvo predstavlja dodaten argument in potrebo po sistematičnem merjenju vpliva izobraževanja za podjetništvo tako na nacionalni kakor tudi širši evropski ravni (Evropska komisija 2012a).

5 Sklep

Ob naraščanju stopnje brezposelnosti mladih v Evropi so v politiki zaposlovanja mladi prioriteta skupina. Rešitev je spodbujena podjetniška aktivnost, ki bo prispevala k nastajanju novih delovnih mest. Podjetništvo pa se ne kaže le z ustanavljanjem novih podjetij, podjetni so lahko tudi zaposleni posamezniki, ki svojo podjetnost uresničujejo v podjetju, v katerem so zaposleni (Rebernik idr. 2013). Za mlade je zato izrednega pomena pridobitev podjetniških kompetenc in pozitivnih podjetniških namer.

Pomen podjetništva za gospodarsko rast in razvoj ter nujnost ukrepanja proti visoki brezposelnosti mladih predstavlja jasen argument za izpostavitve pomena izobraževanja za podjetnost in podjetništvo na visokošolski ravni. V prispevku je bil analiziran vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške namere študentov in podan kronološki prikaz pomembnejših modelov za proučevanje podjetniških namer. Po proučitvi znanstvene in strokovne literature nas je prepričal Ajzenov model teorije načrtovanega vedenja (angl. theory of planned behaviour – TPB). V prispevku predstavljamo pregled empiričnih raziskav, ki proučujejo vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške namere študentov terciarnega izobraževanja v zadnjih dvajsetih letih, kar predstavlja tudi temeljni namen članka. Raziskavam je skupno proučevanje podjetniških namer s sociološko-psihološkega vidika, z uporabo teorije načrtovanega vedenja. Raziskave so potrdile pozitiven vpliv podjetniškega izobraževanja na podjetniške namere. Pregled sodobnejše literature je pokazal na izjemen pomen podjetniških kompetenc, ki so lahko temelj za kasnejše podjetniške namere in jih študenti prav tako lahko pridobijo s podjetniškim izobraževanjem. Kljub pomembnosti povezave *podjetniško izobraževanje – podjetniške kompetence – podjetniške namere* je znanstvene literature, ki bi obravnavala vse tri spremenljivke, izredno malo. Edini avtor, ki se ukvarja z navedeno povezavo, je Sánchez (2011 in 2013),

zato poudarjamo potrebo po znanstvenem raziskovanju tega področja, kar je temeljno sporočilo članka.

Članek zaključujemo s predlogom konceptualnega raziskovalnega modela, ki zajema proučevanje obeh ciljev izobraževanja za podjetništvo – tj. ugotavljanje vpliva podjetniškega izobraževanja na podjetniške kompetence in podjetniške namere študentov.

Literatura in viri

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50: 179–211. [http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
2. Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology* 32, 4: 665–683. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
3. Audet, J. (2002). A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students. *Annual meeting of the Babson Kaufmann Entrepreneurship Research Conference, Boulder, CO*.
4. Autio, E., R. Keeley, M. Klofsten, G. Parker in M. Hay (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies* 2 (2): 145–160. <http://dx.doi.org/10.1080/14632440110094632>
5. Chen, C. C., P. G. Greene in A. Crick (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing* 13: 295–316. [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
6. CIHE, NCGE in NESTA. (2008). *Developing Entrepreneurial Graduates: Putting entrepreneurship at the centre of higher education*. Dosegljivo 14. februarja 2014 na http://www.ncee.org.uk/publication/developing_entrepreneurial_graduates.1.pdf.
7. Davey, T. (2010). *How can universities influence student motivation for entrepreneurship? A global study of the attitudes of first-year business students*. Master thesis, Fachhochschule Münster University of Applied Sciences.
8. Davidsson, P. in F. Delmar (2006). High-growth firms and their contribution to employment: the case of Sweden 1987–96. V: *Entrepreneurship and the growth of firms* (str. 156–178), ur. P. Davidsson, F. Delmar in J. Wiklund, Združeno kraljestvo: Edward Elgar Publishing Limited.
9. Eurostat. (2013). *Youth unemployment trends*. Dosegljivo 14. februarja 2014 na http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Unemployment_statistics#Youth_unemployment_trends.
10. Evropska komisija. (2013a). *Entrepreneurship 2020 action plan*. Dosegljivo 12. februarja 2014 na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:-FIN:EN:PDF>.

11. Evropska komisija. (2013b). *Small and medium-sized enterprises (SMEs)*. Dosegljivo 12. februarja 2014 na http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/index_en.htm.
12. Evropska komisija. (2013c). *Youth employment*. Dosegljivo 14. februarja 2014 na <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1036>.
13. Evropska komisija. (2012a). *Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*. Dosegljivo 14. februarja na http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects_impact_high_edu_final_report_en.pdf.
14. Evropska komisija. (2012b). *Entrepreneurship Education at School in Europe*. Dosegljivo 14. februarja 2014 na http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135EN.pdf.
15. Fayolle, A., B. Gailly in N. Lassas-Clerc (2006a). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training* 30 (9): 701–720. <http://dx.doi.org/10.1108/03090590610715022>
16. Fayolle, A., B. Gailly in N. Lassas-Clerc (2006b). Effect and counter-effect of entrepreneurship education and social context on student's intentions. *Estudios de Economia Aplicada* 24 (2): 509–23.
17. Gelderen, M. van, M. Brand, M. van Praag, W. Bodewes, E. Poutsma in A. van Gils (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International* 13 (6): 538–559. <http://dx.doi.org/10.1108/13620430810901688>
18. Gird, A. in J. Bagraim (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology* 38 (4): 711–724. <http://dx.doi.org/10.1177/008124630803800410>
19. Grassl, W. in J. Jones (2011). *Entrepreneurial intent among students: are business undergraduates different?* Dosegljivo 2. februarja 2014 na http://www.snc.edu/oie/documents/Reports_and_Presentations/Major_Reports/Entrepreneurs_SNC.pdf
20. Heinonen, J. in S. A. Poikkijoki (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible? *Journal of Management Development* 25 (1): 80–94. <http://dx.doi.org/10.1108/02621710610637981>
21. Kolvereid, L. (1996). Predictions of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 21 (1): 47–57.
22. Krueger, N. F. Jr. in A. L. Carsrud (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development* 5 (3): 315–330. <http://dx.doi.org/10.1080/08985629300000020>
23. Krueger, N. F. Jr. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence, *Entrepreneurship Theory and Practice* 24 (3): 5–24.
24. Krueger, N. F. Jr., M. D. Reilly in A. L. Carsrud (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* 15: 411–432. [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
25. Lautenschläger, A. in H. Haase (2011). The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities. *Journal of Entrepreneurship Education* 14: 147–161.
26. Lucas, W. A. in S. Y. Cooper (2004). *Enhancing self-efficacy to enable entrepreneurship: The case of CMI's connections*. Dosegljivo 12. februarja 2014 na <http://ssrn.com/abstract=568383>.
27. Marques, C. S., J. J. Ferreira, D. N. Gomes in R. G. Rodrigues (2012). Entrepreneurship education. How psychological, demographic and behavioural factors predict the entrepreneurship intention. *Education + Training* 54 (8/9): 657–672.
28. MDDSZ in ZRSZ. (2013). *Mladi in trg dela*. Dosegljivo 14. februarja 2014 na http://www.ess.gov.si/_files/4809/mladi_in_trg_dela.pdf.
29. NIRAS Consultants, FORA, ECON Pöyry za Evropsko komisijo. (2008). *Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe*. Dosegljivo 14. februarja 2014 na http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/highedsurvey_en.pdf.
30. Oosterbeek, H., M. van Praag in A. Ijsselstein (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review* 54: 442–454. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eurocorev.2009.08.002>
31. Rae, D., A. Penaluna in H. Dhaliwal (2011). *Higher Education and graduate enterprise in the new era: Should every student learn enterprise skills?* *Graduate Market Trends e-newsletter*. Dosegljivo 12. februarja 2014 na http://www.hecsu.ac.uk/assets/assets/documents/gmt/GMT_Winter_2011.pdf.
32. Rebernik, M., P. Tominc, K. Crnogaj, K. Širec, B. Bradač Hojnik (2013). *Nezaznane priložnosti: GEM Slovenija 2012*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
33. Rideout, E. C. in D. O. Gray (2013). Does entrepreneurship education really work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management* 51 (3): 329–351. <http://dx.doi.org/10.1111/jsbm.12021>

34. Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship Management Journal* 7: 239–254. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-010-0156-x>
35. Sánchez, J. C. (2013). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Journal of Small Business Management* 51 (3): 447–465. <http://dx.doi.org/10.1111/jsbm.12025>
36. Serida, J. N. in O. T. Morales (2011). Using the theory of planned behavior to predict nascent entrepreneurship. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración* 46: 55–71.
37. Sieger, P., U. Fueglistaller in T. Zellweger (2011). *Entrepreneurial intentions and activities of students across the world. International report of the GUESSS project 2011*. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen (KMU-HSG).
38. Singh, I. in R. D. Raut (2012). *Entrepreneurial intent – a review of literature*. Paper presented at Ninth AIMS International Conference on Management, Indija, januar 2012.
39. Souitaris, V., S. Zerbinati in A. Al-Laham (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing* 22 (4): 566–591. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
40. Širec, K. in M. Rebernik (2011). Izobraževanje za podjetnost in podjetništvo. *Didactica Slovenica (Pedagoška obzorja)* 26 (4): 129–145.
41. Tkachev, A. in L. Kolvereid (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Regional Development* 11 (3): 269–280. <http://dx.doi.org/10.1080/089856299283209>
42. Tominc, P. (2013). Podjetniško izobraževanje ter podjetniška aktivnost v delu Podonavske regije. *Didactica Slovenica (Pedagoška obzorja)* 28 (2): 118–130.
43. Tung, L. C. (2011). *The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of engineering students* Dosegljivo 12. februarja 2014 na http://lbms03.cityu.edu.hk/theses/c_ftt/phd-meem-b40869337f.pdf.
44. Veciana, J. M., M. Aponte in D. Urbano (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal* 1: 165–182. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-005-1127-5>
45. Wang, C. K., P. K. Wong in Q. Lu (2001). Entrepreneurial intentions and tertiary education. V: *Conference on technological entrepreneurship in the emerging regions of the new millenium*. Singapore.
46. Zhao, H., S. E. Seibert in G. E. Hills (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology* 90 (6): 1265–1272. <http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>



Tanja Zdolšek je zaposlena na Centru za prenos znanja na področju IT na Institutu Jožef Stefan. Dela pri evropskih raziskovalno-razvojnih projektih. Center upravlja portal VideoLectures.NET. Pred tem se je ukvarjala s prenosom tehnologij, novinarstvom, medijsko produkcijo in odnosi z javnostmi. Diplomirala je na Fakulteti za elektrotehniko, računalništvo in informatiko UM, medijske komunikacije, RTV produkcija. Na doktorskem študiju na Ekonomsko-poslovni fakulteti UM proučuje podjetniške namere in podjetniške kompetence.

Tanja Zdolšek is employed at the Centre for Knowledge Transfer in IT at the Jožef Stefan Institute, working on European R&D projects. The centre also runs the portal VideoLectures.net. Prior to this, she worked in the fields of technology transfer, journalism, media production, and public relations. She graduated from the Faculty of Electrical Engineering and Computer Science, UM, where her studies focused on media communication and broadcast production. In her Ph.D. studies at the Faculty of Economics and Business, UM, she is examining entrepreneurial intentions and entrepreneurial competencies.



Karin Širec je doktorirala na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru. Po končanem študiju prve stopnje se je kot mlajša svetovalka zaposlila v gospodarstvu, od leta 1996 pa je zaposlena na Ekonomsko-poslovni fakulteti. Kot članica raziskovalne skupine Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij sodeluje pri dveh longitudinalnih raziskavah s področja podjetništva, in sicer Slovenskem podjetniškem observatoriju in Globalnem podjetniškem monitorju. Hkrati je tudi slovenska predstavnica mednarodne raziskovalne skupine za raziskovanje ženskega podjetništva DIANA.

Karin Širec received her Ph.D. in economics from the Faculty of Economics and Business in Maribor (FEB). After graduating, she worked as a young counselor in a business firm. Since 1996 she has worked at the FEB. As a member of the research group of the Institute for Entrepreneurship and Small Business Management at FEB, she has participated on research teams conducting two longitudinal studies in the field of entrepreneurship—namely, the Slovenian Entrepreneurship Observatory and the Global Entrepreneurship Monitor. She is also a Slovenian representative of the international research group on female entrepreneurship research called DIANA.