

Mag. Jaka
Vadnjal,
GEA College,
Visoka šola za
podjetništvo

IZOBRAŽEVANJE PODJETNIKOV

Razvojna naravnost podjetnikov in stopnja njihove izobraženosti

POVZETEK

V prispevku avtor predstavlja nekatere podatke o stanju izobraženosti in izobraževanja v slovenskih malih in srednjih podjetjih ter ocenjuje vpliv izobraževanja na uspeh podjetništva. Ugotavlja, da je kakovostne ponudbe podjetniškega izobraževanja še vedno premalo, čeravno je praktično v vseh raziskavah ugotovljeno, da višja stopnja izobraženosti podjetnikov prispeva k njihovem večjemu uspehu. Podjetniki se še ne zavedajo dovolj pomena izobraženosti za doseganje poslovnih ciljev in tako mnoga področja znanj in sposobnosti zanemarijo. Avtor v sklepnem delu prispevka ugotavlja, da bi se država morala lotiti nadaljnjega razvoja podjetništva načrtno, tako da bi v šolski sistem pripeljala poslovne (podjetniške) učne vsebine kot del rednega programa in v proračunu namenila del sredstev za načrtno spodbujanje izobraževanja podjetnikov.

Ključne besede: podjetništvo, podjetnik, izobraževanje

Izobraževanje, usposabljanje in profesionalni razvoj menedžerjev in podjetnikov so pomembni dejavniki za razvoj njihovih osebnih sposobnosti in kompetenc, vplivajo pa tudi na splošni ekonomski razvoj družbe. Potrebe po stalnem izobraževanju podjetnikov in menedžerjev se v zadnjem času predvsem zaradi hitrih sprememb, ki jih s seboj prinaša globalizacija poslovanja, zelo povečujejo. Globalizacija prinaša slovenskim podjetnikom mnoge priložnosti in tudi nevarnosti, ki se jih morajo zavedati tudi izobraževalne ustanove predvsem v kontekstu nedavne priključitve Slovenije enotnemu evropskemu trgu.

Stopnja zaposlenosti v Evropi znaša dobrih 60 odstotkov in kljub milijonom novih delovnih mest, ki jih vsako leto ustvarijo podjetja, je še vedno veliko ljudi, ki si težko najdejo

zaposlitev. Nekatere skupine so na trgu delovne sile v še posebej nezavidljivem položaju. To so predvsem dolgotrajno nezaposleni mladi ljudje po končanem šolanju, starejši iskalci zaposlitev, invalidne osebe, ženske in etične manjšine. Evropska unija je v svojih usmeritvah posvetila veliko pozornosti prav izboljšanju zaposljivosti teh ciljnih skupin. EU vidi za doseganje tega cilja naslednje ključne ukrepe: (1) spodbujanje podjetništva, (2) povečevanje sposobnosti podjetij in zaposlenih za prilagajanje ekonomskim in tehnološkim spremembam in (3) uveljavljanje načela enakih možnosti za ženske in moške ter ljudi s posebnimi potrebami. Zaposljivost ljudi se nanaša predvsem na znanja in spretnosti ljudi, ki jih je možno povečevati predvsem z izobraževanjem, usposabljanjem,

Slovenija je primerljiva z drugimi evropskimi državami glede deleža ljudi, ki se šolajo na osnovnih in poklicnih šolah, nikakor pa tega ne moremo trditi za izobraževanje odraslih, kamor sodi študij na višjih in visokih šolah ter univerzah, podiplomsko izobraževanje, usposabljanje za različna funkcionalna znanja in druge oblike. Tako se v Sloveniji izobražuje samo 31 odstotkov odraslega prebivalstva, kar je bistveno manj kot v evropskih državah, kjer se izobražuje največ odraslih (50 odstotkov na Finskem, Danskem, Norveškem in Švedskem), in več kot v drugih državah, ki so se EU priključile skupaj z nami (Antončič in Hvalič Erzetič, 2001).

zaposlovanjem in pridobivanjem praktičnih izkušenj na delovnem mestu. Eden od ciljev EU je tudi olajšati zagon novih podjetij in s tem spodbuditi samozaposlovanje ljudi. V zvezi s tem je potrebno ljudi naučiti podjetništva in podjetniškega razmišljanja. Učinek povečane stopnje podjetnosti v nekem okolju ni samo v zmanjšanju davkov in prispevkov na stroške dela predvsem na slabše plačanih delovnih mestih. Dobra osnovna izobrazba in usposobljenost bosta, kot kaže, glavni evropski sredstvi na poti k družbi, temelječi na znanju in informacijski podpori. Ukrepi EU so zato naravnani tako, da bi vsakomur olajšali dostop do izobraževanja. Zato je potrebno spodbujati partnerstva, izmenjavo izkušenj in programov ter preprečiti ovire, kot je priznavanje določene izobrazbe med državami.

Slovenska podjetja v izobraževanje zaposlenih v zadnjem desetletju niso bila pripravljena veliko vlagati. Denar za to je bil rezerviran predvsem za vodilne delavce in ključne strokovnjake, znanja velike večine drugih pa so, čeprav so bila solidna, do določene mere zastarela in zato manj uporabna. V mnogih slovenskih podjetjih ni nikakršnih razvojnih načrtov, nobenih analiz potrebe po izobraževanju, zaposleni pa tudi niso pripravljene veliko vlagati v svoje izobraževanje. V zadnjem času je sicer opaziti trend povečevanja potrebe po izobraževanju v podjetjih, vendar so sredstva, ki so v podjetjih na voljo

za ta namen, večinoma skromna, kar je glede na vse hujšo konkurenčnost na trgih in na posledično zmanjševanje zaslužkov razumljivo. Vendarle pa za razvoj stalnega izobraževanja tudi na področju menedžmenta in podjetništva poleg povpraševanja potrebujemo tudi ponudbo. Ponudniki izobraževalnih storitev bodo morali razviti programe, ki bodo udeležence izobraževanja visoko zadovoljili. Visoko zadovoljstvo bo moralo biti povezano s podajanjem vsebin na tak način, da bodo podjetniki pridobljena znanja čim neposredneje prenašali v vsakodnevno prakso in bodo na čim krajši rok vidni in merljivi tudi učinki v poslovanju podjetja.

Logika je, čeprav težko izmerljiva, vendarle preprosta: dobri izobraževalni programi s čim uporabnejšimi vsebinami imajo učinek na poslovni uspeh podjetja. Ta učinek se bo multipliciral v povečani želji po izobraževanju in zaradi večjih dobičkov tudi v večjih sredstvih, ki jih bodo podjetja in posamezniki v ta namen pripravljene investirati. V članku predstavljamo nekatere podatke o stanju izobraženosti in izobraževanja v slovenskih malih in srednjih podjetjih ter skušamo oceniti vpliv izobraževanja na njihovo uspešnost.

Zaposljivost ljudi je mogoče povečati edino z izobraževanjem in usposabljanjem.

Sredstva za izobraževanja so glede na konkurenčnost trga v podjetjih mnogo preskromna.

PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE V SLOVENIJI

Z vidika narodnega gospodarstva je bilo v mnogih študijah dokazano, da višja izobraženost posameznikov vpliva na blaginjo in spodbuja gospodarsko rast. Študija OECD, ki so jo opravili v 29 državah, ocenjuje, da lahko v povprečju kar 25 odstotkov realne gospo-

25 odstotkov realne gospodarske rasti v državah OECD je dosežene s pomočjo izobraževanja.

darske rasti pripišemo izobraževanju (Drofenik idr., 1998). Tudi v nekaterih podjetjih že ugotavljajo pozitivno povezavo med produktivnostjo in izobraževanjem. Stabilno rast in razvoj enega najuspešnejših slovenskih podjetij Krka povezujejo z visoko formalno izobrazbo zaposlenih, ambi-

cijami in sposobnostmi, ki sledijo spremembam v stroki oziroma panogi. Empirično je bilo ugotovljeno, da izobraževanje pozitivno vpliva na rast prihodkov, zato podjetje stalno vlaga v znanje, sodobno tehnološko opremo in stalno izobraževanje zaposlenih (Huč in Jereb, 2001). Za slovensko gospodarstvo je zelo pomembno, da skuša doseči čim večjo dodano vrednost na zaposlenega. Bevc (2001) pravi, da je 10

odstotkov razlik v dodanih vrednostih med industrijskimi proizvodnjami mogoče pojasniti z razliko v izobraženosti delavcev izraženo v številu let šolanja. Bolj izo-

braženi delavci tako več prispevajo k dodani vrednosti, zato jih podjetja raje zaposlujejo. Izobraževanje prinaša različne učinke, pri čemer so najpomembnejši naložbeni učinki: (1) z vidika posameznika, saj izobraževanje vpliva na njegovo produktivnost, (2) z vidika podjetja, saj strokovna izobrazba in stalno izobraževanje na delovnem mestu pozitivno vplivata na produktivnost in uspešnost podjetja, in (3) z vidika družbe, saj izobra-

ževanje vpliva na gospodarsko rast, zaposlenost in razporeditev dohodkov v družbi. Z naložbami v izobraževanje in druge razvojne dejavnike lahko razložimo večji del razlik v gospodarski razvitosti med državami (Gorjan, 1997).

Tako obstajata pravzaprav dva modela podjetniškega izobraževanja (Kent, 1990): tradicionalni, ki poleg menedžerskih vsebuje tudi podjetniške predmete, in model, v katerem šole razvijajo integralni koncept podjetniškega izobraževanja in temelji na podjetniškem načinu podajanja znanja, poudarjanju podjetniške filozofije in razvijanju podjetniških sposobnosti posameznika. Podobno temu lahko torej podjetništvo razumemo kot disciplino znotraj poslovno-organiza- cijske znanosti ali pa kot filozofijo pristopa k vodenju podjetja, pri čemer posameznik vsaj v začetku ne opravlja zgolj ene od poslovnih funkcij, temveč so te le del potrebnih po-

Bevc (2001) ugotavlja, da obstaja pove- zava med človeškimi zmožnostmi, h ka- terim štejemo znanje, sposobnosti in ho- tenje, ter tehnološkim razvojem in eko- nomsko uspešnostjo. Analize so pokazale naslednje ugotovitve:

- Tehnološke spremembe pomembno vplivajo na zmanjšano povpraševanje po nizko izobraženi delovni sili.
- Raven človeških zmožnosti (v tem pri- meru raven znanja) in vlaganje v zvi- šanje te ravni sta pomembna elementa ekonomskega položaja in konkuren- čnosti podjetij.
- Možnosti za zaposlitev nizko izobraže- nih delavcev v razvitih državah v pri- hodnosti niso velike predvsem zaradi tehnoloških sprememb, ki se še niso uveljavile v vsem svojem obsegu, in vpliva konkurence drugih držav na podlagi primerjalnih prednosti.

Izobraženi delavci ustvarjajo višjo dodano vrednost.



djetniških znanj in sposobnosti, ključno je celovito podjetniško razmišljanje o vseh sestavinah poslovanja.

Podjetniško izobraževanje in usposabljanje v Sloveniji nima dolge tradicije. Prvi seminarji na temo pospeševanja različnih oblik podjetništva so se pojavili v začetku 90-ih let prejšnjega stoletja. Med ponudniki tovrstnega usposabljanja in izobraževanja so bila zasebna podjetja, ki so znanja pridobivala iz lastnih izkušenj in iz tistih držav, ki imajo na tem področju daljšo tradicijo. V čem je razlika med podjetniškim izobraževanjem in usposabljanjem? Prvo je namenjeno posredovanju znanja in izkušenj s teoretičnega in strokovnega vidika, medtem ko se usposabljanje nanaša na prepoznavanje potreb posameznika in na razvijanje določenih sposobnosti, navad, zmožnosti, miselnih vzorcev ter talenta, ki pomagajo pri ustvarjalnem in analitičnem reševanju problemov.

V nadaljevanju opisujemo pristop, ki ga uporabljajo v sodobnih šolah podjetniškega usposabljanja in izobraževanja za oblikovanje novih programov (Berginc, 2002).

- **Splošno podjetniška in poslovna znanja:** nanašajo se na splošna poslovna znanja, informacije o tem, kako podjetje ustanoviti, na preučevanja standardov iz računovodstva, finance, marketing in delo z ljudmi.
- **Splošna znanja za rast podjetja:** ta znanja se nanašajo na razumevanje razvoja in plemenitenja idej, podjetniških priložnosti za novo podjetje; kako izdelati poslovni načrt in kaj je potrebno pri tem raziskati; kako priti do uporabnih informacij na trgu, kako priti do prvih kupcev, kako z njimi vzpostaviti dolgoročno sodelovanje, nabavi trg, proizvodnjo itd.
- **Specifična znanja o podjetniški priložnosti:** to so informacije, ki jih pridobimo z lastnimi izkušnjami, preko preučevanja

Oblika izobraževanja, ki je nekako med formalno in neformalno, je širši slovenski program Podjetniški krožki v osnovnih šolah, ki ga že od leta 2000 financira Pospeševalni center za malo gospodarstvo. Gre za fakultativno dejavnost, kjer je bilo v štirih letih delovanja (od 2000/01 do 2003/04) na celotnem območju Slovenije izvedenih 380 krožkov, ki se jih je udeležilo 4.926 osnovnošolcev, usposobljenih pa je bilo tudi več kot 200 mentorjev za vodenje krožkov. Podjetništvo bo predvidoma v šolskem letu 2005/2006 postalo obvezna izbirna vsebina v katalogu osnovnošolskih znanj.

konkurence, zbornic, preko izvedencev za našo dejavnost, na specializiranih sejmih, pri kupcih itd.

- **Specifična podjetniška znanja za podjetje:** so znanja in veščine, ki se nanašajo na problematiko razvoja specifičnega izdelka ali storitve v neki dejavnosti.

Podjetniško izobraževanje v Sloveniji lahko delimo na formalno, ki je del obstoječih šol-

skih oziroma študijskih programov, in neformalno izobraževanje. K neformalnemu izobraževanju štejemo večinoma zasebno ponudbo različnih usposabljanj, za katere udeleženci po koncu ne prejmejo potrdila, ki bi formalno dvigoval posameznikovo izobrazbeno raven.

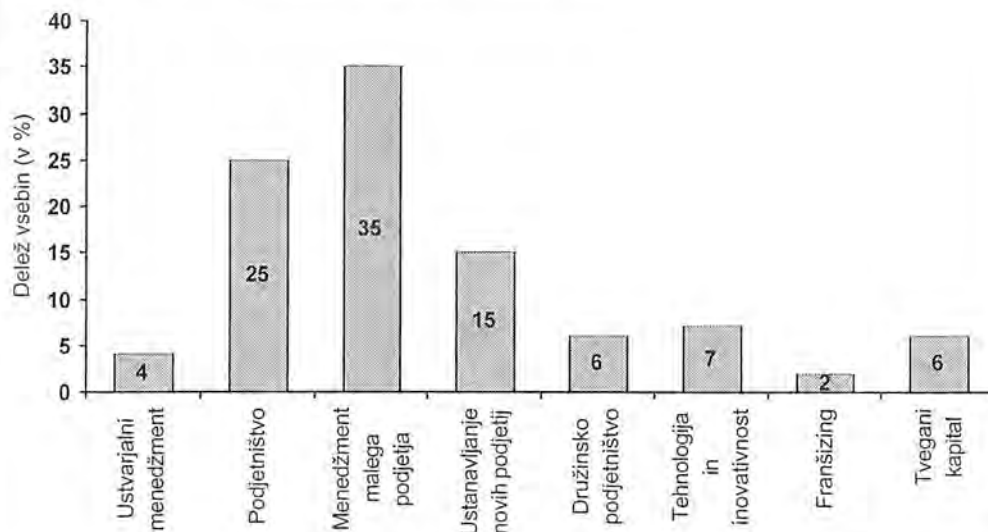
Če govorimo o srednješolskem izobraževanju, moramo žal ugotoviti, da so predmeti, kot sta podjetništvo in gospodarsko poslovanje, predvsem del programov ekonomske smeri, na nekaterih šolah pa teoretična znanja pridobljena v razredu skušajo nadgraditi še v tako imenovanih »učnih podjetjih«, kjer se učenci poskušajo v pravem tržnem poslovanju, seveda zelo majhnega obsega.¹ Pogoji za poučevanje podjetništva so na poklicnih in srednjih šolah bistveno boljši kot v osnovnih šolah, saj jih srednješolski programi lažje

povezujejo s strokovnimi vsebinami, boljše so tudi možnosti sodelovanja s podjetji. Srednješolsko podjetniško izobraževanje je po Sloveniji geografsko enakomerno porazdeljeno, vendar Glas (2003) ugotavlja, da splošna naravnost na srednješolski ravni ni naklonjena poslovnim vsebinam in ne ustreza potrebam podjetniškega razvoja (premalo povezanosti z drugimi predmeti). Nujno bi bilo treba nadaljevati z razvojem pedagoških metod in z zagotovitvijo boljše tehnične opremljenosti šol. Koristno je seveda sodelovanje in povezovanje z uspešnimi podjetniki. Žal lahko ugotovimo, da je večina ovir, ki bi jih bilo treba odpraviti, povezana s pomanjkljivim financiranjem.

Na visokošolskem in univerzitetnem nivoju vsebujejo podjetniške vsebine programi na več fakultetah in visokih šolah, žal večinoma ekonomsko poslovne usmeritve (Žnidaršič, 2003): Ekonomska fakulteta v Ljubljani ima v okviru univerzitetnega programa predmet podjetništvo v drugem letniku in smer podjetništvo na programu visoke strokovne šole. Ekonomska poslovna fakulteta v Mariboru ponuja študijski program podjetništva tako na univerzitetnem kot na visokošolskem programu. GEA College, Visoka šola za podjetništvo v Piranu, vpisuje študente v študijski program podjetništvo. Podjetniške vsebine se predavajo še v okviru nekaterih programov na Fakulteti za organizacijske vede v Kranju, Fakulteti za menedžment v Kopru in na Visoki šoli za upravljanje in poslovanje v Novem mestu. Na podiplomski ravni ponujajo podjetniške vsebine Ekonomska fakulteta v Ljubljani, Ekonomska poslovna fakulteta v Mariboru na specialističnih in magistrskih programih in GEA College, Visoka šola za podjetništvo, na specialističnem programu. Velika dilema načrtovanja podjetniških programov je seveda, katera je najustreznejša kombinacija različnih tem, ki optimalno zadovoljuje tako interese posameznika, ki se

Srednje šole so manj naklonjene poslovnim vsebinam in podjetništvu.

Slika 1: Deleži vsebin na študijskih programih podjetništva



Vir: Solomon, Duffy in Tarabishy, 2002.

izobražuje, in hkrati zagotavlja pravo podlago podjetništvu kot nosilcu družbenega razvoja. Nerazrešena ostaja celo v ZDA, kjer je tradicija podjetniškega izobraževanja najdaljša (Solomon, Duffy in Tarabishy, 2002). Slika 1 prikazuje povprečne deleže vsebin na študijskih programih podjetništva v ZDA.

IZOBRAŽEVANJE SLOVENSКИH PODJETNIKOV

Pri načrtovanju podpornih storitev, med katere štejemo tudi izobraževanje in usposabljanje, je potrebno izhajati iz problemov slovenskih malih in srednjih podjetij (v nadaljevanju MSP). Izobraževalne organizacije bi morale zlasti razmišljati o problemih, ki jih imajo potencialni podjetniki, ki se šele odločajo o tem, ali bi nadaljevali s podjetniško kariero. Tovrstne analize problemov potencialnih podjetnikov so v Sloveniji redke, parcialne, gre za analize med dijaki in študenti. V raziskavah morebitnih potreb in želja po podjetniškem izobraževanju in usposabljanju so tako pretežno zajeta mnenja tistih, ki kot

samostojni podjetniki oziroma lastniki podjetij že delujejo, manj pa tistih, ki so potencialni kandidati za uresničitev enega od ključnih ciljev spodbujanja podjetništva, torej ustanavljanja novih malih podjetij. Tako ostaja populacija potencialnih podjetnikov še vedno precejšnja neznanka in nujen predmet analize v prihodnje. Vsekakor premalo vemo o tem, zakaj se povprečna slovenska populacija ne odloča za podjetniški izziv. To vrzel bo primerjalno pokrilo prav sodelovanje Slovenije v raziskavi GEM (Global Entrepreneurship Monitor), v kateri 2.000 anketirancev odgovarja prav na vprašanja o vključevanju v podjetništvo (Glas idr., 2002). Za majhna podjetja nedvomno velja enačba »podjetje = podjetnik«, kar hkrati pomeni, da so težave podjetja rezultat določenih slabosti podjetnika (pretežno posameznika, v Sloveniji redko podjetniške skupine dveh ali več družabnikov, razen v družinskih podjetjih). V raziskavi o učinkovitosti ukrepov za spodbujanje podjetništva (Glas idr., 2002) so podjetniki med drugim opredelili, katerih znanj za vodenje podjetij jim najbolj primanjkuje. Njihove odgovore povzema tabela 1.

Tabela 1: Znanja za vodenje podjetja, ki najbolj primanjkujejo slovenskim podjetnikom v vzorcu MSP, 2002 (v odstotkih)

Področje znanja	MSP	Področje znanja	MSP
Ima vsa potrebna znanja	9,7	Upravljanje s financami	17,3
Pravna znanja	39,2	Menedžment na splošno	15,7
Znanje tujih jezikov	36,1	Uvozno-izvozni posli	15,2
Poznavanje poslov v EU	25,4	Prodaja	15,2
Raziskave in analize trga	21,8	Tehnično/tehnološka znanja	14,2
Računovodstvo	19,3	Delo z ljudmi	8,6
Poslovno-informacijski sistemi	19,3	Organizacija proizvodnje	4,6
Kako pridobiti denar (od bank)	18,3	Drugo	3,1

Vir: Glas idr., 2002.

Slovenskim podjetnikom najbolj primanjkuje pravne-ga znanja in znanja tujih jezikov.

Odgovori podjetnikov so dokaj presenetljivi, saj jih je 39 odstotkov postavilo na prvo mesto **pravna znanja**. Kaže, da prihaja pri

registraciji podjetja in pri kasnejšem poslovanju do številnih pravnih težav, kar seveda kaže na neustrezno okolje za poslovanje, če je podjetnikom pomembnejše pravno znanje od tržnega, finančnega ali tehničnega znanja. Glede na majhen delež

izvoza je število podjetnikov, ki so postavili kot problem svoje **znanje tujih jezikov**, visoko (36 %). Morda je to ena od ovir za večji izvoz, res pa je, da je tudi pri uvoznih poslih,

pri uvajanju tehnologije in v poslovni komunikaciji nasploh (tudi pri uporabi sodobnih informacijskih in komunikacijskih sredstev) to znanje postalo pomembno. Z vidika sorazmerno visoke izobrazbe v vzorcu kaže to na določeno slabost šolstva, ki bi

se moralo izboljšati, prostor pa je tudi za razne oblike usposabljanja v tujih jezikih, zlasti v kombinaciji s poslovnimi znanji. Zaradi

vključitve Slovenije v EU se podjetniki zavedajo premajhnega **poznavanja poslovanja v EU** (25 %),² kar se odraža v deležu izvoznikov. Sledi običajno zelo izražen problem znanja, **raziskav in analiz trga** (22 %), dopolnjenih s problemi **prodaje** (15 %) zaradi skromnega domačega trga ter zahtevnosti poslovanja na tujih trgih, ki se kaže tudi v poznavanju **uvozno-izvoznih poslov** (15 %). Sorazmerno visoko so podjetniki postavili problem znanja **računovodstva** (19 %), kamor najbrž štejejo tudi poznavanje davkov, in poznavanje **poslovno informacijskih sistemov** (19 %), ki sta povezani področji. Zelo pomembna so tudi **znanja in izkušnje s pridobivanjem denarja** (18 %), saj so se banke še premalo prilagodile načinu dela z MSP. Podobno je vprašanje **upravljanja s financami** (17 %), kjer gre za vrsto možnih ravnanj za učinkovito uporabo finančnih sredstev.

V anketi se je ponovno pokazalo, da podjetniki podcenjujejo zahtevnost dveh področij, in sicer najprej upravljanja s človeškimi viri oziroma **dela z ljudmi** (9 %), kjer je v MSP precej težav, ki se jih podjetniki ne zavedajo – morda zato, ker gre za majhna podjetja in

Naslednja področja, ki so že bistveno manj prisotna, so značilna za številne raziskave.

Tabela 2: Ocena usposobljenosti zaposlenih za delo v podjetju (v odstotkih)

Usposobljenost zaposlenih je	za sedanjo tehnologijo	za potrebe čez 2–3 leta
povsem primerna	31,5	11,7
večina ima primerno	44,7	41,1
manjši del ima primerno	11,2	17,8
bistveno premajhna	6,1	17,3
ni odgovora	6,6	12,2

Vir: Glas idr., 2002.

možnost neposrednega odnosa med osebjem in podjetnikom (dve tretjini podjetij v vzorcu imata do 5 zaposlenih). Drugo je področje **organizacije proizvodnje** (5 %), kjer se podjetniki hitro zadovoljijo z izkustvenim pristopom in podcenjujejo možnosti velikih prihrankov z dobro organizacijo (ki pa je pomembnejša v večjih podjetjih). Podjetniki samozavestno ocenjujejo tudi svoje **tehnično-tehnološko znanje** (slabosti na tem področju čuti le 14 % podjetnikov).

Slaba desetina podjetnikov ne čuti **nobene primanjkljaja znanja**, kar kaže na pomanjkanje samokritičnosti ali pa na oceno, da se ne morejo ničesar naučiti pri obstoječih nosilcih usposabljanja. To je nekako v nasprotju z ugotovitvijo, da se v mnogih podjetjih vse bolj kaže problem **možnosti pridobivanja kakovostnega osebja**, saj se podjetniki pritožujejo, da jim šolski sistem ne zagotavlja primernih kandidatov.

Kot prikazuje tabela 2, so podjetniki za preko tri četrtine zaposlenih ocenili, da jih je večina primerno usposobljenih za sedanjo tehnologijo. To verjetno hkrati odraža sorazmerno nizko tehnološko raven v MSP in premajhno zavest o potrebi po odlični usposobljenosti in inovativnosti zaposlenih. Podjetniki so sicer bolj kritični, ko gre za oceno usposobljenosti za prihodnost, vendar pa po izsledkih drugih raziskav še vedno malo vlagajo v izobraževanje osebja. Osebe se je najmanj usposo-

bilo za znanja, ki jih uporablja v podjetju, v šoli (le 12 %), na seminarjih izven šole ali v prejšnjih zaposlitvah (24 %), največ se jih je usposobilo pri delu v podjetjih (45 %). Ta odgovor kaže na izrazit pomen dobre organiziranosti usposabljanja ob delu, morda pa tudi na zaverovanost v dogajanje v podjetju. S tem se preveč obnavljajo sedanja znanja in ni dovolj odprtosti za sodobna znanja, ki jih je treba pridobivati z izkušnjami pri odličnih podjetjih v svetu. Zanimivo je, da podjetniki težje pridobijo delavce z določenimi znanji (zelo težko naj bi to bilo za 32,5 % podjetij) kot pa primerne osebe za vodilne funkcije (17,7 %), kar prikazuje tabela 3. Očitno je, da je raven strokovne izobrazbe številnih zaposlenih skromna, da je znanje premalo specializirano, zato je težko dobiti ljudi s prav tistimi znanji, ki jih MSP potrebujejo (Glas idr., 2002).

Se podjetniki dovolj zavedajo pomena izobražene delovne sile?

VPLIV IZOBRAZBE NA USPEŠNOST SLOVENSKEH PODJETNIKOV

Možnosti ocenjevanja vpliva izobrazbe oziroma usposobljenosti na uspešnost slovenskih podjetnikov oziroma uspešnost poslovanja njihovih podjetij (tudi v tem primeru štejemo, da velja formula podjetje = podjetnik) so relativno skromne. Ključen razlog za to je, da s

Tabela 3: Težavnost pridobivanja ustreznega osebja v MSP

Težavnost pridobivanja delavcev z določenimi znanji		Težavnost pridobivanja primernih oseb za vodilne funkcije v podjetju	
stopnja težavnosti	%	stopnja težavnosti	%
brez problemov	11,2	brez večjih problemov	6,6
razmeroma težko	49,2	doslej so bili uspešni	13,2
zelo težko	29,4	razmeroma težko	25,9
praktično nemogoče	3,1	zelo težko	15,2
ni odgovora	7,1	takih oseb ni mogoče najti	2,5
		o tem nismo razmišljali	30,0
		ni odgovora	6,6

Vir: Glas idr., 2002.

Tabela 4: Struktura izobrazbe različnih skupin slovenskih podjetnikov (v %)

Izobrazba	MSP, 2002, Glas idr., 2002	MSP, 2002, Vadnjal in Glas, 2002	Dinamični podjetniki, Žižek itd., 1994	Podjetniki v vzoru občin, 1997	Samozaposlene osebe, Glas, Cerar, 1997	Ženske – podjetnice, Glas, Petrin, 1997
poklicna	12,7	20,7	3	19,5	35,1	7,5
srednja	22,3	36,5	38	47,0	40,5	50,9
višja	17,8	14,9	26	19,0	12,2	14,2
visoka	34,0	20,7	27	14,1	12,2	25,4
podiplomska	8,6	5,0	5	–	–	–
drugo	4,5	2,2	–	–	–	–

Izobrazba	Obrtniki, Frelj, 1999	Podjetniki, Polajžer, 1998	Menedžerji, Polajžer, 1998	Podjetniki, Mayr idr., 2001	Ameriški podjetniki, 1996	Ameriški menedžerji, 1996
poklicna	27,5	4,8	–	2,8	–	–
srednja	37,3	46,4	9,8	29,7	8,5	3,1
višja	17,6	26,2	18,3	26,7	26,7	3,9
visoka	13,7	20,2	51,2	36,0	29,1	21,1
podiplomska	3,9	2,4	20,7	3,7	34,5	71,9
drugo	–	–	–	1,2	–	–

Vir: Glas idr., 2002.

Pregled nekaj literature o povezavi med izobrazbo podjetnikov in nagnjenostjo k rasti³ kaže pogosto nasprotujoče si trditve. Kot ugotavljata Reuber in Fischer (1999), višja izobrazba in prejšnje menedžerske izkušnje prispevajo k nagnjenosti k rasti. Davis in Harveston (2000) na podlagi analize rezultatov trdita, da so podjetja, ki jih vodijo starejši podjetniki, manj usmerjena v rast, prav tako pa počasneje rastejo podjetja, ki manj uporabljajo sodobne informacijske tehnologije, do katerih imajo spet bolj odklonilno stališče starejši podjetniki. Formalna stopnja izobrazbe na te povezave nima značilnega vpliva. Po drugi strani Rogoff, Lee in Heck (2001) menijo, da ima izobrazba pozitiven vpliv na ustanovitelje podjetij, saj so bolj izobraženi podjetniki bolj nagnjeni k iskanju zunanje pomoči, preverjanju poslovnih idej, zbiranju podatkov, uporabi sodobnih tehnologij itd. Podjetja višje izobraženih podjetnikov so tudi uspešnejša z vidika finančnih prihodkov, bolje izobraženi podjetniki pa imajo jasnejše cilje in bolj definirane prioritete.

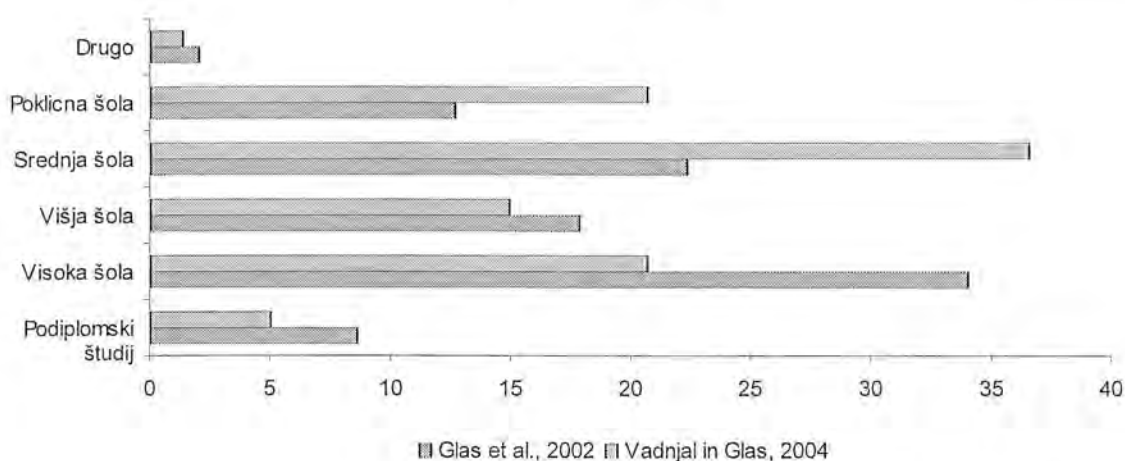
sekundarnimi empiričnimi podatki⁴ za Slovenijo ne razpolagamo. Tako se lahko zanašamo na primarne podatke, ki pa so običajno zbrani na premajhnih vzorcih, da bi si lahko dovolili resno statistično sklepanje. Primerjavo podatkov o izobrazbi slovenskih podjetnikov, kakor se je izkazala v različnih podjetniških raziskavah v zadnjih letih, prikazuje tabela 4.

Če primerjamo podatke v tabeli 4 med seboj, lahko ugotovimo relativno velike razlike med posameznimi raziskavami, kar je verjetno posledica uporabe različnih metod zbiranja podatkov in napak pri vzorčenju, več kot očitno pa je, da slovenski podjetniki glede

stopnje izobrazbe bistveno zaostajajo za svojimi ameriškimi kolegi. V prvih dveh kolonah so podatki, na katere se sklicujemo v tretjem poglavju tega članka (Glas idr., 2002) in jih uporabljamo v nadaljevanju tega poglavja (Vadnjal in Glas, 2004). V obeh raziskavah je šlo za naključno vzorčenje med malimi in srednjimi podjetji, pri čemer je bil drugi vzorec nekoliko stratificiran, tako da je bil v njem bolj zastopan delež proizvodnih podjetij.

Vzroke problematičnosti raziskovanja vpliva izobrazbe na uspešnost slovenskih malih in srednjih podjetij bi torej lahko iskali v naslednjih ugotovitvah: (1) pomanjkanju sekun-

Slika 2: Primerjava izobrazbene strukture v obeh vzorcih MSP v letu 2002



Vir: Glas idr., 2002, in Vadnjal in Glas, 2004.

darnih podatkov, (2) robustnosti zbiranja primarnih podatkov, (3) v svetovni literaturi pozitivna korelacija med izobrazbo in podjetniškim uspehom ni enoznačno dokazana in (4) problematična je že definicija podjetniškega uspeha.

Merjenje podjetniškega uspeha je v raziskovalnem opusu zelo raznoliko opredeljeno. Campbell (2002) definira podjetniški uspeh kot fizično preživetje posameznika, kjer sta za uspeh dovolj trdo delo in ponos. V tržnem gospodarstvu, kjer uspeh ponavadi pomeni moč in denar, podjetja pogosto uporabljajo druge kriterije: avtonomijo, samozadostnost in medčloveške odnose. Murphy, Trailer in Hill (1996) v pregledni študiji kot najpogostejše merilo podjetniške rasti navajajo rast prodaje, kar potrjujejo tudi Weinzimmer, Nystrom in Freeman (1998). Ostgaard in Birley (1996) povezujeta podjetniško uspešnost predvsem z rastjo prodaje in z rastjo števila zaposlenih. Cooper in Artz (1995) nasprotno ugotavljata, da za malo podjetje ekonomski kazalniki niso zadovoljivo merilo uspešnosti. Iz teorije zadovoljstva zaposlenih ugotavljata, da je mogoče osebno zadovoljstvo zaposlenih v nekem podjetju primerjati tudi z osebnim zadovoljstvom podjetnikov s poslovanjem podjetja, oziroma ugotoviti, ali obstaja vrzel med nagradami (na primer dohodkom, ki ga podjetnik lahko dobi iz podjetja) in izpolnitvijo osebnih ciljev. Na podlagi zadovoljstva se podjetnik tudi odloča, ali bo s podjetništvom nadaljeval ali ne. Ugotovitev, da mnogim podjetnikom finančni dosežki ne pomenijo ključnega dejavnika zadovoljstva in motivacije, so potrdili tudi Amit in drugi (2000) ter dokazali, da so podjetniki, ki za ključni cilj niso imeli pridobivanja premoženja, zaslužili več od tistih, ki so se poslov lotili zaradi materialnih nagrad. Nekoliko drugačen pogled sta v svoji raziskavi predstavila Chandler in Jensen (1992), ki trdita, da višje ocenjena podjet-

niška sposobnost pozitivno vpliva na uspešnost podjetja. V svojem delu opredelita pet skupin podjetniških sposobnosti: (1) upravljanje s človeškimi viri, (2) prepoznavanje poslovnih priložnosti, (3) podjetniška žetev, (4) tehnična usposobljenost in (5) sposobnost pridobivanja (finančnih) virov.

Tabela 5 prikazuje analizo podatkov, zbranih v anketi med slovenskimi podjetji v letu 2002. Podatki so bili zbrani na naključnem vzorcu, ki je bil nekoliko stratificiran, tako da je bilo v njem zajetih več proizvodnih in manj storitvenih podjetij. Uspešnost in razvojno naravnost slovenskih podjetij smo merili na podlagi odgovorov podjetnikov o 23 trditvah, anketiranci so izražali odgovore s pomočjo petstopenjske Likertove lestvice, pri čemer je 1 pomenila popolno nestrinjanje in 5 popolno strinjanje s posamezno trditvijo. Statistične značilnosti razlik v odgovorih so merjene s t-testom. Stopnjo izobrazbe anketiranih podjetnikov smo ugotavljali z vprašanjem, ki je ponujal 5 možnosti, in sicer dokončane poklicno šolo, srednjo šolo, višjo šolo, visokošolski in univerzitetni študij ter podiplomsko izobrazbo. Za namen analize smo v prvo skupino združili podjetnike s poklicno in srednjo šolo, v druge pa tiste z najmanj višjo šolo. Če primerjamo stopnjo zadovoljstva, lahko ugotovimo, da so bolj izobraženi podjetniki splošno zadovoljnejši z ekonomskimi vidiki svojega poslovanja in z izpolnjevanjem osebnih ciljev in interesov. Manj izobraženi podjetniki več pozornosti namenjajo skrbi za stranke in svoji inovativnosti, ki se kaže predvsem v prepoznavanju potreb na trgu in zmožnostjo prepoznavanja poslovnih priložnosti. Kar nekaj razlik v odgovorih je statistično značilnih. Očitno lahko višjo izobrazbo podjetnikov povežemo z boljšim razumevanjem uspešnega ravnanja s človeškimi viri, katerega pomemben element je prav skrb za moralo in zadovoljstvo zaposlenih. Prav ta dejavnik je eden od ključnih za zmožnost

Tabela 5: Razlike v stališčih podjetnikov glede na izobrazbo

Moje zadovoljstvo z:	Povprečja		skupno N = 217	SD
	poklicna ali srednja šola N = 127	vsaj višja šola N = 90		
1. Rastjo podjetja v zadnjem letu.	2,94	3,31	3,09	1,4
2. Dobičkonosnostjo podjetja v zadnjem letu.	2,72	2,92	2,80	1,4
3. Potencialom podjetja za rast v prihodnosti.	3,10	3,37	3,21	1,1
4. Absolutno rastjo tržnega deleža v zadnjem letu.	2,65	3,01	2,80	1,2
5. Relativno rastjo tržnega deleža v primerjavi s konkurenti.	2,91	3,08	2,98	1,2
6. Splošno klimo ter zadovoljstvom in moralo zaposlenih.	3,27	3,42	3,33**	1,1
7. Sposobnostjo podjetja, da pridobi nov strokovni kader.	2,93	2,96	2,94	1,1
8. Kakovostjo proizvodov in storitev.	3,80	3,66	3,74	1,0
9. Stopnjo zadovoljstva naših kupcev.	3,91	3,76	3,85	0,9
10. Uresničevanjem mojih notranjih ciljev.	3,15	3,08	3,12**	1,2
11. Finančnimi donosi, ki mi jih zagotavlja podjetje.	2,84	3,08	2,94**	1,2
12. Avtonomijo in osebno svobodo, ki mi ju zagotavlja podjetje.	3,47	3,82	3,62*	1,1
13. Nadzorom nad mojo prihodnostjo, ki mi jo zagotavlja podjetje.	3,05	3,21	3,12**	1,1
14. Trenutno je moje podjetje premajhno in želim, da v prihodnosti raste.	3,19	3,11	3,16	1,1
15. Prihodnja rast mi ni pomembna; želim, da podjetje ostane takšno, kot je.	2,67	2,58	2,63	1,1
16. Čutim močno potrebo po ustvarjanju nove vrednosti za kupce.	3,24	3,19	3,22	1,0
17. Imam zelo dober občutek pri zaznavanju stvari, ki jih kupci želijo.	3,51	3,40	3,46	0,9
18. Veliko časa namenim za iskanje novih proizvodov in storitev, ki prinašajo kupcem novo vrednost.	3,24	3,19	3,22	1,1
19. Ena izmed mojih odlik je prepoznavanje proizvodov in storitev, ki jih kupci želijo.	3,43	3,26	3,36	1,0
20. Ena izmed mojih odlik je prepoznavanje poslovnih priložnosti.	3,43	3,36	3,40	1,0
21. Imam močno željo, da pripeljem svoje podjetje v fazo žetve.	3,78	3,53	3,68	1,0
22. Ena izmed mojih odlik je razvoj tehnološko naprednih proizvodov in storitev.	3,41	3,50	3,45**	1,0
23. V podjetju zagotavljam zaposlitev otrokom/novi generaciji.	3,40	3,12	3,28	1,1

Opomba: Razlike srednjih vrednosti so statistično značilne (*) $p < 0,01$ in (**) $p < 0,05$.

Vir: Vadnjal in Glas, 2004.

Bolj izobraženi podjetniki so zadovoljnejši s poslovanjem svojega podjetja.

podjetja za nadaljnjo rast. Zdi se tudi razumljivo, da so višje izobraženi podjetniki statistično zanesljivo zadovoljnejši s svojo zmožnostjo za razvoj tehnološko naprednih izdelkov in storitev, kar potrjuje znano ugotovitev, da je za razvoj kompleksnejših izdelkov potrebno sodelovanje bolj izobraženega in bolj usposobljenega kadra. Še posebej zanimivo se zdi, da so bolj izobraženi podjetniki zadovoljnejši z doseganjem osebnih ciljev v podjetništvu, pri čemer so razlike statistično značilne v prav vseh elementih tega področja. Podjetniki z višjo stopnjo izobrazbe so zadovoljnejši z uresničevanjem svojih notranjih ciljev, s svojimi zaslužki in avtonomijo ter osebno svobodo, ki jo zagotavlja podjetje. Prav tako bolj izobraženi podjetniki bolje ocenjujejo nadzor nad svojo prihodnostjo. Iz vsega naštetega lahko sklepamo, da višjo izobrazbo podjetnika lahko povezujemo z višjo stopnjo samozavesti za vodenje podjetja, kakor tudi glede mnenja o prihodnosti podjetja.

SKLEPI IN PRIPOROČILA

Kljub razvoju podjetniškega izobraževanja na vseh nivojih žal ugotavljamo, da se odsotnost vladne strategije družbenega in ekonomskega razvoja pozna tudi v premajhnem odmerjanju

sredstev za celosten razvoj podjetniškega izobraževanja. Ta ostaja domena ekonomskih in poslovnih šol, na tehničnih (z redkimi izjemami) in humanističnih fakultetah

pa zaenkrat podjetništvo ni vključeno v učne načrte. Ker se vse več srednješolcev odloča za vpis na ekonomsko-poslovne fakultete, bi uvedba podjetništva v vse študijske programe lahko dvojno učinkovala: lahko bi ustavila padanje vpisa na mnoge naravoslovne in

tehnične fakultete in razbremenila ekonomsko-poslovne fakultete. Podjetniško izobraževanje bi omogočalo spoznavanje s podjetništvom tudi specializiranim strokovnjakom: inženirjem, jezikoslovcem, matematikom itd. Z uvedbo podjetniškega izobraževanja na vse strokovne šole in fakultete bi država dosegla, da bi praktično vsi, ki se izobražujejo na visokošolski ravni, spoznali osnove podjetništva. Takšnemu cilju že sledijo izobraževalni sistemi v ZDA, na Švedskem in Finskem, v Avstraliji, Južni Afriki itd.

V Sloveniji bi morali s podjetniškim izobraževanjem zasledovati predvsem naslednje tri cilje: (1) razvijanje podjetniških lastnosti ljudi, (2) razumevanje pomena podjetništva in (3) spodbujanje nastajanja novih podjetij. Mlade je treba vzgajati tako, da bodo razvijali lastne podjetniške sposobnosti, se zavedali možnosti, ki jih nudi podjetniška kariera, in bili sposobni ustanoviti lastno podjetje.

Tem ciljem morajo biti prilagojene metode in vsebine, s katerimi se ta znanja v okviru učnih in študijskih programov podajajo in osvajajo. Glede pomena podjetništva za gospodarski in vsesplošni razvoj Slovenije verjetno ne bi več smelo biti dilem. Znano je tudi, da se je mnogih strokovnih področij podjetništva možno naučiti in si pridobiti podjetniške lastnosti. Ob tem se šolskim oblastem, učiteljem in tudi slušateljem pogosto pojavljajo dileme: (1) v kolikšni meri je podjetništvo kot vsebina bolj rezultat trendov in morda trenutne politične usmeritve kot dejanskih potreb, (2) do kakšne mere se podjetništvo lahko naveže na učne načrte oziroma se vanje vključi in (3) smiselnost vključevanja takšnih vsebin, za katere naj bi bilo usposabljanje pomembnejše kot izobraževanje, v redni šolski sistem (Žnidaršič, 2003).

Takšne dileme izhajajo iz nepoznavanja bistva podjetniškega izobraževanja in njegovih glavnih ciljev.

Bolj izobraženi podjetniki so tudi samozavestnejši.

Poslanstvo izobraževanja za podjetništvo ni le v spodbujanju ustanavljanja lastnih novih podjetij in izkoriščanju posameznikovih podjetniških sposobnosti v okviru velikih podjetij, ampak so cilji veliko širši (Žnidaršič, 2003):

- razvijanje znanj in sposobnosti za zaznavanje podjetniških priložnosti in različnih potrebnih virov,
- prepoznavanje potreb razvijanja lastne poklicne kariere,
- razumevanje podjetniškega tveganja in dojemanja podjetniških izzivov v hitro spreminjajočem se okolju,
- razvijanje ustvarjalnega podjetniškega razmišljanja in inovativnega obnašanja,
- razumevanje lastnih prednosti in slabosti kot bodoče podjetniške osebnosti,
- zavedanje pomena podjetništva za gospodarsko rast in splošni družbeni razvoj,
- razumevanje podjetniškega procesa in dejavnikov, ki vplivajo na razvoj podjetja.

Zastavljeni cilji seveda odpirajo mnoge strokovne dileme, o katerih bi bilo potrebno v najkrajšem možnem času začeti razpravo, in v kontekstu širšega družbenega in strokovnega konsenza poiskati ustrezne rešitve oziroma usmeritve. Najpomembnejše dileme navajamo v nadaljevanju:

- Kako široko zastaviti izobraževanje za podjetništvo in koga vanj vključiti?
- Katere vsebine poučevati v okviru izobraževanja za podjetništvo?
- Kako ustrezne podjetniške vsebine vključiti v izobraževalne programe, da bodo med programi usklajene in se bodo učinkovito dopolnjevale?
- Kako razviti sodobnejše pristope v poučevanju?

- Kako učiti podjetništvo (pedagoške in podjetniške izkušnje podjetnikov)?
- Kdo naj financira omenjeni razvoj podjetniškega izobraževanja?

Slovenija za področje podjetniškega izobraževanja nima jasno izdelane strategije, kar je samo še ena posledica dejstva, da nimamo jasne vizije, ali želimo biti država velikih podjetij in gostiteljica multinacionalk ali pa bomo predvsem država uspešnih malih in srednjih, tehnološko naravnanih in na mednarodne trge usmerjenih podjetij.

LITERATURA IN VIRI

Amit, R., MacCrimmon, K. R., Zietsma, C., Oesch, J. M. (2000). Does Money Matter? Wealth Attainment as the Motive for Initiating Growth-oriented Technology Ventures. *Journal of Business Venturing*, 16(2), str. 119–143.

Antončič, B., Hvalič Erzetič, B. Entrepreneurial Education Continuation: Role of Maturity and Satisfaction. Članek predstavljen na konferenci International Entrepreneurship Education and Training, Kruger Park, Južna Afrika.

Berginc, J. (2002). Programi začetnega podjetniškega usposabljanja v Sloveniji. V Glas idr. Spodbujanje podjetništva. Raziskovalni projekt: V5-0523-1612-02.

Bevc, M. (2001). Znanje in izobraževanje v Sloveniji v luči priključitve EU. V Strategija gospodarskega razvoja Slovenije: Slovenija v EU. Ljubljana: Inštitut za ekonomska raziskovanja, 185 str.

Campbell, K. L. (2002). Theorizing Matrilineal Business Enterprises to Add Mother/Daughter Business to the Entrepreneurial Mix. Članek predstavljen na 47. International Council on Small Business World Conference.

Chandler, G., Jansen, E. (1992). The Founder's Self Assessed Competence and Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, 7(3), str. 223–236.

Cooper, A. C., Artz, K. W. (1995). Determinants of Satisfaction for Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 10(4), str. 439–457.

Davis, P. S., Harveston, P. D. (2000). Internationalization and the Organizational Growth: The Impact of Internet Usage and Technology Involvement among Entrepreneur-Led Family

- Businesses. *Family Business Review*, 13(2), str. 106–120.
- Drofenik, O. (1998). Nacionalni program izobraževanja odraslih. Strokovne podlage, zvezek 1 (Razvojne usmeritve). Ljubljana: Andragoški center, 380 str.
- Glas, M., Mirtič, F., Pšeničny, V., Vadnjal, J. (2002). Slovenski podjetniki o podpori malim in srednjim podjetjem. Gradivo v sklopu projekta: Spodbujanje podjetništva. Raziskovalni projekt: V5-0523-1612-02. Naročnik projektnih naloge: Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, Ministrstvo za gospodarstvo. Ljubljana, 105 str.
- Glas, M. (2003). Ocena pogojev za podjetništvo v Sloveniji. V Rebernik, M., idr. (ur.). *GEM Slovenija 2002*, Maribor: IRP.
- Gorjan, N. (1997). Javni izdatki za visoko izobraževanje in gospodarska razvitost. Diplomsko delo, Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 40 str.
- Huč, B., Jereb, J. (2001). Vpliv izobraževanja na produktivnost in poslovne rezultate podjetja. Ljubljana: Organizacija, 34, 1, str. 5–15.
- Kent, C. A. (1990). *Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions*. New York: Quorum Books. 296 str.
- Mihelič, K. (2001). *Magisterij – zaposlitvena priložnost ali ovira*. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 48 str.
- Murphy, G. B., Trailer, J. W., Hill, R. C. (1996). Measuring Performance in Entrepreneurship Research. *Journal of Business Research*, 36(1), str. 15–23.
- Ostgaard, A., Birley, S. (1996). New Venture Growth and Personal Networks. *Journal of Business Research*, 36(1), str. 37–50.
- Reuber R., Fischer, E. (1999). Reconceptualizing Entrepreneur's Experience. *Journal of Small Business Management*, 37(2), str. 30–45.
- Rogoff, E. G., Lee, M., Heck, R. K. Z. (2001). The Effects of Education within the Family Business Context. V King, S., McCaskey, P., Salomon, G., Taylor, S. (ur.) *An Entrepreneurial Odyssey, Second Annual USASBE/SBIDA Joint National Conference Proceedings*, Orlando.
- Solomon, G. T., Duffy, T., Tarabishy, A. (2002). The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), str. 1–22.
- Vadnjal, J., Glas, M. (2004). Growth Orientation and Success of Family and Non-family Businesses. Članek predstavljen na Babson College Kaufman Foundation Entrepreneurship Research Conference.
- Vadnjal, J. (2005). Razvojna naravnost družinskih podjetij v Sloveniji. Doktorsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Weinzimmer, L. G., Nystrom, P. C., Freeman, S. J. (1998). Measuring Organisational Growth: Issues, Consequences and Guidelines. *Journal of Management*, 24(2), str. 235–262.
- Žnidaršič, J. (2003). Razvijanje podjetnih lastnosti ljudi v izobraževalnem sistemu. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 104 str.

¹ Gre seveda za enostavne dejavnosti, kot so izdelava novoletnih čestitk, razne oblike pomoči itd.

² Raziskava je bila opravljena v letu 2002, približno dve leti pred polnopravno vključitvijo Slovenije v EU.

³ Na tem mestu si dovoljujemo poenostavljeni sinonim, da je podjetniški uspeh merjen kar z rastjo podjetja.

⁴ V mislih imamo na primer podatek o izobrazbi direktorja podjetja, ki bi bil del matičnih podatkov o določeni gospodarski družbi oziroma samostojnem podjetniku posamezniku v registru. Težava tovrstnih analiz je v Sloveniji povezana že z dejstvom, da nimamo enotnega registra podjetij, ki opravljajo pridobitno dejavnost.