



Kosovelova ulica 4
3000 Celje

Mladi podjetno v prihodnost

Raziskovalna naloga

Področje: ekonomija

Avtorji: Mark Ribič, Denis Štiglic, Nea Žolgar

Razred: 2. b ET

Program: Ekonomski tehnik

Mentorica: Andreja Tanšek, dipl. ekon.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2022

»Cenite svojo vizijo in svoje znanje, saj so otroci
vaše duše in zemljevid do cilja«.

Napoleon Hill

ZAHVALA

Za nasvete in usmeritve pri nastajanju raziskovalne naloge se lepo zahvaljujemo naši mentorici, gospe X. Za pomoč pri praktičnem delu naloge smo hvaležni enemu od vodilnih članov trgovine Jager gospodu Boštjanu Jagru, ki je z nami delil bogate podjetniške izkušnje in direktorju podjetja Kemoplast, Petru Laporniku, ki je bil nekoč dijak naše šole, danes pa je uspešen podjetnik. Hvala tudi vsem dijakom naše šole, ki so bili pripravljeni z vso resnostjo izpolniti anketni vprašalnik in nam tako pomagali do dragocenih izsledkov raziskav.

Nea Žolgar, Mark Ribič in Denis Štiglic

POVZETEK

Podjetniška dejavnost je ključnega pomena za gospodarsko rast in inovativnost ter prispeva k razlikam v gospodarski uspešnosti posameznih držav. Podjetništvo namreč predstavlja pomemben vir napredka in razvoja celotnega družbenega življenja. Je gonilo gospodarskega razvoja ter povečuje konkurenco. Podjetništvo mladih je dandanes zelo razširjeno in vse bolj moderno.

V raziskovalni nalogi smo želeli ugotoviti, ali dijaki vedo, kdo je podjetnik in si to v prihodnosti res želijo postati, katero organizacijsko obliko družbe bi si najbolj želeli imeti ter s katerimi omejitvami se pri razmišljanju o lastni podjetniški poti srečujejo.

Ugotovili smo, da večina dijakov ve, kdo je podjetnik, kot pravno organizacijsko obliko bi si želeli imeti družbo z omejeno odgovornostjo. Na poti do podjetništva bi jih najbolj oviralo pomanjkanje finančnih sredstev. Dijakom se je ustanavljanje podjetij zdelo manj tvegano pred pandemijo kot po pandemiji, prav tako so mnenja, da država nameni premalo vzpodbud mladim, ki se odločijo za podjetništvo. Na šoli bi si dijaki želeli s podjetniki več dogodkov, ogledov podjetij in delavnic. Več stika bi si želeli predvsem s takimi podjetniki, ki so iz svojega hobija ustvarili podjetje. Opravili smo intervju z bivšim dijakom naše šole in direktorjem podjetja Kemoplast, Petrom Lapornikom in z Boštjanom Jagrom, solastnikom podjetja Jagros, s katerim smo na šoli organizirali tudi podjetniški dogodek.

KJUČNE BESEDE: podjetništvo, podjetnik, mladi, pandemija, podjetniški dogodki

The young heading ambitiously into the future

ABSTRACT

Entrepreneurial activity is essential for economic growth and innovation. It also contributes to differences in the economic performance of individual countries. Entrepreneurship represents an important source of progress and development of social life. It is the driving force of economic development and increases competition. Nowadays, youth entrepreneurship is also becoming increasingly popular.

The aim of this research paper was to find out if students know who an entrepreneur is, whether they would like to become one in the future, which legal form they would prefer to have and what limitations they are facing when considering their entrepreneurial path.

We found that most students know who an entrepreneur is. In terms of the legal form, they would like to have a limited liability company. In their opinion, the thing that would hinder them most on their way to entrepreneurship is the lack of financial resources. For students, starting a business seemed less risky before the pandemic than after it. Furthermore, they believe that the state does not provide enough incentives for young people opting for entrepreneurship. Students would wish for the school to organize more events with entrepreneurs, company tours and workshops. They would also prefer more contact, especially with those entrepreneurs who turned their hobby into a business. We conducted an interview with Peter Lapornik, who is a former student of our school and the director of the company Kemoplast, and Boštjan Jager, the co-owner of the company Jagros, with whom we also organized an entrepreneurial event.

KEYWORDS: entrepreneurship, entrepreneur, youth, pandemic, entrepreneurial events

Vsebina

1	UVOD	4
1.1	OPREDELITEV PROBLEMA IN NAMEN NALOGE	5
1.2	CILJI NALOGE	5
1.2.1	Cilji v teoretičnem delu naloge:	5
1.2.2	Cilji v praktičnem delu:	5
1.3	OPREDELITEV HIPOTEZ	6
1.4	METODE RAZISKOVANJA	6
2	TEORETIČNI DEL	8
2.1	POJEM PODJETNIŠTVO	8
2.2	ZGODOVINA PODJETNIŠTVA	8
2.3	DELITEV PODJETNIŠTVA	9
2.3.1	Miške gazele in sloni	9
2.3.2	Notranje podjetništvo	10
2.3.3	Mednarodno podjetništvo	10
2.4	VRSTE PODJETIJ	11
2.4.1	Samostojni podjetnik	11
2.4.2	Priglasitev na davčnem uradu	12
2.4.3	Pridobitev obrtnega dovoljenje	12
2.4.4	Prednosti in slabosti s. p.:	13
2.4.5	Družba z neomejeno odgovornostjo	14
2.4.6	Osnovne značilnosti:	14
2.4.7	Prednosti in slabosti d. n. o.:	14
2.4.8	Komanditna družba	14
2.4.9	Osnovne značilnosti	15
2.4.10	Prednosti in slabosti k. d.:	15
2.5	Kapitalske družbe	15
2.5.1	Družba z omejeno odgovornostjo	16
2.5.2	Prednosti in slabosti d. o. o.:	16
2.5.3	Organi družbe z omejeno odgovornostjo	16
2.5.4	Delniška družba	17
2.6	MLADI IN PODJETNIŠTVO	18
2.6.1	Odločitev za lastno na podjetniško pot	19
2.6.2	Mladi in denar	19
2.6.1	Problemi pri začetku razvoja podjetništva pri mladih v praksi	20

2.6.2	Problemi mladih podjetnikov	22
2.7	PROBLEMATIKA PODJETNIŠTVA.....	23
2.7.1	Podjetništvo v korona času.....	23
2.8	VPLIV KRIZE NA POSLOVANJE PODJETIJ	25
2.8.1	Kako se spoprijeti z novimi izzivi poslovanja.....	25
2.9	Družinska podjetja.....	26
2.9.1	Kaj sploh je družinsko podjetje?	27
2.9.2	Prednosti in slabosti družinskih podjetij.....	27
2.9.3	Problematika prenosa lastništva na naslednjo generacijo v družinskih podjetjih.....	28
3	PREDSTAVITEV IN INTERVJUJI Z USPEŠNIMI PODJETNIKI EKONOMSKE ŠOLE CELJE	29
3.1	PODJETJE JAGER	29
3.1.1	Podjetniški dogodek z Boštjanom Jagrom.....	30
3.1.2	INTERVJU S PODJETNIKOM BOŠTJANOM JAGROM	32
3.2	INTERVJU S PODJETNIKOM PETROM LAPORNIKOM	34
3.3	Srečanje s Tino Trstenjak	39
4	EMPIRIČNI DEL.....	41
4.1	Izbor in struktura anketiranih	41
4.2	Analiza anket in njihova interpretacija.....	41
5	OPREDELITEV HIPOTEZ	50
6	ZAKLJUČEK.....	52
7	LITERATURA.....	54

KAZALO SLIK

Slika 1: Lastniki podjetja Jager	30
Slika 2: Dijaki 2.b razreda	30
Slika 3: Podjetniški dogodek s podjetnikom Boštjanom Jagrom	30
Slika 4: Mentorica raziskovalne naloge Andreja Tanšek	31
Slika 5: Sodelovanje raziskovalcev v humanitarnem projektu Vesele nogice	31
Slika 6: Podatki o zaposlenih, prihodku in dobičku v podjetju Jager.....	34
Slika 7: Logotip podjetja Kemo Plast.....	39
Slika 8: Podjetnik Peter Lapornik.....	39
Slika 9: Srečanje s Tino Trstenjak na EŠC.....	40

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Anketirani dijaki po spolu.....	41
Graf 2: Anketirani dijaki po pogramih	42
Graf 3: Anketirani dijaki po starosti	42
Graf 4: Kaj si dijaki želijo postati v prihodnosti	43
Graf 5: Katero pravnoorganizacijsko obliko želijo imeti dijaki	43
Graf 6: Kdaj se dijakom zdi začetek podjetniške poti najbolj varen	44
Graf 7: Mnenje o pomoči države mladim podjetnikom	44
Graf 8: Kdo je za anketirance podjetnik.....	45
Graf 9: Ovire na samostojni podjetniški poti	45
Graf 10: Ali je ustanovitev podjetja povezana s previsokimi stroški	46
Graf 11: Želja anketirancev za bodočo podjetniško pot	47
Graf 12: Mnenje o delovnih okoliščinah uspešnih podjetnikov	47
Graf 13: Ali je pomoč države mladim podjetnikom zadostna?	48
Graf 14: Ocenitev, kaj bi si na šoli najbolj želeli	48
Graf 15: Ocenitev podjetniških lastnosti	49
Graf 16: Podjetniške zgodbe, ki bi jih dijaki najraje poslušali	49

KAZALO TABEL

Tabela 1: Gospodarske družbe	13
Tabela 2: Lastnosti	60
Tabela 3: Podjetniški dogodki na šoli	60

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Vprašanja za intervju podjetnika Boštjana Jagra	56
Priloga 2: Vprašanja za intervju podjetnika Petra Lapornika.....	57
Priloga 3: Anketni vprašalnik.....	58

1 UVOD

V času negotovosti in hitrih tehnoloških sprememb je nesporen velik pomen podjetništva in malih podjetij. Konkurenčno prednost si bodo v vedno bolj dinamičnih razmerah globalnega trga lahko pridobila le podjetja, ki se bodo znala hitro prilagajati spremembam. Podjetništvo povečuje konkurenco, porabniki imajo večjo izbiro proizvodov, vse skupaj vodi k izboljšanju kakovosti proizvodov in storitev ter k večji skrbi za kupce. Z vsem tem se povečuje inovativnost, odpirajo se nova delovna mesta in zvišuje se blaginja celotnega prebivalstva. V ZDA zaposlujejo mala in srednja podjetja (MSP) več kot polovico celotnega delovno aktivnega prebivalstva in prispevajo več kot polovico k ustvarjenemu BDP-ju (bruto družbeni proizvod). Vloga MSP je še pomembnejša v državah v razvoju, kjer zaposlujejo približno dve tretjini delovno aktivnega prebivalstva. S podobno strukturo se srečujejo tudi gospodarstva EU, saj so MSP daleč najpomembnejši sektor evropskega gospodarstva. Njihova majhnost jim daje mnogo večjo fleksibilnost v primerjavi z velikimi podjetji, kar posredno pozitivno vpliva na rast zaposlovanja. Majhnost MSP predstavlja resen problem, ko gre za njihovo financiranje, in se odraža v pomanjkanju kapitala ter drugih pomembnih virih financiranja za njihovo rast in razvoj.

Trgovine Jager so pri potrošnikih prepoznane po kakovostnih izdelkih, nizkih cenah ter usposobljenih in prijaznih prodajalcih. V podjetju se zavedajo, da so zaposleni ključ do njihovega uspeha, zato jim nudijo prijazno, varno in stabilno delovno okolje. Želijo si, da se njihovi sodelavci dobro počutijo v organizaciji, da opravljajo svoje delo z ljubeznijo in gojijo pozitiven odnos do potrošnikov. To so razlogi, ki vodijo k spodbujanju osebnostne in strokovne rasti vsakega zaposlenega.

Z uspešnim poslovanjem in plačilno disciplino utrjujejo dobre poslovne odnose z njihovimi dobavitelji ter zagotavljajo ugodne nabavne pogoje ter enostavno in hitro logistiko. To se na njihovih policah odraža v nizkih prodajnih cenah.

Nizke cene, kakovostno opravljene storitve ter prijazen, usposobljen kader, nedvomno pripomorejo k pridobivanju zaupanja njihovih kupcev, ki jih navkljub visoki konkurenci na maloprodajnem trgu zvesto obiskujejo.

Za mlade, ki vstopajo v podjetniško pot, je izjemnega pomena, da imajo možnosti pridobivati izkušnje od podjetnikov z uspešnimi podjetniškimi zgodbami, ki na njih prenašajo dragocene podjetniške izkušnje.

1.1 OPREDELITEV PROBLEMA IN NAMEN NALOGE

Kljub temu da se vedno več ljudi odloči za lastno podjetniško pot, pa še vedno okoli 90 % novo nastalih podjetij propade v prvih dveh letih poslovanja. Vzroki za to so predvsem pomanjkanje finančnih sredstev, izkušenj, idej za nove načrte v prihodnosti, težave pri pridobivanju in ohranjanju dobrega kolektiva ter slabo razumevanje potreb na trgu. Vse to pa povzroči slabo poslovanje in propad podjetja.

Veliko podjetnikov, ki se prvič podajo na to pot, ne predvidi, koliko časa in truda bo potrebno vložiti v poslovanje. Pri odločitvi za podjetniško pot je treba biti pozoren na veliko dejavnikov, kot so dobro zasnovan poslovni načrt in spremljanje ter prilagajanje stalnim spremembam na trgu.

Kot problem naloge izpostavljamo premalo sodelovanja izobraževalnih ustanov s podjetniki iz gospodarstva, pomanjkanju potrebnih znanj in izkušenj, ki so potrebne za začetek podjetniške poti ter napačni predstavi dijakov o okoliščinah in potrebnih znanjih, ki jih podjetniki potrebujejo na svoji podjetniški poti.

1.2 CILJI NALOGE

1.2.1 Cilji v teoretičnem delu naloge:

- opredeliti pojem podjetništva,
- zgodovina podjetništva,
- delitev podjetništva,
- vrste podjetništva,
- uspešne zgodbe mladih podjetnikov,
- problematika podjetništva med korona krizo,
- mladi in podjetništvo,
- problemi mladih podjetnikov

1.2.2 Cilji v praktičnem delu:

- Ugotoviti, ali dijaki vedo, kdo je podjetnik;
- Ali bi bili dijaki v prihodnosti pripravljeni postati podjetniki;
- Raziskati, katera oblika podjetja se dijakom zdi najbolj zanesljiva;
- Preučiti, ali je bil začetek podjetniške poti bolj zanesljiv pred pandemijo ali po njej;
- Raziskati, ali država nudi dovolj pomoči oziroma sredstev mladim podjetnikom;
- Ugotoviti, ali dijaki razumejo pojem »biti podjetnik«;
- Raziskati omejitve in ovire do lastne podjetniške poti;
- Ugotoviti, kaj dijakom predstavlja ustanovitev podjetja;
- Raziskati, kako pridobiti več znanja in izkušenj za boljšo predstavo o podjetniški poti;

- Ugotoviti, kakšne se dijakom zdijo delovne okoliščine uspešnih podjetnikov;
- Ugotoviti, kako pomagati dijakom za boljše razumevanje teoretičnega znanja in povezovanja s praktičnim.

1.3 OPREDELITEV HIPOTEZ

H1: Večina dijakov ve, kdo je podjetnik.

H2: Največ dijakov bi si v prihodnosti želeli postati podjetniki.

H3: Največ dijakov bi si v prihodnosti želelo imeti pravno organizacijsko obliko družbo z omejeno odgovornostjo.

H4: Dijaki menijo, da je bil začetek podjetniške poti bolj varen pred pandemijo kot po pandemiji.

H5: Dijaki menijo, da je pomoči s strani države za mlade podjetnike premalo.

H6: Več kot tretjino anketiranih na poti do podjetništva najbolj ovira strah pred neuspešnostjo.

H7: Največ dijakov bi si na šoli želelo več stikov z uspešnimi mladimi podjetniki.

H8: Dve tretjini dijakov je prepričanih, da morajo podjetniki dostikrat delati v stresnih in težkih okoliščinah.

H9: Največ dijakov si želi poslušati kombinirane zgodbe uspešnih mladih in starejših podjetnikov.

H10: Večina dijakov ima najbolj poudarjeno podjetniško lastnost iznajdljivost.

1.4 METODE RAZISKOVANJA

Pri izdelavi raziskovalne naloge smo v teoretičnem delu uporabili kot sekundarni vir različno strokovno literaturo, revije in internetne vire. Kot primarne vire bomo uporabili anketni vprašalnik, izvedbo podjetniškega dogodka in intervjujev z Boštjanom Jagrom, solastnikom podjetja Jager, Petrom Lapornikom, direktorjem podjetja Kemoplast ter dogodek z vrhunsko športnico Tino Trstenjak.

V praktičnem delu pa kot primarno metodo pridobivanja podatkov anketni vprašalnik katerega ciljna skupina so bili dijaki Ekonomske šole v Celju. Poleg ankete sta bila opravljena intervjuja z bivšim dijakom naše šole, s Petrom Lapornikom, direktorjem in lastnikom podjetja Kemoplast ter z Boštjanom Jagrom, solastnikom podjetja Jagros, d. o. o., s katerim smo za dijake naše šole organizirali podjetniški dogodek.

1.5 OMEJITVE PRI RAZISKOVANJU

- Zaradi trenutnih korona težav je bila ovirana izposoja gradiva v knjižnicah.
- Oteženo timsko delo zaradi izvajanje šolanja na daljavo.
- Slabša organizacija dela zaradi različnih lokacij bivanja raziskovalcev.
- Pomanjkanje raziskovalnih izkušenj.
- Neresnost anketirancev in nemotiviranost za reševanje anketnega vprašalnika.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 POJEM PODJETNIŠTVO

Podjetniška dejavnost je ključnega pomena za gospodarsko rast in inovativnost ter prispeva k razlikam v gospodarski uspešnosti posameznih držav. Podjetništvo namreč predstavlja pomemben vir napredka in razvoja celotnega družbenega življenja. Je gonilo gospodarskega razvoja, povečuje konkurenco, odjemalci imajo večjo izbiro proizvodov, vse skupaj pa vodi k izboljšanju kakovosti proizvodov in storitev. Odpirajo se nova delovna mesta in zvišuje se blaginja celotnega prebivalstva. V drugi polovici prejšnjega stoletja je družba doživela velike spremembe: naftno krizo, recesijo, globalizacijo, tehnološki napredek in velike politične spremembe. Vse to je ustvarilo idealne razmere za podjetniške priložnosti in podvige. Nova majhna podjetja so bila prepoznana kot vodilna pri razvoju in ustvarjanju bogastva v družbi. Podjetništvo je bilo v razvitih ekonomijah vedno bistven element tržnih gospodarskih sistemov. Načrten razvoj podjetništva je v teh gospodarstvih dobil osrednje mesto šele v zadnjih desetletjih. Vzrok lahko najdemo v dejstvu, da je Evropa ugotovila, da brez razvitega podjetništva ne bo mogla konkurirati ZDA in azijskim državam.¹

2.2 ZGODOVINA PODJETNIŠTVA

V preteklosti podjetnost posameznika ni bila zaželena. Okolje je omejevalo svobodno ustvarjanje posameznika, kar je dolgoročno izredno slabo vplivalo na gospodarsko okolje. Zaradi slabo razvitega podjetništva na trgu ni bilo zadostne konkurence. Socializem je izginil iz Evrope zaradi nerazvitega podjetniškega sistema, gospodarske neučinkovitosti in izrazite prevlade politike nad gospodarstvom. Razvite in nerazvite države se razlikujejo tudi po ravni svobode in drugih pogojev za podjetništvo. Podjetništvo predstavlja pomemben vir napredka in razvoja celotnega družbenega življenja. Ob sedanjih spremembah postaja podjetništvo pomemben proces gospodarske prenovе tudi v manj razvitih državah. V preteklosti podjetnost posameznika ni bila zaželena. Okolje je omejevalo svobodno ustvarjanje posameznika, kar je dolgoročno izredno slabo vplivalo na gospodarsko okolje. Zaradi slabo razvitega podjetništva na trgu ni bilo zadostne konkurence. Socializem je izginil iz Evrope zaradi nerazvitega podjetniškega sistema, gospodarske neučinkovitosti in izrazite prevlade politike nad gospodarstvom. Razvite in nerazvite države se razlikujejo tudi po ravni svobode in drugih pogojev za podjetništvo. Podjetništvo predstavlja pomemben vir napredka in razvoja celotnega družbenega življenja. Ob sedanjih spremembah postaja podjetništvo pomemben proces gospodarske prenovе tudi v manj razvitih državah.²

¹Povzeto po <https://www.lkomp.eu/ee311.htm>, dostop 17. 2. 2022.

²Povzeto po http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Podjetnistvo-Lah.pdf, dostop 17. 2. 2022.

2.3 DELITEV PODJETNIŠTVA

Za delitev podjetij na mala in srednje velika podjetja (v nadaljevanju MSP) obstajajo različna merila. Upoštevamo lahko kvantitativne (število zaposlenih, vrednost prihodkov, bilančna vsota) ali kvalitativne dejavnike (tržni delež, neodvisnost podjetja, slog vodenja). Merilo razvrščanja si vsak največkrat prilagaja svojim ciljem. Seveda obstaja še vrsta drugih delitev: glede na obliko, glede na tip podjetnika, glede na starost.

Vse družbe, ne glede na velikost in dejavnost, ki jo opravljajo, so zavezane k izdaji letnih poročil. Po ZGD-1 se na podlagi določil družbe razvrščajo na mikro, majhne, srednje in velike. Merila, ki se upoštevajo na bilančni presečni dan letne bilance stanja, so opredeljena glede na povprečno število delavcev v poslovnem letu, na čiste prihodke od prodaje in na vrednost aktive. Po 55. členu ZGD-1, so mikro, majhne, srednje in velike družbe tiste družbe, ki izpolnjujejo dve od predpisanih meril. Mikro družba je družba, kjer povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 10, ali čisti prihodki od prodaje ne presegajo 700.000 evrov, ali vrednost aktive ne presega 350.000 evrov. Majhna družba je družba, katere povprečno število delavcev v poslovnem letu pa ne presega 50, čisti prihodki od prodaje ne presegajo 8.000.000 evrov ali pa vrednost aktive ne presega 4.000.000 evrov. Srednja družba je tista družba, ki ne izpolnjuje niti pogojev mikro, niti pogojev majhne družbe. Družba se uvrsti v srednjo družbo, če je povprečno število delavcev v poslovnem letu 250 ali manjše, če so čisti prihodki od prodaje 40.000.000 evrov ali manjši in če je vrednost aktive 20.000.000 evrov ali manjša. Velika družba pa je tista družba, ki presega vsa merila mikro, majhnih in srednjih družb. V skladu z določbami in merili tega zakona, se družbe razvrščajo na mikro, majhne, srednje in velike, če na podlagi podatkov zadnjih dveh zaporednih poslovnih let na bilančni presečni dan bilance stanja obakrat presežejo ali prenehajo presegati določena merila.³

2.3.1 Miške gazele in sloni

Eno najbolj znanih tipologij podjetij glede na rast podjetja je leta 1987 v svojem delu »Job Creation in America« utemeljil David Birch. Z miškami je označil podjetja, ki se rojevajo vsak dan, ki jih je na milijone in ki v sebi nimajo potenciala rasti. Z gazelami je označil tisti del podjetij, ki imajo potencial hitre rasti in z rastjo obsega poslovanja, zaposlovanja, dobičkov itd. pomembno spreminjajo podobo nekega gospodarstva. Sloni so podjetja, ki so dosegla določen obseg poslovanja in rastejo počasi, v določenih obdobjih morda celo stagnirajo in upadajo, vendar je njihov prispevek k narodnemu gospodarstvu in svetovni ekonomiji znaten.⁴

³ Povzeto po http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Podjetnistvo-Lah.pdf, dostop 18. 2. 2022.

⁴ Povzeto po Pšeničny, 2000, 156, dostop 21. 2. 2022.

2.3.2 Notranje podjetništvo

Sodobno podjetništvo temelji na inovacijah. Na uspešnost podjetij pomembno vpliva sposobnost podjetja, da v svoje poslovno okolje vključi notranje podjetništvo. Ko govorimo o notranjem podjetništvu, mislimo na podjetništvo znotraj organizacije, ki se kaže v obliki novonastalih podjetij ali enot, novih programih, inoviranih proizvodih ali storitvah, samoprenovi, prevzemanju tveganj in usmerjenosti v pozitivne spremembe v podjetju. Ustvarjanje pogojev za notranje podjetništvo, nove oblike vodenja in inovativnosti je dolgotrajen proces, ki zahteva spremembo miselnosti podjetja. Gre za proces, v katerem podjetje motivira, osvešča in izobražuje svoje zaposlene. Pomembne so izkušnje in dobra praksa najboljših podjetij, ki motivacijsko delujejo na ostale.⁵

2.3.3 Mednarodno podjetništvo

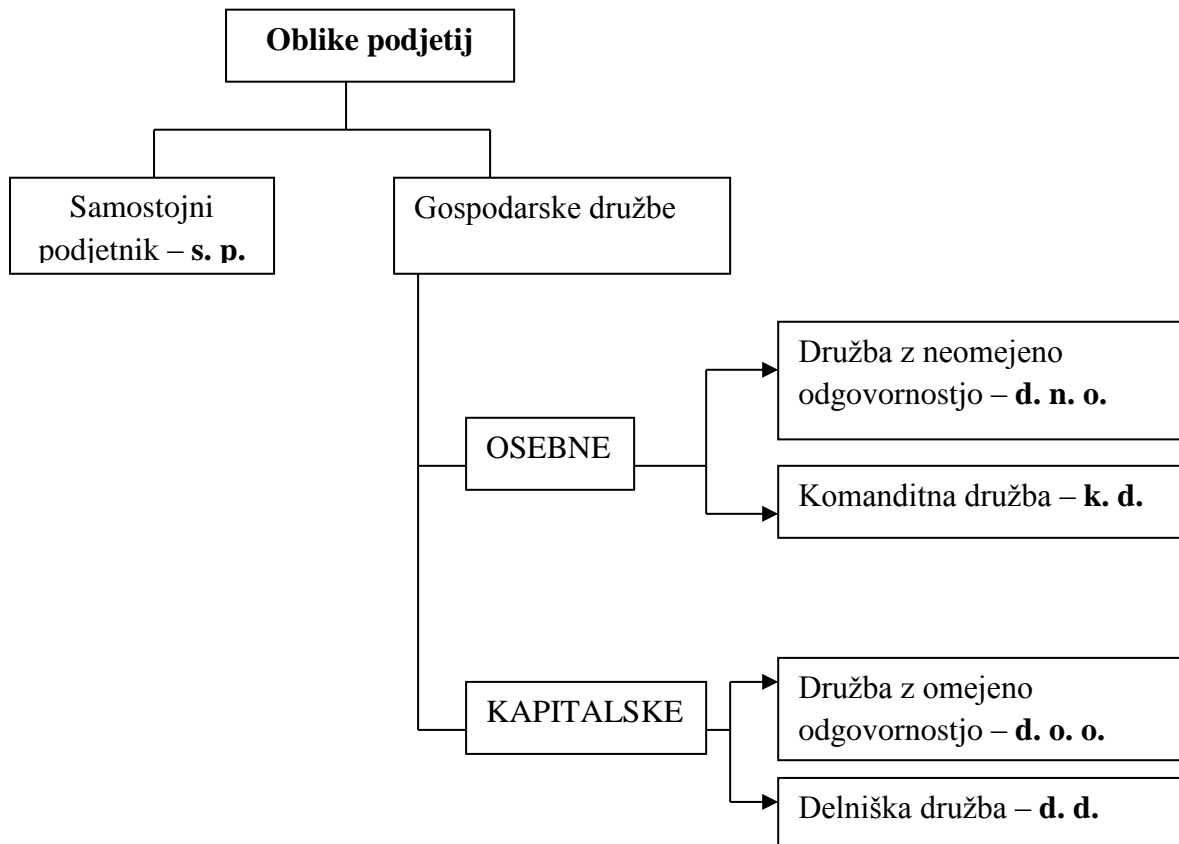
Podatki navajajo, da je mednarodno podjetništvo proces, ko podjetnik izvaja poslovne dejavnosti prek državnih meja in da postaja mednarodno poslovanje vse bolj pomembno za podjetja vseh velikosti, ne le za nekaj največjih, in da vsako podjetje danes tekmuje v globalnem gospodarstvu. Po eni strani gre za uresničevanje temeljne ideje o obstoju in rasti podjetja, uresničevanju osebnih ciljev podjetnikov, višjem nivoju znanja, gradnji učinkovitih poslovnih mrež ter dostopnosti do virov informacij in dobre prakse. Na drugi strani pa gre za željo po pridobivanju redkih virov, prenosu tehnologij in znanja. Večja podjetja se praviloma hitreje in lažje vključijo v mednarodno poslovanje. Za vstop podjetij na mednarodne trge so pomembni številni dejavniki. Lastnosti podjetnika, njegov človeški in družbeni kapital predstavljajo pomemben pogoj internacionalizacije podjetja. Podjetja morajo zagotavljati pogoje za internacionalizacijo tudi z vidika števila in strukture zaposlenih ter zadostne finančne moči. Morajo prepoznati in strateško upoštevati tudi dejavnike novega okolja. Poslovanje podjetja v mednarodnem poslovnem okolju je zahtevno tudi z vidika obvladovanja trga odjemalcev in konkurence, poznavanja družbenoekonomskih razmer, politike in zakonodaje ter kulture okolja. Velike razlike v načinu in pogojih poslovanja zahtevajo od podjetij velike napore v prilagajanju in sposobnosti prepoznavanja, razumevanju in obvladovanju teh razlik.⁶

⁵ Povzeto po http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Podjetnistvo-Lah.pdf, str.17, dostop 21. 2. 2022.

⁶ Povzeto po Antončič et al. 2002, 108.

2.4 VRSTE PODJETIJ

Gospodarsko dejavnost je mogoče opravljati samo v eni izmed pravnih oblik, ki jih ponuja **Zakon o gospodarskih družbah**. Osnovne oblike so naslednje:



2.4.1 Samostojni podjetnik

a) Dejavnost podjetnika

Podjetnik lahko opravlja vse gospodarske dejavnosti, razen tistih, ki jih po zakonu lahko opravljajo le gospodarske družbe (n. p. bančni in zavarovalniški posli). Opravlja lahko eno ali več dejavnosti.

b) Firma podjetnika

Firma je ime, pod katerim podjetje opravlja gospodarsko dejavnost in se z njo loči od drugih podjetij.

Firma s. p.-ja mora vsebovati **označbo dejavnosti**, morebitne dodatne dejavnosti, **njegovo ime in priimek** in označbo **s. p.**

Čevljarstvo Kopitar, Jože Kovač, s. p
označba dejavnosti, ime, označba

c) Sedež podjetnika

Je naslov, na katerem podjetnik opravlja svojo dejavnost in je lahko:

- njegov domači naslov,
- naslov, kjer opravlja dejavnost (n. p. naslov delavnice),
- naslov, kjer vodi poslovne knjige.

d) Pričetek poslovanja (mali podjetnik)

Podjetnik lahko prične svoje poslovanje, ko:

1. Pridobi **odločbo o izpolnjevanju pogojev** samostojnega podjetnika.

Odločbo izda občina na podlagi vloge, ki ji mora priložiti:

- dokazila o strokovni izobrazbi (za nosilca dejavnosti ali zaposleno osebo),
- dokazilo o pravici uporabe poslovnega prostora (dokazilo o lastništvu ali najemna pogodba),
- dokaz o ustreznosti poslovnega prostora (uporabno dovoljenje),
- potrdilo o stalnem prebivališču,
- pisno izjavo prosilca, da ne opravlja že kakšne druge dejavnosti,
- potrdilo o opravljenem izpitu iz varstva pri delu,
- zdravniško spričevalo,
- potrdilo o opravljenem tečaju iz higienskega minimuma (trgovina, gostinstvo),
- upravno takso.

2.4.2 Priglasitev na davčnem uradu

Opravi se na podlagi priglasitvenega lista, v katerega vpiše firmo in sedež ter priloži:

- odločbo o izpolnjevanju pogojev,
- overjene podpise oseb, pooblaščenih za zastopanje.

2.4.3 Pridobitev obrtnega dovoljenja

Le v primeru, če njegova dejavnost spada med obrtne ali obrti podobne dejavnosti (npr. mizar). Dovoljenja izdaja Obrtna zbornica.

2.4.4 Prednosti in slabosti s. p.:

(+) popolna svoboda poslovanja,

(-) podjetnik jamči **neomejeno** za dolgove podjetja (s celotnim osebnim premoženjem),

(-) kapitalska osnova je odvisna zgolj od njegove zmožnosti,

(-) zunanje financiranje možno le v omejenem obsegu.

Osnovne značilnosti gospodarskih družb so prikazane v spodnji tabeli:

	O S E B N E		K A P I T A L S K E	
	D. N. O	K. D.	D. O. O.	D. D.
Osnovni kapital	ni določen	ni določen	7.500 €	25.000 €
Število ustanoviteljev	najmanj 2	vsaj 1 komplementar vsaj 1 komanditist	od 1-50	vsaj 5
Jamstvo	Popolna odgovornost družbe in vseh družbenikov	- popolna odgovornost komplementarja, - odgovornost komanditista le v višini ustanovitvenega vložka	- družba neomejeno - vsak družbenik v višini osnovnega vložka	- družba neomejeno - vsak delničar z zneskom delnic
Obvezno sodelovanje v družbi	Vsak od družbenikov	- komplementar da , - komanditist ne ,	NE	NE
Organi upravljanja družbe	niso določeni	niso določeni	Skupščina družbe, nadzorni odbor	Skupščina družbe, nadzorni odbor
Obvezen vpis v sodni register	DA	DA	DA	DA
Vodstveni organ	direktor	direktor	direktor	uprava

Tabela 1: Gospodarske družbe

Med **osebne** gospodarske družbe uvrščamo:

- družbo z neomejeno odgovornostjo – **d. n. o.**
- komanditno družbo – **k. d.**

Osnovna značilnost: Družbeniki za obveznosti družbe odgovarjajo **neomejeno** (razen komanditista) in **solidarno**.

2.4.5 Družba z neomejeno odgovornostjo

Je družba **dveh ali več članov** (družbenikov), ki odgovarjajo za obveznosti družbe z **vsem svojim premoženjem**. Družba se ustanovi s pogodbo med družbeniki

2.4.6 Osnovne značilnosti:

- dva ali več družbenikov,
- družbeniki so odgovorni neomejeno in solidarno,
- vsi družbeniki imajo pravico in obveznost do opravljanja poslov družbe,
- s pogodbo o ustanovitvi se lahko omejijo pooblastila direktorja družbe,
- ustanovitveni vložki so lahko v delu, znanju, izkušnjah, denarju ali v stvareh oz. pravicah,
- če družbenik prodaja svoj delež, potrebuje soglasje vseh družbenikov, ki imajo predkupno pravico,
- firma mora vsebovati priimke vseh družbenikov, oz. vsaj enega z navedbo, da je družbenikov več.

Primer: Vrtnarstvo Zvonček, Kovač, Pirc in Horvat, d. n. o.

oz. Vrtnarstvo Zvonček, Kovač in ostali, d. n. o.

2.4.7 Prednosti in slabosti d. n. o.:

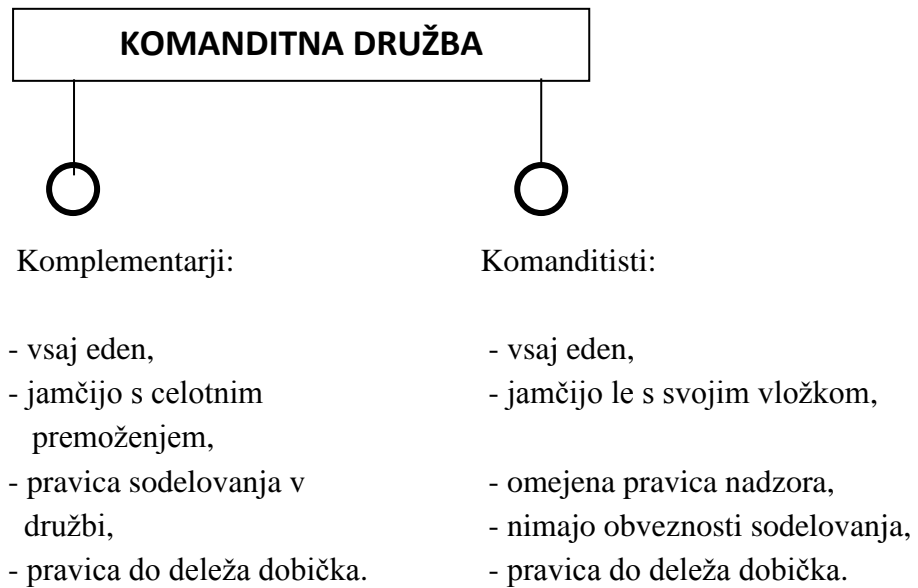
- (+) vsi družbeniki imajo pravico nadzora nad poslovanjem,
- (+) možni so dogovori o delitvi dela,
- (+) možnosti financiranja so večje kot pri s. p.,

- (-) osebna in solidarna odgovornost,
- (-) močna vezanost družbenikov na družbo.

2.4.8 Komanditna družba

Je družba, v kateri je del članov odgovoren za obveznosti družbe s celotnim premoženjem in opravlja posle družbe (komplementarji), del članov pa je odgovoren za obveznosti družbe le z vloženimi sredstvi (komanditisti).

2.4.9 Osnovne značilnosti



Firma družbe mora vsebovati priimek komplementarja, komanditist ni omenjen.

2.4.10 Prednosti in slabosti k. d.:

- (+) za komplementarja: na račun komanditistovega vložka se povečuje kapital družbe, ne da bi se delilo poslovanje,
- (+) za komanditista: udeležen na dobičku, vendar ni odgovoren s svojim premoženjem in mu ni treba sodelovati v poslovanju,

- (-) za komplementarja: odgovoren osebno in solidarno, močno vezan na družbo,
- (-) za komanditista: le omejeno lahko nadzoruje poslovanje družbe, v katero je vložil svoj kapital.

2.5 Kapitalske družbe

Med **kapitalske** družbe uvrščamo:

- družbo z omejeno odgovornostjo – **d. o. o.**
- delniško družbo – **d. d.**

Osnovna značilnost: Družbeniki za obveznosti družbe odgovarjajo samo **z vloženi sredstvi**.

2.5.1 Družba z omejeno odgovornostjo

Družba z omejeno odgovornostjo je družba, v kateri je vsak od družbenikov (vlagatelj) udeležen z določenim vložkom, družbeniki pa osebno ne jamčijo za dolgove in obveznosti družbe.

(1) Osnovne značilnosti:

- družba se ustanovi s **pogodbo o ustanovitvi družbe**,
- družbeniki so udeleženi z osnovnimi vložki (vrednost vložka najmanj 50 €),
- družbeniki niso osebno odgovorni,
- osnovni vložek je lahko v denarni ali stvarni obliki,
- osnovni kapital družbe mora znašati najmanj 7.500 €,
- družbeniki so lahko fizične ali pravne, tudi tuje,
- število družbenikov je lahko od 1-50,
- kdor vplača osnovni vložek pridobi člansko pravico v družbi, vplačan vložek pa predstavlja njegov poslovni delež,
- dobiček se deli v skladu z višino poslovnih deležev,
- družbo je potrebno vpisati v register gospodarskih družb pri pristojnem sodišču,
- status pravne osebe pridobi družba z vpisom v sodni register.

2.5.2 Prednosti in slabosti d. o. o.:

- (+) ni osebne jamstva, zato je to najbolj pogosta oblika gospodarske družbe,
- (+) družbenik(i) imajo veliko nadzorne pravice, pogosto sami sebe imenujejo za poslovodjo (direktorja družbe),
- (-) kreditna sposobnost je manjša kot pri delniški družbi,
- (-) družbenik težje proda poslovni delež kot delničar delnice v delniški družbi.

2.5.3 Organi družbe z omejeno odgovornostjo

Določa jih zakon in ustanovitveni akt družbe. Organi niso obvezni, odvisno od določil statuta družbe.

2.5.4 Delniška družba

(1) Osnovne značilnosti:

- ustanovi jo lahko ena ali več fizičnih ali pravnih oseb,
- je pravna oseba in jamči s svojim celotnim premoženjem,
- **osnovni kapital** družbe mora znašati najmanj **25.000 €**,
- minimalna nominalna vrednost **delnice** je **1 € ali večkratnik tega števila**,
- delničarji so lahko fizične ali pravne osebe,
- osnovni kapital se pridobi z izdajo in prodajo delnic (nominalna vrednost vseh delnic je enaka osnovnemu kapitalu),
- posamezni delničar jamči do višine svojega vložka (štev. delnic*nominalna vrednost delnice),
- objavljati mora letna poročila,
- je običajna in najbolj pogosta oblika za velika podjetja (to ni vedno pravilo – npr. TUŠ)
- družbo je potrebno vpisati v register gospodarskih družb pri pristojnem sodišču.

(2) Prednosti in slabosti d. d.:

(+) z udeležbo velikega števila delničarjev lahko pridemo do velikih kapitalskih sredstev,

(+) delnica je vedno prenosljiva (razen imenske delnice),

(-) ni dejanske povezave med delničarji in vodstvom družbe,

(-) pogosti so nasprotni interesi med delničarji (želijo velike dividende) in upravo (želi dobiček investirati),

(-) pravica nadzorstva je omejena.

(3) Pravice delničarjev

Delimo jih v 2 skupini:

- **premoženjske pravice:**

- udeležba na dobičku,
- pravica do likvidacijskega deleža v primeru prenehanja družbe,
- prednostna pravica do nakupa novih delnic.

- **članske pravice:**

- aktivna in pasivna volilna pravica v družbi (načelo 1 delnica 1 glas),
- pravica do nadziranja poslovanja,
- pravica do informacij glede poslovanja.

(4) Organi upravljanja in vodenja delniške družbe

- **Skupščina delničarjev:**

- sklicuje jo uprava, nadzorni odbor ali določeno število delničarjev,
- sklepa o spremembah kapitala, preoblikovanju in prenehanju družbe, delitvi dobička,
- potrebna večina za sprejem sklepa na podlagi glasovanja je določena z zakonom oz. statutom družbe,
- imenuje nadzorni odbor.

- **Nadzorni odbor:**

- imenuje in odpokliče upravo in nadzoruje vodenje poslov družbe,
- voli se za določeno dobo.

- **Uprava:**

- vodi posle, zastopa družbo,
- redno poroča nadzornemu odboru,
- sestavi letno poročilo in predlaga delitev dobička.

Vir: Zirstein, Sodobno gospodarstvo 3, str. od 70-83.

2.6 MLADI IN PODJETNIŠTVO

Podjetništvo mladih je dandanes zelo razširjeno in vse bolj moderno. Razlogi za to so lahko različni od osebnih razlogov, pa do sprememb v gospodarskem sistemu. Mladi se po končanih študijih ne zaposlujejo več na enak način kot nekoč. Opravljena raziskava v okviru diplomskega projekta je potrdila, da mladim velikokrat pri srcu leži bolj to, da ustvarijo nekaj svojega in da so pri svojem delu neodvisni; dolgočasno jim je vsak dan sedeti na enem in istem mestu ter vsak dan delati nekaj monotonega. Mladi danes radi raziskujejo ter odkrivajo nove stvari. Ustanovitev lastnega podjetja pa zahteva veliko mero odgovornosti, zagnanosti, vztrajnosti, prav tako zahteva določene finančne vložke in premagovanje ovir. Danes se mladi le težko odločijo za samostojno pot v podjetništvu ali za samo ustanovitev podjetja, kaj šele, da bi se odločili za ustanovitev socialnega podjetja, katerega ustvarjanje dobička ni glavni cilj opravljanja dejavnosti.

2.6.1 Odločitev za lastno na podjetniško pot

Pustiti redno službo in se podati na podjetniško pot se pogosto primerja z občutki, ki jih doživijo posamezniki ob prvem skoku s padalom z letala. Ob skoku sledi adrenalinski prosti pad, za tem pa neznanka – se bo padalo odprlo? Bo pristanek eleganten ali se bo zgodila katastrofa? Pred očmi se nam hkrati vrti nešteto vprašanj. Ta strašljivi skok opravijo le redki. A vendar, našli smo podjetnike, ki so si drznili zapustiti udobje redne zaposlitve in se podali na podjetniško pot. Seveda danes nihče od sogovornikov ne pogrēša redne zaposlitve. Tistim, danes objokujejo, da se niso v podjetništvo podali v zgornjih devetdesetih letih, kar se je izkazalo za primeren trenutek, sporočamo, da je danes denarja za podjetniške podvige na pretek. Med drugimi tudi državne subvencije, ki novim podjetniškim zamislim namenajo nekaj deset tisočakov. Opozarjamo, na kaj pri tem paziti. Ko pa se podamo na podjetniško pot ali pa že stojimo na njej, moramo pozornost posvečati tudi financam – tudi bančni stroški niso zanemarljivi, zato si preberite, kako si lahko kot samostojni in mikro podjetniki zmanjšate stroške bančnega poslovanja. Kot podjetniki smo tudi odgovorni za nepredvidljive situacije, ki se lahko zgodijo, zato ni odveč premisliti, katera tovrstna tveganja zavarovati, ker pa se mora vsak posameznik podjetnega duha ne glede na poklic) nenehno izobraževati, smo pripravili tudi vodnik o tem, kako postati bolj viden na Googlu.

(VIR: Moje finance, 11. november 2021, stran 29)

2.6.2 Mladi in denar

Mladi danes od delovnega mesta oziroma poklica pričakujejo več prožnosti in več prostega časa, kot so ga imele prejšnje generacije več prožnosti in več prostega časa, kot so ga imele prejšnje generacije. Veliko mi pomeni, da delo oziroma poklic ne pomeni bistva življenja, okoli katerega se vse vrti. Mladim se digitalno nomadstvo zdi izjemno privlačno - le koga nebi zamikale sanjske plaže, ko os pri nas sneg, dež, megla... Povprečna izmerjena starost digitalnega nomada je letos 32 let. Ni pa samo tako, kot kažejo posnetki na YouTubu. Nihče ne objavlja slik, ko je živčen, ko mu kaj ne gre, vsi objavljajo samo lepe stvari. Če nisi discipliniran, lahko hitro zabredeš in se preveč prepustiš užitkom. Imam prijatelje, ki so pozabili, da so prišli predvsem delat. Sicer pa digitalni nomadi delajo vse mogoče. Poznamo take, ki igrajo poker za denar in se s tem preživljajo, pa tudi osebe, ki vlagajo v delnice ali kriptovalute, vplivneže, pisce člankov, oblikovalce. Omejitev tako rekoč ni, če delaš za računalnikom in če to tvojemu delodajalcu ustreza oziroma si ti zadovoljen, da si samozaposlen.

(VIR: Moje finance, 11. november 2021, stran 73)

2.6.1 Problemi pri začetku razvoja podjetništva pri mladih v praksi

Na ravni Slovenije, kot tudi Evropske unije (EU), so bili v zadnjih letih, za potrebe zmanjšanja brezposelnosti med mladimi, sprejeti številni ukrepi, namenjeni spodbujanju podjetništva za mlade. V Sloveniji so bili sprejeti ukrepi v obliki sofinanciranja projektov in svetovanja mladim pri začetkih njihove podjetniške poti. Vendar se ti ukrepi v praksi ne uresničujejo v takšni obliki, kot bi bilo to potrebno. Ravno nasprotno, nekateri organi (zlasti inšpekcijski organi) postopajo na način, da mlado podjetništvo »zatrejo že v samem začetku«, še preden mladim svojo podjetniško idejo sploh uspe razviti in uresničiti do te mere, da jim omogoči preživetje.

Primer je mlada podjetnica, ki je pričela z opravljanjem gostinske dejavnosti, in sicer je od svojega prejšnjega delodajalca prevzela gostinski lokal, vključno z enim zaposlenim delavcem na delovnem mestu natakarja. Preden je pričela z opravljanjem samostojne gostinske dejavnosti v pravnoorganizacijski obliki samostojnega podjetnika (s.p.), se je pozanimala pri izpostavi AJ PES – točki Vem, katera dejanja mora za uspešno registracijo s.p. in zaposlitvijo oseb opraviti. V skladu s pridobljenimi informacijami je registrirala s.p. in od lastnika objekta na poslovnem naslovu, kjer se gostinski lokal nahaja, pridobila overjeno izjavo lastnika objekta, ki ji dovoljuje poslovanje na tem naslovu. Pred pričetkom opravljanja samostojne dejavnosti je z delavcem sklenila pogodbo o zaposlitvi in še isti dan skupaj z overjeno izjavo lastnika objekta, delavca želela prijaviti v obvezna socialna zavarovanja. Na točki eVem je pridobila informacijo, da delavce v obvezna socialna zavarovanja mogoče prijaviti le preko portala eVEM. Glede na to da je bila sama na začetku podjetniške poti, je za podajo prijave v obvezna socialna zavarovanja preko portala eVem pooblastila računovodski servis. Zaposleni na računovodskem servisu je še istega dne (v četrtek), ko je bila pogodba o zaposlitvi z delavcem podpisana, overjeno izjavo lastnika objekta, skupaj s pooblastilom, odnesel na najbližjo izpostavo AJ PES. Na izpostavi AJ PES so izjavo lastnika objekta sprejeli, odklonili pa so prevzem pooblastila računovodskemu servisu za izvedbo vpisov preko portala eVem z obrazložitvijo, da pooblastilo ni potrebno. Zaposleni na računovodskem servisu je nato pooblastilo odnesel še na drugo izpostavo AJ PES, kjer pa so pooblastilo izgubili. Podjetnica je zato naslednji dan (v petek) pooblastilo poslala direktno na sedež AJ PES. Vse dokler pooblastilo računovodskemu servisu v portal eVEM ni bilo vneseno, podjetnica delavca ni mogla prijaviti v obvezna socialna zavarovanja. Podjetnica je bila kljub temu, da delavca (brez svoje krivde) ni mogla prijaviti v obvezna socialna zavarovanja, primorana z naslednjim tednom pričeti z opravljanjem gostinske dejavnosti, saj bi v nasprotnem primeru imela gostinski lokal zaprt in tako že na začetku svoje podjetniške poti utrpela težko nadomestljivo poslovno škodo.

Ravno prvi dan pa je gostinski lokal obiskala mobilna enota Inšpektorata RS za delo, ki je preverjala, ali podjetnica spoštuje delovnopravne predpise. Ugotovil je, da podjetnica, kot to določa drugi odstavek 45. člena Zakona o matični evidenci zavarovancev in uživalcev pravic iz obveznega pokojninskega in invalidskega zavarovanja (ZMEPIZ-1), pred začetkom opravljanja dela delavca ni prijavila v obvezna socialna zavarovanja. Podjetnica ob inšpekcijskem pregledu v gostinskem lokalu ni bila navzoča, inšpekcija pa je zaposlenemu

izdala odločbo, s katero mu je prepovedala nadaljnje opravljanje dela. Podjetnica se je z zapisnikom o inšpekcijskem pregledu seznanila šele 14 dni kasneje, v tem vmesnem času pa je postalo pooblastilo, s katerim je računovodski servis pooblastila za vpise preko portal eVem, končno aktivno in še isti dan je bila opravljena tudi prijava delavca v obvezna socialna zavarovanja.

Inšpektorat je nato zaradi naknadno izvedene prijave, odločbo o prepovedi opravljanja dela delavca razveljavil. Takoj, ko se je podjetnica z zapisnikom o inšpekcijskem pregledu seznanila, je inšpekcijskemu organu posredovala dokazilo o prijavi delavca v obvezna socialna zavarovanja, vendar je inšpektorat kljub temu izdal odločbo, s katero je ugotovil kršitev prve alineje 5. člena Zakona o preprečevanju dela in zaposlovanja na črno (ZPDZC-1), ter podjetnici izrekel globo v višini 5.000,00 EUR in stroške postopka v znesku 500,00 EUR zgolj iz razloga, ker je delavec pričel z opravljanjem dela pred prijavo v obvezna socialna zavarovanja. V inšpekcijski odločbi organ sploh ni obrazložil, na podlagi katerih dejstev je prišel do zaključka, da je izrek globe upravičen, še manj pa, da bi sploh presojal okoliščine, zakaj delavec ni bil prijavljen v obvezna socialna zavarovanja. Nazadnje se v prekrških smiselno uporabljajo pravila Zakona o kazenskem postopku (ZKP), ki pozna dve obliki krivde in sicer naklep in malomarnost (8. člen ZP-1).

Inšpekcijski organ nobene od oblik krivde sploh ni ugotavljal, še manj pa svojo odločitev obrazložil, ampak je zgolj na podlagi dejstva, da delavec ni bil prijavljen v obvezna socialna zavarovanja arbitrarno odločil, da gre za kršitev prve alineje 5. člena ZPDZC-1 in podjetnici izrekel globo.

Inšpekcijski organ je podjetnici globo izrekel, ne da bi podjetnici omogočil dodatni rok, kot mu to omogoča 16. člen Zakona o inšpekciji dela (ZID-1), v katerem bi podjetnica lahko delavca prijavila v obvezna socialna zavarovanja. Vsekakor bi bilo navedeno podaljšanje roka v konkretni zadevi smiselno, saj podjetnica ni po svoji krivdi delavca prepozno prijavila v obvezna socialna zavarovanja, ampak iz razlogov, ki so bili zunaj njene sfere obvladovanja. Do prepozne prijave je prišlo zaradi nepravilnega in nepravočasnega postopanja izpostav AJPES. Nadalje pa bi inšpekcijski organ lahko tudi posegel po milejši obliki sankcije, ki mu je po ZID-1 na voljo, in sicer bi lahko glede na vse okoliščine podjetnici glede izrekel le opozorilo.

S prikazom zgornjega primera je prikazano, da je Slovenija kljub določenim ukrepom, ki jih je sprejela z namenom spodbujanja podjetništva mladih, še vedno zelo daleč od tega, da bi imeli njeni ukrepi vidne rezultate v resničnem življenju. Uspešen razvoj podjetništva pri mladih namreč zavirajo nezadostne informacije s strani pristojnih organov pri katerih se opravi registracija podjetniške dejavnosti ter togi in neživljenjski pristopi inšpekcijskih organov, ki v primeru kršitve delovnopravne oz. druge zakonodaje, do katerih največkrat pride prav zaradi nezadostnih informacij oz. neustreznega postopanja s strani pristojnih organov oz. nevednosti mladih podjetnikov, zgolj »slepo« sledijo črki zakona. Inšpekcijski organi bi morali v primerih kot je predstavljen pristopiti bolj »življenjsko« in pred sprejetjem odločitve o tem, kakšno sankcijo bodo izrekli, upoštevati vse okoliščine posameznega primera ter načelo sorazmernosti med težo kršitve in posledicami, ki bodo kršitelju zaradi izrečene

sankcije nastale. S takšnim pristopom bi lahko inšpekcijski organ pravilno ocenil, ali je izrek globe glede na težo kršitve sploh smiseln, in ali morebiti ni ustrežnejša kakšna (npr. v obliki opozorila) milejša oblika sankcije.

(VIR:<https://fegus.si/studije-in-razmisljanja/problemi-pri-zacetku-razvoja-podjetnistva-pri-mladih-v-praksi>)

2.6.2 Problemi mladih podjetnikov

Danes se mladi le stežka odločijo za samostojno pot v podjetništvu ali za samo ustanovitev podjetja, kaj šele, da bi se odločili za ustanovitev socialnega podjetja, katerega ustvarjanje dobička ni glavni cilj opravljanja dejavnosti. Temu v najzgodnejši fazi pripisujem pristopu v šolskem sistemu, ki stremi k standardiziranemu izobraževanju še za potrebe industrializacije. To obdobje je že davno mimo.

Uradne izobraževalne ustanove zatirajo kakršnokoli kreativnost ter razmišljanje izven okvirov, kaznujejo za napake. Te vrline pa so v podjetništvu več kot dobrodošle, če ne celo nujne. Napake so vedno prisotne in nebi smele odvzemati poguma, vztrajnosti in potrpežljivosti.

Tudi mentaliteta ljudi oz. splošno pričakovanje družbe je, da si posamezniki najdejo varno zaposlitev. Spremembe je potrebno uvajati že pri najmlajših in njihovih bližnjih

Drugi izziv pri ustanovitvi podjetij sta zakonodaja in visoki davki.

Za socialno podjetje ni niti predpisana statusna oblika, posledično ni nobenih davčnih olajšav ali drugih ugodnosti pri fiksnih stroških, ki bi jih lahko koristila socialna podjetja.

Glavni namen socialnih podjetij je zaposlovanje ljudi iz ranljivih skupin, poleg tega pa ustvarjanje dobička ni v ospredju, oz. se lahko deli največ 20% ustvarjenega dobička v tekočem letu, v katerega pa so vključeni vsi zaposleni.

Mnogi se že v pridobitnih dejavnostih utaplajo z vedno višjimi stroški dela, delavcev in plačevanjem davkov. Sploh v začetku podjetniške poti. To rešujejo z nižanjem plač, nezadovoljstvom delavcev, ki so prisiljeni živeti iz dneva v dan – izkoriščanjem – kar pa tudi sama ne vidim kot etično in družbeno odgovorno poslovanje, ki bi ga rada pripisala značilnostim socialnega podjetja.

Že v podjetništvu se nekateri komaj preživijo, sploh samostojni podjetniki kot prekarni delavci. Za socialno podjetništvo pa je potrebno še veliko več etike, poštenja in nesebičnosti.

Socialna podjetja si predstavljam kot podjetja, ki poslujejo etično, moralno in družbeno odgovorno, ter na ta način kar največ prispevajo k skupnosti.

2.7 PROBLEMATIKA PODJETNIŠTVA

To, da je podjetništvo res samo super, pravijo samo tisti, ki niso nikoli poskusili, je stavek enega izmed uspešnih svetovnih investitorjev. V resnici je to osamljeno, težko delo z veliko vsakodnevnega pritiska itn. Podjetništvo je samo za najmočnejše. Ne glede na to, kako trdo delate in koliko vseh pohval bi si zaslužili, v resnici poleg kakšnega nastopa na konferenci nihče zares ne da veliko na to, kaj počneš. V resnici je podjetništvo pravi mazohizem. Iskanje investitorjev je zahtevno. Stranke veliko težje plačajo račune, kot si v začetku predstavljamo. Novinarji so objavili članek, ki nam najbolj v prid. Denarja je na računu le še za nekaj mesecev. Zaposleni želijo na dopust. Vsak dan moraš iti domov z vsaj nekaj dvomov in strahov ter se zjutraj vrniti pokončno in močno. Po vsakem neuspešnem sestanku, in teh je mnogo, se je potrebno pobrati in čim prej z navdušenjem do naslednjega sestanka. Na poti srečate ogromno ljudi, ki dvomijo v vas.

2.7.1 Podjetništvo v korona času

Izbruh pandemije v začetku leta 2020 je povzročil globalne spremembe vsakdanjega življenja. Zaprtje javnega življenja z namenom preprečitve širjenja novega korona virusa je pustilo posledice na mnogih področjih. Razmere držav širnega sveta, ki so se zdele še tako oddaljene in nemogoče, so kmalu postale globalni problem. Zaprtju vseh nenujnih javnih dejavnosti je z vrhom pandemije sledilo zaprtje tudi mnogih gospodarskih dejavnosti. Razmere na trgu dela so se tako obrnile na glavo. Ko se je zdravstvena kriza razširila po vsem svetu, je ustvarila uničujoč kaos tudi v gospodarstvu in na drugih področjih.

Prvi primeri izbruha novega korona virusa so bili v azijskih državah potrjeni že ob koncu leta 2019, medtem ko je prvi primer okužbe Slovenijo pretresel 4. marca 2020. Do sredine marca so primeri okužb hitro naraščali, kar je narekovalo zaprtje javnega življenja, z namenom zaježitve širjenja zdravstvene krize. Ukrepi, ki so jih sprejele države, med njimi tudi Slovenija, so bili nujno potrebni za omilitev prenasičenosti zdravstvenega sektorja, kar pa je imelo negativen vpliv na poslovanje podjetij in na javno življenje.

Zdravstvena kriza je povzročila motnje pri poslovanju podjetij ravno v času, ko je večina slovenskih podjetij pripravila računovodske izkaze in letna poročila za konec poslovnega leta, na dan 31. decembra. Podjetja morajo v svojih poročilih razkriti vse pomembne dogodke, ki so se zgodili v tekočem poslovnem letu, in ki lahko pomembno vplivajo na poslovanje podjetja. Poleg dogodkov, ki vplivajo na poslovanje tekočega leta, pa so pomembni tudi dogodki, ki se zgodijo po koncu poslovnega leta. Določila za razkritje dogodkov po koncu poslovnega leta opredeljuje ZGD-1 v 70. členu. Podrobnejša določila v zvezi z dogodki po

koncu poslovnega leta pa so opredeljena v SRS 20 (Vrankar, COVID-19: Vpliv na letno poročilo 2019, 2020).

Podjetja morajo presoditi, kakšen učinek ima oziroma bo imela zdravstvena kriza na poslovanje, kakšna tveganja povzročata ter kako se bodo s tveganji soočala. Potrebno je preveriti, ali so pojasnila o dogodkih po koncu poslovnega leta v letnem poročilu ustrezna, poleg tega pa, ali je sistem upravljanja s tveganji ustrezen glede na nastalo situacijo. Pomembna je priprava letnega poročila in potrebnih pojasnil o vplivu zdravstvene krize glede na poslovanje organizacij v prihodnosti. V okviru tega morajo podjetja presoditi, ali gre za popravljalne ali nepopravljalne dogodke po koncu poslovnega leta. Dogodke po datumu bilance stanja morajo presojuditi tako podjetja, ki so zavezana k uporabi MSRP, kot tudi podjetja, ki za pripravo računovodskih izkazov in poročil uporabljajo SRS (Bajuk Mušič, Vpliv epidemije novega koronavirusa na razkritja dogodkov po datumu bilance stanja, 2020). SRS 20 opredeljuje dogodke po koncu poslovnega leta oziroma dogodke po datumu bilance stanja, ki morajo biti preračunani v skladu z dogodki, ki se zgodijo po datumu bilance stanja, če je iz teh dogodkov mogoče ugotoviti dodatne dokaze. Ti dokazi so lahko koristni pri ocenjevanju zneskov, ki na dan bilance stanja vplivajo na stanje sredstev in obveznosti ali pa prikazujejo, da postavka o časovni neomejenosti delovanja v zvezi s celotnim podjetjem ali njegovim delom ne drži. Dogodki po datumu bilance stanja, ki ne vplivajo na stanje sredstev in obveznosti, se ne preračunajo v bilanci stanja, se pa razkrijejo, če so tako pomembni, da bi lahko vplivali na ustrezne ocene in odločitve uporabnikov računovodskih izkazov. Prvi dogodki so popravljalni dogodki po datumu bilance stanja in vplivajo na računovodske izkaze predhodnega leta, slednji pa so nepopravljalni dogodki po datumu bilance stanja, ki na računovodske izkaze predhodnega leta nimajo vpliva (Slovenski inštitut za revizijo, 2016).

V času priprave računovodskih izkazov in poročil za leto 2019, morebitni vpliv zdravstvene krize podjetjem predstavlja nepopravljalni dogodek po datumu bilance stanja. V tem primeru podjetje takšen dogodek vključi v računovodsko poročilo za leto 2019 in predstavi oceno učinka na poslovanje v letu 2020. Drugače pa je pri podjetjih, ki poslovnega leta nimajo enakega koledarskemu letu. Za takšna podjetja lahko morebitni vpliv zdravstvene krize predstavlja popravljalni dogodek po datumu bilance stanja. V tem primeru imajo ti dogodki pomemben vpliv na sredstva in obveznosti, ki jih mora podjetje, za učinek zdravstvene krize, preračunavati (Bajuk Mušič, Vpliv epidemije novega koronavirusa na razkritja dogodkov po datumu bilance stanja, 2020).

Globalno se je zdravstvena kriza razširila v začetku leta 2020. V času priprave računovodskih izkazov in poročil za poslovno leto morajo podjetja razmišljati že o poslovnem letu, ki sledi. Na nekatera podjetja je lahko zdravstvena kriza vplivala že konec leta 2019, ko so se pojavile prve motnje pri poslovanju, predvsem z azijskimi državami, vendar je za večino predstavljala grožnje za poslovanje v letu 2020. Z uvajanjem vladnih ukrepov so bila podjetja primorana prilagoditi svoje poslovanje. Na podlagi tega, je potrebno predvideti tveganja in motnje, ki se lahko pojavijo pri poslovanju, vendar je le-to težko natančno opredeliti.

Poslovodstvo vsakega podjetja je moralo opisati pričakovanja glede posledic zdravstvene krize, ki lahko vplivajo na poslovanje podjetja. Predpostaviti so morali morebiten vpliv zaradi prekinitve poslovanja ob takojšnjem uveljavljanju vladnih ukrepov. Učinke le-tega pa je bilo

težko vrednostno oceniti, vendar jih je poslovodstvo vseeno moralo razkriti. Razkritja pa bi lahko bila predpostavljena za več možnih scenarijev prekinitev normalnega poslovanja in sicer: prekinitev ali omejitev izvajanja poslovne dejavnosti, ukrepi v zvezi z zaposlenimi in odpuščanja zaposlenih, ocenjevanje bodočih slabitev finančnih in nefinančnih sredstev, tveganja kršitev finančnih zavez iz kreditnih pogodb, sprožitve pogojev, ki bodo zahtevali poplačilo dolžniških ali drugih instrumentov, spremembe pri pogodbenih pogojih danih in prejetih posojil, morebitne motnje pri nabavi ter pri izpolnjevanju pogodb s kupci.⁷

2.8 VPLIV KRIZE NA POSLOVANJE PODJETIJ

Slovenska vlada je sprejela vrsto različnih ukrepov za zaježitev širjenja novega korona virusa. Tako je Svet za nacionalno varnost 9. marca 2020 sprejel prepoved javnih prireditev v zaprtih prostorih, za več kot 100 obiskovalcev. 10. marca 2020, je sledila začasna prekinitev letov v Slovenijo iz letališč na prizadetih območjih v Italiji, na Kitajskem, v Južni Koreji in Iranu. Zaradi hitrega širjenja okužb je Slovenija 12. marca 2020 uradno razglasila epidemijo, temu je posledično sledilo začasno zaprtje vrtcev in šol ter začasne prekinitve železniškega potniškega prometa med Slovenijo in Italijo. 15. marca 2020 pa je bil začasno ustavljen še celoten javni potniški promet. Temu je sledilo zaprtje večine javnih prostorov, kot so na primer turistične znamenitosti, muzeji, knjižnice, galerije, gostinski lokali, nastanitveni obrati in wellness centri. Odprte so ostale le trgovine z živili, lekarne, bencinske črpalke, banke, pošte in trafike. Konec marca 2020 je bilo v celoti prepovedano zbiranje na javnih mestih (Brezigar Masten in drugi, 2020, str. 8).

Res je, da se Slovenija z zdravstveno krizo ni spopadala sama, vendar je v primerjavi z večino evropskih držav precej majhna in šibka. Domača podjetja se na večjih tržiščih spopadajo z visoko konkurenco, kar pomeni, da so v času krize izpostavljena še večjim grožnjam pred prevlado konkurentov na trgu.

V času zaprtja javnega življenja so potrošniki odložili nakupe ne nujnih dobrin in vprašanje je bilo, če bodo nerealizirane nakupe teh dobrin kasneje realizirali. Kot posledica zaježitve zdravstvene krize z zaprtjem državnih meja, so bile prekinitve izvozno-uvoznih tokov. Zaradi tovrstnih prekinitev pa podjetja, ki so v času zdravstvene krize ostala odprta, niso mogla priti do vseh sredstev, ki so bila potrebna za njihovo normalno poslovanje. Zaradi povpraševanja po sredstvih znotraj posamezne države pa se je posledično zmanjševalo tudi tuje povpraševanje (P. Damijan, 2020).

2.8.1 Kako se spoprijeti z novimi izzivi poslovanja

Epidemija je postoterala probleme in težave, a to so lahko tudi priložnosti. Ne le epidemija, tudi čas po epidemiji bo zelo drugačen od ustaljenega življenja pred virusom. Zato je pomembno, da po začetnem stanju šoka premislite o dolgoročnih ukrepih in kako voditi

⁷ Povzeto po Vrankar, COVID-19: Vpliv na letno poročilo 2019, 2020.

podjetje v času korone. Že res, da so najbolj ranljiva majhna podjetja, a so tudi najbolj fleksibilna.

Nekatera podjetja so se na nove razmere hitro odzvala in učinkovito prilagodila. Če ne morejo priti do svojih uporabnikov po fizični poti, so se poslužili ali ustvarili druge, predvsem digitalne načine. Razmislite, kako lahko prilagodite svoje poslovanje in poti do uporabnika tudi vi, da bo funkcioniralo v spremenjenih razmerah. Nekatere od teh bodo prav gotovo trajale tudi potem, ko bo izolacije konec. Izkoristite lahko možnosti, kot so spletna prodaja, dostava na dom, spletno izobraževanje, webinarji, svetovanje po spletu in družbenih omrežjih. Vsaka kriza neusmiljeno razkrije pomanjkljivosti. Za mnoga podjetja je grda resnica predvsem ta, da nimajo finančnih rezerv. Za mikro, majhna in srednja podjetja je za tekoče poslovanje bolj kot dobiček pomemben stalen denarni tok.

Za ameriška majhna podjetja se je izkazalo, da so imela v času, ko so morala zaustaviti poslovanje, v povprečju finančnih sredstev le za 27 dni poslovanja in mnoga so bila do sprejetja vladnih ukrepov že pod vodo. Morda bo dobro vodilo, ki bo v prihodnje zagotovilo večjo stabilnost podjetja, da načrtuje denarne rezerve za 2 meseca poslovanja.

Medtem ko se ukrepi državne pomoči podjetjem že izvajajo, za marsikatero podjetje še vedno ostaja odprt problem, kako poplačati obveznosti. Kjer je mogoče, se dogovorite za prilagoditve: podaljšanje plačilnih rokov, znižanje cen, prilagoditev pogojev, prilagoditev ponudbe.

Tudi v naši zavarovalnici se poskušamo prilagoditi podjetjem. S svojim zastopnikom oziroma komercialistom preverite možnosti prilagoditve pogojev, ki so vam na voljo pri sklenjenih zavarovanjih. Če je denimo finančni pritisk prevelik in podjetje ni zmožno plačevanja premij kolektivnega pokojninskega zavarovanja, sklenjenih pri družbi Triglav Pokojnine, se lahko dogovorite za mirovanje plačevanja premij do obdobja dveh let. Ob izboljšanju situacije lahko podjetje ponovno vzpostavi vplačevanje. Možnost mirovanja obstaja tudi pri individualnem prostovoljnem dodatnem pokojninskem zavarovanju, sklenjenem pri Zavarovalnici Triglav.⁸

2.9 Družinska podjetja

V Sloveniji o tako velikih družinskih podjetjih seveda ne moremo govoriti. Kljub temu pa njihov delež v nacionalnem merilu ni zanemarljiv. Med družinskimi podjetji močno prevladujejo mala podjetja, čeprav tudi med tako zelo opevanimi gazelami, ki so že preskočila v razred srednjih podjetij, najdemo družinske firme.

Da so pri nas družinska podjetja razmeroma močno zastopana, sta kar vsaj dva razloga. V Sloveniji je bila kljub socialistični ureditvi dovoljena neka oblika zasebne podjetniške dejavnosti (obrt). V njej so nekateri, podjetnejši, dosegli tudi lepo rast. Večina ustanoviteljev, ki so odprli obrt med prvimi, je danes že v letih, ko razmišljajo o upokojitvi, in vodilni

⁸ Povzeto po <https://www.triglavtek.si/Vsebovredu/home/posel/kako-voditi-podjetje-v-casu-koronavirusa>, dostop 22. 2. 2022.

položaj v podjetju bodo prevzeli njihovi nasledniki. Drugi razlog pa je, da tudi novo nastajajoča podjetja v prvi fazi rasti (zaradi dragega zaposlovanja in vprašanja zaupanja, ki je pri Slovencih zelo pogosto) računajo predvsem na pomoč družinskih članov.

2.9.1 Kaj sploh je družinsko podjetje?

Preden pogledamo, kaj družinska podjetja razlikuje od drugih, si pogledjmo, kaj družinsko podjetje sploh je. Definicije so se v zgodovini raziskovanja tega področja razvijale v treh stopnjah. Začnemo lahko z ugotovitvijo, da v družinskem podjetju delajo predvsem družinski člani. Ker je družinskih članov le redko na voljo nekaj sto, je jasno, da so avtorji definicije imeli v mislih predvsem mala podjetja, tako imenovane miši (na primer gostilne, lokalne trgovine, kmetije). Naslednja stopnja definicij je že predvidela večja podjetja, saj je skupni imenovalac upravljanje (management) podjetja, ki je večinoma v rokah družinskih članov. V zadnjem sklopu definicij pa že lahko govorimo o razpršenem lastništvu, saj te definicije predvidevajo, da je večinski delež podjetja v rokah družinskih članov, ki so pogosto iz več generacij.

2.9.2 Prednosti in slabosti družinskih podjetij

Samo po sebi se vsiljuje vprašanje, zakaj sploh razpravljati o družinskem podjetju. Podatki iz razvitih ekonomij kažejo, da so družinska podjetja ne le zelo pogosta, ampak tudi izredno pomembna za vsako nacionalno gospodarstvo, saj prispevajo velike deleže zaposlenih in nacionalnega prihodka. Družinska podjetja so kombinacija dveh nezdružljivih sistemov: racionalnega poslovnega in emocionalnega družinskega. Optimalna mešanica obeh zagotavlja družinskemu podjetju premoč, ki je druga podjetja ne morejo doseči, čeprav je tudi res, da je preveliko prekrivanje obeh sistemov za družinsko podjetje lahko usodno. Statistike tako ugotavljajo, da so ta podjetja zelo ranljiva, predvsem ko se soočijo s prenosom upravljanja in lastništva iz ene generacije v drugo. Prehod iz prve generacije v drugo preživi samo ena tretjina družinskih podjetij, iz druge v tretjo pa celo le ena sedmina. Kaj je razlog za takšno statistiko? Razlogov je pravzaprav več, omeniti pa velja predvsem različne interese, ki jih imajo vpleteni družinski člani po odhodu (upokojitev, bolezen) ustanovitelja oziroma generacije na oblasti.

Iz vsega povedanega lahko sklepamo, da imajo družinska podjetja pred drugimi vrsto prednosti pa tudi slabosti. Med prednostmi družinskega podjetništva raziskovalci odkrivajo predvsem: predanost poslu in družini, prenašanje znanja iz roda v rod, fleksibilnost v času, delu in denarju, dolgoročno razmišljanje, stabilno kulturo, hitro sprejemanje odločitev ter zanesljivost in ponos. Družinski člani pridejo na pomoč, ko je treba delati pozno v noč, da bi izpolnili nujno naročilo kupca. Potrebi se odzovejo brez mučnih vprašanj, kdo bo plačal

nadure in potne stroške, saj gre pri vsem skupaj za "našo stvar". Tudi če na plačilni dan na računu ni dovolj denarja, so navadno družinski člani tisti, ki nekaj dni potrpijo.

Vendar pa je družinsko podjetje ranljivo zaradi vrste slabosti, kot so: togost, zastarelo upravljanje poslovnih izzivov (modernizacija zastarelih metod vodenja, upravljanje tranzicije, pridobivanje kapitala), nasledstvo, čustveni vplivi na poslovanje ter problem voditeljstva in legitimnosti (če je naslednikov ustanovitelja več, ni jasno, kdo je zares glavni).⁹

2.9.3 Problematika prenosa lastništva na naslednjo generacijo v družinskih podjetjih

Nasledstvo pomeni pravico za pridobitev nekega položaja oz. funkcije neposredno po nekom drugem in je posledica neposredne vpletenosti družine v podjetje. Po vzpostavitvi podjetja in uspešni rasti, predstavlja nasledstvo kritično točko za podjetje in družino oz. odločilno fazo v življenjskem ciklu podjetja. V družinskih podjetjih je prenos vodstva in lastništva vedno zelo čustveno obarvan, saj so vanj po navadi vpleteni družinski člani. Torej je vprašanje nasledstva v družinskih podjetjih vedno zapleteno, saj v veliki meri vključuje ljudi in povzroči številne spremembe v družinskem podjetju. Znova se morajo vzpostaviti družinski odnosi, strukture menedžmenta in lastništva. Zato prenos podjetja ni samo manjša sprememba, ampak za podjetje pomeni revolucijo, v kateri mladi ljudje spremenijo kulturo podjetja, prinašajo nove ideje o delovanju, poslovanju in vodenju podjetja. (Duh 2003,62) Uspešen prenos družinskega podjetja je ključen, saj je v družinskih podjetjih eden največjih interesov dolgoročna materialna varnost podjetja, družinskih članov in ostalih zaposlenih. Vendar pa večina preučevalcev opredeljuje nasledstvo kot največji problem, s katerim se soočajo družinska podjetja in ki ga uspešno opravi manj kot tretjina podjetij, prehod v tretjo generacijo pa je še veliko nižji, okoli 13 %. Razloge za to lahko iščemo v možnostih, da ni naslednika ali da ni naslednika, ki bi imel željo za prevzem, možno je tudi, da je naslednikov več in ni jasno, kdo naj bi prevzel nasledstvo ... Izbira naslednika je za ustanovitelja verjetno najtežja odločitev v njegovi karieri. Kljub vselej enakopravnemu odnosu do vseh svojih otrok, se mora takrat odločiti, kdo naj bi prevzel podjetje. Dilema je še posebej velika, če ima več otrok kvalifikacije in ambicije za prevzem podjetja. Poleg tega vprašanje nasledstva pogosto sproži šele podjetnikova upokojitev. Številni ustanovitelji namreč močno podcenjujejo izziv prenosa podjetja na naslednjo generacijo. Podjetje želijo voditi do zadnjih moči, namesto da bi že nekaj let pred upokojitvijo pričeli pripravljati naslednika na prevzem. Strokovnjaki ocenjujejo, da traja obdobje priprav na menjavo v lastništvu in vodenju podjetja od pet do deset let. Če pa priprave in planiranje vključujejo tudi izobraževanje naslednika, pa je obdobje lahko še daljše. Lastniki se pogosto izogibajo mislim o svoji minljivosti in zato načrtovanja prihodnosti podjetja in njegovega nasledstva ne jemljejo dovolj resno. V Sloveniji imamo s prenosom družinskih podjetij na naslednjo generacijo bolj malo izkušenj, saj več kot tri četrtine družinskih podjetij še vedno vodijo ustanovitelji. Rezultati raziskave Duh in Tominc

⁹ Povzeto po <https://www.druzinskopodjetnistvo.si/clanki/druzinska-podjetja-5a995fccbebe220a0cafa522>, dostop 25. 2. 2022.

(2006) so pokazali, da je kar 84,7 % vseh družinskih podjetij v Sloveniji še vedno v lasti prve generacije družinskih lastnikov. Delež družinskih podjetij v drugi generaciji lastnikov je mnogo nižji, le 14 %. To ni presenetljivo, saj je večina družinskih podjetij v Sloveniji nastala v zgodnjih devetdesetih letih prejšnjega stoletja, ko so se zakonsko odprle možnosti za ustanovitev zasebnih podjetij. Primerjava z drugimi državami, kjer tradicija podjetništva in zasebne lastnine ni bila prekinjena, pa kažejo mnogo nižji delež družinskih podjetij v rokah prve generacije, npr. v Nemčiji le 39 %. Tako je v Nemčiji mnogo družinskih podjetij že v četrti ali kasnejših generacijah.¹⁰

3 PREDSTAVITEV IN INTERVJUJI Z USPEŠNIMI PODJETNIKI EKONOMSKE ŠOLE CELJE

3.1 PODJETJE JAGER

Trgovine Jager beležijo začetek poslovanja poleti leta 1989, ko sta Franc in Marija Jager odprla prvo trgovino Jager v Tržišču v Rogaški Slatini. Vse od začetka je bila v poslovanje podjetja vpeta vsa družina. Iz prvotno majhnega podjetja je v 30-ih letih zraslo veliko slovensko družinsko trgovsko podjetje Jagros, d. o. o.; prepoznavno pod imenom Trgovine Jager.

O PODJETJU:

Glavna dejavnost je maloprodaja živil, tehnike in tekstila. Leta 1989 so pričeli poslovati s štirimi zaposlenimi, danes pa njihov kolektiv šteje preko 800 zaposlenih. Podjetje uspešno posluje že od samega pričetka in je vseskozi zavezano k spoštovanju poslovnosti in se prednostno oskrbuje v lokalnem okolju. Danes podjetje vodijo trije bratje, Aleš, Boštjan in Miha Jager, v podjetju že aktivni predstavniki tretje generacije družine.

Trgovine Jager so pri potrošnikih prepoznane po kakovostnih izdelkih, nizkih cenah ter usposobljenih in prijaznih prodajalcih. V podjetju se zavedajo, da so zaposleni ključ do njihovega uspeha, zato jim nudijo prijazno, varno in stabilno delovno okolje. Želijo si, da bi se njihovi sodelavci dobro počutili v njihovi organizaciji, da opravljajo svoje delo z ljubeznijo in gojijo pozitiven odnos do potrošnikov. To so razlogi, ki jih vodijo k spodbujanju osebne in strokovne rasti vsakega zaposlenega.

Z uspešnim poslovanjem in plačilno disciplino utrjujejo dobre poslovne odnose z dobavitelji ter zagotavljajo ugodne nabavne pogoje ter enostavno in hitro logistiko. To se na njihovih policah odraža v nizkih prodajnih cenah.

Nizke cene, kakovostno opravljene storitve ter prijazen, usposobljen kader, nedvomno pripomorejo k pridobivanju zaupanja njihovih kupcev, ki jih navkljub visoki konkurenci na maloprodajnem trgu zvesto obiskujejo.

¹⁰ Povzeto po <https://www.knjiznica-celje.si/raziskovalne/4201604202.pdf>, dostop 23. 2. 2022.

Na prodajnih policah želijo prednostno ponujati blago slovenskih proizvajalcev; z mnogimi med njimi so v treh desetletjih stkali prave partnerske in prijateljske odnose.

Živijo v času globalnih sprememb. Vsako konkurenco sprejmejo kot izziv. Nепrestano se trudijo izboljševati kakovost njihovih storitev ter vzdrževati široko ponudbo po ugodnih cenah.

Izkoriščajo prednost, za slovenske razmere, velikega podjetja na globalnem področju pa majhnega, ki se lažje in hitreje prilagaja zahtevam svojih potrošnikov.

Prihodnost strateško načrtujejo. So finančno stabilni in nezadolženi. Njihova moč temelji na izkušnjah dveh generacij in globoko zasidrani volji po uspehu in jasnih vizijah za prihodnost.



Slika 1: Lastniki podjetja Jager

Vir: <https://www.trgovinejager.com/O-podjetju/>

3.1.1 Podjetniški dogodek z Boštjanom Jagrom

V sredo, 23. 2. 2022, smo avtorji raziskovalne naloge Nea Žolgar, Mark Ribič, Denis Štiglic in Urh Jagodič skupaj s profesorico Andrejo Tanšek organizirali podjetniško zoom uro s podjetnikom Boštjanom Jagrom.

Eden najuspešnejših podjetnikov v Sloveniji je z nami delil praktično znanje s področja trženja in podjetništva. Dijaki smo bili nad uro navdušeni, saj je bila zelo zanimiva in obogatena s praktičnimi primeri, ki prispevajo, da dijaki lažje razumemo in usvajamo snov s področja trženja.



Slika 3: Podjetniški dogodek s podjetnikom Boštjanom Jagrom



Slika 2: Dijaki 2.b razreda

Vir: lasten



Slika 4: Mentorica raziskovalne naloge Andreja Tanšek

VIR: lasten



Slika 5: Sodelovanje raziskovalcev v humanitarnem projektu Vesele nogice

Vir: Tatjana Cvirn, urednica Novega tednika

3.1.2 INTERVJU S PODJETNIKOM BOŠTJANOM JAGROM

1. Kje ste dobili navdih za začetek podjetniške kariere?

S podjetništvom se naša družina ukvarja že desetletja, pričelo pa se je, ko sta oče in mati odprla prvo trgovino v Rogaški Slatini pred 33-imi leti. Že od pričetka poslovanja je bila v delo podjetja vpeta vsa družina, prej pa smo se aktivno ukvarjali predvsem s kmetijstvom, oče in mati pa sta bila oba poslovodje v takratnih državnih podjetjih.

2. Kakšne cilje ste imeli na začetku in kako so se spreminjali skozi čas?

V začetni fazi našega podjetja je bil cilj predvsem »preživeti«, zaslužiti dovolj, da so bili računom pravočasno plačani, plač si v začetku skoraj nista izplačevala, še denar, ki smo ga kot družina zaslužili s kmetijstvom, smo vložili v podjetje.

3. S kakšnimi težavami ste se srečevali ob začetku ustanovitve podjetja Jager?

Izzivov ob začetku je bilo veliko, od tega, da smo bili »novi« na trgu in smo si morali izboriti zaupanje, do tega, da smo morali biti tudi z zelo majhnimi nabavnimi količinami biti konkurenčni že uveljavljenim podjetjem na trgu. Poseben izziv je bil tudi, da smo morali v okviru družine prevzeti vse naloge, ki jih mora izvajati podjetje, od nabave, prodaje, logistike, računovodenja, financ, marketinga, torej vse funkcije.

4. Ali ste ob začetku ustanovitve potrebovali pomoč drugih?

Pomoč bi seveda bila dobrodošla, a je ni bilo kje dobiti. Prepuščeni smo bili sami sebi.

5. Kdaj ste se začeli širiti in zakaj?

Po 3-eh letih poslovanja smo odprli drugo poslovalnico v manjšem kraju Kostrivnica, kjer poslujemo še danes.

Podjetništvo je posebna oblika življenja, ki te nekako »tišči« naprej in poti nazaj načeloma ni. Za širitev obsega dejavnosti se odločiš v želji po rasti, izboljšanju poslovanja in želji po samodokazovanju.

6. Na katere nabavne trge ste se obrnili in na katerih regijah ste najbolj prisotni?

Ob pričetku poslovanja so bili nabavni trgi predvsem lokalni, največ se je nabavljalo od »veletrgovcev«, kasneje pa smo skušali nabavne vire izboljševati, da so le-ti čim bolj direktni, brez posrednikov, danes pa imamo veliko lokalnih dobaviteljev ter tudi globalnih iz celega sveta iz različnih celin.

7. Ali želite imeti svojo trgovino širiti tudi v tujino?

Kratkoročno ne planiramo širitve v tujino, imamo v Sloveniji še dovolj prostora za širitev, dolgoročno pa širitve v tujino ne izključujemo.

8. Kako se vas je dotaknila gospodarska kriza v času korone?

V času Kovid ukrepov je poslovanje zelo stresno, saj je treba vseskozi spremljati izjemno spremenljive okoliščine, ki jih narekujejo ukrepi in spremenjene nakupne navade potrošnikov. Kot agilno podjetje, smo se v tem obdobju zelo dobro izkazali in poslovali celo bolje kot pred pandemijo.

9. Kako je bilo s finančnimi sredstvi za širitev?

Danes nimamo težav s pridobivanjem sredstev za širitve, a jih dejansko ne rabimo, našo širitev, ki je zmerna, financiramo predvsem z lastnimi sredstvi in smo nezadolženo podjetje. Ob pričetku poslovanja, ko bi sredstva potrebovali, pa temu ni bilo tako, posluha bank takrat ni bilo, sploh ne v prvih 5-ih letih poslovanja.

10. Kakšne načrte imate za podjetje v prihodnosti?

Cilj je, da se podjetje razvija v svoji dejavnosti, izkoristi priložnosti na trgu in zagotavlja kakovostno in cenovno dostopno oskrbo potrošnika z dobrinami.

11. Kaj vam je podjetništvo osebno prineslo najbolj dragocenega?

Enozvočnega odgovora na to vprašanja ni. Podjetništvo je način življenja, ki ima svoje prednosti in svoje izzive. Če uživaš v tem delu, te osebno izpopolnjuje.

12. Če bi bili spet na začetku, bi šli ponovno v ta posel, na enak način, ali bi kaj spremenili, zakaj?

Da, verjetno bi, so pa načini za vstop na trg v različnih obdobjih različni.

13. Ste dosegli svoje cilje?

Zastavljene cilje večinoma dosegamo oz. presehamo, že skoraj desetletje naš obseg poslovanja raste z več kot 10 % stopnjo.



Slika 6: Podatki o zaposlenih, prihodku in dobičku v podjetju Jager

VIR: Podjetje Jager

14. Kaj bi šteli med nagrade, tveganje in nujne izbire?

Neke vrste nagrada je, da ko se ozreš nazaj in pogledaš prehojeno pot, ti le-ta daje občutek zadovoljstva. Dober občutek je tudi, ko vidiš, da imaš v kolektivu večinoma zadovoljne in pozitivne ljudi, ki soustvarjajo uspešno zgodbo. Tveganja so na dnevni ravni, a jih obvladujemo z razumnimi, premišljenimi odločitvami.

15. Na kakšen način vaše podjetje povečuje prodajo?

Prodajo pospešujemo na različne načine, predvsem pa:

- pospeševanje prodaje skozi akcijske aktivnosti (časovno omejeno znižanje cene določenega izdelka);
- marketinške aktivnosti (oglaševanje skozi tiskane medije in reklamni letak, radio, televizijo, digitalne kanale: FB, ITG, Tik Tok, You tube ...);
- promocija skozi spletno stran www.trgovinejager.com;
- skrb za dober ugled podjetja skozi družbeno odgovorno poslovanje in z visokim posluhom za sodelovanje z lokalnim okoljem.

15. Kakšno je vaše sporočilo mladim za uspešno podjetniško pot?

Naj vam ne bo žal za odločitve, ki ste jih sprejeli in da se z vztrajnostjo, pogumom in vizijo lahko daleč pride

3.2 INTERVJU S PODJETNIKOM PETROM LAPORNIKOM

Peter Lapornik je zanimiva kozjanska zgodba o uspehu. 62-letni komercialni tehnik, doma iz okolice Lesičnega, ki je naredil eno najbolj uspešnih poslovnih karier v Sloveniji. Pred 30-imi leti je ustanovil podjetje Kemoplast, ki se ukvarja s prodajo in vgradnjo talnih oblog. Peter Lapornik je začel skoraj dobesedno v garaži družinske hiše v Bezovju pri Šentjurju, danes pa ima družinsko podjetje več milijonov evrov prometa, zaposluje 51 ljudi in opremlja največje objekte, tako javne kot poslovne.

Ponosni smo, da je bil dijak naše šole in smo ga tik pred pandemijo gostili na naši šoli. Zastavili smo nekaj vprašanj na temo podjetništva in kako se je soočal in prilagajal težkim Kovid razmeram.

1. Od kod vam ideja za lastno podjetniško pot in zamisel za ime ter slogan podjetja?

12 let sem bil zaposlen v trgovskem podjetju Sloga Zagreb, kjer sem bil komercialni predstavnik za področje Slovenije. Sloga je bila takrat eno od vodilnih podjetij v Jugoslaviji, ki je imela razvito svojo trgovsko mrežo na celotnem področju. Trgovsko podjetje Sloga je v tistem času oskrbovala z različnimi vrstami talnih oblog, barvami in laki, največje trgovine širom Jugoslavije. Ker so se zaradi političnih razmer v Jugoslaviji začele zadeve spreminjati in se je Slovenija pripravljala na odcepitev, sem vedel, da bo tudi glede poslovanja prišlo do težav, istočasno pa se je v Sloveniji tudi odpirala možnost registracije zasebnih podjetij, zato sem začel delovati v tej smeri in najprej registriral firmo ter potem postopoma začel s poslovanjem v enaki blagovni skupini.

Slogan podjetja Kemoplast je nastal čisto naključno, saj je nekako program, s katerim sem želel poslovati, obsegal prav tako razne vrste talnih oblog, barve in lake, zato mi je to ime najbolj sovpadalo z dejavnostjo.

2. Od kod vam ideja za lastno podjetniško pot in zamisel za ime ter slogan podjetja?

Najprej je bilo potrebno po domače povedano veliko »korajže«, da sem se sploh odločil za to pot, saj sem imel takrat dobro zaposlitev. Potrebna so bila tudi lastna sredstva za začetek, veliko poguma in iznajdljivosti, da so lahko stvari stekle. Znanja je bilo dovolj, saj sem imel že 12-letne izkušnje, ki sem jih dobro izkoristil. Izkoristil pa sem tudi vsa poznanstva na področju Slovenije, saj sem nadaljeval poslovanje z istimi podjetji.

3. Kako ste pridobili zaupanje potrošnikov?

Zaupanje potrošnikov smo si hitro pridobili, saj so bili takrat nenavadni časi, ne moremo jih primerjati z današnjimi. V tistem obdobju je bilo veliko pomanjkanje blaga v teh blagovnih skupinah, zaradi razmer v Jugoslaviji so se pretrgale dobave, saj je bilo v bivši Jugoslaviji veliko podjetij, ki so proizvajala razne vrste talnih oblog (tekstilne talne obloge, PVC talne obloge, preproge in druge). Določeni proizvajalci so postopoma zašli v težave in propadali, zato se je bilo potrebno obrniti k drugim državam iz Evrope, ki so imele sorodni program.

4. V kolikšnem času vas je javnost prepoznala?

Javnost nas je hitro prepoznala, glede na to, da smo takrat hitro poskrbeli in nadomestili pomanjkanje blaga v teh blagovnih skupinah in pričeli z uvozom raznega programa talnih oblog. Tu smo imeli prednost, saj smo lahko hitro ukrepali in poskrbeli za oskrbo, medtem ko so državna konkurenčna podjetja stagnirala, zato smo izkoristili to priložnost in se hitro povzpeli med vodilne ponudnike tovrstnega blaga.

5. Katere ukrepe upoštevate glede onesnaževanja okolja?

Z obzirom, da nismo proizvodno podjetje, v podjetju nastaja zelo malo odpadkov, ki jih ustrezno ločujemo in poskrbimo za pravilno nadaljno obdelavo skladno z zakonodajo. Prav tako skrbimo, da upoštevamo vse predpise s področja Varovanja okolja.

6. Kje in kako oglašujete vaše podjetje?

Pri oglaševanju se poslužujemo predvsem radijskega oglaševanja in oglaševanja v raznih tiskanih medijih. Za svojo prepoznavnost pa skrbimo tudi na način, da se vsaj enkrat letno udeležimo sejma Dom Ljubljana ali MOS Celje. V zadnjih letih se vedno več poslužujemo oglaševanja preko družabnih omrežij in spletne strani podjetja. Dodatno v manjšem obsegu pa oglašujemo še na mestih, kjer se nam v določenem trenutku zdi, da bi lahko prinesla dodaten učinek.

7. Poznani ste kot velik ljubitelj in dolgoletni sponzor šentjurske košarke, ki ste jo v najbolj kriznih časih povzdignili v državne prvake. Katere lastnosti, ki ste jih krepili s košarko, so vam posebej prav prišle v podjetništvu?

Ja, res je, da sem velik ljubitelj športa, predvsem košarke, zato je bilo podjetje Kemoplast v obdobjih med leti 1995 in 2010 generalni sponzor, pozneje se nam je pridružil še takratni Alpos in skupaj nam je uspelo klub pripeljati iz najnižje do Prve slovenske košarkarske lige, v kateri uspešno nastopa že desetletje, toda v zadnjih letih to skrb prevzemajo druga podjetja in sponzorji, mi pa sodelujemo le še kot manjši sponzor.

Šport in podjetništvo sta povezana, in seveda, če ti je šport ljub, zagotovo moraš nekje pomagati v svojem kraju, se vključevati, in to je bila vizija, da smo bili pri košarki, saj konec koncev sta bila tudi oba moja sinova košarkarja Košarkarskega kluba Šentjur. Sin Luka pa je naredil celo korak naprej in potem nadaljeval ter še nadaljuje kariero v višjih klubih, medtem je tudi igral v velikem Evropskem klubu Juventut Španija in Steaua Romunija. Zadnje obdobje pa je član Krke Novo mesto. Nekajkrat je tudi nastopil za slovensko člansko reprezentanco.

8. Pred leti ste bili poleg podjetja Jager in ministra za gospodarstvo Zdravka Počivalška uvrščeni med 50 najuspešnejših podjetnikov Kozjanskega in Obsotelja. Ste imeli v podjetju tudi krize in kaj vam ta laskava uvrstitev pomeni?

Seveda je vsak vesel, če se pojavi nekje in da ve, da spada med uspešna podjetja in da uspešno poslovanje opazijo tudi drugi, saj se to kaže tudi pri rezultatih samega podjetja. V podjetju smo imeli kar nekaj kriz, predvsem med leti 2008 in 2013, saj so številna, predvsem gradbena podjetja, s katerimi smo poslovali, prišla do prisilnih poravnav in stečajev, zato smo izgubili velika sredstva, kar je zamajalo tudi naše poslovanje. Posledično smo bili primorani sami najemati posojila, da smo se izvlekli iz zelo težke in nezavidljive situacije. K sreči nam je uspelo prebroditi to obdobje, zato smo v nadaljnjem poslovanju bolj previdno sklepali posle in preverjali, kdo so zaupanja vredni poslovni partnerji, s katerimi bi naj poslovali.

9. Sodelujete z mnogimi tujimi državami, kot so: Nemčija, Nizozemska, Belgija, na novo ste sodelovanje razširili celo na Južno Korejo. Katero državo bi posebej izpostavili v visoki poslovni kulturi in spodbudni podjetniški zakonodaji?

Sodelujemo z vodilnimi in uveljavljenimi proizvajalci talnih oblog v Evropi in drugod po svetu. Vsekakor pa bi izpostavil poslovanje Zahodnoevropskih podjetij (Nemčija, Belgija, Nizozemska), kjer velja visok nivo poslovne kulture. To so tudi podjetja, na katera se lahko vedno zanesesh, da bodo sklenjeni dogovori pripeljani do konca. Poslovna kultura se pa iz leta v leto izboljšuje tudi pri drugih.

10. Kakšna je vaša vizija podjetja v prihodnosti?

Vizija za prihodnost je ostati med vodilnimi podjetji v naši dejavnosti in s svojo ponudbo biti v vsakem času v ospredju, kajti le na ta način lahko obdržimo trg, svoje potrošnike, saj vemo, da so njihove zahteve vedno večje. Seveda pa bo potrebno nenehno posodabljati tudi svojo maloprodajno mrežo, ki obsega trenutno 11 razstavno-prodajnih salonov širom Slovenije.

11. Koliko let je preteklo od takrat, ko ste sedeli v šolskih klopih naše šole, nekoč šole za trgovsko dejavnost?

Še vedno so sveži spomini na obdobje, ko sem se sam izobraževal v vaši ustanovi. Vem, da sem bil dijak, ki ni bil med tistimi pravdobrimi in odličnimi, vedno sem se moral boriti za dobre ocene. Prepričan sem, da sem se naučil vse, kar je bilo potrebno, in na koncu tudi uspešno zaključil šolanje. Šolo sem obiskoval pred skoraj 50-imi leti in bil takrat prva generacija, ki je vstopila v novozgrajeno Srednjo trgovsko šolo.

12. Kakšne spomine imate na našo šolo? Se je v šolah od takrat veliko spremenilo?

Na šolo imam lepe spomine, vem, da smo takrat imeli dobre profesorje, vem, da jih imate tudi danes, od katerih smo pridobili veliko znanja, ki smo ga pozneje s pridom uporabili v praksi. Še posebej bi tu izpostavil profesor Rebevšek Ludvika, ki je predaval Organizacijo dela in je bil tudi ravnatelj. Od nas je zahteval, da smo res popolno osvojili znanja. Seveda pa smo sedaj v drugih časih, ko prevladujejo drugačne oblike izobraževanja in verjamem, da tisti, ki želijo osvojiti znanja, jih lahko, in na ta način uspejo ter napredujejo.

13. Se vam zdi sodelovanje šol z gospodarstvom pomembno in na katerih področjih vidite možnosti povezovanja z njimi?

Vsekakor je povezovanje šole in gospodarstva zelo pomembno, saj je konec koncev vsa znanja, ki se osvojijo v času samega šolanja, potrebno potem ob prehodu v gospodarstvo nadgraditi. Prepričan sem, da se bodo tisti, ki bodo uspešno zaključili svoje izobraževanje s svojim zalaganjem, dobro znašli v novih situacijah, kjer bodo imeli tudi priložnosti za napredovanje in doseganja ciljev.

14. Katere so vaše vrednote, ki jih veskozi zagovarjate in vam koristijo še danes?

Kot prvo bi izpostavil natančnost in spoštovanje vseh dogovorov. Doslednost v dejavnosti je velika vrlina in veliko pomeni poslovnim partnerjem, če se lahko v vsakem trenutku zanesejo na dogovore, kar se pozneje rezultira, saj si ti poslovni partnerji znova in ponovno želijo sodelovanja z vami, saj vedo, da so zadeve korektno izpeljane do dogovorjenih zaključkov. Vemo pa, da tudi včasih ne gre vse lahko, zato je zelo pomembno, da če nam kdaj ne uspe realizirati kakšnega dogovora, nasprotni strani pravočasno povemo, da zadeve rešujemo in da jih bomo rešili v nekem časovnem roku, odvisno od situacije. Tako se gradi zaupanje.

15. Znan pregovor pravi, da mladi lahko odraslo osebo naučijo 3 stvari: kako biti srečen brez razloga, kako biti smiselno zaposlen in kako iskati tisto, kar si želimo z vsem svojim bitjem. Kakšno je vaše življenjsko vodilo, ki bi ga želeli sporočiti dijakom in učiteljem?

Nikoli ne obupaj in vedno poskusi znova, dokler ti ne uspe. Na koncu boš bogato nagrajen. Tu sem se spomnil na pesem Toneta Pavčka, Ko hodiš, pojdi vedno do konca ...

»Tu bi si spomnil na pesem Toneta Pavčka, Ko hodiš, pojdi vedno do konca.«

16. Kako ste se spopadli s Kovid razmerami?

Tako kot povsod, je tudi pri nas Covid situacija zelo otežila poslovanja. Soočeni smo bili z zapiranjem salonov z Odloki, velikim pomanjkanjem sodelavcev, zato je bilo težko organizirati delo, še posebej, ker imajo naši razstavno prodajni saloni 12-urni delovnik in smo težko našli zamenjave za odsotne delavce. Posledično smo morali občasno skrajševati odpiralne čase. Ogromno časa so nam vzela dnevna spreminjanja Odlokov, katerim smo se morali dnevno prilagajati. K sreči so v nadaljevanju ukrepi nekako postajali bolj življenjski in smo se nanje lažje prilagajali. Situacija pa nam je za sabo pustila tudi nekatere neizvedene projekte, kar bomo morali v bodoče, v kolikor bodo razmere normalne, nadoknaditi.

17. Kako prenašate podjetništvo na svoje otroke oziroma, kako urejate nasledstvo?

Seveda se moja poslovna kariera na nek način izteka in bom ravno v tem obdobju pričel malo več razmišljati o prenosu na družinske člane. Sin in hči sta že dolgo vezana na poslovno sodelovanje v podjetju. Sin Dejan je že desetletje vodja prodaje, hči Petra pa skrbi za

marketinške dejavnosti podjetja. Luka počasi zaključuje svojo košarkarsko pot in bo verjetno prav v naslednjih letih čas, ko bomo postopoma več časa posvetili dogovorom, kako naprej. Prepričan sem, da bo tudi z mojim odhodom podjetje nadaljevalo svojo vizijo.



Slika 7: Logotip podjetja Kemo Plast

Vir: Podjetje Kemoplast



Slika 8: Podjetnik Peter Lapornik

Vir: Peter Lapornik

3.3 Srečanje s Tino Trstenjak

Tina je slovenska judoistka, ki se je rodila leta 1990 v Celju. Osnovno šolo je obiskovala v Celju. Nato se je vpisala na Srednjo ekonomsko šolo v Celju, smer Ekonomska gimnazija. Tekmuje v kategoriji do 63 kg. V obdobju tekmovanja v mladinski konkurenci je dvakrat dosegla 3. mesto na Mladinskem svetovnem prvenstvu, ki je bilo leta 2008 na Tajskem v Bangkoku, leta 2009 pa v Franciji v Parizu. V letu 2009 je svoje znanje preizkusila tudi v članski konkurenci in dosegla lepe uspehe. Na Sredozemskih igrah v Pescari je dosegla 3. mesto. Leta 2009 je skupaj s preostalo ekipo deklet v Orleansu v Franciji osvojila naslov evropskih klubskih prvakinj. Kariero je uspešno nadaljevala tudi v vseh naslednjih letih. Od leta 2010 naprej je osvojila skupno 51 medalj na tekmovanjih v članski konkurenci. Od leta 2013, ko je dosegla prvo člansko evropsko kolajno, je nato še vsako leto ponovila uspeh in v letu 2016 postala tudi evropska prvakinja. Leta 2014 je dosegla tudi 3. mesto na članskem svetovnem prvenstvu v Chelyabinsku, uspeh pa je nadgradila leta 2015, ko je postala svetovna prvakinja. Leta 2016 je zmagala tudi na olimpijskih igrah v Riu de Janeiru. Po svojih najboljših močeh se bo še naprej trudila, da bo še naprej dosegala vrhunske rezultate in s tem razveseljevala ljubitelje juda. Na olimpijskih igrah 2020 v Tokyu je v kategoriji do 63 kg osvojila srebrno medaljo.

V petek, 28. 1. 2022, sva dijaka 4. a-razreda Ekonomske šole Celje, Tim in Tilen Veber, v okviru 4. izpitne enote poklicne mature, pod mentorstvom profesorice Andreje Tanšek, in v sodelovanju s profesorjema strokovnega aktiva športne vzgoje, Gregorjem Margučem in Matejo Vovk, organizirala dogodek Srečanje z vrhunsko judoistko Tino Trstenjak. Nekoč je bila dijakinja Ekonomske šole Celje, danes pa je mednarodno prepoznavna uspešna športnica, na kar smo dijaki Ekonomske šole Celje posebej ponosni.



Slika 9: Srečanje s Tino Trstenjak na EŠC

VIR: lasten

V sklopu intervjuja, ki sta ga izvedla Tim Veber iz 4. a in Nik Slemenšek iz 1. f, smo dobili na začetku kratek vpogled v Tinine začetne športne uspehe. Z nami je delila dragocene spomine, kako je doživljala prve olimpijske igre, ko je bila sparing partnerica takratne zmagovalke Urške Žolnir, in kako izjemna izkušnja je to bila. Izpostavila je največje dosežke na olimpijskih igrah v Riu in Tokyu, kjer je osvojila zlato in srebrno medaljo. Obe medalji smo si lahko dijaki, ravnateljica, profesorji in delavci šole v živo ogledali.

Tina je v intervjuju poudarila, da se njeno športno življenje pogosto prepleta s podjetniškim, saj so za uspehe na obeh področjih potrebne podobne lastnosti. Deluje tudi v družbeno dobro, saj sodeluje v mnogih humanitarnih projektih. Mladim športnikom pa predlaga, naj verjamejo vase in naj bodo v življenju in športu vztrajni. To sta tudi njeni najpomembnejši lastnosti, saj brez teh danes ne bi bila, kar je.

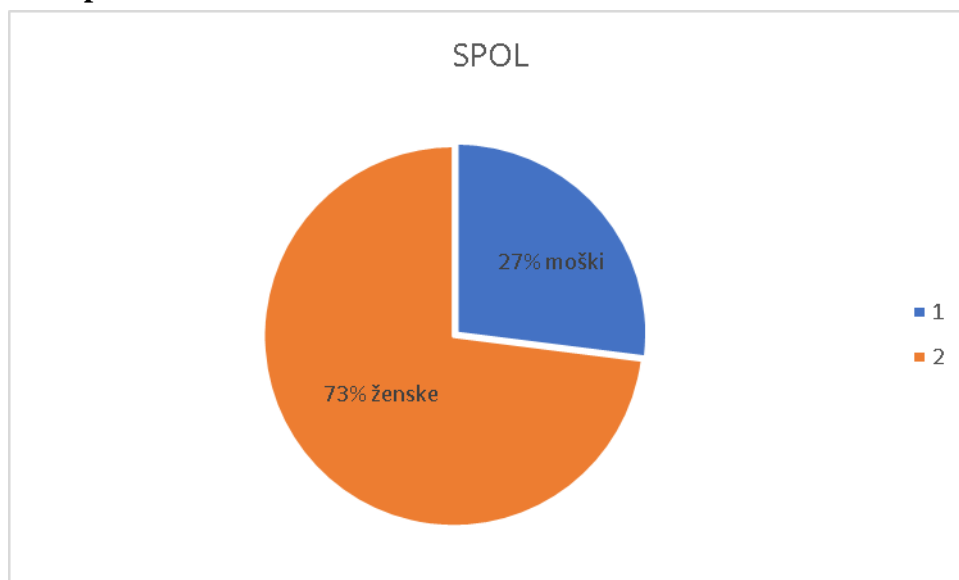
4 EMPIRIČNI DEL

4.1 Izbor in struktura anketiranih

Ankete smo pripravili v spletnem orodju Enka. Dne, 24. 2. 2022, smo jih posredovali na 400 naslovov dijakom Ekonomske šole Celje, programov ekonomska gimnazija in ekonomski tehnik. Do 5. 3. 2022 smo prejeli 109 ustrezno rešenih anketnih vprašalnikov. Med anketiranci so prevladovala dijakinje, saj tudi sicer našo šolo obiskuje več dijakinj kot dijakov.

4.2 Analiza anket in njihova interpretacija

1. Spol

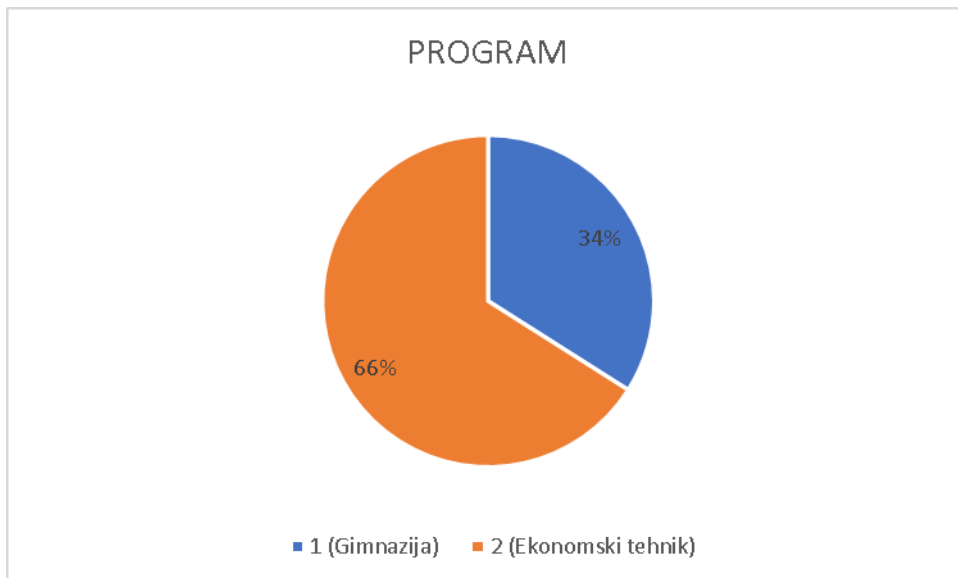


Graf 1: Anketirani dijaki po spolu

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

Anketiranih je bilo 109 dijakov, 73 % žensk in 27 % moških.

2. Kateri program obiskujete?

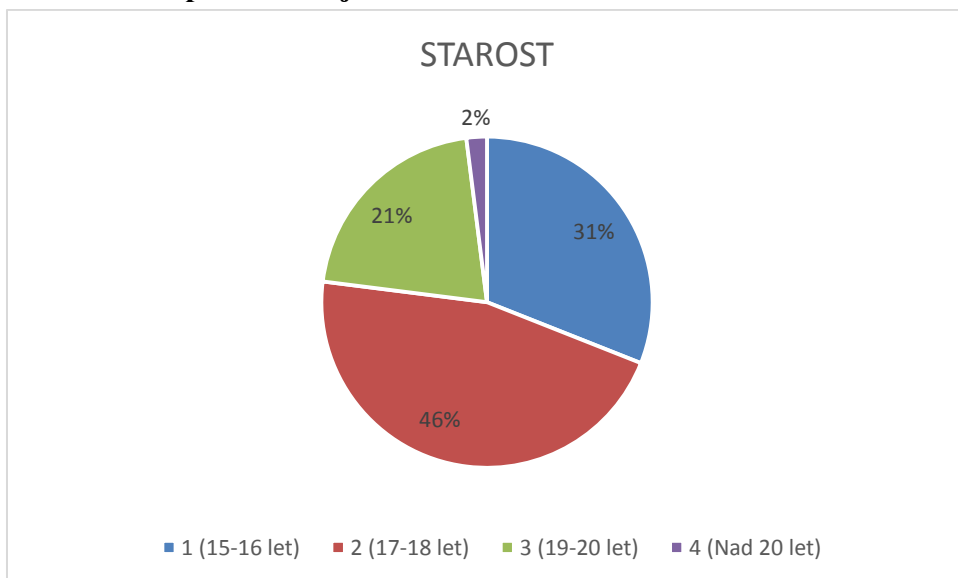


Graf 2: Anketirani dijaki po pogramih

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

Največ dijakov obiskuje program ekonomski tehnik, in to kar 66 % anketirancev, ekonomsko gimnazijo pa 34 % vseh.

3. Starost vprašanih dijakov

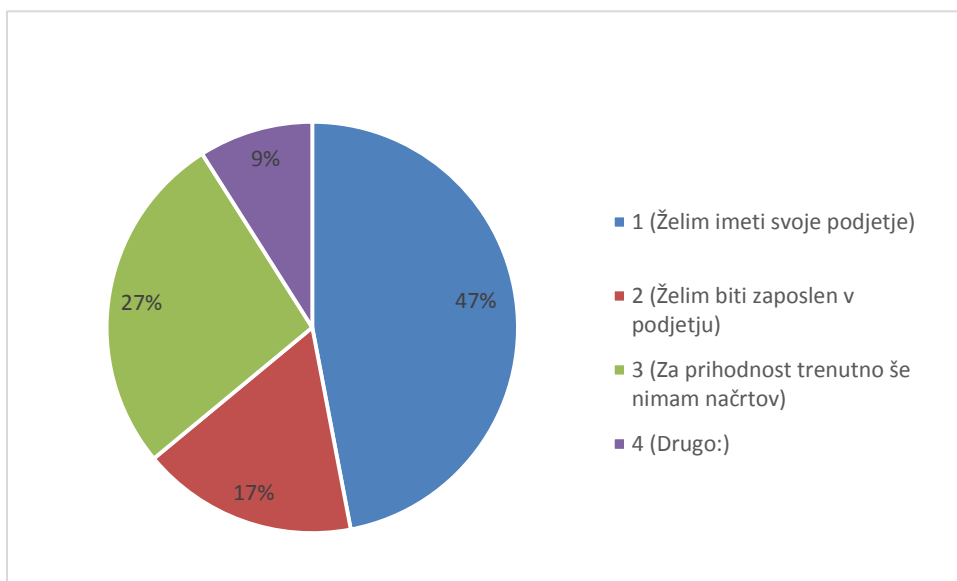


Graf 3: Anketirani dijaki po starosti

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

46 % dijakov je starih med 17 in 18 let, 31 % med 15 in 16 let, 21 % med 19 in 20 let, nad 20 let pa je starih 2 % dijakov.

4. Kaj si želiš postati v prihodnosti?

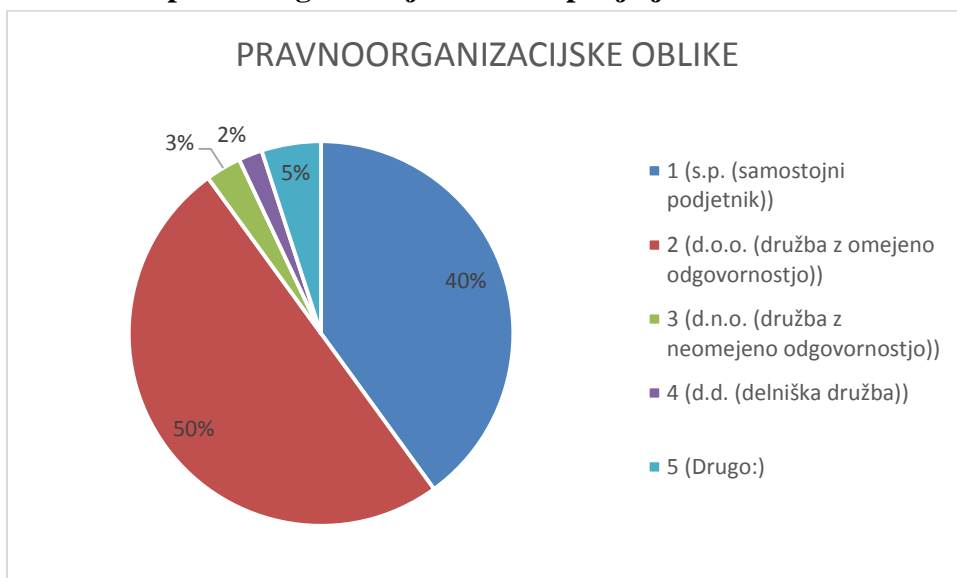


Graf 4: Kaj si dijaki želijo postati v prihodnosti

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

Dijake smo vprašali tudi, kaj si želijo postati v prihodnosti. 47 % dijakov si želijo postati podjetnik oz. hočejo ustanoviti lastno podjetje. 27 % dijakov za prihodnost trenutno še nimajo načrtov, 17 % želijo delati v podjetju, ampak ni navedeno točno kaj, 9 % pa je izbralo odgovor drugo. Kot drugo pa so navedli naslednje poklice: glasbenik, učiteljica oz. delavka v izobraževalni ustanovi, delavec v javni upravi.

5. Katero pravnoorganizacijsko obliko podjetja si želite imeti?

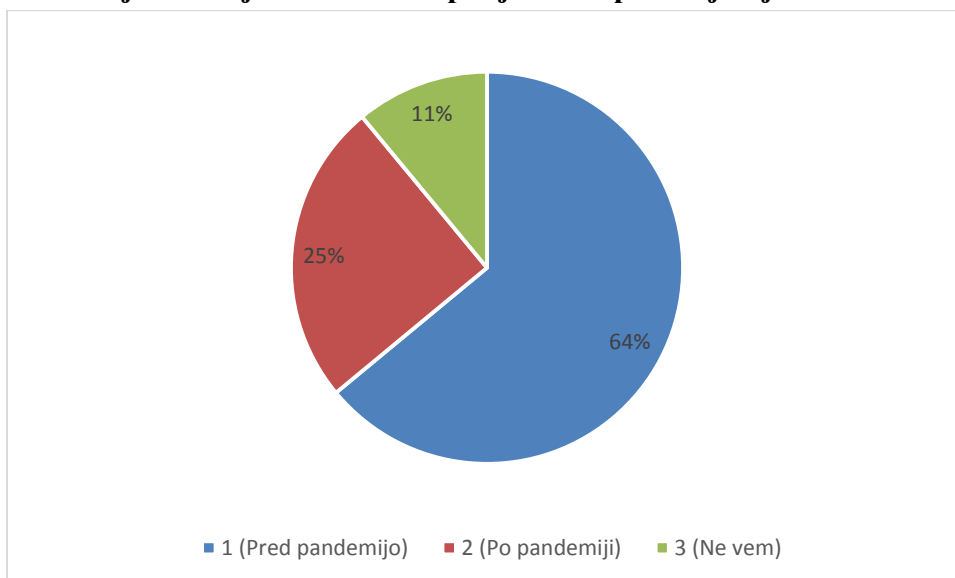


Graf 5: Katero pravnoorganizacijsko obliko želijo imeti dijaki

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

50 % dijakov bi želelo imeti v prihodnosti družbo z omejeno odgovornostjo, 40 % poslovati kot samostojni podjetnik, 5 % dijakov je izbralo drugo, kjer so navedli, da podjetja ne želijo imeti, 3 % dijakov bi imeli družbo z neomejeno odgovornostjo, 2 % pa delniško družbo.

6. Kdaj se vam je zdel začetek podjetniške poti najbolj varen?

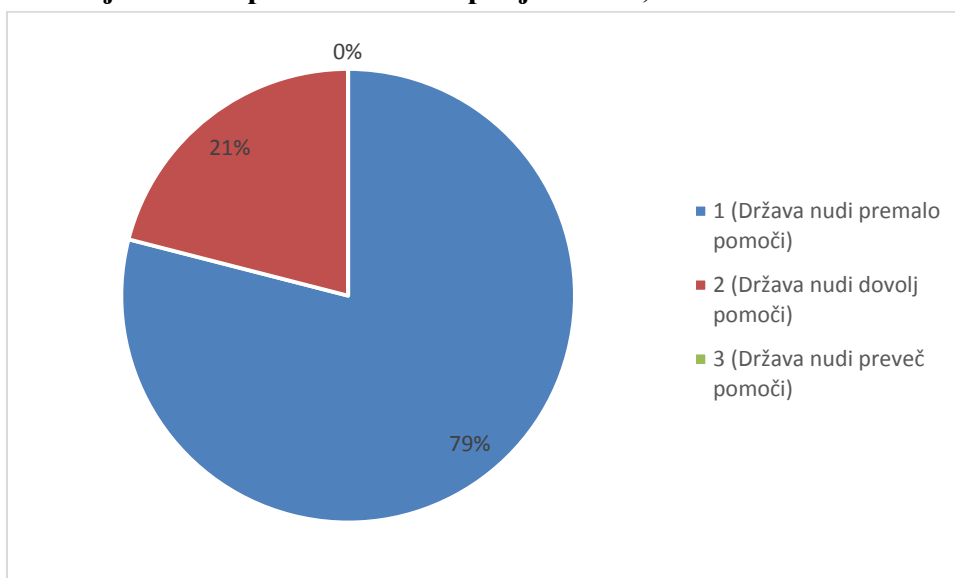


Graf 6: Kdaj se dijakom zdi začetek podjetniške poti najbolj varen

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

64 % dijakov je mnenja, da bi bile podjetniške poti bolj varne pred pandemijo, 25 % je zbralo odgovor po pandemiji, 11 % dijakov pa ne ve, kdaj so bile podjetniške poti najbolj varne.

7. Kaj menite o pomoči mladim podjetnikom, s strani države?

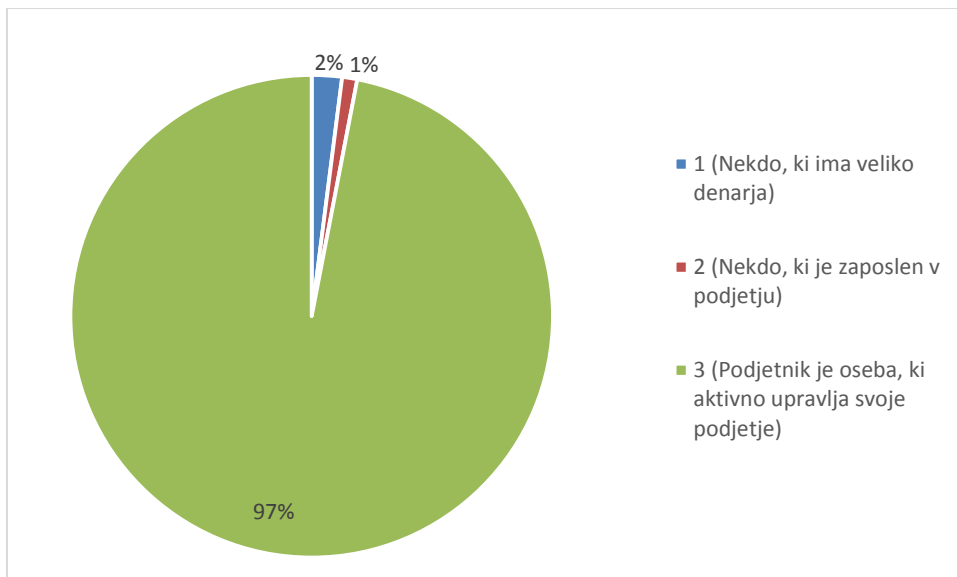


Graf 7: Mnenje o pomoči države mladim podjetnikom

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

79 % dijakov trdi, da država nudi premalo pomoči mladim podjetnikom, 21 % so mnenja, da država nudi dovolj pomoči, nihče se pa ni strinjal s trditvijo, da država nudi preveč pomoči.

8. Kdo je za vas podjetnik?

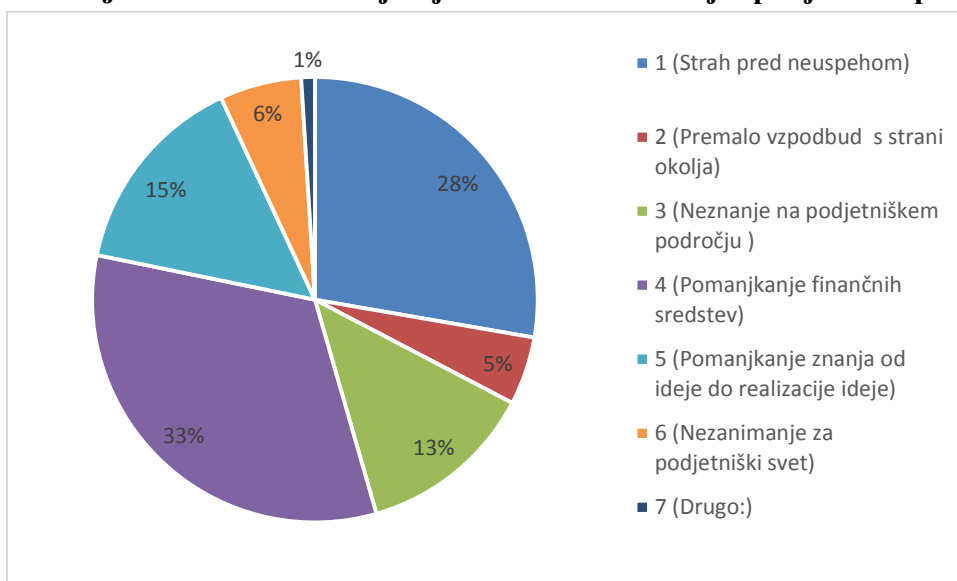


Graf 8: Kdo je za anketirance podjetnik

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

97 % dijakov pozna pojem, kdo je podjetnik, med tem ko 2 % dijakov menita, da je podjetnik nekdo, ki ima veliko denarja in 1 % dijakov meni, da je podjetnik tisti, ki je samo zaposlen v podjetju.

9. Kaj bi vas trenutno najbolj oviralo na samostojni podjetniški poti?

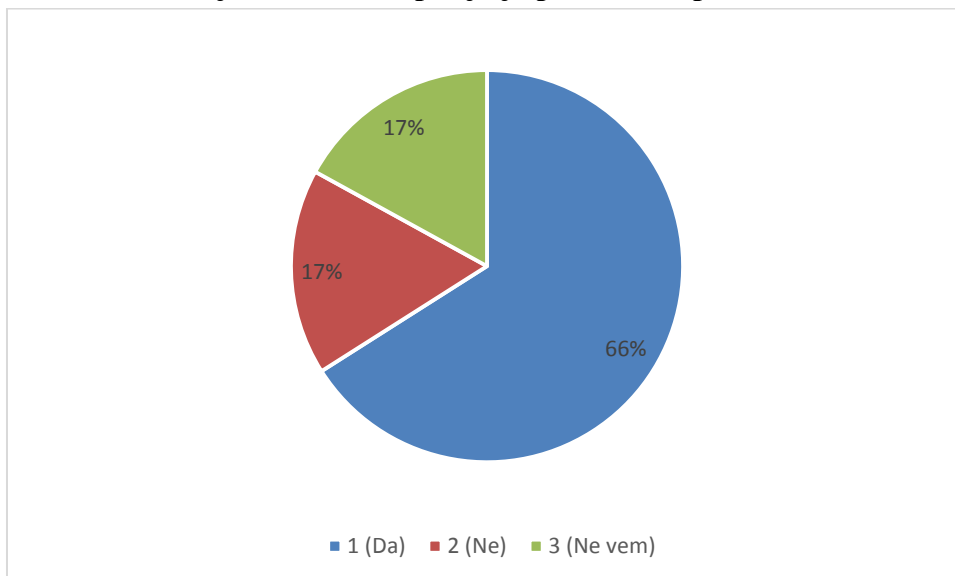


Graf 9: Ovire na samostojni podjetniški poti

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

33 % dijakov je mnenja, da bi jih na samostojni podjetniški poti oviralo pomanjkanje finančnih sredstev, 28 % dijakov meni, da je glavni razlog strah pred neuspehom, 15 % menijo, da imajo premalo znanja, kako bi idejo realizirali, 13 % dijakov bi oviralo neznanje na podjetniškem področju, 6 % dijakov ne zanima podjetniški svet, pri 5 % je ključen faktor premalo vzpodbude s strani okolja, 1 % je izbral drugo.

10. Menite, da je ustanovitev podjetja povezana s previsokimi stroški?

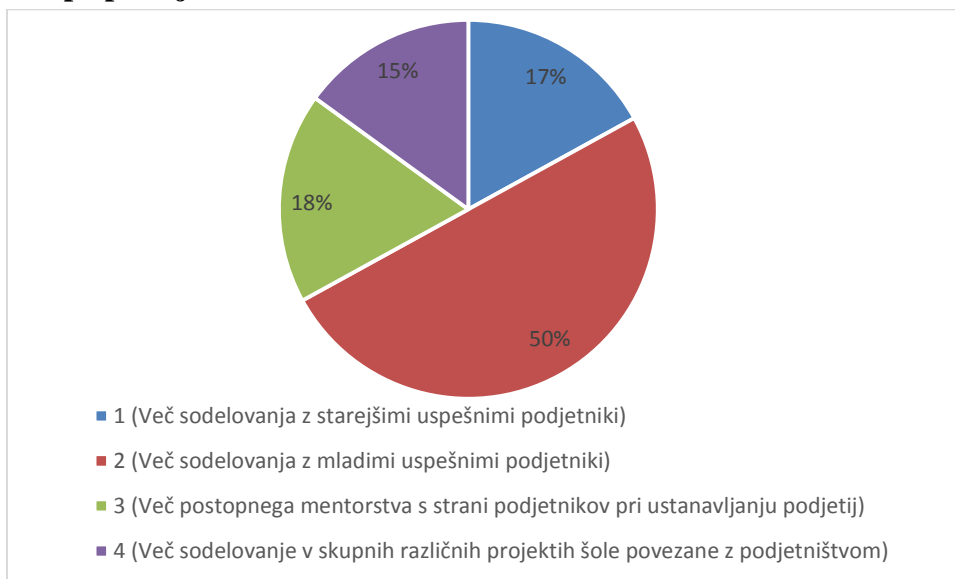


Graf 10: Ali je ustanovitev podjetja povezana s previsokimi stroški

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

66 % dijakov je mnenja, da je ustanovitev podjetja povezana s prevelikimi stroški, 17 % ne ve, če je ustanovitev povezana s prevelikimi stroški, 17 % pa meni, da sama ustanovitev ni povezana s prevelikimi stroški.

11. Česa bi si želeli na šoli več, da bi bili za bodočo podjetniško pot čim boljše pripravljene?

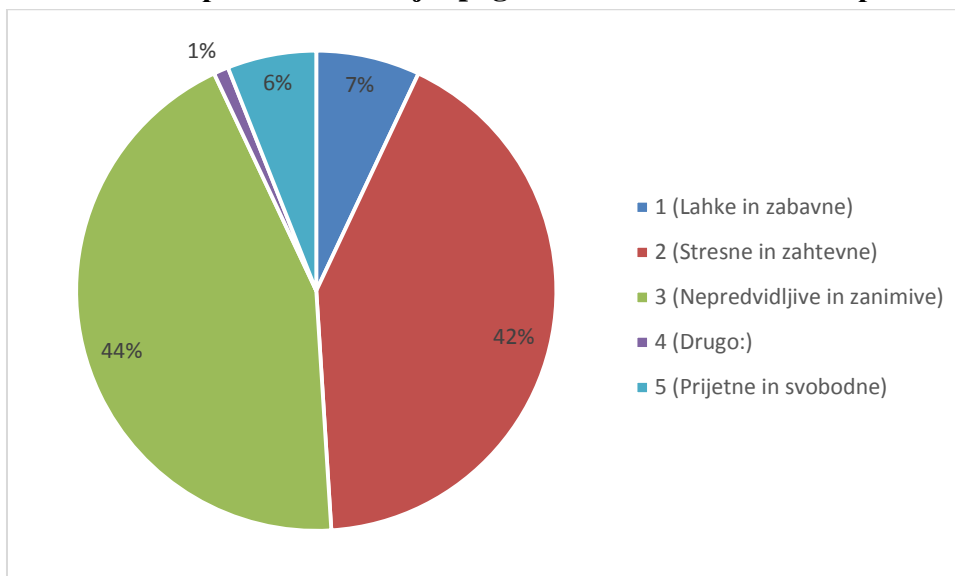


Graf 11: Želja anketirancev za bodočo podjetniško pot

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika

50 % dijakov si želi na šoli več sodelovanja z mladimi uspešnimi podjetniki, 18 % več postopnega mentorstva s strani podjetnikov pri ustanavljanju podjetij, 17 % več sodelovanja s starejšimi podjetniki, 15 % pa več sodelovanja v skupnih različnih projektih šole povezane s podjetništvom.

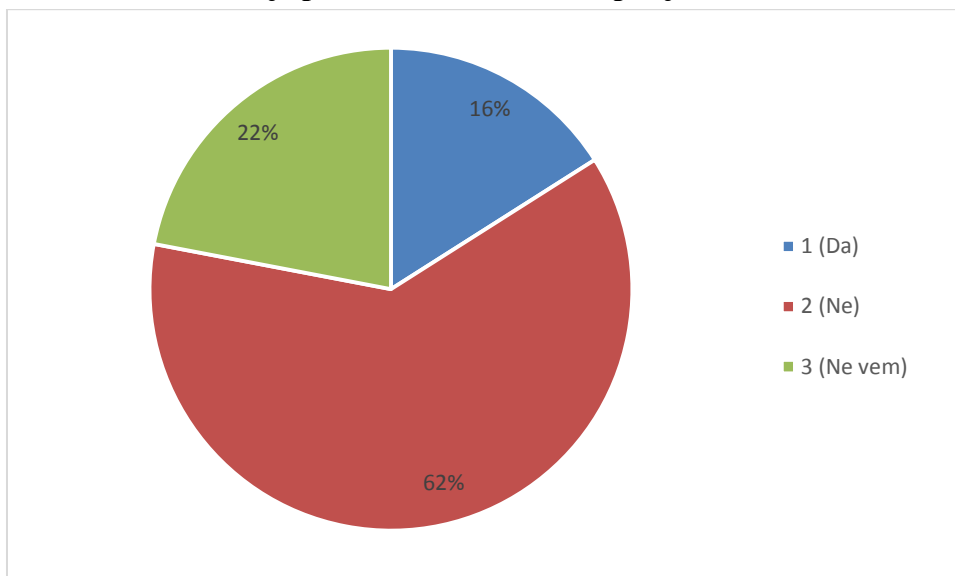
12. Katere so po vašem mnenju pogosto delovne okoliščine uspešnih podjetnikov?



Graf 12: Mnenje o delovnih okoliščinah uspešnih podjetnikov

VIR : Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

13. Se vam zdi, da je pomoč države mladim podjetnikom zadostna?



Graf 13: Ali je pomoč države mladim podjetnikom zadostna?

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika

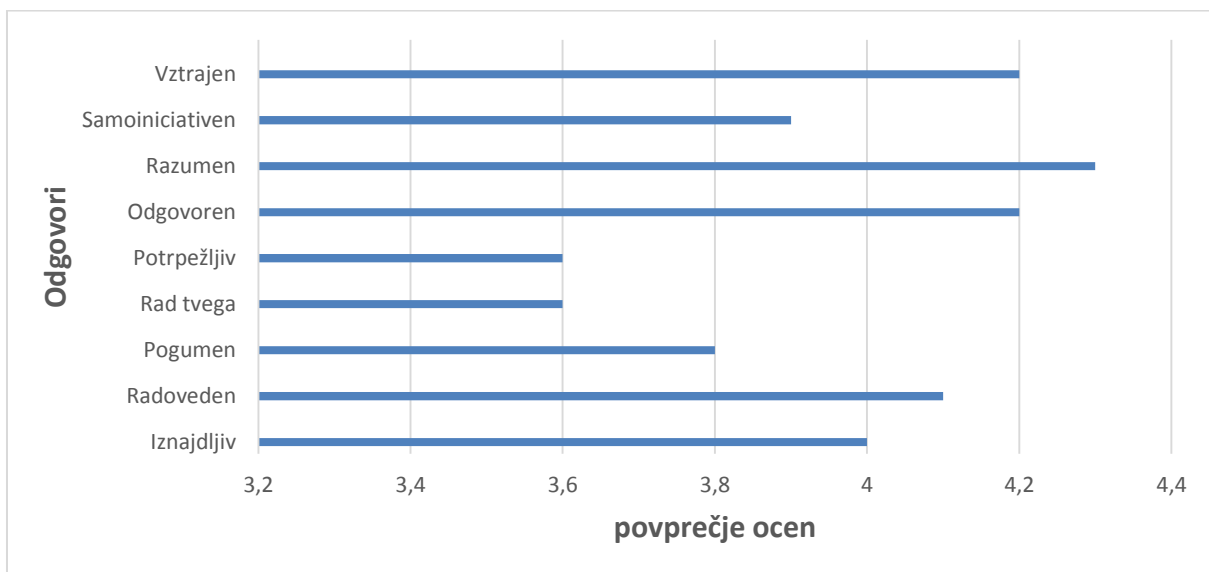
14. Na šoli bi si želel (Ocenite od 1 najmanj pomembno do 5 najbolj pomembno)



Graf 14: Ocenitev, kaj bi si na šoli najbolj želeli

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

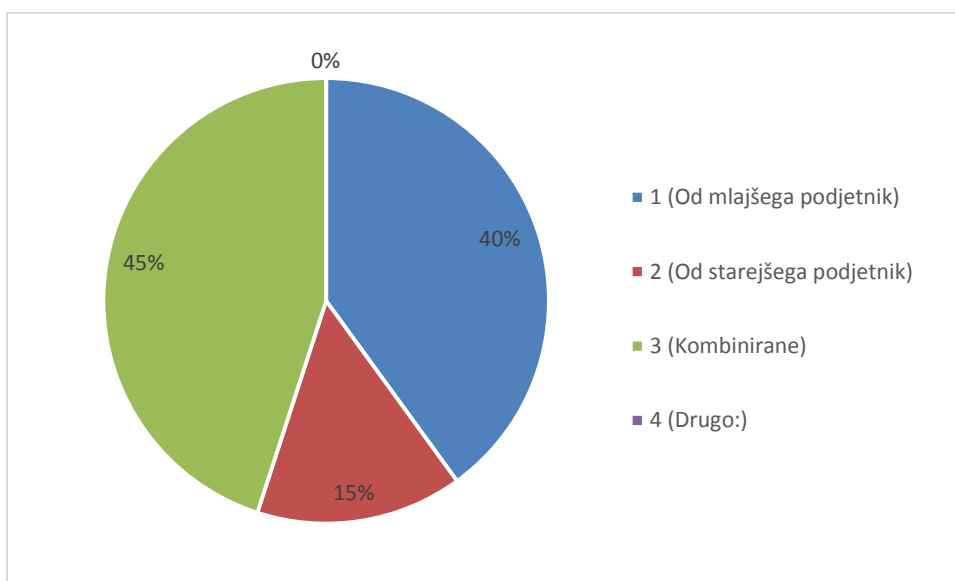
15. Ocenite, katere pomembne podjetniške lastnosti opazite dijaki sami pri sebi? (oceni od 1 najmanj pomembne do 5 najbolj pomembne)



Graf 15: Ocenitev podjetniških lastnosti

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

16. Katere podjetniške zgodbe bi dijaki najraje poslušali?



Graf 16: Podjetniške zgodbe, ki bi jih dijaki najraje poslušali

VIR: Podatki zbrani s pomočjo anketnega vprašalnika.

45 % dijakov bi najraje poslušali uspešne podjetniške zgodbe, od mlajših in starejših podjetnikov oz. kombinirane zgodbe obeh skupin podjetnikov, 40 % bi raje poslušali mlajšega podjetnika, 15 % pa bi želeli poslušati zgodbe od starejšega podjetnika.

5 OPREDELITEV HIPOTEZ

H1: Večina dijakov ve, kdo je podjetnik.

Menili smo, da večina anketiranih ve, kdo je podjetnik. Kar 96 % anketiranih je na to vprašanje odgovorilo pravilno, zato je **hipoteza v celoti potrjena**.

H2: Največ dijakov bi si v prihodnosti želeli postati podjetnik.

Največ dijakov, kar 47 %, si v prihodnosti želi postati podjetnik, zato je **hipoteza potrjena**.

H3: Največ dijakov bi si v prihodnosti želelo imeti pravno organizacijsko obliko družbo z omejeno odgovornostjo.

Sklepali smo, da večina dijakov želi imeti pravno organizacijsko obliko d. o. o. **To hipotezo potrdimo**, saj si 47 % anketiranih želi imeti družbo z omejeno odgovornostjo, drugi najbolj izbran odgovor s strani dijakov pa je bil 40 %, in sicer, da želijo imeti podjetje organizirano ko samostojni podjetnik.

H4: Dijaki menijo, da je bil začetek podjetniške poti bolj varen pred pandemijo, kot po pandemiji.

Predvidevali smo, da večina anketiranih meni, da je bil začetek podjetniške poti lažji pred pandemijo, kot po njej, kar je 64 % anketiranih je to tudi potrdilo. **Hipoteza je potrjena**.

H5: Dijaki menijo, da je pomoči s strani države za mlade podjetnike premalo.

Kar 79 % anketiranih dijakov se je strinjalo, da je pomoči s strani države premalo, zato lahko to **hipotezo v celoti potrdimo**.

H6: Več kot tretjino dijakov na poti do podjetništva najbolj ovira strah pred neuspešnostjo.

Menili smo, da je več kot tretjina dijakov mnenja, da jih na poti do podjetništva najbolj ovira strah pred neuspešnostjo, saj se jih je največ, kar 33 % dijakov, odločilo, da jih bi najbolj oviralo pomanjkanje finančnih sredstev, zato **hipotezo ovržemo**.

H7: Največ dijakov bi si na šoli želelo več stikov z uspešnimi mladimi podjetniki.

Sklepali smo, da si dijaki najbolj želijo stikov z uspešnimi mladimi podjetniki, kar se je v 50 % primerih potrdilo, **zato hipotezo potrjujemo.**

H8: Dve tretjini dijakov je prepričanih, da morajo podjetniki dostikrat delati v stresnih in težkih okoliščinah.

Bili smo mnenja, da bosta vsaj dve tretjini anketiranih odgovorili, da morajo podjetniki dostikrat delati v stresnih in težkih okoliščinah, ampak na podlagi ankete vidimo, da smo se motili. Samo 42 % anketiranih se je odločilo za odgovor, ki smo ga pričakovali. **Hipotezo ovržemo**, saj je 44 % preostalih anketiranih odgovorilo, da so okoliščine podjetnikov pogosto nepredvidljive in zanimive.

H9: Največ dijakov si želi poslušati kombinirane zgodbe uspešnih mladih in starejših podjetnikov.

Največ, kar 45 % anketiranih bi si želeli poslušati kombinirane zgodbe mladih in starejših podjetnikov zato **hipotezo potrjujemo.**

H10: Večina dijakov ima najbolj poudarjena podjetniško lastnost iznajdljivost.

Dijaki imajo najbolj poudarjeno podjetniško lastnost razumnost, kateri so pripisali stopnjo pomembnosti s povprečno oceno 4,3, iznajdljivosti pa povprečno oceno 4, zaradi česar lahko **hipotezo ovržemo.**

6 ZAKLJUČEK

V času negotovosti in hitrih tehnoloških sprememb je nesporen velik pomen podjetništva in malih podjetij. Konkurenčno prednost si bodo v vedno bolj dinamičnih razmerah globalnega trga lahko pridobila le podjetja, ki se bodo znala hitro prilagajati spremembam. Podjetništvo povečuje konkurenco, porabniki imajo večjo izbiro proizvodov, vse skupaj vodi k izboljšanju kakovosti proizvodov in storitev ter k večji skrbi za kupce. Z vsem tem se povečuje inovativnost, odpirajo se nova delovna mesta in zvišuje se blaginja celotnega prebivalstva. V ZDA zaposlujejo mala in srednja podjetja (MSP) več kot polovico celotnega delovno aktivnega prebivalstva in prispevajo več kot polovico k ustvarjenemu BDP-ju (bruto družbeni proizvod). Vloga MSP je še pomembnejša v državah v razvoju, kjer zaposlujejo približno dve tretjini delovno aktivnega prebivalstva. S podobno strukturo se srečujejo tudi gospodarstva EU, saj so MSP daleč najpomembnejši sektor evropskega gospodarstva. Njihova majhnost jim daje mnogo večjo fleksibilnost v primerjavi z velikimi podjetji, kar posredno pozitivno vpliva na rast zaposlovanja. Majhnost MSP predstavlja resen problem, ko gre za njihovo financiranje, in se odraža v pomanjkanju kapitala ter drugih pomembnih virih financiranja za njihovo rast in razvoj.

Za mlade, ki vstopajo v podjetniško pot, je izjemnega pomena, da se imajo možnost učiti od uspešnih podjetnikov, ki na njih prenašajo dragocene podjetniške izkušnje. Dijaki raziskovalci smo organizirali podjetniški dogodek z Boštjanom Jagrom, saj so trgovine Jager pri potrošnikih prepoznane po kakovostnih izdelkih, nizkih cenah ter strokovnih in prijaznih prodajalcih. Podjetje sodi med eno najhitreje rastočih trgovskih podjetij v Sloveniji, podjetniki Franc in Marija Jager ter sin Jože Jager pa so bili tudi dijaki naše šole. V podjetju Jager se zavedajo, da so zaposleni ključ do njihovega uspeha, zato jim nudijo prijazno, varno in stabilno delovno okolje. Želijo si, da bi se njihovi sodelavci dobro počutili v njihovi organizaciji, da opravljajo svoje delo z ljubeznijo in gojijo pozitiven odnos do potrošnikov. To so razlogi, ki vodijo k spodbujanju osebnostne in strokovne rasti vsakega zaposlenega.

Z uspešnim poslovanjem in plačilno disciplino utrjujejo dobre poslovne odnose z njihovimi dobavitelji ter zagotavljajo ugodne nabavne pogoje ter enostavno in hitro logistiko. To se na njihovih policah odraža v nizkih prodajnih cenah.

Boštjan Jager je na podjetniškem dogodku, ki smo ga organizirali mladi raziskovalci poudaril, da nizke cene, kakovostno opravljene storitve ter prijazen, usposobljen kader, nedvomno pripomorejo k pridobivanju zaupanja njihovih kupcev. Podjetnik je z našo šolo posredno povezan tudi zato, ker sta njegova starša, Franc in Marija Jager, ter njegov brat obiskovali našo šolo.

Tudi gostujoča športnica Tina Trstenjak je poudarila, da je treba imeti sanje, biti podjeten in vztrajen. Ravno vztrajnost se ji je najbolj obrestovala pri njenih izjemnih športnih dosežkih.

Opravili smo tudi intervju s Petrom Lapornikom, direktorjem Kemoplasta, bivšim dijakom Ekonomske šole, danes uspešnim podjetnikom, ki spada med 50 najuspešnejših podjetnikov Kozjanskega in Obsoteljskega. Poudaril je, da je potrebno verjeti v svojo vizijo in biti prilagodljiv, saj statično razmišljanje ne sodi več v sodobni čas.

Pravi, da so v poslu prisotne mnoge lastnosti, ki so sorodne tako športu kot podjetništvu, saj sta oba s sinom uspešna športnika. Pravi, da gre za prepletanje lastnosti, ki so pomembne, tako za športnike kot podjetnike in poudari vrednote, kot so vztrajnost, delavnost, tekmovalnost in hitra prilagodljivost, saj nas preveč okvirjeno razmišljanje ovira pri hitrem prilagajanju spremembam. Pove, da mu je pogosto pri preizkušnjah v podjetništvu v navdih pesem Toneta Pavčka, Pesem o zvezdah.

S pomočjo intervjujev obeh podjetnikov smo ugotovili, kako je covid epidemija postavila pred podjetnike nove zahteve in izzive. V času covid ukrepov je poslovanje postalo zelo stresno, saj je bilo treba vseskozi spremljati izjemno spremenljive okoliščine, ki so jih narekovali ukrepi in spremenjene nakupne navade potrošnikov.

Ker smo raziskovalci želeli ugotoviti, kakšen pogled imajo dijaki na podjetništvo, smo z njimi opravili raziskavo v obliki spletnih anketnih vprašalnikov.

Ugotovili smo, da večina dijakov ve, kdo je podjetnik, kot pravno organizacijsko obliko bi si najpogosteje želeli imeti družbo z omejeno odgovornostjo. Dijakom se je ustanavljanje podjetij zdelo manj tvegano pred pandemijo kot po pandemiji. Stroški, povezani z ustanovitvijo podjetja, se jim zdijo previsoki, prav tako pogrešajo s strani države več finančnih vzpodbud pri ustanavljanju podjetja. Na poti do podjetništva bi jih najpogosteje oviralo pomanjkanje finančnih sredstev, šele nato strah pred neuspešnostjo, kot smo predvidevali mi. V šolskem okolju bi si dijaki želeli več dogodkov, ekskurzij, delavnic in povezovanja s podjetniki. Želijo si več stika s podjetniki, ki so iz svojega hobija ustvarili uspešno podjetje ne glede na starost podjetnika. Več sodelovanja si dijaki želijo tudi z mladimi uspešnimi podjetniki. Dijaki so med pomembnimi podjetniškimi lastnostmi velik pomen pripisali razumnosti, ki se je uvrstila pred iznajdljivostjo, ki smo jo mi predvidevali v hipotezi.

Ker dijaki med drugim pogrešajo več stikov z mlajšimi podjetniki, smo poleg dveh intervjujev in izpeljanega dogodka z Boštjanom Jagrom, sodelovali tudi z mlado podjetnico Leo Filipovič, ustanoviteljico blagovne znamke Lepa Afna, ki je našo šolo obiskala v mesecu aprilu.

Raziskovalci se bomo tudi v prihodnje trudili za čim več povezovanja s podjetniki, še posebej v projektih, ki bodo povezovali podjetništvo, ekologijo in humanitarnost.

7 LITERATURA

Literarni viri:

Zirnstein, Elizabeta, Sodobno gospodarstvo 3, Temelji pravne kulture in pravnoorganizacijski vidiki poslovanja, Mohorjeva, Celovec 2011.

Viri iz strokovnih revij:

Sedej, K., (november 2021), Si drznete zapustiti redno službo in skočiti na podjetniško pot, Moje finance, str. 29-73.

Ugovšek, J., (november 2020), Kako do uspešne podjetniške poti, Obrtnik, str. 1

Elektronski viri:

LKOMP:

http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Podjetnistvo-Lah.pdf.

LAH:

http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Podjetnistvo-Lah.pdf,

VRANKAR:

<https://www.bdo.si/sl-si/storitve/svetovanje/bdo-podpora-v-casu-covid-19/covid-19-vpliv-na-letno-porocilo-2019>

Vse bo: v redu.:

<https://www.triglavtek.si/Vsebovredu/home/posel/kako-voditi-podjetje-v-casu-koronavirusa>,

VADNJAL:

<https://www.druzinskopodjetnistvo.si/clanki/druzinska-podjetja-5a995fccbebe220a0cafa522>.

BOMBEK:

<https://www.knjiznica-celje.si/raziskovalne/4201604202.pdf>,

JAGER, Trgovine.:

<https://www.trgovinejager.com/O-podjetju/>

Viri slik:

<https://www.trgovinejager.com/f/img/Image/Ales-Miha-Bostjan-Jager.jpg>

https://srednja.escelje.si/files/2022/02/image_50428673-scaled.jpg

https://srednja.escelje.si/files/2022/02/image_50433537-scaled.jpg

https://srednja.escelje.si/files/2022/02/image_67154689-scaled.jpg

https://srednja.escelje.si/files/2022/01/IMG_3101-scaled.jpg

Priloga 1: Vprašanja za intervju podjetnika Boštjana Jagra

Vprašanja za intervju podjetnika Boštjana Jagra, lastnika podjetja Jagros, d. o. o.

1. Kje ste dobili navdih za začetek podjetniške kariere?
2. Kakšne cilje ste imeli na začetku in kako so se spreminjali skozi čas?
3. S kakšnimi težavami ste se srečevali ob začetku ustanovitve podjetja Jager?
4. Ali ste ob začetku ustanovitve potrebovali pomoč drugih?
5. Kdaj ste se začeli širiti in zakaj?
6. Na katere nabavne trge ste se obrnili in na katerih regijah ste najbolj prisotni?
7. Ali želite imeti svojo trgovino širiti tudi v tujino?
8. Kako se vas je dotaknila gospodarska kriza v času korone?
9. Kako je bilo s finančnimi sredstvi za širitev?
10. Kakšne načrte imate za podjetje v prihodnosti?
11. Kaj vam je podjetništvo osebno prineslo najbolj dragocenega?
12. Če bi bili spet na začetku, bi šli ponovno v ta posel, na enak način, ali bi kaj spremenili, zakaj?
13. Ste dosegli svoje cilje?
14. Kaj bi šteli med nagrade, tveganje in nujne izbire?
15. Na kakšen način vaše podjetje povečuje prodajo?
16. Kakšno je vaše sporočilo mladim za uspešno podjetniško pot?

Z direktorjem podjetja Jagros, d. o. o. so se pogovarjali Mark Ribič, Denis Štiglic in Urh Jagodič.

Priloga 2: Vprašanja za intervju podjetnika Petra Lapornika

Vprašanja za intervju podjetnika Petra Lapornika, lastnika podjetja Kemoplast, d. o. o.

1. Od kod vam ideja za lastno podjetniško pot in zamisel za ime ter slogan podjetja?
2. Katere so bile ključne lastnosti, ki ste jih potrebovali za lastno podjetniško pot?
3. Kako ste pridobili zaupanje potrošnikov?
4. V kolikšnem času vas je javnost prepoznala?
5. Katere ukrepe upoštevate glede onesnaževanja okolja?
6. Kje in kako oglašujete vaše podjetje?
7. Poznani ste kot velik ljubitelj in dolgoletni sponzor šentjurske košarke, ki ste jo v najbolj kriznih časih povzdignili v državne prvake. Katere lastnosti, ki ste jih krepili s košarko, so vam posebej prav prišle v podjetništvu?
8. Pred leti ste bili poleg podjetja Jager in ministra za gospodarstvo Zdravka Počivalška uvrščeni med 50 najuspešnejših podjetnikov Kozjanskega in Obsotelja. Ste imeli v podjetju tudi krize in kaj vam ta laskava uvrstitev pomeni?
9. Sodelujete z mnogimi tujimi državami, kot so: Nemčija, Nizozemska, Belgija, na novo ste sodelovanje razširili celo na Južno Korejo. Katero državo bi posebej izpostavili v visoki poslovni kulturi in spodbudni podjetniški zakonodaji?
10. Kakšna je vaša vizija podjetja v prihodnosti?
11. Koliko let je preteklo od takrat, ko ste sedeli v šolskih klopeh naše šole, nekoč šole za trgovsko dejavnost?
12. Kakšne spomine imate na našo šolo? Se je v šolah od takrat veliko spremenilo?
13. Se vam zdi sodelovanje šol z gospodarstvom pomembno in na katerih področjih vidite možnosti povezovanja z njimi?
14. Katere so vaše vrednote, ki jih vseskozi zagovarjate in vam koristijo še danes?
15. Znan pregovor pravi, da mladi lahko odraslo osebo naučijo 3 stvari: kako biti srečen brez razloga, kako biti smiselno zaposlen in kako iskati tisto, kar si želimo z vsem svojim bitjem. Kakšno je vaše življenjsko vodilo, ki bi ga želeli sporočiti dijakom in učiteljem?

Dodatno!

- Kako ste se spopadli s Kovid razmerami?
- Kako prenašate podjetništvo na svoje otroke oziroma, kako urejate nasledstvo?

Priloga 3: Anketni vprašalnik

V praktičnem delu raziskovalne naloge je bila za potrditev zastavljenih hipotez uporabljena metoda anketnega vprašalnika, katerega ciljna skupina so dijaki Ekonomske šole v Celju.

1. Spol: (izberi 1 odgovor)
 - a) Moški,
 - b) Ženski

2. Starost: (izberi 1 odgovor)
 - a) Od 15 do 16 let
 - b) Od 17 do 18 let
 - c) Od 19-20 let
 - d) Nad 20

3. Kaj si želiš postati v prihodnosti? (izberi 1 odgovor)
 - a) Želim imeti svoje podjetje.
 - b) Želim biti zaposlen v podjetju.
 - c) Za prihodnost trenutno še nimam načrtov
 - d) Drugo (navedi):_____.

4. Za katera pravnoorganizacijska oblika podjetja menite, da je bolj varna? (izberi 1 odgovor)
 - a) Samostojni podjetnik
 - b) Družba z omejeno odgovornostjo
 - c) Delniška družba

5. Kdaj se vam je zdel začetek podjetniške poti bolj varen? (izberi 1 odgovor)
 - a) Pred pandemijo
 - b) Po pandemiji
 - c) Ne vem
 - d) Drugo (navedi):_____.

6. Kaj menite o pomoči mladim podjetnikom, s strani države? (izberi 1 odgovor)
 - a) Država nudi premalo pomoči.
 - b) Država nudi dovolj pomoči.
 - c) Država nudi preveč pomoči.

7. Kdo je za vas podjetnik? (izberi 1 odgovor)
 - a) Nekdo, ki ima veliko denarja.
 - b) Nekdo, ki uspešno opravlja s svojim podjetju.
 - c) Nekdo, ki ima dobre poslovne ideje.
 - d) Drugo (navedi):_____.

8. Kaj vas bi trenutno najbolj oviralo na poti do podjetništva? (izberi 1 odgovor)
 - a) Strah pred neuspešnostjo 1 2 3 4 5

- b) Premalo vzpodbud 1 2 3 4 5
 - c) Neznanje na podjetniškem področju 1 2 3 4 5
 - d) Pomanjkanje mentorstva
9. Menite, da je ustanovitev podjetja povezana s previsokimi stroški? (izberi 1 odgovor)
- a) Da
 - b) Ne
 - c) Ne vem
10. Kaj bi si želeli na šoli, da bi bili za bodočo podjetniško pot čim boljše pripravljene? (Oceni od 1 do 5, kar pomeni 1 najmanj in 5 najbolj)
- a) Več sodelovanja s starejšimi uspešnimi podjetniki. 1 2 3 4 5
 - b) Več sodelovanja z mladimi uspešnimi podjetniki. 1 2 3 4 5
 - c) Več postopnega mentorstva s strani podjetnikov pri ustanavljanju podjetij. 1 2 3 4 5
 - d) Več sodelovanja v skupnih različnih projektih šole povezane z ... 1 2 3 4 5
 - e) Več sodelovanja v humanitarno-podjetniških podjetjih. 1 2 3 4 5
11. Kakšne so po vašem mnenju pogosto delovne okoliščine uspešnih podjetnikov? (izberi 1 odgovor)
- a) Lahke in zabavne
 - b) Stresne in zahtevne
 - c) Nepredvidljive in zanimive
 - d) Prijetne in svobodne
 - e) Drugo(navedi)_____.
12. Kakšnega pouka bi si znotraj strokovnih predmetov želeli več? (izberi 1 odgovor)
- a) Več pouka teorije
 - b) Več praktičnega pouka povezanega s podjetništvom
 - c) Naj ostane tako kot je
 - d) Drugo(navedi)
13. Se vam zdi, da je pomoč države mladim podjetnikom zadostna? (1 odgovor).
- a) Da
 - b) Ne
 - c) Ne vem

14.

	1	2	3	4	5
Iznajdljiv					
Radoveden					
Pogumen					
Rad tvegaš					
Potrpežljiv					
Odgovoren					
Razumen					
Samoiniciativen					

Tabela 2: Lastnosti

14. Na šoli bi si želel (Ocenite od 1-najmanj pomembno do 5-najbolj pomembno)

	1	2	3	4	5
Dogodki s podjetniki					
Obisk podjetij v živo ali virtualno					
Ekскурzije, ki so povezane s podjetništvom					
Aktivno sodelovanje dijakov s podjetji					
Izvedba raznih podjetniških delavnic					
Pogovori s podjetniki, ki so iz svojega hobija ustvarili podjetje					
Sodelovanje z večjim številom podjetnikov					
Izvedba raznih teoretičnih ter praktičnih vsebin s podjetnikom					
Projekti, kjer se povezuje podjetništvo s humanitarnostjo					

Tabela 3: Podjetniški dogodki na šoli