



# Vprašalnik pripravljenosti na podjetništvo (VPP) - Priročnik

Avtor: John D. Liptak

Prevod in priredba: Sonja Gomboc, Barbara Gregorič Brezavšček, Patricija Koren,  
Jasna Kovač, Nika Perinčič, Kristina Stibilj, Bojan Dolinar, Peter Gabor

## Uvod

Namen tega kratkega priročnika je strokovnjakom, ki pri svojem delu uporabljajo Vprašalnik pripravljenosti na podjetništvo (VPP), zagotoviti dodatne informacije. VPP pomaga posameznikom oceniti, ali imajo osebne značilnosti, vedenje in vire za uspešen zagon in uspešno poslovanje lastnega podjetja. Sem sodijo vse podjetniške dejavnosti, od osebne dopolnilne dejavnosti do lastništva manjšega podjetja. To vedenje o samem sebi uporabniki testa lahko nato uporabijo kot pomoč pri sprejemanju bolj ozaveščenih kariernih odločitev. VPP je narejen tako, da testirancu omogoča, da svoje odgovore ovrednoti in interpretira sam, brez uporabe dodatnih gradiv. Tako uporabniku testa / svetovalcu zagotovi takojšnje rezultate.

## Ozadje

Pred razvojem Vprašalnika o pripravljenosti na podjetništvo je bil opravljen pregled literature. Ta je vključeval literaturo o ustanavljanju podjetij, o psihologiji podjetništva, o podjetniških pristopih ter o podjetniškem in kariernem razvoju. Sledi kratek povzetek raziskav, ki so v ozadju VPP.

### Definiranje podjetništva

Večina ljudi o podjetništvu razmišlja kot o zagonu novega posla. Toda raziskovalci, teoretiki in poslovneži ga definirajo na veliko različnih načinov. Gartner (1988) na primer meni, da je podjetnik preprosto nekdo, ki ustvari novo samostojno podjetniško organizacijo. Na drugi strani pa Shane in Venkataraman (2000) podjetništvo definirata kot:

Področje dejavnosti, ki želi razumeti, kako se pojavljajo priložnosti za ustvarjanje nečesa novega (tj. novi produkti ali storitve, novi trgi, novi produkcijski procesi ali surovine, novi načini organiziranja tehnologij) ter kako jih posebni posamezniki, ki potem za njihovo koriščenje in razvoj uporabijo različna sredstva, s čimer dosežejo široko paleto učinkov, odkrijejo (str. 218).

---

Priročnik je prevod gradiva za uporabo vprašalnika ERI – Entrepreneurial Readiness Inventory (Administrator's Guide©); JIST Publishing, Indianapolis, ZDA.

©Zavod RS za zaposlovanje je za prevod in priredbo vprašalnika in priročnika pridobil dovoljenje oziroma avtorske pravice od založnika JIST Publishing.

Vprašalnik Zavod lahko uporablja neprofitno v sklopu svojega delovanja oziroma pri delu z brezposelnimi osebami.

Vse pravice so pridržane. Brez soglasja založnikov oziroma lastnika avtorskih pravic, JIST Publishing, vprašalnika in priročnika VPP ni dovoljeno prodajati, posojati, izposojati, izmenjevati ali ju kako drugače dati tretji osebi.

Prav tako je brez dovoljenja JIST Publishing prepovedano posamezne dele te publikacije reproducirati, shranjevati v računalniku, posredovati v elektronski ali mehanski obliki, prepisovati, fotokopirati ali razmnoževati.

Večina teoretikov podjetništvo vidi kot organiziran poslovni podvig, katerega glavni namen je ustvarjenje dobička. Liptak (2008) pa opozarja na to, da se o podjetništvu vedno bolj razmišlja kot o miselnosti ali drži, ki jo posameznik razvije glede dela in svobode. Za to miselnost so značilna ključna prepričanja in želje, ki so v nasprotju s številnimi značilnostmi bolj tradicionalnih delovnih vlog. Nekatera nasprotujoča si stališča med »delati za nekoga« in »delati zase« so navedena v tabeli 1.

Tabela 1: **Podjetniška miselnost nasproti tradicionalni delovni vlogi**

Ne glede na to, kako ga definiramo, je podjetništvo ključno za našo finančno in socialno blag-

| Sem lastnik podjetja                         | Delam za nekoga                              |
|--|--|
| Sem lastnik svojega časa.                    | Moj čas je prepuščen milosti delodajalca.    |
| Finančni dohodki so odvisni od mojega truda. | Finančni dohodki so določeni od delodajalca. |
| Delo in sprostitev sta pogosto združena.     | Sprostitev je na vrsti po opravljenem delu.  |
| Delo si sam razporejam.                      | Delo mi določa nadrejeni.                    |

injo. To dejstvo je razvidno iz velikega števila ljudi, ki se v upanju na zagon lastnega podjetja odpovedujejo tradicionalnim zaposlitvam. Majhna zagonska podjetja so gonilo kapitalističnega sistema – takega, ki uspeva zaradi inovacij, lastništva, tveganja in nagrad. Poleg tega je tehnološki napredek, ki smo mu priče v zadnjem času, omogočil, da je proces zagona lastnega podjetja ali vsaj samozaposlitve bolj dostopen širšemu krogu ljudi.

### Podjetništvo danes

Raziskave, opravljene v Združenih državah Amerike, kažejo na to, da v zadnjem času opazno narašča število ljudi, ki se odločajo za samostojno podjetniško pot. Liptak (2011) ugotavlja, da medtem ko se trend zmanjševanja števila zaposlenih nadaljuje, vedno več ljudi ustanavlja majhna podjetja ali začneja delati od doma.

Ta trend je opazen v vseh populacijah:

- med ženskami,
- med moškimi,
- med mlajšimi,
- med starejšimi,
- med etničnimi manjšinami (povzeto po Pink 201; Wild Women Entrepreneurs 2009; Liptak 2008; Brush, Elam in Allen 2008; Reynolds, Carter, Gardner, Green in Cox 2009; Hopkins 2005).

Slovenija se seveda razlikuje od ZDA, toda zgoraj navedeni trend do določene mere velja po vsej verjetnosti tudi za naše okolje.

### Zakaj se ljudje odločajo za podjetništvo

Obstaja veliko različnih razlogov, zakaj ljudje opravljajo podjetniške dejavnosti. Lock (2005) verjame, da so podjetniki zaradi relativne enostavnosti, s katero je mogoče zagnati majhno oz. domače podjetje, precej spodbudili gospodarstvo. Navaja dejstvo, da so »spletne strani brezplačne, dostopne vsakomur, da jih je preprosto ustvariti in da so uporabno sredstvo za privabljanje kupcev, investitorjev in novih zaposlenih z idejami«.

Pink (2001) podjetnike označuje za »svobodnjake« in ugotavlja, da so ti nadomestili osebo, ki zvesto dela za organizacijo v zameno za redno plačo, pokojnino, varno zaposlitev in položaj v korporativnem svetu. Verjame, da za navedeno večje število svobodnjakov obstaja nekaj razlo-

gov: (1) socialna pogodba (lojalnost v zameno za varnost), ki so jo organizacije nekoč ponujale posameznikom, je bila umaknjena; (2) bolj kot družbe postajajo lastniki proizvodnih sredstev, ki so potrebna za ustvarjanje premoženja, delavci; (3) blaginje je deležnih vedno več ljudi; in (4) podjetja imajo krajšo življenjsko dobo – veliko nas bo preživelo podjetja, v katerih delamo.

Liptak (2008) predlaga, da posameznik, tudi če je zaposlen za polni delovni urnik, izbere podjetništvo in si s tem odpre možnosti za dodaten zaslužek ter izpolni svoje osebne potrebe in sanje. Drugi razlogi, ki spodbudijo potencialne podjetnike k sledenju svojim ciljem, so: Nezadovoljstvo z delovnim urnikom od 7. do 15. ure .

Podjetniki niso zadovoljni, če delajo za nekoga drugega. Zase želijo priložnosti, ki jim dajejo notranje nagrajevanje, kot npr. priložnost za kreativnost, uživanje, navdušenje, tveganje in uporabo vseh svojih talentov. Potencialni podjetnik se upira ideji »golega preživljanja« – služba, ki ne omogoča samoizpolnjevanja in v kateri posamezniki nimajo avtonomije ter možnosti odločanja, mu ne predstavlja izziva.

### Mit o varni zaposlitvi

Vzgojeni smo bili v prepričanju, da opravljamo delo za določeno podjetje, korporacijo ali javno službo in ostanemo v istem podjetju, dokler se ne upokojimo. Vendar to v današnjih razmerah ne velja več. Podjetja so racionalizirala svoje dejavnosti in prisilila zaposlene v zgodnje upokojevanje. Napredovanja in višanja plače na podlagi uspešnosti niso več zagotovljena. Za nekatere ljudi tudi delo ni več na voljo, ne glede na njihovo izobrazbo in delovne izkušnje. V tako negotovem svetu so tveganja, povezana s lastno podjetniško dejavnostjo, naenkrat videti manj tvegana (ali vsaj enako tvegana).

### Rast majhnih podjetij

Potencialni podjetniki vedo, da priložnosti niso v velikih podjetjih. Veliko ljudi najde svojo zaposlitev v majhnem podjetju, kjer najdejo več fleksibilnosti in avtonomije. Z izboljšavami telekomunikacij in naglo rastjo uporabe svetovnega spleta je delo od doma postalo bolj izvedljiva možnost. Tehnologija omogoča podjetnikom, da ustvarijo svojo zaposlitev in podjetje brez veliko kapitala.

### Lahkotno sprejemanje sprememb

Potencialni podjetniki zaznavajo spremembe kot nujno potreben del učinkovitega razvoja kariere. Ker jih napredovanje znotraj podjetja ne zanima, ne vidijo potrebe, da bi ostali v istem podjetju vso svojo kariero. Pogosto menjavo služb vidijo kot način za učenje veščin in ohranjanje vključenosti v zanimive priložnosti. Zato je zanje služba zgolj način za učenje pomembnih veščin in ustvarjanje denarja za podpiranje njihovega pravega interesa: rasti svojega podjetja.

Veliko ljudi izbere podjetništvo namesto tradicionalnih kariernih možnosti zaradi boljšega dohodka. Pokazalo se je, da ljudje, ki imajo svoje podjetje, ustvarijo več denarja kot zaposleni v drugih podjetjih. Ostaja veliko različnih razlogov, zakaj ljudje raje izberejo podjetništvo kot tradicionalno obliko zaposlitve od 7. do 15. ure. Ne glede na razloge je raziskava pokazala, da podjetništvo ni preprosta pot. Shane (2008) je ugotovil, da je izmed vseh podjetij, ki so bila odprta v letu 1992, deset let pozneje odprtih le še 29 %. Prav tako je Knaup (2005) ugotovil, da je po dveh letih od odprtja majhnega podjetja poslovalo okoli 60 % podjetij, po štirih letih pa le še 44 %. Nekateri izmed razlogov neuspešnega podjetništva vključujejo slabo izvajanje storitev, pomanjkanje pravega podjetniškega odnosa, nepripravljenost na žrtvovanje ali tveganje in pomanjkljivo načrtovanje.

Zaradi visoke stopnje neuspeha je zelo pomembno, da ugotovimo posameznikovo pripravl-

jenost na podjetništvo. Zato je VPP lahko odličen pripomoček za prepoznavanje tistih iskalcev zaposlitve, ki imajo veliko verjetnost, da postanejo uspešni podjetniki, in tistih, za katere bi bilo morda bolje, če nadaljujejo tradicionalno obliko kariere.

## NAMEN VPP

Za uspešno podjetništvo so potrebna določena vedenja, motivi in način razmišljanja. Lock (2005b) pravi, da je podjetniški duh bistvenega pomena za zagon podjetniške dejavnosti. Predlaga, da pred zagonom podjetja posameznik sam sebe izpraša, ali ima lastnosti podjetnika.

Peterson in Gonzalez (2005) pravita, da je podjetniško vedenje nujno potrebno za ljudi, ki želijo začeti s podjetništvom, in za zaposlene, ki želijo obdržati svojo zaposlitev. Predlagata, da je podjetniško razmišljanje pomembna sestavina veliko vidikov globalne ekonomije. Skleneta, da bodo podjetja, ki zmanjšujejo svoj obseg, zaposlene, ki razmišljajo podjetniško, cenila višje. V svetu dela pa bodo medtem iskani tisti ljudje, ki se znajo spoprijeti s spremembami in so sposobni poiskati načine za rešitev problemov.

Individualne razlike v osebnosti podjetnikov so najbolj pomemben dejavnik za podjetniški uspeh (Baum, Frese, Baron in Katt, 2007) – celo bolj pomemben kot podjetniška ideja ali vrsta dejavnosti. Pri prepoznavanju ljudi, ki so pripravljeni na to, da postanejo uspešni podjetniki, so upoštevali veliko različnih dejavnikov; npr. osebnostne značilnosti, kompetence in motivacija.

VPP je zasnovan tako, da ljudje lahko raziskujejo svoje osebnostne lastnosti, kompetence in motivacijo preden začnejo s svojim podjetniškim podvigom. Poleg tega VPP ponuja predloge za krepitev pripravljenosti na podjetništvo.

Z informacijami, ki jih vključuje VPP, bodo uporabniki:

- pridobili znanje/vedenje o svojih prednostih in šibkih točkah, preden bodo začeli s svojo dejavnostjo ali se samozaposlili;
- prepoznali načine za povečanje svoje podjetniške pripravljenosti;
- okrepili samozavest.

VPP je namenjen uporabi v kateri koli vrsti programa, ki ponuja karierno in zaposlitveno svetovanje, ali katerem koli izobraževalnem programu, ki raziskuje karierne in/ali podjetniške možnosti. Agencije in šole, ki bi lahko uporabljale VPP, so srednje šole, programi karierne orientacije, programi zaposlitvenega svetovanja, programi rehabilitacijskega zaposlitvenega svetovanja, karierni centri, invalidski zaposlitveni programi, programi razvoja zaposlenih ali v agenciji, ki dela s posamezniki s področij načrtovanja in raziskovanja kariere.

## UPORABA in INTERPRETACIJA

VPP omogoča preprosto uporabo, vrednotenje in interpretacijo. Vsebuje 60 postavk, ki opisujejo lastnosti, pomembne za podjetniški uspeh. Na vsaki postavki testiranec oceni, kako dobro ga trditev opisuje na 4-stopenjski lestvici od »precej značilno zame« do »ni značilno zame«. VPP vsebuje navodila za vrednotenje, uporabniški profil, opise šestih ključnih lastnosti za podjetništvo in vodila za interpretacijo, ki testirancu pomagajo svoje rezultate povezati s specifičnimi načini za razvoj lastne podjetniške dejavnosti. Testiranec ima na voljo prazen prostor, kamor

lahko napiše svoj akcijski načrt za podjetniški uspeh in nekaj uporabnih internetnih virov ter druge literature, ki mu lahko pomaga pri razvoju svojega podjetja.

VPP se lahko uporablja individualno ali skupinsko. Primeren je uporabnike od končane srednje šole naprej. Ker postavke ne razlikujejo med spoloma, je VPP primeren za več ciljnih skupin.

### Uporaba VPP

Testiranec za reševanje vprašalnika, vrednotenje rezultatov in interpretacijo rezultatov potrebuje le pisalo. Na prvi strani vprašalnika vpiše ime, datum, spol in starost. Testator poda testiranecu navodilo, da mora izpolniti vsa zahtevana polja. Nato prebere opis vprašalnika in navodila za Korak 1. Testator naj se prepriča, da vsi razumejo navodila in način odgovarjanja na vprašalnik. Uporabnik svoje odgovore zapisuje na vprašalnik. Okviren čas reševanja vprašalnika je od 20 do 25 minut.

VPP je sestavljen iz več korakov, ki vodijo testiranca skozi reševanje, vrednotenje in interpretacijo rezultatov vprašalnika. V Koraku 1 uporabniki označijo svoje odgovore za vsako izmed 60 trditev. Ko uporabnik prebere postavko, obkroži odgovor, ki ga najbolje predstavlja. Vsaka lestvica vsebuje 10 postavk, te predstavljajo podjetniške lastnosti, ki jih meri VPP. V Koraku 2 uporabniki vpišejo svoje seštevke v kvadrate na desni strani postavk. Korak 3 vsebuje barvni grafični prikaz, na katerega uporabnik vpiše svoje rezultate od 10 do 40. Profil pomaga uporabnikom bolje razumeti svoje odgovore. Korak 4 pomaga uporabnikom interpretirati, kaj pomenijo njihovi rezultati. Ponuja opise 6 lestvic ter namige in aktivnosti, ki uporabniku pomagajo raziskati svoje podjetniške interese. Uporabnike je treba spodbuditi, da pregledajo vsako lestvico, vendar se osredotočijo na tiste, na katerih so dosegli najnižje rezultate. Korak 5 uporabnika spodbudi, da naredi akcijski načrt ter uporabi pridobljeno znanje in informacije za zagon lastne podjetniške dejavnosti. Na koncu vprašalnika je naštetih nekaj internetnih virov ter druge literature, ki prihodnjim podjetnikom lahko pomaga pri uspešnem začetku in vzdrževanju podjetja.

### Razumevanje in interpretacija rezultatov

VPP vsebuje surove rezultate kot seštevke obkroženih števil za vsako izmed 10 postavk na šestih lestvicah, ki opisujejo podjetniške značilnosti. Rezultati so nato ocenjeni na podlagi srednjih vrednosti za vsako izmed lestvic. Za vsako izmed lestvic VPP velja:

- Rezultati od 31 do 40 so VISOKI in kažejo, da ima testiranec veliko lastnosti in virov, ki so povezani s to lestvico, zato bi moral o podjetništvu razmišljati še naprej.
- Rezultati od 21 do 30 so POVPREČNI in kažejo, da ima testiranec nekatere lastnosti in vire, ki so potrebni za uspešno podjetništvo, druge pa bi moral še razviti.
- Rezultati od 10 do 20 so NIZKI in kažejo, da testiranec nima veliko lastnosti in virov, povezanih s to lestvico. Ponovno bi moral razmisliti, ali je primeren za podjetniško dejavnost.

Uporabniki imajo navadno eno ali več področjih, na katerih dosežejo nizek ali nižje povprečen rezultat. Uporabniki naj se najprej osredotočijo na raziskovanje svojih prednosti in šibkih točk. Vendar naj bodo pozorni tudi na to, kako lahko svoje rezultate uporabijo za povečevanje svojih možnosti za podjetniški uspeh. To lahko najbolje dosežejo tako, da izpolnijo vse aktivnosti v Koraku 4. V pomoč jim bo, če bodo razmišljali o pomembnih vidikih podjetništva, preden začnejo z lastno dejavnostjo.

Visok rezultat ni potreben na vseh lestvicah VPP. Vprašalnik je zasnovan tako, da uporabnika spodbudi k razmišljanju o zagonu lastne dejavnosti in raziskovanju svojih podjetniških lastnosti. Raziskave so pokazale, da so te lastnosti pomembne za uspešno podjetništvo, niso pa za uspeh potrebne vse. Nekdo z relativno visokimi rezultati na večini lestvic lahko nadomesti primanj-

kljaje na drugih področjih.

Nekateri uporabniki lahko dosežejo povprečne ali nizke rezultate na večini ali vseh šestih lestvicah. V tem primeru morda niso primerni za podjetniško kariero. Predlagamo lahko, da nadaljujejo z bolj tradicionalnimi možnostmi kariere. Če že začnajo s podjetniško dejavnostjo, pa jih lahko spodbudimo, da podjetništvo bolj raziščejo, se pogovorijo o možnostih s kariernim svetovalcem ali začnejo najprej s popoldansko dejavnostjo, da preizkusijo svojo idejo, medtem ko še imajo varno službo in stalno plačo.

### Primer

Suzana je 52-letna vodja pisarne z diplomo iz poslovnega upravljanja. Svoje delo ima rada, vendar bo kmalu dopolnila petindvajset let delovne dobe in tako izpolnila pogoje za upoko-  
jitev. Boji se, da ji bo potem dolgčas, ker ne bo imela ničesar početi. Pravi, »da ji je všeč, če ima vedno kaj početi«. Suzana je vedno želela ustanoviti podjetje za sprehajanje psov in varstvo ljubljencev, ko bi lastniki odšli od doma. Tudi sama ima doma nekaj ljubljencev in občasno prostovoljno pomaga v bližnjem zavetišču za živali. Malce je v dvomih glede odprtja lastnega podjetja. Njeni rezultati vprašalnika VPP so naslednji:

Vizija: 25

Sprejemanje tveganja: 18

Vztrajnost: 29

Motiviranost: 34

Neodvisnost: 31

Viri: 20

Kot je razvidno iz Suzaninih rezultatov, ima potrebno motivacijo, da bi bila lahko uspešna podjetnica. Zdi se, da je sprejela izziv in je strastna glede vrste podjetniške dejavnosti, ki bi jo ustanovila. Resnično verjame, da bi njen trud določil, kako uspešna bo njena podjetniška dejavnost. Visok rezultat na lestvici neodvisnosti kaže, da je samoiniciativna in rada sprejema svoje odločitve. Vendar pa je Suzanina vizija za njeno podjetniško dejavnost nekoliko omejena. Ve, katero vrsto podjetniške dejavnosti bi začela, vendar ni še premišljevala, kako bi lahko svoje ideje izvedla v svoji skupnosti. Prav tako nima nadomestnega načrta. Njeni največji izzivi pri ustanovitvi lastnega podjetja so v sklopu lestvic sprejemanja tveganja in virov. Njeni rezultati so pri teh dveh lestvicah nizki. Tako dolgo je delala, da jo straši misel na to, da bi bila brez plače in da bi morala vložiti denar v zagon podjetja, ki nima zagotovljenega prihodka. Zdi se, da nerada tvega na vseh področjih življenja ali v karieri. Predlagano ji je bilo, da bi s svojim podjetjem začela med vikendi, ne da bi se odrekla svoji trenutni plači. Poleg tega so jo spodbudili k nadaljnjemu raziskovanju svojih možnosti (vključno z raziskovanjem franšize) in k pogovoru z drugimi ljudmi iz skupnosti, ki so začeli s podjetniško dejavnostjo, da bi lahko prepoznala potencialnega mentorja.

### Raziskovanje in razvoj

To poglavje opiše faze, vpletene v razvoj VPP. Vključuje smernice za razvoj, vključene postavke, izbor in standardizacijo postavk, razvoj in testiranje norm.

### Smernice za razvoj

VPP je bil razvit za potrebe hitrega in zanesljivega inštrumenta, ki pomaga ljudem raziskati in določiti, ali imajo potrebne lastnosti za ustanovitev lastnega podjetja. Prav tako svetovalcem in učiteljem ponuja informacije, ki jih lahko uporabijo za pomoč svojim strankam in učencem pri raziskovanju kariernih opcij podjetništva. VPP je bil razvit z namenom, da bi izpolnil naslednje

smernice:

1. **Inštrument bi moral meriti širok spekter podjetniških značilnosti.** Razvitih je bilo šest lestvic, ki so bile reprezentativne podjetniške značilnosti, prepoznane iz literature, da bi pomagale ljudem prepoznati njihovo pripravljenost za začetek podjetniške dejavnosti.
2. **Inštrument mora biti enostaven za upravljanje, ocenjevanje in interpretiranje.** VPP uporablja štiritočkovno Likertovo obliko vprašanj in odgovorov, ki omogoča uporabnikom, da hitro določijo svoje podjetniške prednosti in pomanjkljivosti. Format uporabnikom omogoča preprosto izpolnjevanje, ocenjevanje in interpretacijo ocene.
3. **Inštrument mora biti uporaben za ženske in moške.** Standardi za VPP so bili razviti tako za ženske kot za moške.
4. **Inštrument mora vsebovati postavke, ki so ustrezne za ljudi vseh starosti.** Standardi za VPP kažejo starostni razpon od 19 do 62.

### Razvoj lestvice

Večina raziskav, povezanih z odprtjem nove podjetniške dejavnosti, kaže, da so osebnostne značilnosti podjetnika najpomembnejši dejavnik za podjetniški uspeh. Ta raziskava kaže, da so te osebnostne podjetniške značilnosti celo pomembnejše od vrste podjetja, oblike in sektorja. Kljub tej raziskavi je bilo izvedenih zelo malo raziskav, povezanih s specifičnimi značilnostmi, ki jih potrebujejo podjetniki pri uspešnem zagonu svojega podjetja. Baum, Frese, Baron in Katz (2007) poročajo, da »kljub prepričanju, da so osebnostne značilnosti podjetnika pomembne za uspeh novega podjetja, psihologija podjetnika ni bila podrobno raziskana« (pp. 1–2). Raziskovalcem predlagajo, da še naprej delajo na prepoznavanju osebnostnih podjetniških značilnosti, ki bodo lahko ljudem pomagala pri odločitvi, ali je podjetništvo zanje najboljša možnost.

Večino raziskav, povezanih s potrebnimi specifičnimi značilnostmi za zagon in vzdrževanje svojega podjetja, najdemo v Psihologiji podjetništva (2007) avtorjev Baum, Frese in Baron. V njihovem celovitem pregledu raziskav, povezanih s pripravljenostjo na podjetništvo, prepoznajo tako motivacijske kot osebnostne značilnosti, potrebne za zagon in vzdrževanje novega podjetja. Ta celovit pregled podjetniške literature oblikuje osnovo za šest lestvic VPP.

Locke in Baum (2007) menita, da je motivacija sila, ki energizira, ohranja in usmerja dejavnosti podjetnikov. Pregledala sta motivacijske modele podjetništva in iz teh modelov prepoznala značilnosti, ki so najbolj potrebne za prihodnje podjetnike. Tabela 2 prikazuje povezavo med temi značilnostmi in lestvicami v VPP.

**Tabela 2: Primerjava motivacijskih značilnosti in lestvic VPP**

| Motivacijska značilnost, ki jo potrebujemo                                     | Lestvica VPP         |
|--|----------------------|
| <b>Vizija:</b> Koncept o tem, kakšna bo podjetniška dejavnost                  | Vizija               |
| <b>Samozavest:</b> Samospoštovanje in potreba po tveganju                      | Sprejemanje tveganja |
| <b>Vztrajnost in egoistična strast:</b> Ko ne obupaš, ko grede stvari narobe   | Vztrajnost           |
| <b>Motivacija po dosežku:</b> Želja po doseganju standarda odličnosti          | Motiviranost         |
| <b>Neodvisnost:</b> Želja po delu za sebe osti                                 | Neodvisnost          |
| <b>Situacijsko specifični viri:</b> Zaupanje, da imaš, kar potrebuješ za uspeh | Viri                 |



Rauch in Frese (2007) pravita, da so osebnostne značilnosti trajne dispozicije, ki kažejo visoko raven stabilnosti skozi čas. Izvedla sta temeljit pregled literature, povezane z osebnostnimi značilnostmi in podjetništvom, preden sta prepoznala značilnosti, pomembne za podjetnike v smislu učinka pri ustanavljanju podjetja in uspehu. Tabela 3 kaže povezanost med temi osebnostnimi značilnostmi in lestvicami v VPP.

**Tabela 3: Primerjava osebnostnih značilnosti in lestvic VPP**

| Osebnostna značilnost, ki jo potrebujemo  | Lestvica VPP         |
|---|----------------------|
| <b>Inovativnost:</b> Pripravljenost in interes po iskanju novih načinov delovanja | Vizija               |
| <b>Prevzemanje tveganja:</b> Posameznikova nagnjenost k tveganju                  | Sprejemanje tveganja |
| <b>Lastna učinkovitost:</b> Samozavest pri /vztrajanju, kljub težavam             | Vztrajnost           |
| <b>Potreba po dosežku/uspehu:</b> Potreba po izzivih, bolj kot po rutinskemu delu | Motiviranost         |
| <b>Neodvisnost:</b> Želja po sprejemanju lastnih odločitev                        | Neodvisnost          |
| <b>Občutek nadzora:</b> Prepričanje, da imaš osebne vire za uspeh                 | Viri                 |

### Izbor postavk

Velika večina postavk, ki sestavljajo šest glavnih lestvic v Vprašalniku VPP, je bila razvita in pozneje dopolnjena z rezultati študijskih raziskav, navedenih v pregledu uporabljenih virov. Večje število teh raziskav je bilo načrtovanih zato, da prepoznajo osebne značilnosti in motivacijske dejavnike, ki so vplivali na to, da so posamezni podjetniki začeli razvijati lastna podjetja.

Postavke, uporabljene za VPP, so bile zasnovane na podlagi velikega števila vprašanj, postavljenih v raziskavah, in čisto vsa so zadoščala obema dejavnikoma: osebnim značilnostim in motivacijskim dejavnikom. Ta sklop postavk je bil identificiran in testiran z razpolovitveno (split-half) statistično metodo, da smo lahko izločili postavke, ki niso spadale v oba dejavnika. Testiranci so bili člani podjetniškega kluba na srednje veliki ameriški fakulteti.

Metoda split-half je omogočila, da smo izključili postavke, ki se niso korelirale z drugimi na lestvici. Pri razvoju postavk je avtor uporabil izrazoslovje, ki se trenutno uporablja v literaturi, ki se ukvarja z motivacijskimi dejavniki, kompetencami in osebnimi značilnostmi podjetnikov. Ko so bile postavke razvite, so bile pregledane in preverjene glede jasnosti, stila in primernosti, da izpostavijo omejitve za osebe, ki začenejajo s svojim podjetjem. Postavke so bile še dodatno testirane, da bi izključili vsako diskriminacijo glede na spol, raso, kulturo ali etnično pripadnost.

### Standardizacija postavk

VPP je zasnovan, da meri posameznikovo pripravljenost, da zažene novo poslovno dejavnost in v njej vztraja. Avtor je identificiral (določil) populacijo, ki je bila zainteresirana, da se udeleži na področju podjetništva, in jo zaprosil za presojo vprašalnika. Osebe iz te skupine so izpolnile osnutke VPP, da bi lahko zbrali statistične podatke za vsako postavko. Rezultat te raziskave je bilo 10 postavk, ki so najbolje predstavljale vsako od šestih lestvic na VPP.

Iz te raziskave smo dobili podatke o primernosti postavk za vsako lestvico, o odzivih sodelujočih glede na obliko in vsebino vprašalnika ter o tem, kako so izpolnjevanje vprašalnika, točkovanje in izdelovanje profila preprosti. Strokovnjaki s poslovnega področja so poskrbeli, da so bile izločene postavke, ki so si bile med seboj preveč podobne. Vsi podatki, tako zbrani, so bili obdelani z metodo split-half, da bi lahko odkrili postavke, ki najbolje predstavljajo vseh šest lestvic na VPP. Postavke, ki so bile izbrane za končno verzijo vprašalnika, so bile ponovno

preverjene glede na vsebino, jasnost in stil. Velika pozornost je bila ponovno namenjena izločanju vseh mogočih predsodkov, nanašajočih se na rasno ali spolno pripadnost.

### Zanesljivost

Zanesljivost je definirana kot doslednost, s katero test meri tisto, za kar je bil zgrajen. Prikaže se jo s koeficientom zanesljivosti, korelacijo s ponovnim testiranjem (test-retest) in korelacijo med posameznimi lestvicami. Podatki o zanesljivosti so v tabelah 1, 2 in 3. Kot je razvidno iz tabele 1, VPP kaže zelo močno notranjo konsistenco s koeficientom split-half metode od .67 (lestvica Vztrajnost) do .95 (lestvica Vizija). Vse korelacije, pridobljene z razpolovitveno metodo, so statistično pomembne na stopnji tveganja  $p < 0.1$ . Približno mesec dni po prvem testiranju je bila vzorčna populacija ponovno testirana, korelacije med rezultati obeh testiranj pa se gibljejo med .60 (lestvica Vztrajnost) in .93 (lestvica Neodvisnost). Vse te korelacije so bile pomembne na stopnji tveganja  $p < 0.1$ .

Tabela 3 kaže korelacije med posameznimi lestvicami VPP. Korelacija med posameznimi postavkami lestvice kaže, ali lestvica resnično meri posamezni enodimenzionalni latentni konstrukt. Nižje so korelacije med lestvicami, manj se lestvice med seboj prekrivajo. VPP je pokazal zelo močno korelacijo med lestvicami, ki je bila najmočnejša med lestvicama Vztrajnost in Sprejemanje tveganja (.410). Vse druge korelacije so bile nižje. Relativno visoka korelacija med omenjenima lestvicama pa nakazuje, da so ljudje, ki so pripravljene sprejemati tveganje, tudi tisti, ki dlje vztrajajo v lastnem poslu. Vse druge lestvice korelirajo z manjšim koeficientom, kar še dodatno pripomore k samostojnosti posameznih lestvic.

### Veljavnost

Za veljavno se najbolj pogosto razume tisto raziskovanje, v katerem dejansko raziskujemo tisto, kar želimo, to se pravi tisto, kar sta opredeljeni cilj in predmet raziskovanja. Veljavnost VPP se kaže v povprečju in standardni deviaciji. Tabela 3 kaže povprečja in standardne deviacije za moške in ženske, ki so odgovarjali na vprašalnik. Ženske so imele višje rezultate na lestvici Motiviranost ( $M=32,54$ ) in na lestvici Neodvisnost ( $M=30,26$ ). Njihovi rezultati so bili višji od rezultatov, ki so jih na obeh lestvicah dobili moški. Kar nakazuje, da so ženske bolj pripravljene, da začnejo s poslom, in imajo več podjetniškega duha kot moški. Ženske tudi bolj cenijo neodvisnost, ki spremlja podjetništvo, ter ne potrebujejo strukturiranega okolja in bonitet, ki jih prinaša tradicionalna zaposlitev. Vendar pa imajo ženske nižje rezultate na lestvici Sprejemanje tveganja ( $M=19,00$ ) in na lestvici Viri ( $M=21,46$ ). Kar nakazuje, da ženske nerade sprejemajo finančno in čustveno tveganje, povezano z odpiranjem lastne aktivnosti, in imajo na splošno manj virov, da bi lahko začele in nadaljevale z lastnim podjetjem. V povprečju ženske potrebujejo več pomoči, da bi premagale strahove, minimizirale tveganja, povezana s podjetništvom, in da bi uspele pridobiti vire, potrebne za načrtovanje novega posla.

Moški so dosegali višje rezultate na lestvici Motiviranost ( $M=32,12$ ) in Vztrajnost ( $M=31,55$ ), kar nakazuje, da so na splošno pripravljene začeti svojim podjetjem in jih ne ustavijo niti s tem povezane težave in izzivi. Moški so tudi veliko bolj pripravljene prevzeti tveganje ( $M=29,23$ ), povezano s podjetništvom, in imajo na razpolago vire ( $M=29,84$ ), potrebne za zagon in ohranjanje lastnega podjetja. Moški so imeli nižje rezultate na lestvici Vizija ( $M=27,24$ ), kar nakazuje, da bi oni potrebovali pomoč v fazi konceptualizacije podjetja.

Če sklenemo, so tako moški kot ženske dosegali najvišje rezultate na lestvici Motiviranost ( $M=32,34$ ), Neodvisnost ( $M=30,03$ ) in Vztrajnost ( $M=30,15$ ). Taki rezultati nakazujejo, da podjetniki, ki so odgovarjali na VPP, imajo željo in potrebno vztrajnost za zagon lastnega podjetja, vendar oboji potrebujejo pomoč pri premagovanju strahov pred tveganjem ( $M=23,92$ ), pri

določanju poslovne ideje (M=26,55) in pri pridobivanju potrebnih virov (M=25,49) za uspeh na podjetniškem področju.

### **O avtorju**

**John Liptak (doktor izobraževalnih znanosti)** je eden izmed vodilnih razvijalcev kvantitativnih in kvalitativnih vprašalnikov v ZDA. Je pridružen direktor Centra za eksperimentalno učenje in karierni razvoj na Univerzi Radford v Radfordu, Virginija. Ukvarja se s kariernim testiranjem in kariernim svetovanjem študentom ter uporablja in interpretira številne karierne vprašalnike. Osredotoča se na pomoč študentom pri razvoju kariere tako, da jih spodbuja k učenju, delovnim in prostočasnim dejavnostim. Poleg VPP je razvil veliko število drugih vprašalnikov, dosegljivih na spletni strani [http://jist.emcp.com/all.html?jist\\_product\\_type=205](http://jist.emcp.com/all.html?jist_product_type=205).

**Tabela 1: Notranja konsistenca (Split-Half Metoda)\***

| Lestvica             | Koeficient korelacije |
|----------------------|-----------------------|
| Vizija               | .95**                 |
| Sprejemanje tveganja | .91**                 |
| Vztrajnost           | .67**                 |
| Motiviranost         | .79**                 |
| Neodvisnost          | .84**                 |
| Viri                 | .87**                 |

\*N = 48 odraslih

\*\* statistična pomembnost na stopnji tveganja  $p < 0.01$

**Tabela 2: Stabilnost (Korelacije test - retest)\***

| Lestvica             | Koeficient korelacije |
|----------------------|-----------------------|
| Vizija               | .69**                 |
| Sprejemanje tveganja | .90**                 |
| Vztrajnost           | .60**                 |
| Motiviranost         | .86**                 |
| Neodvisnost          | .93**                 |
| Viri                 | .90**                 |

\*N = 30 odraslih

+ 1 mesec od prvega testiranja

\*\* statistična pomembnost na stopnji tveganja  $p < 0.01$

**Tabela 3: VPP Medlestvične korelacije\***

| Lestvica             | Vizija | Sprejemanje tveganja | Vztrajnost | Motiviranost | Neodvisnost | Viri  |
|----------------------|--------|----------------------|------------|--------------|-------------|-------|
| Vizija               | 1.00   | -.097                | -.138      | .214         | -.069       | -.313 |
| Sprejemanje tveganja |        | 1                    | .410**     | -.058        | -.144       | .062  |
| Vztrajnost           |        |                      | 1.00       | .053         | .280        | -.397 |
| Motiviranost         |        |                      |            | 1.00         | -.174       | .051  |
| Neodvisnost          |        |                      |            |              | 1.00        | .110  |
| Viri                 |        |                      |            |              |             | 1.00  |

\*N = 24 odraslih

\*\* statistična pomembnost na stopnji tveganja  $p < 0,05$

**Tabela 4: VPP Means and standardne deviacije za odrasle**

| Lestvica             | Skupaj (N = 154) |      | Moški (N = 74) |      | Ženske (N = 80) |      |
|----------------------|------------------|------|----------------|------|-----------------|------|
|                      | Povpr.           | SD   | Povpr.         | SD   | Povpr.          | SD   |
| Vizija               | 26.55            | 3.00 | 27.24          | 3.50 | 25.90           | 2.30 |
| Sprejemanje tveganja | 23.92            | 5.80 | 29.23          | 3.00 | 19.00           | 2.20 |
| Vztrajnost           | 30.15            | 3.00 | 31.55          | 3.00 | 28.85           | 2.50 |
| Motiviranost         | 32.34            | 2.70 | 32.12          | 3.30 | 32.54           | 2.20 |
| Neodvisnost          | 30.03            | 4.90 | 29.77          | 6.00 | 30.26           | 3.60 |
| Viri                 | 25.49            | 5.60 | 29.84          | 4.70 | 21.46           | 2.33 |

## LITERATURA

Baum, J. R., Frese, M. & Baron, R. A. (2007). *The psychology of entrepreneurship*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Baum, J. R., Frese, M., Baron, R. A., & Katz, J. A. (2007). Entrepreneurship as an area of psychological study: An introduction. In Baum, Frese, & Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*, pp. 1-18. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Brush, C., Elam, A. & Allen, E. (2008). *Fueling economic development through entrepreneurship*. Babson Park, MA: Babson Entrepreneurship Monitor.

Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.

Hopkins, J. (2005). The new entrepreneurs: Americans over 50. *USA Today*, January 18, 2005.

Knaup, A. E. (2005). Survival and longevity in the Business Employment Dynamics data. Bureau of Labor Statistics: *Monthly Labor Review*, May 2005.

Liptak, J. J. (2008) *Career quizzes*. Indianapolis, IN: JIST Publishing.

Liptak, J. J. (2001). *Treatment planning in career counseling*. Belmont, CA: Thomson Brooks/Cole.

Lock, R. D. (2005). *Job search*. Belmont, CA: Thomson Brooks/Cole.

Lock, R. D. (2005b). *Taking charge of your career direction*. Belmont, CA: Thomson Brooks/Cole.

Locke, E. A., & Baum, J. R. (2007). Entrepreneurial motivation. In Baum, Frese, & Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*, pp. 93-112. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Peterson, N. & Gonzalez, R. C. (2005). *The role of work in people's lives*. Belmont, CA: Thomson Brooks/Cole.

Pink, D. (2001). *Free agent nation*. New York, NY: Warner.

Rauch, A. & Frese, M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. In Baum, Frese, & Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*, pp. 41-65. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Reynolds, P. D. Carter, N. M., Gartner, W. B., Greene, P. G., & Cox, L. W. (2009). *The entrepreneur next door: Characteristics of individuals starting companies in America*. Kansas City, MO: Ewing Marion Kauffman Foundation.

Shane, S. (2008). *Illusions of entrepreneurship: The costly mistakes that entrepreneurs, investors, and policy makers live by*. New Haven, CT: Yale University Press.

Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, pp. 217-226.

Stanley, T. J. & Danko, W. D. (1996). *The millionaire next door*. Atlanta, GA: Longstreet Press.

Wild Women EntrepreneurRoom/  
FactsaboutFemaleEntrepreneurship/tabid/121/Default.aspx.



Gradivo je nastalo v okviru projekta Razvoj in promocija storitev ter pripomočkov za vseživljenjsko karierno orientacijo brezposelnih, drugih iskalcev zaposlitve in neaktivnih, ki je sofinanciran s strani Evropskega socialnega sklada.

April 2014