GO GREEN

Sofinancira Evropska unija

DELOVNI PAKET 2 CILJ 2

PODROBNO POROČILO

O PERSPEKTIVAH MLADIH IN ZELENIH INTERVENCIJSKIH PODROČJIH

Go Green

Nova učna pot za spodbujanje zelenega podjetništva.

Pripravil:
CTRIA

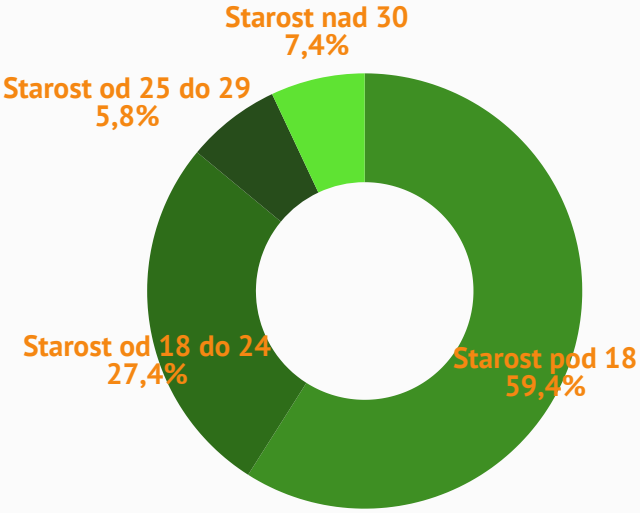
Financira Evropska unija. Izražena stališča in mnenja so izključno stališča in mnenja avtorjev in ne odražajo nujno stališč Evropske unije ali izvajalske agencije za izobraževanje in kulturo (EACEA). Niti Evropska unija niti EACEA ne moreta biti odgovorna zanje.

Uvod

Namen raziskave je ugotoviti interes mladih za programe zelenega podjetništva, njihov odnos do takšnih pobud in dejavnike, ki vplivajo na njihovo udeležbo. Izbrana metoda raziskovanja je bil spletni anketni vprašalnik. Raziskava je bila izvedena v mesecu februarju in marcu 2025 v šestih evropskih državah: Irska, Španija, Slovenija, Madžarska, Bolgarija in Severna Makedonija.

Raziskava je bila namenjena zlasti mladim med 15 in 29 let. V okviru raziskave nam je uspelo zbrati 500 veljavnih odgovorov, ki so podali vpogled v podjetniške namere mladih, njihov odnos do trajnostnih poslovnih pobud ter dejavnike, ki bodisi spodbujajo ali pa ovirajo njihovo sodelovanje v tovrstnih programih.

Demografska sestava je raznolika. Več kot polovica vprašanih je ženskega spola (55,0 %), 38,6 % je moških in 4,8 % vprašanih se identificira z drugimi identitetami. Starostna porazdelitev je predstavljena v grafikonu na desni. Kot je razvidno iz grafikona na desni je največ vprašanih mlajših od 18 let (59,4 %) in najmanj med 25 in 29 let s 5,8 %.



S 43,6 % je med anketiranimi največ študentov, sledijo dijaki z 39,4 %. 13,0 % anketiranih je zaposlenih in le 1,0 % vprašanih je brezposelnih.

Zaradi precejšnjih razlik v odgovorih med državami je bila opravljena primerjalna analiza rezultatov z uporabo tehtanja podatkov. V nadaljevanju je prikazan podroben pregled profilov anketiranih: njihova zanimanja za programe zelenega podjetništva in odnosa, ki ga imajo do njih ter ključne dejavnike - bodisi podporne bodisi ovirajoče, ki vplivajo na njihovo udeležbo v takšnih pobudah.

Omejitve in težave, ki preprečujejo udeležbo v tovrstnih programih:

- Finančne težave: 20,2 %.
- Fizične ali duševne ovire: 11,4 %.
- Težave, povezane z družino: 8,6 %.
- Ovire, povezane z delom ali študijem: 3.4%.
- O težavah niso poročali: 41.4%.

Ženske se pogosteje dojemajo kot prikrajšane.

Študenti poročajo, da se soočajo z največ ovirami, zlasti v obliki finančnih težav.

Izobraževalni programi za razvoj zelenih podjetij

Trajnost in zeleno podjetništvo pridobivata vse pomembnejšo vlogo v gospodarstvu in družbi. Odnos, znanje in zavezanost mlajših generacij so ključni dejavniki pri določanju prihodnjega uspeha takšnih pobud. Da bi raziskali te vidike, so se prva tri vprašanja v raziskavi osredotočala na stališča anketirancev do trajnosti, pomen, ki ga pripisujejo zelenim podjetjem in njihovo ozaveščenost o povezanih razvojnih programih.

Rezultati vprašalnika nakazujejo na to, da je trajnost na splošno obravnavana kot pomembna vrednota. Hkrati pa ugotavljamo, da se dojemanje praktične vloge zelenih podjetij in ozaveščenost o povezanih programih med različnimi družbenimi skupinami in državami precej razlikujeta.

Rezultati vprašalnika nakazujejo, da je trajnost za mlade zelo pomembna tema, vloga zelenih podjetij pa je splošno priznana.

Večina anketirancev meni, da okoljska trajnost ni le odgovornost posameznika, temveč tudi ključni gospodarski in družbeni dejavnik, ki lahko dolgoročno prispeva k trajnostnemu razvoju.

Čeprav so zelena podjetja na splošno pozitivno ocenjena, ugotovitve kažejo, da mnogi anketiranci menijo, da je njihova učinkovitost odvisna od panoge, njihov uspeh pa je močno odvisen od regulativnega in podpornega okolja. Poleg tega se kaže določena mera skepse, zlasti med starejšimi anketiranci in tistimi, ki so že zaposleni, saj menijo, da na trajnostne vidike pri sprejemanju poslovnih odločitev pogosto vplivajo drugi dejavniki.

Vendar je ozaveščenost o programih za razvoj zelenih podjetij še vedno neenakomerna, z opaznimi demografskimi in geografskimi razlikami. Čeprav je veliko mladih slišalo za takšne priložnosti, jih ima le malo poglobljeno znanje ali praktične izkušnje. Anketiranci iz zahodnoevropskih držav so se zdeli bolje obveščeni, medtem ko je bila ozaveščenost v vzhodni in jugovzhodni Evropi nižja.

Na splošno raziskava kaže, da je zanimanje za trajnostni razvoj in zeleno podjetništvo sicer veliko, vendar ugotovitve raziskave očitno nakazujejo na potrebo po nadaljnjem izobraževanju, ozaveščanju in ciljno usmerjenem podpornem sistemu za izboljšanje znanja in spodbujanja udeležbe. Aktivno vključevanje mladih in večja dostopnost do priložnosti, povezanih z zelenimi podjetji, bi lahko imela ključno vlogo pri zagotavljanju, da te pobude dobijo širšo veljavo in dosežejo pomemben učinek.

Spodbude in ovire

Uspeh programov za razvoj zelenih podjetij ni odvisen le od zanimanja in ozaveščenosti mladih, temveč tudi od ovir, s katerimi se soočajo pri sodelovanju in od tega, v kolikšni meri so motivirani za aktivno udeležbo v takšnih pobudah. Rezultati raziskave osvetljujejo dejavnike, ki lahko mlade ovirajo pri vključevanju v te programe, pa tudi stopnjo zavezanosti, ki so jo izrazili anketiranci. V nadaljevanju predstavljamo najpogostejše težave in stopnjo motivacijske pripravljenosti, ki imata ključno vlogo pri vključevanju in mobilizaciji mladih.

Omejitve

Finančne omejitve: pristojbine za udeležbo, stroški usposabljanja in drugi finančni dejavniki (37,2 %);

Pomanjkanje informacij: ozaveščenost o obstoječih programih in njegovih vesbinah je neenakomerna; veliko mladih ni seznanjenih z razpoložljivimi možnostmi (29,6 %);

Pomanjkanje časa: zaradi študijskih in delovnih obveznosti jih le malo lahko nameni dovolj časa takšnemu programu (24,5 %);

Geografske omejitve in omejitve glede dostopnosti: za tiste, ki živijo na podeželju ali manj razvitih območjih, je dostop do programov bolj omejen (18,7 %);

Pomanjkanje motivacije: vsi mladi ne vidijo jasnega potenciala v zelenem podjetništvu, zato se jim zdi sodelovanje manj pomembno (12,3 %).

Spodbude

20 % anketirancev je zelo motiviranih za sodelovanje v programih, 55 % pa jih je le srednje motiviranih za sodelovanje v programih;

Moški pogosteje menijo, da je sodelovanje v programih zelenega podjetništva še posebej pomembno;

Večje zanimanje za sodelovanje v programih je zaznati med mlajšimi od 25 let;

Anketiranci z več izkušnjami, vključno s tistimi, ki že imajo podjetje, kažejo visoko raven motivacije in na splošno ne potrebujejo dodatne spodbude;

Ovire pomembno vplivajo na motivacijo mladih. Motivacijo najbolj zmanjšujejo ovire, ki so povezane s posameznikovimi viri, kot so finančna sredstva, razpoložljivost časa in dostop do informacij.

Motivacija za sodelovanje v programih

Na sodelovanje mladih v programih za razvoj zelenih podjetij ne vplivajo le dejavniki, ki so predstavljeni, kot ovire, temveč tudi spodbude, ki lahko pomagajo premagati izzive in okrepijo njihovo predanost. Ustrezni podporni mehanizmi - kot so finančne spodbude, možnosti mentorstva ali praktične izkušnje - imajo lahko pomembno vlogo pri spodbujanju mladih k aktivnemu sodelovanju v teh programih. V nadaljevanju predstavljamo ključne dejavnike, ki lahko povečajo pripravljenost za sodelovanje in spodbudijo večjo zavezanost mladih trajnostnemu podjetništvu.

FINANČNA PODPORA

41%

PRILAGODLJIV URNIK

31%

PRAKTIČNO USPOSABLJANJE

28%

MOŽNOSTI MENTORSTVA

19%

Okvir za implementacijo

Pri oblikovanju uspešnih programov za razvoj zelenih podjetij je bistveno, da izpolnjujejo pričakovanja mladih - tako glede vsebine kot strukture. Glede na rezultate ankete imajo anketiranci očitno raje prožne, v prakso usmerjene oblike, ki jim omogočajo sodelovanje ob študiju ali zaposlitvi. Med najbolj priljubljenimi možnostmi so bili hibridni modeli učenja, spletni in kratki intenzivni tečaji ter programi mentorstva in praktičnega usposabljanja.

Ključni dejavnik za udeležbo je tudi razpoložljiv čas, ki ga anketiranci lahko namenijo takšnim programom. Podatki kažejo, da bi jih večina lahko namenila le nekaj ur na teden, medtem ko so daljši programi, ki zahtevajo redno in trajno udeležbo, manj privlačni. Med študenti in mladimi delavci so bile opažene precejšnje razlike glede razpoložljivega časa: univerzitetni študenti imajo na splošno bolj prilagodljiv urnik, medtem ko imajo zaposleni mladi in tisti v poklicnem usposabljanju raje krajše, modularne tečaje.

Na podlagi ugotovitev je usklajevanje izvajanja programov s časovnimi omejitvami udeležencev - ob ohranjanju dinamične in praktične usmeritve - bistvenega pomena za zagotavljanje učinkovitosti zelenih poslovnih pobud.

Pomen zelenega podjetništva

Rezultati raziskave kažejo, da za večino mladih zeleno podjetništvo ni le prizadevanje za trajnost, temveč pomembna in izvedljiva dolgoročna poklicna pot. Večina anketirancev meni, da trajnostni poslovni modeli pridobivajo vse večji pomen v gospodarstvu in lahko v prihodnosti ponudijo konkurenčno alternativo tradicionalnim oblikam podjetništva.

Hkrati pa ugotovitve razkrivajo tudi precejšnje razlike v dojemanju te pomembnosti: medtem ko so nekateri anketiranci zelo predani zelenemu podjetništvu, ga drugi ocenjujejo kot manj donosnega ali manj tržno zanimivega. Razpoložljivi podporni sistemi, ustrezne informacije in predstavitev praktičnih primerov imajo lahko ključno vlogo pri tem, da trajnostno podjetništvo za mlade postane vse bolj privlačna in realna perspektiva.

Trajnostna podjetja: Ključna področja in trendi - 1. del

Trajnostna podjetja imajo vse pomembnejšo vlogo v svetovnem in lokalnem gospodarstvu, saj se zahteve po okoljski in družbeni trajnosti še naprej povečujejo. Inovativni poslovni modeli ne prispevajo le k varovanju okolja, temveč ponujajo tudi dolgoročno ekonomsko upravičene rešitve. Podjetniška miselnost in zanimanje mladih sta ključnega pomena za razvoj trajnostnega gospodarstva, zato je nujno raziskati, katera področja najbolj pritegnejo njihovo pozornost in kateri sektorji imajo največji potencial rasti. Na podlagi rezultatov raziskave so se pokazale naslednje ključne teme na področju trajnostnega podjetništva:

Krožno gospodarstvo in zmanjševanje odpadkov (41,3 %): skoraj polovica anketirancev je to področje označila za najbolj zanimivo. Zanimanje za recikliranje, zmanjševanje odpadkov in trajnostne proizvodne modele je bilo še posebej veliko v Bolgariji (45,6 %) in na Madžarskem (42,3 %), nekoliko manjše pa na Irskem (38,1 %).

Zelene inovacije in tehnološki razvoj (36,7 %): to področje je bilo še posebej priljubljeno med mlajšimi anketiranci in moškimi udeleženci. Zanimanje za nove tehnologije, pametne rešitve in trajnostne poslovne modele je bilo največje na Irskem (39,4 %) in v Severni Makedoniji (36,2 %), precej manjše pa na Madžarskem (29,1 %).

Obnovljivi viri energije (31,2 %): ta tema je bila bolj priljubljena med tistimi, ki so bili pripravljeni učenju posvetiti več časa. Med anketiranci, ki so navedli, da bi programu usposabljanja namenili od 6 do 8 ur ali več na teden, jih je 40 % dalo prednost temu področju. Zanimanje je bilo največje na Madžarskem (32,4 %) in v Bolgariji (30,6 %), nekoliko manjše pa na Irskem in v Sloveniji (oboje 27 %).

Trajnostna podjetja: Ključna področja in trendi - 2. del

Trajnostna arhitektura in zelene tehnologije (26,8 %): to področje je bilo še posebej priljubljeno med tistimi, ki jih zanimajo inovacije v gradbeništvu in rešitve za energetsko učinkovitost. Zanimanje zanj je bilo največje v Bolgariji (30,6 %) in Severni Makedoniji (29,8 %), medtem ko je bilo manj priljubljeno na Irskem (23,7 %).

Ekološko kmetijstvo in trajnostna živilska industrija (22,4 %): ta možnost je bila še posebej priljubljena pri anketirancih, ki živijo na podeželju, ali tistih, ki razmišljajo o sodelovanju v trajnostnih kmetijskih pobudah. Zanimanje je bilo največje na Irskem (24,2 %) in Madžarskem (22,8 %).

Zeleni promet in mobilnost (20,1 %): zanimanje za električna vozila in trajnostne prometne rešitve je bilo zlasti izrazito med moškimi anketiranci, ki jih zanima prometni sektor.

Okolju prijazni izdelki in storitve (18,9 %): to področje je bilo bolj priljubljeno med tistimi, ki razmišljajo o ustanovitvi malih podjetij in si prizadevajo za izvajanje lokalnih pobud.

Okoljsko izobraževanje in ozaveščanje (16,2 %): ta tema je bila najbolj priljubljena med ženskami in anketiranci, ki delajo na področju izobraževanja, kar kaže na to, da sta lahko izobraževanje o trajnosti in ozaveščanje močni orodji za povečanje družbenega vpliva.

Na podlagi podatkov so področja trajnostnega podjetništva, ki vzbujajo **največ zanimanja**, **krožno gospodarstvo, zelene inovacije in obnovljivi viri energije**. Spol, starost in zaposlitvene izkušnje anketirancev imajo pomembno vlogo pri oblikovanju tega, katere vrste trajnostnih podjetij se jim zdijo najbolj privlačne. Mlajše generacije se običajno bolj osredotočajo na inovacije in tehnologijo, medtem ko starejše anketirance bolj privlačijo dolgoročne in stabilne poslovne priložnosti. Pri razvoju pobud za zeleno podjetništvo je pomembno upoštevati te različne preference, da bi zagotovili, da programi učinkovito dosežejo in vključijo različne ciljne skupine in njihove potrebe.

Prepoznavnost programov

Izobraževalni programi, povezani s trajnostnim razvojem, imajo ključno vlogo pri opremljanju mladih z znanjem in spretnostmi, potrebnimi za zagon in vodenje zelenih podjetij. Takšno usposabljanje ne podpira le razumevanja trajnostnih poslovnih modelov, temveč tudi ponuja priložnosti za pridobivanje praktičnih izkušenj in vzpostavljanje poklicnih mrež.

V okviru naše študije je še posebej pomembno raziskati, kako dobro so ti programi poznani med mladimi in kateri dejavniki lahko ovirajo ali olajšajo njihov dostop. Če je cilj resnično spodbujati širjenje trajnostnega podjetništva, je bistveno, da imajo mladi dostop do pravih informacij in priložnosti za udeležbo na ustreznem usposabljanju. V naslednji analizi so predstavljena stališča anketirancev o tem, kako dobro so ti programi promovirani, ter opisani ukrepi, ki so po njihovem mnenju potrebni za izboljšanje prepoznavnosti zelenih izobraževalnih programov.

Glede na rezultate raziskave se ozaveščenost o izobraževalnih programih, povezanih s trajnostnim razvojem, v različnih družbenih in geografskih skupinah precej razlikuje. Čeprav je večina anketirancev že slišala za takšne programe jih je le nekaj imelo poglobljeno znanje ali praktične izkušnje. Glavni ugotovljeni izzivi so bili pomanjkanje informacij in omejen dostop - zlasti med mlajšimi anketiranci in tistimi, ki živijo na manj razvitih območjih.

Anketiranci so navedli, da bi bilo mogoče prepoznavnost trajnostnega podjetniškega usposabljanja in programov bistveno izboljšati z naslednjimi ukrepi:

- **Boljša promocija in komunikacija** - širši doseg prek družbenih medijev, namenskih spletnih strani in vključevanja izobraževalnih ustanov.
- **Ciljno usmerjene informacije za mlade** - aktivna prisotnost v srednjih šolah in na univerzah z delavnicami in dnevi odprtih vrat.
- **Izboljšana dostopnost** - ponujanje spletnega usposabljanj in brezplačnih ali subvencioniranih možnosti sodelovanja za prikrajšano mladino.
- **Mentorstvo in praktične priložnosti** - olajšanje vključevanja v podjetniške programe z dostopom do strokovnih mentorjev in pripravništev.

Raziskava poudarja, da obstaja jasno zanimanje za trajnostne podjetniške programe. Vendar brez učinkovitih promocijskih strategij in dostopnejših možnosti usposabljanja številni potencialni udeleženci težko najdejo priložnosti, ki bi ustrezale njihovim potrebam. Prihodnji razvoj programov bi se moral osredotočati na doseganje širšega spektra družbenih skupin in zagotavljanje usposabljanja, ki bo širše dostopno mladim.

Kakšen pomen ima zeleno podjetništvo za mlade?

01. Trajnost in okoljska odgovornost (54 %)

Za večino anketirancev je glavni pomen zelenega podjetništva, da si mora podjetje aktivno prizadevati za zmanjšanje svojega ekološkega vpliva.

“Zelena podjetniška miselnost daje prednost trajnosti, okoljski ozaveščenosti in družbeni odgovornosti pri sprejemanju poslovnih odločitev.”

02. Družbena odgovornost in etični poslovni model (8%)

Veliko število anketirancev meni, da imajo trajnostna podjetja tudi etično in družbeno odgovornost.

“Zeleno podjetništvo ne pomeni le varovanja okolja, temveč tudi sprejemanje etičnih poslovnih odločitev.”

03. Inovacije in tehnološki razvoj (35 %)

Več kot tretjina vprašanih meni, da sta tehnološki razvoj in inovacije nujna za trajnostno poslovanje.

“Krožno gospodarstvo, novi poslovni modeli in zelene inovacije.”

04. Podpora lokalnim skupnostim in ozaveščanje (27 %)

Veliko ljudi poudarja, da ne gre le za zmanjševanje vpliva na okolje, temveč tudi za ozaveščanje in prevzemanje odgovornosti v skupnosti.

“Podjetje, ki podpira lokalne skupnosti pri njihovem prehodu na trajnost.”

Sklep

Rezultati analize vprašalnika jasno kažejo, da med mladimi obstaja veliko zanimanje za trajnostno podjetništvo. Vendar pa jih pri izvajanju pobud na tem področju ovirajo številni dejavniki. Ideje o trajnostnem razvoju vse bolj postajajo del miselnosti mladih in očitno je, da zelena podjetja predstavljajo ustrezno in izvedljivo dolgoročno alternativo za gospodarski razvoj.

Glede na ugotovitve so glavni izzivi finančne omejitve, pomanjkanje informacij in omejen dostop do ustreznih izobraževalnih programov. Hkrati je mogoče raven motivacije povečati z usmerjeno promocijo, praktičnimi priložnostmi in prožnejšimi strukturami usposabljanja. Na podlagi predlogov anketirancev sta izboljšanje prepoznavnosti izobraževanja o trajnostnem razvoju in vzpostavitev mentorskih sistemov bistvena za vključitev večjega števila mladih v te pobude.

Na splošno raziskava potrjuje, da je za napredek trajnostnega podjetništva poleg zavzetih mladih potreben tudi podporni ekosistem, ki jim zagotavlja potrebno znanje, vire in priložnosti. Naslednji korak vključuje skupna prizadevanja izobraževalnih ustanov, oblikovalcev politik in podjetniških skupnosti, da bi zagotovili, da zeleno podjetništvo postane resnična in praktična poklicna pot za mlajšo generacijo.

“Trajnostno poslovanje je gospodarno z viri, spoštuje okolje in je dober sosed.”

Phil Harding