

OSNOVE TRAJNOSTNEGA PODJETNIŠTVA za dijake

7oleno
OMREŽJE
študentov



Poglavja

Glavna področja zelenega podjetništva	3
Kako od ideje do podjetja (pet korakov)	14
Osnove podjetništva	16
Kako pitchat idejo	18
Navdihajoči primeri mladih podjetnikov	20
Tvoj prvi buisness model canvas	22

UVOD V PODJETNIŠTVO

Ko slišimo besedo podjetništvo, najprej pomislimo na služenje denarja. A podjetništvo ni le to. Njegovo bistvo je v iskanju rešitev za težave, ki jih opazimo okoli sebe. Podjetništvo pomeni **prepoznati problem in poiskati idejo**, ki lahko izboljša našo **skupnost** ali celo **širšo družbo**.

Vsaka podjetniška pot **se začne pri posamezniku**, ki ima željo nekaj spremeniti na bolje. To je lahko majhna izboljšava v lokalnem okolju ali pa večja inovacija z vplivom na širši svet. Skupno vsem podjetniškim pobudam je, da temeljijo na **ustvarjalnosti, inovativnosti in pripravljenosti na tveganje**.

Posebno področje je **zeleno podjetništvo**. To združuje poslovne priložnosti s trajnostnim razvojem. Poudarek je na tem, da ideje ne prinašajo le finančnih koristi, temveč tudi **zmanjšujejo obremenjevanje okolja in spodbujajo odgovorno rabo virov**.

Kaj je krožno gospodarstvo?

Krožno gospodarstvo pomeni, da izdelkov ne zavržemo takoj, ampak jih poskušamo čim dlje ohraniti v uporabi. Namesto linearnega modela »vzemi – uporabi – zavrzi« temelji na **popravilih, ponovni uporabi in recikliranju**. Cilj je manj odpadkov, manj porabe energije in surovin ter manjši vpliv na okolje.

Glavne prakse:

- Popravila in ponovna uporaba: izdelke oblikujemo tako, da jih je mogoče popraviti ali nadgraditi (npr. Fairphone, Knof).
- Reciklaža: odpadki ene industrije postanejo surovina za drugo.
- Souporaba in izmenjava: izdelke si delimo, izposojamo ali menjamo, da dlje ostanejo v uporabi.

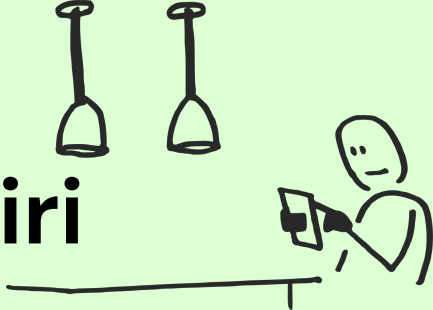


Primeri iz prakse:

- **Pivovarna Laško Union** – uporablja trajnostno embalažo in vračljivo pakiranje.
- **Repair Café Ljubljana** – prostovoljci popravljajo aparate, podaljšujejo njihovo življenjsko dobo in povezujejo skupnost.



Obnovljivi viri energije



Kontekst in cilji EU

Evropska unija si je z Evropskim zelenim dogovorom zastavila cilj, da bo **do leta 2050 podnebno nevtralna** – to pomeni, da bo izpustila le toliko toplogrednih plinov, kot jih lahko narava ali posebne tehnologije ponovno vsrkajo

Pomemben del tega načrta je **povečanje uporabe obnovljivih virov energije (OVE)**, kot so sonce, veter, voda, biomasa in geotermalna energija. Evropska komisija želi z načrtom REPowerEU do leta 2030 doseči, da bo kar 45 % energije prihajalo iz OVE, kar pomeni skoraj 1.236 GW novih zmogljivosti.

To pa odpira številne priložnosti – tako za podjetja kot tudi za lokalne skupnosti in posameznike, ki lahko sodelujejo pri energetski tranziciji.

Zakaj zgolj povečanje deleža OVE ni dovolj?

Čeprav se sliši preprosto – povečati uporabo obnovljivih virov – se pri tem pojavljajo številni izzivi:

- **Nestanovitnost virov:** Sončna in vetrna energija sta odvisni od vremena in nista stalno na voljo. Ko ni sonca ali vetra, potrebujemo rešitve za shranjevanje energije ali druge podporne tehnologije.
- **Omejitve posameznih virov:** Biomasa, vodna energija in geotermija imajo naravne in prostorske omejitve, zato same ne morejo zadostiti vsem potrebam.

- **Stabilnost sistema:** Sam »miks OVE« ne zagotavlja stabilnega elektroenergetskega sistema. Zato so nujne dodatne rešitve: shranjevanje energije (baterije, vodik), pametno upravljanje porabe in čezmejne povezave omrežij.
- **Trajnostni vidik:** Če bi preveč obremenili posamezne vire, bi to imelo negativne posledice – lahko bi zmanjkalo gozdov ali bi nastalo tekmovanje s prehransko verigo.

Zato **mora biti energetski prehod celovit:** poleg OVE vključuje tudi večjo energetsko učinkovitost, razvoj novih tehnologij za shranjevanje, pametna omrežja, spremembe v potrošnji in nove poslovne modele.

Ključna področja razvoja OVE

Male sončne elektrarne:

- EU načrtuje do leta 2025 več kot 320 GW novih sončnih elektrarn, do leta 2030 pa skoraj 600 GW.
 - **Primer: Lek d.d.** – do leta 2025 želi uporabljati izključno obnovljive vire energije; že ima sončne elektrarne v Ljubljani in Lendavi.
 - **Primer: Steklarna Hrastnik d.o.o.** – 14 % potreb že pokrivajo z OVE, razvijajo pa projekte za proizvodnjo zelenega vodika.
 - **Primer: DSO Ljubljana Vič-Rudnik** – načrtuje sončne elektrarne na svojih objektih, s katerimi želi doseči 80 % oskrbe z OVE.



PRIMER: SONČNA ŠOLA: KAJ JE TO?

Bioplinarne in biogoriva:

- Uporaba biogoriv in odpadkov kot goriva zmanjšuje odvisnost od nafte in plina.
 - **Primer: Lek d.d.:** uporablja biogoriva in odpadna topila za sosežig pri proizvodnji pare.
 - **Primer: Steklarna Hrastnik:** testira uporabo zelenega vodika za taljenje stekla.
 - **Primer: domovi za starejše:** pri ogrevanju uporabljajo lesno biomaso.



BIOGRADIVA ZA MANJŠO ODVISNOST OD NAFTE IN PLINA

OVE in kmetijstvo

Pomembna povezava se vzpostavlja tudi med kmetijstvom in obnovljivimi viri. Na primer, **bioplinke naprave na kmetijah omogočajo predelavo organskih odpadkov v energijo**. S tem kmetije zmanjšajo emisije toplogrednih plinov, hkrati pa pridobijo lasten vir energije in so manj ranljive za podnebne spremembe.

Souporaba in skupnostno deljenje

Kaj pomeni souporaba?

Souporaba in skupnostno deljenje sta pomembna elementa krožnega gospodarstva. Namesto da vsak posameznik kupi svoj izdelek, ga lahko **deli s skupnostjo**, kar omogoča **učinkovitejšo rabo virov, podaljšuje življenjsko dobo izdelkov in zmanjšuje količino odpadkov**. To je prehod od modela »vzemi – uporabi – zavrzi« k modelu, kjer je v ospredju uporaba, ne lastništvo.

Temeljna načela souporabe

- **Učinkovita raba virov:** manj surovin, manj odpadkov, večja blaginja.
- **Krožni dizajn:** izdelki naj bodo trpežni, popravljivi in nadgradljivi – to jih naredi primerne za souporabo.
- **Od lastništva k uporabi:** nove oblike poslovanja omogočajo izposajo, delitev ali plačilo le za uporabo, kar krepi krožno gospodarstvo.
- **Hierarhija odpadkov:** souporaba pomeni, da izdelek ostane v uporabi, kar je takoj za preprečevanjem nastanka odpadkov.

Področja souporabe

- **Deljenje vozil:** spletne platforme omogočajo souporabo avtomobilov, kar zmanjšuje potrebo po lastništvu in izpuste CO₂.
- **Izmenjava oblačil:** posebne platforme omogočajo menjavo oblačil in s tem zmanjšujejo tekstilne odpadke.
- **Deljenje predmetov in orodij:** primer je socialno podjetje Knof, ki prenavlja pohištvo, ali knjižnice orodij, kjer si lahko izposodiš stvari, ki jih redko uporabljaš.
- **Skupnostno sodelovanje:** od izmenjave znanja do skupnih projektov, lokalne pobude krepijo vezi v skupnosti.



KNJIŽNICA STVARI V HELSINKIH

Ekološko kmetijstvo in kratke dobavne verige

Zakaj sta pomembna?

Ekološko kmetijstvo in kratke dobavne verige sta ključna dela zelenega gospodarstva in trajnostnega razvoja. Njuna naloga je, da spodbujata lokalno samooskrbo, zmanjšujeta okoljske pritiske ter krepiata povezanost lokalnih skupnosti. Glavni cilj teh praks je oblikovati trajnostne prehranske sisteme, ki temeljijo na odgovorni rabi naravnih virov in zmanjševanju okoljskih tveganj.



Ekološko kmetijstvo

Ekološko kmetijstvo se osredotoča na ohranjanje naravnih virov, krajine in biotske raznovrstnosti, hkrati pa omogoča prilagajanje na podnebne spremembe.

Poseben poudarek je na:

- trajnostni pridelavi in predelavi hrane,
- odgovorni rabi vode,
- zmanjševanju izpustov iz transporta in živinoreje,
- spoštovanju delavskih standardov.

Za dolgoročen razvoj ekološkega kmetijstva sta nujna usposabljanje in izmenjava znanja med pridelovalci, strokovnjaki in potrošniki.

Lokalno – od vrta na mizo

Model »od vrta na mizo« spodbuja pridelavo in izmenjavo hrane v lokalnih okoljih. Sem sodijo tudi urbani vrtovi, kjer prebivalci sami pridelujejo hrano, ter menjave pridelkov med sosedi ali v skupnosti. S tem se krepi **prehranska varnost, zmanjšajo se emisije** zaradi transporta hrane, ljudje pa se tudi bolj povežejo med seboj.

Primer tega so restavracije in javni dogodki, ki uporabljajo koncept »zero mile« ponudbe – to pomeni, da uporabljajo samo lokalne sestavine. Takšna praksa zmanjšuje ogljični odtis, spodbuja domače pridelovalce in zmanjšuje količino prehranskih odpadkov.



EKOLOŠKO KMETIJSTVO IN KRATKE DOBAVNE VERIGE

Kratke dobavne verige

Kratke dobavne verige pomenijo neposredno povezavo med **pridelovalci** in **potrošniki**. Hrana pride hitreje od njive do krožnika, s tem se zmanjša transport, manjši je ogljični odtis in večje je zaupanje v kakovost lokalne hrane. Poleg okoljskih koristi imajo kratke verige tudi **pomembno socialno-ekonomsko vlogo** – omogočajo razvoj lokalne oskrbe in ohranjajo (ali ustvarjajo) zelena delovna mesta.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Zmanjševanje živilskih odpadkov

Po podatkih **Agende 2030** je eden ključnih ciljev, da se do leta 2030 **količina živilskih odpadkov na prebivalca prepolovi**– tako v trgovinah kot tudi v gospodinjstvih. Prav tako je treba zmanjšati izgube hrane v celotni proizvodni in dobavni verigi.

Evropska komisija zato razvija:

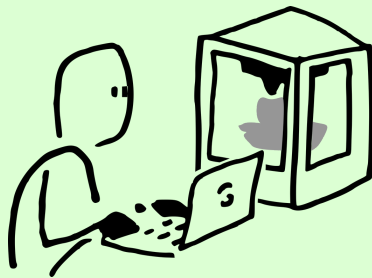
- skupno metodologijo za merjenje količine živilskih odpadkov,
- platformo za izmenjavo dobrih praks,
- ukrepe za poenostavljeno doniranje hrane in varno uporabo nekdanjih živil v krmi.

Na ta način se uresničuje cilj 12 Agende 2030, ki se osredotoča na trajnostne načine proizvodnje in porabe hrane.



MLADI KMET

Zelene tehnologije



Zelena
OMREŽJE
študentov

Kaj so zelene tehnologije?

Zelene tehnologije so eden ključnih **motorjev prehoda v trajnostno in krožno gospodarstvo**. Predstavljajo inovativne rešitve, ki zmanjšujejo okoljske pritiske, izboljšujejo učinkovitost rabe virov in spodbujajo poslovne modele z nizkimi izpusti toplogrednih plinov. Gre za **povezovanje znanja**, raziskav, podjetništva in digitalizacije, ki skupaj ustvarjajo **nove trajnostne pristope**.



Povezava z inovacijami in podjetništvom

Zelene tehnologije so **osnova za nastanek novih podjetniških modelov**, ki združujejo trajnost in gospodarsko rast. Posebej mladi podjetniki imajo priložnost, da s pomočjo teh tehnologij razvijajo storitve in izdelke, ki **zmanjšujejo okoljski odtis in hkrati ustvarjajo novo vrednost na trgu**.

Namen zelenih tehnologij

Glavni **cilji so:**

- **zmanjšanje porabe** energije in surovin,
- **zmanjšanje izpustov** toplogrednih plinov,
- **preprečevanje** nastajanja odpadkov,
- **varovanje** ekosistemov,
- **spodbujanje** krožnih tokov materialov in energije.

Na ta način zelene tehnologije neposredno prispevajo k **uresničevanju ciljev Evropskega zelenega dogovora in krepijo konkurenčnost gospodarstva**.



ZELENE TEHNOLOGIJE:
TOO GOOD TO GO

Digitalne tehnologije za trajnost

Sodobne digitalne rešitve močno pomagajo pri razvoju zelenih tehnologij:

- **Umetna inteligenca (AI), internet stvari (IoT) in pametna omrežja omogočajo boljše rabo energije in virov.**
- **Digitalni potni listi izdelkov povečajo sledljivost materialov, olajšajo recikliranje in popraviljanje ter opozorijo na nevarne snovi.**
- **Energetski informacijski sistemi (EIS) omogočajo stalno spremljanje porabe energije.**
- **Spletne platforme za souporabo avtomobilov ali izmenjavo oblačil pa spodbujajo krožno gospodarstvo v vsakdanjem življenju.**

Trajnostni turizem

Trajnostni turizem pomeni oblikovanje turizma, ki **spoštuje naravno in kulturno okolje** ter hkrati podpira gospodarski razvoj in kakovost življenja prebivalcev. Njegov namen je, da turizem ne obremenjuje okolja, ampak prispeva k **ohranjanju narave, zmanjšanju izpustov in spodbujanju lokalne skupnosti**.



Zelena shema slovenskega turizma (**Slovenia green**)

V Sloveniji trajnostni turizem podpira **Zelena shema slovenskega turizma (ZSST)**, ki je tudi mednarodno priznana.

- Predstavlja okvir za uvajanje trajnostnih praks pri turističnih ponudnikih in destinacijah.
- Destinacije se ocenjujejo po **Green Destinations Standard (GDS)**, ki vključuje 11 korakov: od imenovanja zelenega koordinatorja in ozaveščanja skupnosti do priprave akcijskih načrtov in rednih pregledov.
- Ponudniki, ki želijo sodelovati v shemi, morajo pridobiti enega od sedmih mednarodno priznanih trajnostnih znakov.



Eko nastanitve in zero-waste dogodki

- Shema spodbuja ekološke nastanitve, ki morajo imeti priznane **okoljske certifikate**.
- Koncept zero waste postaja pomemben v turizmu, predvsem pri **zmanjševanju zavržene hrane** na dogodkih in v restavracijah.
- V ospredju je tudi ponudba **lokalne hrane (»zero mile«)**, kar pomeni manj transporta, manj odpadkov in več podpore lokalnim pridelovalcem.

Širši cilji

Trajnostni turizem si prizadeva:

- **zmanjšati emisije CO₂** iz turizma za 20 % do leta 2023,
- **povečati izvoz in dodano vrednost**,
- **krepi lokalno kulturo in trajnostne navade**.

Trajnostni turizem torej ne pomeni odpovedovanja udobju, ampak oblikovanje turizma, ki pušča pozitivne sledi – za naravo, kulturo in ljudi.

Trajnostna kozmetika in moda

Področje kozmetike in mode ima velik vpliv na okolje. Prav zato se razvijajo trajnostne rešitve, ki zmanjšujejo uporabo nevarnih snovi, podaljšujejo življenjsko dobo izdelkov in spodbujajo krožne pristope.

Izdelki iz naravnih sestavin



- Slovenija v okviru pametne specializacije **poudarja zdravje, medicino in naravno kozmetiko.**
- Trajnostna kozmetika **zmanjšuje uporabo nevarnih kemikalij** in jih nadomešča z varnejšimi alternativami.
- Evropska strategija za kemikalije spodbuja **omejevanje škodljivih snovi** in s tem **povečuje varnost potrošnikov** ter zmanjšuje vpliv na okolje.

Recikrirani materiali in krožni dizajn v modi

- Evropska strategija za trajnostne tekstilne izdelke spodbuja oblačila in obutev, ki jih je mogoče **popraviti, ponovno uporabiti in reciklirati.**
- Krožni dizajn **preprečuje nastajanje odpadkov že pri zasnovi izdelka.** Ključna načela:
 - uporaba lokalnih surovin ali obstoječih materialov,
 - zasnova izdelkov za dolgo življenjsko dobo, popravljivost in možnost nadgradnje,
 - minimalna in okolju prijazna embalaža.
- Primer dobre prakse: znamka Destilator, ki iz odpadnih tekstilij (npr. moške hlače, jeans) izdeluje čevlje – celotna proizvodnja poteka v Sloveniji.



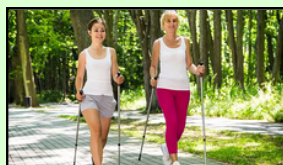
MODA IN KOZMETIKA

Tekstil in obutev sta med najbolj obremenjujočimi panogami za okolje, zato sta prav tu krožni dizajn in ekodizajn še posebej pomembna. Strategija 4R (reduce, recycle, reuse, redesign) je temelj za zmanjšanje vpliva mode na okolje.

Trajnostna mobilnost



Trajnostna mobilnost je eden ključnih izzivov sodobne družbe. Pomeni **premikanje ljudi in blaga** na način, ki zmanjšuje izpuste toplogrednih plinov (TGP), izboljšuje kakovost zraka in hkrati prispeva k bolj zdravemu življenjskemu okolju. Vključuje tako preproste rešitve, kot so **hoja in kolesarjenje**, kot tudi napredne tehnologije, na primer **električna vozila in alternativna goriva**.



Kolesa, e-skuterji in nemotorizirane oblike prometa

- Trajnostna mobilnost daje prednost hoji, kolesarjenju, uporabi e-skuterjev in javnemu prevozu.
- Spodbujanje nemotoriziranih oblik prevoza je ena najučinkovitejših poti do zmanjšanja emisij TGP in manj prometnih zastojev.
- Cilj je zmanjšati odvisnost od osebnih avtomobilov in povečati delež trajnostnih načinov potovanja.



Skupni prevozi in javni potniški promet

- Souporaba vozil, zlasti električnih, je priložnost za prehod v krožno gospodarstvo.
- Javni potniški promet je bistveno bolj trajnosten od osebnih avtomobilov – emisije na potniški kilometer so za več kot 60 % nižje.
- Ključni ukrepi vključujejo:
 - izboljšanje konkurenčnosti javnega prevoza,
 - promocijo njegove uporabe,
 - širjenje dostopa do avtobusov, vlakov in drugih storitev.

- Agenda 2030 (cilj 11) poudarja **pomen prometne varnosti in dostopnosti javnega prevoza za vse prebivalce**.
- V Sloveniji občine uvajajo celostne prometne strategije (CPS) in pridobivajo sredstva za trajnostne prometne rešitve.

Trajnostna mobilnost

Trajnostna mobilnost je eden ključnih izzivov sodobne družbe. Pomeni **premikanje ljudi in blaga** na način, ki zmanjšuje izpuste toplogrednih plinov (TGP), izboljšuje kakovost zraka in hkrati prispeva k bolj zdravemu življenjskemu okolju. Vključuje tako preproste rešitve, kot so **hoja in kolesarjenje**, kot tudi napredne tehnologije, na primer **električna vozila in alternativna goriva**.

Kolesa, e-skuterji in nemotorizirane oblike prometa

- Trajnostna mobilnost daje prednost hoji, kolesarjenju, uporabi e-skuterjev in javnemu prevozu.
- Spodbujanje nemotoriziranih oblik prevoza je ena najučinkovitejših poti do zmanjšanja emisij TGP in manj prometnih zastojev.
- Cilj je zmanjšati odvisnost od osebnih avtomobilov in povečati delež trajnostnih načinov potovanja.

Skupni prevozi in javni potniški promet

- Souporaba vozil, zlasti električnih, je priložnost za prehod v krožno gospodarstvo.
- Javni potniški promet je bistveno bolj trajosten od osebnih avtomobilov – emisije na potniški kilometer so za več kot 60 % nižje.
- Ključni ukrepi vključujejo:**
 - izboljšanje konkurenčnosti javnega prevoza,
 - promocijo njegove uporabe,
 - širjenje dostopa do avtobusov, vlakov in drugih storitev.

- Agenda 2030 (cilj 11) poudarja **pomen prometne varnosti in dostopnosti javnega prevoza za vse prebivalce**.

- V Sloveniji občine uvajajo celostne prometne strategije (CPS) in pridobivajo sredstva za trajnostne prometne rešitve.



Elektrifikacija prometa in alternativna goriva

- Elektrifikacija prometa je ena glavnih priložnosti za zmanjšanje onesnaževanja.
- Strategija Slovenije za alternativna goriva vključuje: elektriko, vodik, biogoriva, sintetična goriva, zemeljski plin (SZP, UZP, biometan) in utekočinjen naftni plin (UNP).
- Cilj: do leta 2030 vsaj 200.000 vozil na električni pogon ter povečana uporaba drugih trajnostnih goriv.
- Podjetja imajo pomembno vlogo – zaposlenim omogočajo uporabo električnih avtomobilov s polnilnimi postajami na delovnih mestih, kar olajša prehod v e-mobilnost.



Trajnostna mobilnost ne pomeni le novih tehnologij, ampak predvsem spremembo navad: **manj vožnje na kratke razdalje z avtomobilom in več uporabe kolesa, hoje ali javnega prevoza.**



MOBILNOST, KI PREMIKA PRIHODNOST

KAKO OD IDEJE DO PODJETJA (PET KORAKOV)

Vsako podjetje se **začne z idejo**. Toda ideja sama po sebi še ni dovolj – treba jo je razviti, preveriti, kako deluje v praksi, in ji dati poslovno obliko. Spoznali bomo pet osnovnih korakov, ki te lahko vodijo od prve misli do prvega podjetniškega projekta.

Prepoznavanje problema in potrebe

Vsaka dobra ideja se začne s preprostim vprašanjem:

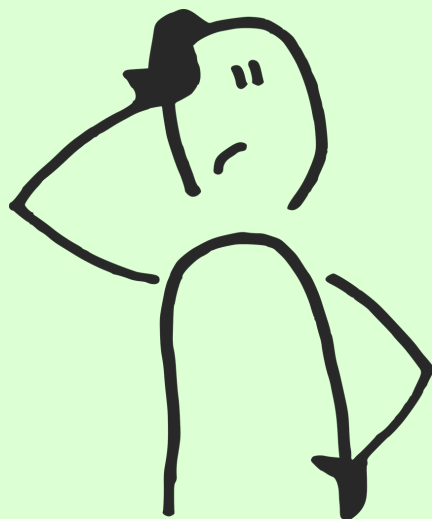
“Kaj me moti v vsakdanjem življenju?”

Podjetniške ideje pogosto izhajajo iz težav, ki jih opazimo okoli sebe. To so lahko odpadki, neučinkovitost, nepotrebna poraba virov ali pa nekaj, kar bi lahko bilo narejeno hitreje, ceneje ali bolj trajnostno.

Primeri iz okolja dijakov:

- Preveč nereciklirane plastike v šoli.
- Premalo kolesarskih poti v mestu.
- Preveč zavržene hrane v menzi.

Pomembno je, da **problem razumeš kot priložnost**. Če nekaj ne deluje dobro, to pomeni, da je prostor za izboljšave – in točno tu lahko nastopi tvoja ideja.



Oblikovanje rešitve iz vidika trajnosti

Ko prepoznaš problem, je naslednji korak razmislek o rešitvi. A v današnjem svetu **ni dovolj, da rešitev samo deluje – pomembno je, da je tudi trajnostna**.

To pomeni razmišljanje o:

- zmanjševanju odpadkov,
- ponovni uporabi materialov,
- varčevanju z energijo in vodo,
- vplivu na ljudi in skupnost.

Če lahko rečeš, da tvoja rešitev pomaga okolju in ljudem ter hkrati rešuje določen problem, si že na pravi poti k zelenemu podjetništvu.



Osnovni elementi poslovnega modela

Vsaka ideja potrebuje načrt, kako bo delovala kot podjetje.

Najbolj preprosto orodje za to je **Business Model Canvas (BMC)**.

V eni preglednici odgovoriš na ključna vprašanja:

- **Kdo so tvoje stranke?**
- **Kaj jim ponujaš?**
- **Kako boš prišel do njih?**
- **Kakšni so prihodki?**
- **Kakšni so stroški?**

Če znaš svojo idejo narisati na eni strani, jo boš znal tudi preprosto razložiti – sošolcem, učiteljem ali investitorjem.

Presoja vpliva na okolje

Vsak izdelek ali storitev ima svojo **življenjsko pot** – od proizvodnje do uporabe in na koncu odlaganja.

Ko razmišljaš podjetniško, se vprašaj:

- **Kako nastane moj izdelek?** (surovine, proizvodnja)
- **Kako ga ljudje uporabljajo?** (energija, embalaža, poraba)
- **Kaj se zgodi, ko ga ne potrebujejo več?** (popravilo, reciklaža, ponovna uporaba)

Primer: bombažna majica – od polja do trgovine, nato uporaba → ko se obrabi, je lahko odpadke, ali pa postane nova surovina.

Kot podjetnik lahko razmišljaš, kako podaljšati življenjsko dobo izdelka in zmanjšati njegov vpliv na okolje.

inanciranje – od šolskih projektov do crowdfunding kampanj

Da ideja postane resničnost, pogosto potrebujemo nekaj začetnih sredstev.

Možnosti je več:

- **Šolski projekti** – nagrade ali materiali, ki jih šola nameni dijakom.
- **Mikroposojila** – majhna posojila za začetek.
- **Razpisi in nagrade** – občine, podjetja in fundacije iščejo mlade inovatorje.
- **Crowdfunding** – spletne platforme (Kickstarter, Adrifund), kjer idejo predstaviš javnosti in ljudje prispevajo manjše zneske.

Ključ: znati jasno razložiti svojo idejo in pokazati, zakaj je vredna podpore.



TRETJE POGLAVJE

OSNOVE PODJETNIŠTVA

Podjetništvo ni samo izdelava izdelkov ali storitev – je celoten proces: od ideje do uresničitve, organizacije in vodenja. Spoznali bomo štiri glavna področja, ki jih mora poznati vsak začetnik: **marketing, finance, pravne oblike poslovanja in delo v ekipi**. Na koncu bomo pogledali še, kaj pomeni zeleno podjetništvo in ESG.

Kaj je marketing?

Marketing je vse, kar podjetje naredi, da svojo idejo približa ljudem. To pomeni razumeti, kdo so tvoje stranke, kaj potrebujejo in zakaj bi izbrali tvojo rešitev.

Tri ključna vprašanja:

1. Kdo bo uporabljal moj izdelek/storitev?
2. Zakaj ga potrebujejo?
3. Kako jim to preprosto razložim?

Dobra vaja za vsakega začetnika je elevator pitch – 30-sekundna predstavitev. Če znaš idejo razložiti sošolcu, jo boš znal tudi investitorju.

Vaja:

Pripravite 30-sekundni video pitch (TikTok/Reels).

- Začnite s problemom.
- Predstavite svojo rešitev.
- Zaključite s sloganom in vizualno podobo (logotip, barve).

Razmišljajte, kako bi idejo predstavili generaciji Z.



Finance, prihodki, stroški in dobiček

Za podjetje ni dovolj ideja – nujno je razumevanje osnov denarja.

- Prihodki = denar od prodaje.
- Stroški = material, najemnina, plače ...
- Dobiček = prihodki – stroški.

Primer: če na bazarju prodaš zapestnice za 100 €, material pa stane 40 €, je tvoj dobiček 60 €.

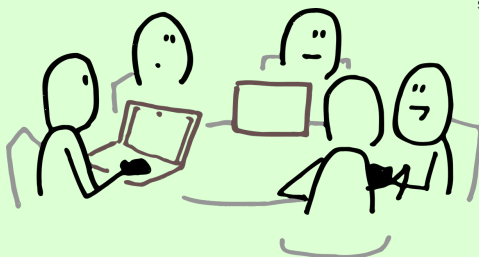
Vaja:

Pripravite mini finančni načrt za 1 mesec šolskega podjetja (npr. prodaja prigrizkov, eko izdelkov).

- Ocenite prihodke (koliko izdelkov × cena).
- Naštejte fiksne (najemnina stojnice, promocija) in spremenljive stroške (material, embalaža).
- Izračunajte točko preloma: koliko izdelkov morate prodati, da pokrijete stroške.

Pravni koraki – oblike poslovanja

Če želiš idejo uresničiti, moraš izbrati pravno obliko podjetja. Najpogostejše v Sloveniji:



- **Samostojni podjetnik (s.p.)** – za posameznika, enostavno ustanovljen, a sam odgovarja za obveznosti.
- **Društvo** – skupina ljudi za družbene projekte (šport, kultura, trajnost). Glavni cilj ni dobiček.
- **Zadruga** – več ljudi skupaj opravljaja dejavnost; člani so hkrati lastniki in uporabniki.

Vaja:

1. Poiščite primer mladega podjetnika, društva ali zadruga v Sloveniji.
2. Analizirajte: zakaj so izbrali to obliko? Katere so prednosti in slabosti?
3. Napišite predlog: katero obliko bi vi izbrali za svoj projekt in zakaj.

Delo v ekipi – moč sodelovanje

Uspeh redko ustvari posameznik – najpogostejše stoji za njim ekipa.

Zakaj je tim boljši:

- združuje različna znanja in spretnosti,
- prinaša bolj kreativne ideje,
- lažje premaga izzive.

Primer: šolski plakat – sam ga lahko narediš, a bo boljši, če nekdo oblikuje, drugi napiše besedilo, tretji predstavi.

Zeleno podjetništvo in ESG

Podjetništvo danes ni samo dobiček – pomemben je tudi vpliv na ljudi in okolje. ESG pomeni:

- **E – okolje:** zmanjševanje odpadkov, obnovljivi viri, odgovorna raba surovin.
- **S – družba:** skrb za zaposlene, spoštovanje človekovih pravic, sodelovanje s skupnostjo.
- **G – upravljanje:** pregledno in etično vodenje.

Zeleno podjetništvo skrbi za naravo, skupnost in pošteno poslovanje.

Vaja: ESG analiza

- Izberite lokalno podjetje ali organizacijo (pekarna, kmetija, trgovina, občinski projekt).
- Poiščite vsaj en primer, kako delujejo v skladu z E, S in G.
- Če česa še ne počnejo, predlagajte, kako bi lahko izboljšali.



ČETRTO POGLAVJE

KAKO PITCHAT IDEJO

Ko razviješ podjetniško idejo, jo moraš znati tudi predstaviti. Najboljše ideje pogosto ne uspejo samo zato, ker so dobre, ampak zato, ker jih je nekdo znal odlično razložiti. To je pitch.

Kaj je pitch in zakaj je pomemben?

Pitch je kratka in jasna predstavitev podjetniške ideje. Lahko traja nekaj minut, včasih pa samo 30 sekund. Njegov namen je:

- navdušiti poslušalca,
- pritegniti pozornost,
- prepričati, da si ideja zasluži podporo.

Zakaj je pomemben?

- pokaže, da znaš razmišljati jasno in strukturirano,
- odpre vrata do mentorjev, podjetij in vlagateljev,
- pogosto je osnova za pridobivanje sredstev.

Dober pitch se redko posreči v prvo – zahteva več vaj, povratne informacije in sprotno izboljševanje.



Struktura dobrega pitcha

1. **Problem** – katero težavo si opazil?
2. **Rešitev** – kako jo tvoja ideja odpravlja?
3. **Zakaj jaz / zakaj mi?** – zakaj je tvoja ekipa prava za izvedbo?
4. **Naslednji koraki** – kaj sledi, če dobiš priložnost?

Primer "elevator pitch" (30 sekund)

- **Problem:** Na naši šoli se veliko hrane zavrže, ker dijaki pogosto vzamejo preveč.
- **Rešitev:** Razvijamo aplikacijo za prerazporeditev obrokov med dijaki, da zmanjšamo zavržke.
- **Zakaj mi:** Smo ekipa Zelenega inkubatorja, ki že rešuje lokalne trajnostne izzive.
- **Naslednji korak:** Pilotni projekt v šolski menzi v sodelovanju z občino.

 Vse skupaj v manj kot pol minute.



Pitch deck – razširjena oblika predstavitve

Ko imaš več časa (5–10 minut), idejo predstaviš s pomočjo **pitch decka – kratke predstavitve** (PowerPoint/Canva/Google Slides).

Tipična struktura:

1. Uvod in problem
2. Rešitev
3. Trg (kdo bo uporabljal idejo?)
4. Poslovni model (kako ideja ustvarja prihodke?)
5. Konkurenčna prednost (zakaj je vaša rešitev boljša?)
6. Ekipa
7. Finančne potrebe (koliko sredstev in za kaj)
8. Načrt naslednjih korakov

Predloga za pitch (template)

Izpolni naslednja polja s svojo idejo:

- Problem: ...
- Rešitev: ...
- Zakaj jaz/mi: ...
- Naslednji koraki: ...

Primer dobrega pitch decka

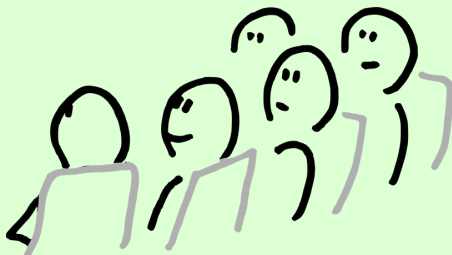
Primer: **“SmartCup – pametna eko skodelica”**

1. **Problem** – vsako leto se v Sloveniji zavrže 100 milijonov plastičnih lončkov.
2. **Rešitev** – pametna večkratna skodelica s QR kodo, ki omogoča vračilo kavcijskega zneska in beleži, koliko odpadkov si prihranil.
3. **Trg** – ciljne stranke so kavarne, šole in mladi, ki želijo trajnostno piti kavo.
4. **Poslovni model** – skodelico prodajamo s kavcijo, zaslužek ustvarjamo s partnerstvi s kavarnami.
5. **Konkurenčna prednost** – edina skodelica s sledljivim QR sistemom in nagradami za uporabnike.
6. **Ekipa** – 4 dijaki iz različnih področij (IT, dizajn, marketing, ekonomija).
7. **Finančne potrebe** – 5.000 € za razvoj aplikacije in prototipov.
8. **Naslednji koraki** – pilot v treh lokalnih kavarnah, razširitev na šole.

Tak pitch deck **ne presega 7–8 diapozitivov**, vsak diapozitiv ima največ 2–3 ključne točke in vizualno podporo (slike, ikone, grafi).

Vaja: Moj 30-sekundni pitch

- Napiši pitch po predlogi (Problem – Rešitev – Zakaj jaz/mi – Naslednji koraki).
- Posnemi se z mobilnim telefonom, kot da ga predstavljaš investitorju.
- Nato si posnetek ogledaj in oceni sam:
 - a. Ali sem bil jaseen?
 - b. Sem ostal v okviru 30 sekund?
 - c. Ali je bilo prepričljivo?



NAVDIHAJOČI PRIMERI MLADIH PODJETNIKOV

Ko govorimo o podjetništvu, si marsikdo predstavlja ogromne korporacije in resne poslovneže v oblekah. Ampak resnica je drugačna – veliko najboljših idej pride od mladih, ki imajo energijo, pogum in željo, da nekaj spremenijo. **Še posebej na področju zelenega podjetništva, kjer štejejo kreativne rešitve in svež pogled na izzive**, kot so odpadki, moda, energija in naravni viri.

Poglejmo nekaj primerov, ki ti lahko dajo navdih, kako združiti podjetništvo in trajnost.

1. Reuse Center Ljubljana – Repair Café

Si kdaj vrgel stran aparat ali oblačilo samo zato, ker se ti ga ni dalo popraviti?

V Ljubljani obstaja prostor, kjer ljudje skupaj popravljajo stvari – od kavnih aparatov do koles. Socialno podjetje Knof je šlo še korak dlje: iz kosovnega pohištva ustvarjajo prenovljene kose in jih prodajajo v svojem Salonu pohištva.

Sporočilo: iz »smeti« lahko nastane nekaj čisto novega in kul.



Wooden Phoenix, Žiri – reciklaža lesa

Les v Sloveniji nikoli ne zmanjka, a ogromno ga gre v nič. Mladi v Žireh so začeli iz odpadnega lesa izdelovati unikatne izdelke – pohištvo, dodatke in celo umetniške kose.

Sporočilo: tisto, kar se zdi staro in neuporabno, lahko postane vir zaslužka (in precej stajliš izdelkov).

Ekološka kozmetika srednješolca – OrganiCare in dijaki iz RTV SLO zgodbe

Tudi pri kozmetiki lahko narediš nekaj jak super in zeleno – kar kot dijak! Na Gimnaziji in ekonomski srednji šoli Trbovlje so dijaki v okviru programa Company Programme izdelovali naravne izdelke za nego: zobne paste z ekološkimi sestavinami, balzam za ustnice iz čebeljega voska, mazila iz ognjiča in ricinusovega olja – pod imenom OrganiCare.

A še bolj svež primer: skupina dijakov (Veronika, Vida, Elo, Petra, Jero in Matej) z RTV Slovenija sodeluje v enemletnem projektu, kjer prav tako izdelujejo naravno kozmetiko. Vse surovine preverijo, nekaj celo nabirajo sami (npr. ognjič iz čiste narave!) – in so šli z idejo kar naravnost na trg.

Sporočilo: za zeleno podjetniško idejo ti ni treba čakati – začni v šolskem projektu, lahko pogledaš lokalne tržnice, stare starše, babico za recept....

Vir: https://www.rtvsllo.si/uspesna-slovenija/dijaki-v-enem-letu-od-ideje-do-lastnega-podjetja/339375?utm_source=chatgpt.com

Digitalna platforma za izmenjavo oblačil – Tekstilnica & Moja Tvoja Omara

Moda je zabavna, ampak ima tudi svojo temno plat – tekstilna industrija je med največjimi onesnaževalci na svetu. Mladi pa že dokazujejo, da obstajajo boljše poti.

- **Tekstilnica (Ljubljana)** – enkrat na mesec prineseš oblačila, ki jih ne nosiš več, in jih zamenjaš za nove kose. Vstopnina je simbolična (3 €), sistem točk pa poskrbi, da za vsak kos, ki ga prineseš, dobiš nekaj v zameno. **Namesto da oblačila končajo v smeteh, najdejo nove lastnike** – pogosto pa so kosi vintage ali prav posebni, takih v trgovini sploh ni.
- **Moja Tvoja Omara (spletna platforma)** – to je slovenska digitalna rešitev, kjer lahko oblačila prodaš, odkupiš ali zamenjaš kar prek spleta. Platforma deluje podobno kot "Vinted", ampak je lokalna, domača in namenjena prav slovenskemu trgu. **Tako lahko brez večjih zapletov prodajaš rabljene obleke, obuješ second-hand kose ali pa si na hitro osvežiš garderobo – trajnostno in ugodno.**

Sporočilo za oblačila lahko krožijo tako offline kot online. Če imaš app-idejo ali rad kupuješ second-hand, se lahko priključiš takšnim pobudam – **ali pa razviješ svojo verzijo "sLOVenske Vinted"!**



Skupnostna sončna elektrarna v vasi

Predstavlja si nekaj takega: v Hrastniku so na streho osnovne šole namestili sončne celice – in to ne zgolj za šolo, ampak za celo lokalno energetske skupnost! Ta 300 kW sončna elektrarna oskrbuje kar 22 odjemalcev: 16 stanovanj, šolo, občino, bazen ter še nekaj lokalnih firm.

Pobudo vodi Energetska zadruga Zeleni Hrastnik skupaj z občino in organizacijo Focus. Finančno je šlo tako: 20 % vložijo člani zadruge, 20 % dobi nepovratno subvencijo, 60 % pa je ugoden kredit Eko sklada.

Najboljše? **Po odplačilu kredita si elektriko plačujejo le še za vzdrževanje – ogromna prihranek do 65 %**

Čeprav nisi doma s sončno tehnologijo – zamisli si: skupaj z vašo vasjo bi lahko bila takšna instalacija na šoli ali gasilskem domu – in vi v kolektivu odločate, kaj se dogaja.

Sporočilo: trajnostne ideje niso samo za mesta ali bogate – delujejo tudi na podeželju in v majhnih skupnostih.

ŠESTO POGLAVJE: MINI IZZIV

TVOJ PRVI BUISNESS MODEL CANVAS

Kaj je BMC?

Business Model Canvas je enostavno **orodje, ki ti pomaga razmišljati o podjetniški ideji na eni strani.**

Namesto dolgih besedil ima 9 polj, ki ti pokažejo: kdo je tvoja stranka, kaj ponujaš, kako do njih prideš in kako zaslužiš.

9 polj (Kaj sploh so?):

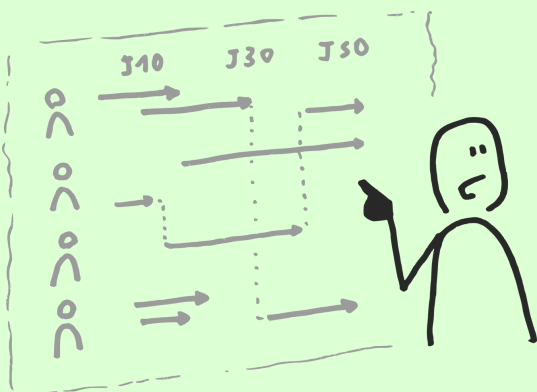
1. Stranke (Customer Segments) – Kdo bo uporabljal tvojo rešitev? (sošolci, lokalni prebivalci, podjetja ...)

2. Vrednostna ponudba (Value Proposition) – Zakaj je tvoja rešitev posebna? (kaj rešuješ, zakaj je zelena)

3. Kanali (Channels) – Kako bodo ljudje izvedeli za tvojo idejo? (plakati, Instagram, TikTok, dogodek v šoli ...)

4. Odnosi s strankami (Customer Relationships) – Kako boš ohranjal stik z njimi? (komunikacija, skupina, aplikacija ...)

5. Viri prihodkov (Revenue Streams) – Kako boš zaslužil / pokrili stroške? (nagrada, prodaja, donacije, šolski sklad ...)



6. Ključni viri (Key Resources) – Kaj potrebuješ? (učilnica, mentor, materiali, spletna stran ...)

7. Ključne aktivnosti (Key Activities) – Kaj boš počel? (delavnice, promocija, gradnja prototipa ...)

8. Ključni partnerji (Key Partners) – Kdo ti lahko pomaga? (šola, občina, podjetje, NGO ...)

9. Struktura stroškov – Kaj boš moral plačati? (material, prevoz, tiskanje, spletna domena ...)

ŠESTO POGLAVJE: MINI IZZIV

business model canvas:

BUSINESS MODEL CANVAS POSLOVNI MODEL: OSNOVA			
Problem	Rešitev	Ključni viri	Podjetje:
Viri prihodkov	Edinstvena ponujena vrednost	Struktura stroškov	Ključne aktivnosti
Ključni partnerji	Kanal	Ciljni segmenti	Ključni partnerji
Tveganja	Kazalniki	Ključne aktivnosti	Ključni partnerji
Verzija:			

Zdaj pa izziv zate!

Opis izziva:

Na naši šoli se vsak dan v menzi zavrže precej hrane (od prevelikih porcij do neporabljenih sestavin).

Izziv je oblikovati **Zero-waste kotichek** – sistem, ki zmanjša količino zavržene hrane in omogoči, da se neporabljena hrana uporabi na koristen način.

Naloga:

Uporabite Business Model Canvas in razvijte svoj model za "Zero-waste kotichek" v šoli.

Razmislite o:

- Kako zmanjšati odpadke (manjše porcije, izmenjava obrokov, aplikacija za naročanje ...)?
- Kaj narediti z viški hrane (delitev, donacija, predelava v nove jedi)?
- Kdo bi moral sodelovati (menza, občina, podjetja, dijaki)?

Izziv: Napolni svoj prvi BMC!

1. Vzemi list papirja A4.
2. Razdeli ga na 9 polj (kot kvadratno tabelo 3x3).
3. V vsako polje napiši 2–3 ključne ideje. Ni treba biti popolno!
4. Potem jo kratko predstavi sošolcem, staršem, sebi (pitch 1 min).



POMAGAJ SI S PREJŠNJO STRANJO

Priročnik Osnove trajnostnega podjetništva za dijake, 1. izdaja

Avtorici:

Petrisa Čanji Vouri, predsednica Zelenega omrežja študentov

Pija Lucija Kralj, vodja projektov pri Zelenem omrežju študentov

Prirejeno po:

Kmetijstvo in obnovljivi viri energije – podjetniška priložnost za mlade, RTV SLO

Priročnik Prehod v zeleno gospodarstvo, Fit Media, 2018

Priročnik Razvoj embalaže v krožnem gospodarstvu, Fit Media, 2019

Vodnik po trajnosti v podjetju, okolje, družba in upravljanje, Fit Media, 2022

How to Pitch a Brilliant Idea, Harvar Business Review, 2003

5 Steps To Turn An Idea Into A Successful Business, Forbes, 2024

Business Model Canvas, Strategyzer, 2025

