

# Podnikateľské zručnosti – preferované potreby na trhu práce

Daniela Hrehová<sup>1</sup>  
Anna Jenčová<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Katedra spoločenských vied; Technická univerzita; Vysokoškolská 4, 040 02 Košice, daniela.hrehova@tuke.sk

<sup>2</sup> Katedra spoločenských vied; Technická univerzita; Vysokoškolská 4, 040 02 Košice, anna.jencova@tuke.sk

Grant: KEGA č. 031TUKE-4/2016

Název grantu: Edukácia vysokoškolákov technického zamerania pre potreby globálneho trhu práce s dôrazom na podnikateľské aktivity

Oborové zamereň: Pedagogika a školství

© GRANT Journal, MAGNANIMITAS Assn.

**Abstrakt** Ekonomická neistota na trhu práce a hrozba nezamestnanosti vyžadujú neustále zvyšovanie úrovne vzdelania a kvalifikácie. Dokumenty Európskej únie zahŕňajú rôzne stratégie celoživotného vzdelávania so zameraním na uplatniteľnosť a konkurencieschopnosť absolventov vysokých škôl na globálnom trhu práce. Zlepšenie zručností v oblasti podnikavosti a inovatívnosti je jednou z iniciatív stratégie Európa 2020. Úloha vzdelávania pri podpore podnikateľských postojov, myslenia a zručností je v súčasnosti všeobecne uznávaná. Tento článok poodhaľuje čiastkové výsledky výskumu zo sebahodnotenia študentov technického smeru vo vzťahu k možnosti podnikat' a k podnikateľským zručnostiam. Podnikateľské vzdelávanie na vysokých školách poskytne budúcim absolventom nástroj na osobné naplnenie a rozvoj, zapojenie sa do spoločnosti, úspešnú samozamestnateľnosť sa.

**Kľúčová slova** Globalizácia, podnikateľské zručnosti, parciálne výsledky výskumu, podpora podnikania, vysokoškolské vzdelávanie

poradenské firmy. So súčasným vývojom možno spojiť aktivity Európskej únie, v koncepciách ktorých možno nájsť množstvo štatistických údajov charakterizujúcich význam kľúčových kompetencií a malého stredného podnikania v spoločnosti. V rámci stratégie Európa 2020 sa apeluje na stimulovanie podnikateľského ducha. Medzi krajiny, v ktorých v rokoch 2004 – 2012 rástli preferencie samostatnej zárobkovej činnosti, patrili Česká republika (z 30 % na 34 %), Lotyšsko (zo 42 % na 49 %), Litva (z 52 % na 58 %) a Slovensko (z 30 % na 33 %) (EK, 2012). Optimizmus z vyššie uvedených údajov možno doplniť niekoľkými ďalšími. Vláda svoje predstavy rozčlenila do nasledujúcich štyroch oblastí: zlepšovanie podnikateľského prostredia; rozširovanie skvalitňovanie infraštruktúry pre rozvoj malého stredného podnikania; priama podpora malých stredným podnikateľom; nástroje priamej podpory podnikateľov a rozvoja infraštruktúry podnikania a ich financovanie (bližšie Slovak Business Agency, 200-2016).

Potešiteľnou správou je, že sa mení názor mladých ľudí, občanov vôbec, na spoločenský prínos podnikania a dochádza k zníženiu počtu odporcov súkromného podnikania. Najnovšia štúdia o podnikaní v 44 krajinách sveta dokázala, že mladí ľudia u nás majú o podnikanie výrazne väčší záujem, než staršia generácia. Na Slovensku nájdeme mladých a ambiciózných ľudí, ktorí si dokážu predstaviť štart vlastného podnikania. Tento podiel vzrástol oproti roku 2014 z 28 na 33%. Reálne však podniká iba 6 % Slovákov, takže podnikateľská "priepasť" je vo výške 27%. Napriek tomu 37% mladších ľudí ako 35 rokov si myslí, že na Slovensku je prívětivé podnikateľské prostredie (WBN, 2015). Až 51% opýtaných vo veku 15 - 24 rokov považuje podnikanie za vhodné. Pri rastúcej nezamestnanosti, najmä absolventov škôl a mladých ľudí do 25 rokov je rozbehnutie vlastného podnikania jedným zo spôsobov ako si zarobiť a zároveň zrealizovať vlastné biznis predstavy (ZMPS, 2013). Na druhej strane sú skeptickí v rozbiehaní vlastného podnikania. Až 76 % Slovákov považuje za možnosť stať sa samostatne zárobkovo-činnou osobou v najbližších piatich rokoch ako nevhodnú možnosť. Nedostatok štartovacieho kapitálu, málo skúseností, vedomostí, ale aj odborných kontaktov, to sú hlavné dôvody, prečo sa mladí ľudia boja začať s podnikaním (TASR, 2013). Isteže nemožno hovoriť o ideálnom prostredí a „slobodná ruka trhu“ dokáže zariadiť všetko v teórii. Skúsenosti signalizujú neustále nedostatky. Buďto nie je dostatočne dobrý podnikateľský zámer alebo nie je inovatívny, aby na jeho základe vznikla úspešná firma na otvorenom trhu, alebo sú nedostatočné vedomosti a zručnosti potencionálneho podnikateľa, aby tak mohol čeliť

## 1. ÚVOD

Z hľadiska zaistenia trvalého rozvoja ekonomiky a celej spoločnosti vyvstáva potreba, aby vzdelávacia sféra v dostatočnej miere reagovala na meniace sa národné, ale aj globálne, ekonomické a sociálne podmienky. Je dôležité, aby pracovná sila, ktorá vstupuje na trh práce, bola už v rámci vzdelávacieho procesu pripravovaná tak, aby bola dobre uplatniteľná. Investície do vzdelávania a odbornej prípravy sú rozhodujúcim faktorom konkurencieschopnosti, udržateľného rozvoja zamestnanosti v EÚ a výrazne ovplyvňujú kvalitu života. V procese vysokoškolského vzdelávania sa akcentuje podnikateľské vzdelávanie ako súčasť celoživotného vzdelávania pre ďalší profesijný rast, počas ktorého študent rozvíja osobnostné vlastnosti, zručnosti a podnikateľské schopnosti. Podnikanie má zásadný význam pre moderné ekonomiky.

## 2. ZÁUJEM EURÓPANOV A SLOVÁKOV O PODNIKATELSKÉ AKTIVITY

Novodobá história systematickej prípravy na podnikanie trvá v našej krajine približne pätnásť rokov. Na jej začiatku sa začali vynárať ostrovčeky, na pôde ktorých začali byť organizované prvé rekvalifikačné kurzy pre začínajúcich podnikateľov. Postupom času sa na trhu začínajú objavovať ďalšie vzdelávacie a neskôr aj

všetkým komplikáciám a rizikám, ktoré ho v budúcnosti môžu postretnúť (Štainer, 2008, s. 9).

### 3. NIEKTORÉ POHĽADY NA PODNIKATEĽSKÉ ZRUČNOSTI

Podnikanie (je kľúčovou kompetenciou v európskom rámci, EK, 2006) je schopnosť vytvoriť a vybudovať niečo nové (podnik), schopnosť rozpoznať nové možnosti a príležitosti, znalosť vlastných vlôh a zručností, ochota premyslene vstupovať do rizikových situácií, ambícia a túžba dosiahnuť stanovené ciele, schopnosť získavať a používať rôzne zdroje na získanie potrebných kompetencií (Driessen, Zwart, 2003). Táto definícia podnikania vedie k uvažovaniu nad podstatou kompetencie, ktorú možno popísať ako reálnu individuálnu schopnosť používať získané znalosti, zručnosti a postoje pri podnikateľskej aktivite, v závislosti na konkrétnej, každodennej, meniacej sa pracovnej situácii. Kompetencie sú definované ako kombinácia vedomostí, zručností a postojov potrebných pre efektívne dosiahnutie podnikateľskej roly (Timmons, 1998). Podnikateľské kompetencie v súhrne možno charakterizovať ako znaky, ako sú generické a špeciálne znalosti, vlastnosti, motívy, self-obrazy, sociálne roly a zručnosti, ktoré majú za následok zrod podniku, jeho prežitie a rast (Bird, 1995). Stúpenci organizačnej psychológie (Allinson et al, 2000) sú toho názoru, že narozdiel od podnikateľských schopností, ktoré sú očividne naučené a časom sa zlepšujú priamou skúsenosťou, schopnosť, ako je napríklad líderský „duch“, komunikačné zručnosti, sebadôvera sú takmer vnútorne ukotvené v každom človeku, tzn. jednotlivci sa rodia s týmito vlastnosťami, alebo bez nich. Autori Singh, Gibbs (2013) konštatujú, že na týchto schopnostiach je možné pracovať, trénovať ich a zlepšovať. Soft skills sa dajú rozvíjať v rámci teambuildingu alebo inými formami zážitkového vzdelávania (Gerčáková, 2003). Rozpoznanie schopností a zručností je veľmi dôležité pre uvedenie do praxe podnikateľského nápadu/projektu zahŕňujúci vytvorenie vlastného podniku. Man a kol. (2002) kategorizujú podnikateľské kompetencie zo šiestich kompetenčných oblastí:

- (1) príležitosť právomocí;
- (2) organizačné kompetencie;
- (3) strategické kompetencie;
- (4) vzťahové kompetencie;
- (5) záväzkové kompetencie a
- (6) koncepčné kompetencie.

V teoretických a výskumných štúdiách domácich a zahraničných autorov Kariv (2012), Hayton (2015), Maase a Bossink (2010) ukazujú, že je možné identifikovať kompetencie, ktoré môžu byť rozdelené do širokého „okruhu podnikateľských zručností a schopností“, pretože sa môžu líšiť v závislosti na pohlaví, národnosti a geografického priestoru, či osobnostných rysov, talentu ai. Chell (2013, s. 8) tak popisuje zručnosti ako viacrozmerné konštrukty zahrňujúce

- kognitívne - poznanie - naučené vedomosti, získané informácie;
- afektívne - emocionálny prejav, skúsenosť; správanie - akcia, reakcia na úrovni strategickej, taktickej;
- kontext - profesia, náplň práce, sektor, úlohy.

Komplexnú charakteristiku základných vedomostí, zručností a postojov súvisiace s touto kompetenciou popisuje Referenčný rámec (EC, 2006).

- Potrebné vedomosti zahŕňajú schopnosť určiť dostupné príležitosti pre osobné, profesionálne a/alebo obchodné činnosti, vrátane otázok „širšieho záberu“, ktoré poskytujú kontext, v ktorom ľudia žijú a pracujú.

- Zručnosti sa vzťahujú na proaktívne riadenie projektov (zahŕňajú napríklad schopnosť plánovať, organizovať, riadiť, viesť a poverovať, analyzovať, komunikovať, oznamovať, hodnotiť a zaznamenávať), účinnú reprezentáciu a vyjednávanie a na schopnosť pracovať individuálne a schopnosť pracovať spoločne v tímoch, schopnosť posudzovať a identifikovať silné a slabé stránky jednotlivca a hodnotiť a prijímať prípadné riziká.
- Podnikateľský postoj charakterizuje iniciatíva, proaktivita, nezávislosť a inovácie v osobnom a spoločenskom živote, rovnako ako v práci. Zahŕňa tiež motiváciu a odhodlanie dosahovať ciele, či už osobné alebo stanovené spoločne s ostatnými, v osobnom živote, vrátane práce.

V kontexte európskej viackultúrnej a globalizovanej spoločnosti a ekonomiky problémy "podnikateľských kompetencií" boli riešené predovšetkým vo vzťahu k vzdelávaciemu systému. Je nutné vytvoriť na vysokých školách priaznivú klimu pre podnikanie založené na integrovanom prístupe, ktorého cieľom je nielen zmena myslenia, ale i zlepšovanie kompetencií „absolventov – Európanov“ pre zvládnutie start-up doma i v zahraničí. Katedra spoločenských vied (Technická univerzita v Košiciach) sa stala silným stúpencom podnikateľského vzdelávania študentov neekonómov. Realizovaný projekt so zameraním na výskum a edukáciu rozvoja podnikateľských zručností na globálnom trhu práce poskytuje mladým ľuďom príležitosť k nácviu praktických zručností a získaniu podnikateľských znalostí potrebných pre spustenie úspešnej kariéry.

### 4. METODOLOGICKÁ ČASŤ

Skvalitniť prípravu študentov pre podnikateľskú činnosť v prostredí viackultúrnej, globalizovanej spoločnosti predpokladalo zostrojiť merací nástroj, ktorým by sme získali širokospektrálne údaje u študentov Technickej univerzity v Košiciach (TUKE), ktoré sa týkali postojov, zručností ponímania seba ako silnej osobnosti, a iných kľúčových kompetencií dôležitých pre zvýšenie možnosti uspieť na trhu práce a to v segmente podnikania. Analýza výsledkov (v príspevku uvádzame iba čiastkové zistenia) umožňuje náhľad na to, ako vnímajú študenti podnikanie, ako ho subjektívne posudzujú hlavne vo vybraných kľúčových kompetenciách ako je *silná osobnosť, tvorivosť, štýl vedenia ľudí, niektoré komunikačné zručnosti, sebariadenie a etický rozmer podnikania*. Zistené údaje nám poskytli obraz „štartovacieho stavu“ študentov TUKE, ktorý nám umožní cielennejšiu prípravu pre podnikateľské aktivity na domacom, ale aj zahraničnom trhu práce. V dotazníku sa respondentí na škále 1. *nesúhlasím*, 2. *skôr nesúhlasím*, 3. *rovnako súhlasím ako nesúhlasím*, 4. *skôr súhlasím*, 5. *súhlasím*, vyjadrovali podľa nás, k hlavným aspektom osobnosti, k niektorým zručnostiam, v ktorých je všeobecný konsenzus pre úspešnosť v podnikaní v globalizovanej spoločnosti.

#### 4.1 Charakteristika súboru

Prieskum sme realizovali na šiestich fakultách Technickej univerzity v Košiciach v bakalárskom aj v inžinierskom stupni štúdia. Respondentmi prieskumu boli študenti tretieho ročníka bakalárskeho štúdia a prvého a druhého ročníka inžinierskeho štúdia. V tomto bol výber respondentov zámerný. Náhodný výber bol v tom, že dotazníky vyplňovali študenti, ktorí bolo v čase zberu dát na vyučovaní. V týchto ročníkoch spomínaných fakúlt študuje 2823 študentov. Reprezentatívnu vzorku tvorilo 149 respondentov v bakalárskom stupni štúdia a 128 študentov v magisterskom, alebo inžinierskom stupni. V uvádzaných výsledkoch sledujeme hlavne vybrané kognitívne a konatívne charakteristiky budúcich podnikateľov tak, ako ich uviedli študenti nášho výskumného súboru.

Zaujímali nás postoje študentov k vízii budúceho zamestnania sa po skončení štúdia na VŠ. Chceli sme poznať hlavne orientáciu na podnikanie a disponovanie z výskumu vyselektovanými kompetenciami potrebnými pre podnikateľské aktivity.

#### 4.2 Výsledky výskumu

Tabuľka 1 poukazuje na fakt, že 74,10% študentov bakalárskeho štúdia sa plánuje zamestnať v súkromnom sektore, zatiaľ čo v inžinierskom štúdiu je to len 57,60%, tento rozdiel je štatisticky veľmi významný na hladine  $p < 0,001$ .

Tab.1 Plánovanie zamestnania sa po skončení VŠ

		p
1	Súkromný sektor	<b>0,003</b>
2	Verejný sektor, alebo štátna správa	0,193
3	Chcem si založiť živnosť	0,279
4	Neviem	0,148

Vo verejnom sektore, alebo štátnej správe sa chce zamestnať 48,30% bakalárov, u inžinierov je to 36,40%. V porovnaní v oboch súboroch sme nenašli štatisticky významné rozdiely.

32,10% bakalárov si plánuje založiť živnosť, kým u študentov inžinierskeho štúdia je to 58,30%. Napriek percentuálnemu nárastu u študentov magisterského/inžinierskeho štúdia sme nezistili štatisticky významné rozdiely. Môžeme však konštatovať, že nárast medzi typmi štúdia je vyšší o 26,20%, čo považujeme za veľmi významné zistenie. Na tento fakt zatiaľ nemáme relevantné vysvetlenie, predpokladáme, že tento postoj môže byť ovplyvnený internými aj externými faktormi, ktoré budú predmetom ďalšieho skúmania. Z interných faktorov sa v ďalšom výskume zameriame na osobnostné charakteristiky, ktoré sú všeobecné v ponímaní Arnettovej teórie mladej dospelosti (Arnett, 2004). Koncept mladej dospelosti v jeho ponímaní obsahovo o. i. znamená, že stať sa dospelým dnes znamená sebestačnosť, naučiť sa byť samostatným a nezávislým (Arnett, 2004, s. 209). Tieto kvality sa môžu prejaviť aj v podnikateľskom zameraní študentov, čo v našom výskume tvoril prekvapivo vysoký výskyt zámeru podnikateľ, založiť si živnosť.

Medzi charakteristické črty obdobia patrí aj preskúvanie identity aj v oblasti práce, kde má svoj priestor aj nestabilita, hľadanie samého seba na ceste k zrelej dospelosti. Vysoké percento študentov, bakalárov nevie, kde sa zamestná; u študentov inžinierskeho štúdia to predstavuje 42,10%.

Potenciál tohto vývinového obdobia je možné využiť v akademickom prostredí. Patrí medzi nájdenie priestoru pre nadobúdanie profesijných a podnikateľských zručností, ale aj poskytovanie možností a príležitostí na sebaspoznávanie, sebakreáciu, smerovanie osobnostného rozvoja. V optimalizácii prípravy študentov v globalizovanej spoločnosti je potrebné počítať aj s priestorom, v ktorom sa mladý človek reálne spoznáva, aby bol pre prax osobnostne zrelší a pripravenější „absorbovať, alebo využívať“ nové výzvy, príležitosti, aby robil hodnotné rozhodnutia o svojom pracovnom a kariérovom smerovaní. B. Reichert expert so zameraním na IT a materiálno-technologické spoločnosti v rannom štádiu tvrdí, že všetci sa rodíme a inovatívnym a podnikateľským inštinktom a z tých, ktorí odolali tlaku konformného vzdelávania a spoločnosti, sa stanú inovatívni a podnikaví ľudia (Startup Sharkshow, Aula Maxima TUKE Košice, 2015, osobné zdedenie).

Spomínaná charakteristika súvisí aj s vnímaním seba ako silnej osobnosti.

V šetrení sme testovali hypotézu, či medzi študentmi v bakalárskom a v inžinierskom type štúdia bude v sebahodnotení *Som silná osobnosť* rozdiel. Vedomie seba v ponímaní Bandurovho konštruktu *self efficacy* – sebaúčinnosti, vnímaním vlastnej efektivity ako aj Ajzenovovu teóriu plánovaného správania považujeme za kľúčové charakteristiky *silnej osobnosti*. Bandura (1996) hovorí o sebaúčinnosti (*self efficacy*), ako o kľúčovej zložke Ja. Jej obsahom je sebavnímanie spôsobu, ako jedinec funguje v danej situácii. Dôležité je vnímanie očakávania účinnosti správania.

Výsledky testovania rozdielov medzi priemermi t- testom nepriesli štatisticky významné rozdiely medzi študentmi v bakalárskom a magisterskom/inžinierskom type štúdia – AM v bakalárskom type štúdia je 3,05, SD 0,89; v magisterskom/inžinierskom type štúdia AM bol 2,99, SD = 0,90 ( $t = 0,476$ ,  $p = 0,635$ ), nemôžeme odmietnuť nulovú hypotézu.

Aj keď dnes neexistuje všeobecne platný univerzálny model „úspešného podnikateľa“ uplatnenie vlôh pre podnikanie, ktoré sme získali ako predispozície, môže byť podporené alebo brzdené výchovou, vzdelávaním, ako aj ďalšími životnými skúsenosťami. Aj z tohto aspektu sa javí ako dôležitá súčasť príprav vysokoškolákov pre život *sebaskúsenostné učenie*, ktoré môže byť dôležitou súčasťou hlavne pre budovanie citlivosti k príležitosti a hlavne pre skúsenosť s vlastnou sebaúčinnosťou, s budovaním primeraného sebavedomia ako centrálnej súčasti silného Ja, alebo „*silnej osobnosti*“.

Ak chce byť podnikateľ efektívny pre seba a aj ostatných, mal by sa pokúsiť o poznanie seba – predpokladom ďalšieho rozvoja je poznať svoje silné stránky a zamerať sa na problematiku slabé stránky. V posledných desaťročiach sa mimoriadna pozornosť venuje poznávaniu, dynamike a význame *pozitívnych stránok osobnosti*.

Seligman, Csikszentmihalyi, poprední predstavitelia pozitívnej psychológie, v Manifeste tohto hnutia hovoria o novom poslaní psychológie pre 21. storočie: cieľom pozitívnej psychológie je začať „... budovať pozitívne kvality“ (Seligman, Csikszentmihalyi, 2000, s. 5). Autori definujú poňatie *pozitívnych kvalít jednak na úrovni jednotlivca, ale aj sociálnych zoskupení*. Hovoria o hodnotných životných skúsenostiach, pozitívnych črtách osobnosti, občianskych cnostiach a osobnejších, ľudských inštitúciách.

Zvláštne miesto v pozitívnej psychológii má spôsobilosť zvaná *reziliencia*. Aj keď dodnes nie sú ustálené jej charakteristiky a dynamiky, pokladá sa za osobnostnú črtu, ktorá umožňuje nielen prekonanie ťažkostí, riešenie problémov, ale v životoch mnohých ľudí prekonávanie ťažkostí znamená zároveň aj vznik nielen nových osobnostných kvalít, ale aj novej smerovosti života.

V kontexte odhaľovania silných stránok sme sa zaujímali o hodnotenia osobnostných predpokladov pre tvorivé a inovatívne riešenie problémov.

AM bakalárov v hodnotení predpokladov pre tvorivé a inovatívne riešenie problémov bol 3,09, SD = 1,13; u študentov magisterského/inžinierskeho štúdia AM má hodnotu 3,44, SD = 1,16; ( $t = -2,537$ ,  $p = 0,012$ ), konštatujeme štatisticky významné rozdiely na hladine významnosti  $p < 0,01$  v prospech študentov 2. stupňa VŠ štúdia. Kvalitatívne však tieto výsledky sú veľmi sľubné v oboch súboroch. Veľmi dôležitým hnacím motorom je mať zážitok úspechu, ktorý je veľmi dôležitý v rôznych fázach podnikania, hlavne na začiatku.

Reichert (Startup Sharkshow, Aula Maxima TUKE Košice, 2015, osobné zdedenie) konštatuje „z neúspechov sa naučíte riešiť“

problémy a získate odolnosť – schopnosť neprestať sa snažiť. Pre vývoj je to nevyhnutné, nakoľko to pomáha vyrovnať sa s reálnym svetom.“ Neplatí to však univerzálne, niektorých ľudí problémy zlomia, naučí ich to vyháňať sa im.

Rovnako dôležitým faktorom rozvoja osobnosti ako takej je poznanie možností rozvoja tvorivosti, opäť v súlade s Arnettovou teóriou, keď mladý dospelý experimentuje v osobnom aj pracovnom živote, prekúmajava rôzne možnosti, hľadá odpovede, ktoré ho nasmerujú k ďalšiemu osobnostnému rozvoju a smerovaniu.

Na otázku, či študenti bakalárskeho štúdia poznajú možnosti rozvoja osobnosti sme zaznamenali AM = 3,03, SD = 1,08; u študentov magisterského/inžinierskeho štúdia AM má hodnotu 3,32, SD = 1,45 ( $t = -1,906$ ,  $p = 0,058$ ). Štatistická analýza v položke *Poznáam možnosti rozvoja osobnosti* nepriniesla významné zistenia medzi oboma súbormi, nemôžeme teda odmietnuť nulovú hypotézu. Aj v tejto položke v absolútnych odpovediach vidíme dobrý potenciál, na ktorom môžeme budovať rozvíjanie tvorivosti.

Medzi oblasti, v ktorých podnikatelia hlavne v počiatočnej fáze majú problémy, patria aj *komunikačné zručnosti*. V globálnom ekonomickom priestore sú krajiny s rôznou rýchlosťou, s rôznou úrovňou podnikateľskej kultúry. Nestačí mať ba nápad, byť inovatívny, ale nemenej dôležité je aj byť primerane „komunikatívne zručný“ – pohotový, výstižný, vedieť zaujať. A. Coppola v najstaršom hight-tech biznise v Silicon Valley, ktorého cieľovou skupinou sú zahraničné spoločnosti usilujúce sa preniknúť na americký trh upozorňuje, že v takej vyspelej a rýchlej podnikateľskej kultúre padne rozhodnutie o prijatí obchodného rozhodnutia už po druhom stretnutí so záujemcom (Startup Sharkshow, Aula Maxima TUKE Košice, 2015, osobné zdedenie). Z tohoto dôvodu potrebujú mať zahraničné startupy svoje 3 minútové pitchy pripravené profesionálne.

Zaujímalo nás, ako sa respondenti výskumu hodnotia v spôsobilosti, či sa dokážu primerane a efektívne vyjadrovať slovom aj písmom. AM študentov bakalárskeho štúdia je 3,21, SD = 0,92; u študentov magisterského/inžinierskeho štúdia AM má hodnotu 3,47, SD = 1,28 ( $t = -1,955$ ,  $p = 0,052$ ).

Štatistická analýza v položke *Dokážem sa primerane a efektívne vyjadrovať slovom a písmom* nepriniesla významné zistenia medzi oboma súbormi, nemôžeme teda odmietnuť nulovú hypotézu. Aj v tejto položke v absolútnych odpovediach vidíme dobrý potenciál, na ktorom môžeme budovať rozvíjanie komunikačných zručností.

Pre úspešnosť komunikačného procesu je nevyhnutnosťou *identifikovať a prekonať komunikačné bariéry*. Štatistická analýza v tejto položke priniesla významné zistenia medzi oboma súbormi na hladine významnosti  $p < 0,01$  v prospech študentov 2. stupňa VŠ štúdia. Predpokladáme, že k nárastu spôsobilostí mohlo dôjsť aj cieleným vzdelávaním v rámci výučby spoločensko-vedných odborov.

Zaujímalo nás, ako sú študenti zruční v príprave prezentácií. AM u študentov bakalárskeho štúdia je 3,45, SD = 0,97; u študentov magisterského/inžinierskeho štúdia AM má hodnotu 3,39, SD = 1,22 ( $t = 0,443$ ,  $p = 0,658$ ). Nepotvrdili sa nám štatisticky významné rozdiely medzi súbormi, nemôžeme zamietnuť nulovú hypotézu. Študenti magisterského/inžinierskeho štúdia skórovali vyššie, majú viac skúseností s prípravou prezentácií, čo je už nadobudnutá zručnosť, ktoré je dôležitá pre schopnosť „predať sa, alebo predať svoj produkt“.

Významnou oblasťou osobnosti podnikateľov je *selfmanagement*, umenie rozdeliť svoj čas medzi prácu a súkromie. V položke *Snažím*

*sa o rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom* sme zaznamenali a štatisticky vyhodnotili ako nevýznamné výsledky medzi oboma súbormi. AM u bakalárov je 3,55, SD = 1,02; u študentov magisterského/inžinierskeho štúdia AM má hodnotu 3,58, SD = 1,31 ( $t = -0,251$ ,  $p = 0,802$ ). Ako upozorňujú autorky Flešková, Babiaková, Nedelová (2011, s. 97) mnohé posudzované charakteristiky vo vzťahu k podnikaniu môžu mať iné charakteristiky priamo v podnikaní a iné ako len v proklamovanom zámere, intencii pre podnikanie.

Rovnováha medzi prácou a súkromím je dôležitým faktorom pre udržanie dobrého telesného a duševného zdravia. Ak vzniká nepomer práca/súkromie často dochádza k ľahšiemu, alebo ťažšiemu odhaliteľnému disbalansom v krátkom časovom horizonte, ale celkom zjavným, ak tento stav pretrváva. Dôsledkom sú mnohé „choroby podnikateľov“, ktoré patria k základným príčinám ohrozujúcim zdravie moderného človeka: vysoký krvný tlak, cholesterol, obezita, cukrovka (Dvořáček, 2006, s. 83). Tzv. smrtiace kvarteto má svoje konzekvencie aj na sociálnej úrovni vo vzťahu k sebe, ale aj svojmu okoliu. Nielen okrajovým javom je aj prepuknutie duševných porúch, alebo nezdravých osobných vzťahov.

Preto sa dnes venuje pozornosť ochrane zdravia nielen na individuálnej úrovni, ale je záujmom a prioritným zameraním aj v celej Európe. Aktuálnou témou sú Zdravé pracoviská bez stresu. Cieľom Európskej agentúry pre bezpečnosť a ochranu zdravia pri práci (EU-OSHA) a jej partnerov je podnietiť k väčšej diskusii, aby sa predmetom záujmu stal záujem o stres a psychosociálne riziká na pracovisku. Rovnaká pozornosť smeruje k očakávaniam, aby sa hľadali spôsoby, ako proti nim bojovať. Je známe, že stres súvisiaci s prácou je druhým najčastejším problémom v Európe. Základnú obranu predstavujú *3P pohoda, potrava, pohyb*.

Podnikať dnes v globalizovanej spoločnosti predpokladá poznanie ekonomickej ekológie – poznania legislatívy, exekutívy a fungovanie štátnej správy.

Pýtali sme sa respondentov, na názor, či *pre úspešné podnikanie potrebujú poznať legislatívu, exekutívu, fungovanie štátnej správy*. AM u študentov bakalárskeho štúdia je 3,59, SD = 1,20; u študentov magisterského/inžinierskeho štúdia AM má hodnotu 3,47, SD = 1,37 ( $t = 0,785$ ,  $p = 0,433$ ). Štatistická analýza nepriniesla významnosť v rozdieloch v oboch súbormi, nemôžeme zamietnuť nulovú hypotézu.

Zaujímala nás aj otázka, či študentov zaujíma vzťah politiky a ekonomiky. Na otázku *Sledujem vzťahy politiky a ekonomiky* odpovedali študenti bakalárskeho štúdia s AM 2,91, SD = 1,35; u študentov magisterského/inžinierskeho štúdia AM má hodnotu 2,68 SD = 1,54 ( $t = 1,376$ ,  $p = 0,170$ ). Štatistická analýza nepriniesla významnosť v rozdieloch v oboch súbormi, nemôžeme zamietnuť nulovú hypotézu.

Podnikateľské prostredie je zložitý ekosystém, ktorý tvorí viac elementov. Jedným z nich je štát, ktorého nezastupiteľnou úlohou je podporovať podnikanie a vytvárať preň aj podmienky pre pozitívny rozvoj podnikateľského prostredia. Medzi najvýznamnejší faktor patrí legislatíva – hlavne v jej nastavení je možné vytvárať konštruktívny podnikateľský ekosystém. Odpovede respondentov nášho súboru vypovedajú o tom že sa zaujímajú o vzťahy politiky a ekonomiky, berú do úvahy túto dôležitú premennú.

## 5. DISKUSIA

Pre zlepšenie prípravy na život v podmienkach VŠ štúdia je nevyhnutné vytvoriť na vysokých školách priaznivú klímu pre

podnikanie založenom na integrovanom prístupe, ktorého cieľom je nielen zmena myslenia, ale i zlepšovanie kompetencií budúcich absolventov.

Cieľom nášho výskumu riešiaceho v rámci projektu MŠVVaŠ SR KEGA č. 031TUKE-4/2016 pod názvom Edukácia vysokoškolákov technického zamerania pre potreby globálneho trhu práce bolo zistiť niektoré zásadné faktory, postoje, zručnosti úspešných podnikateľov tak, ako ich vnímajú vysokoškolskí študenti. Takmer vôbec sa nemyslí na to, že realizátorom podnikania je vždy individualita, človek so svojimi túžbami, motívmi, postojmi. Chceli sme mapovať túto jedinečnosť a zistenia využiť pre inováciu výučby adekvátnejšej prípravy študentov pre podnikanie. Zisťovali sme voľby, názory, presvedčenia študentov vo vzťahu k podnikaniu a preklenúť medzeru v poznávaní prfležitosti podnikania v globalizovanej spoločnosti.

## 6. ZÁVER

Univerzity sú najlepším prostredím na rozvoj podnikateľských kompetencií. Ich rozvoj v tréningovo-pracovnom prostredí na akademickej pôde je hlavným benefitom pre úspešné uplatnenie sa absolventa na trhu práce, čím sa významne redukuje nezamestnanosť absolventov vysokých škôl. Existuje ale všeobecná zhoda o potrebe podnikateľských kompetencií – vedomostí, zručností, schopností, návykov a postojov, aj keď nie vždy je všeobecná zhoda v tom, ktoré kompetencie sa požadujú ako kľúčové pre príslušné odvetvie. Rovnako existujú rôzne pohľady a prístupy k hodnoteniu kompetencií, ktoré sú užitočné pre trh národy i globálny trh práce. Vo viacerých prístupoch sa presadzujú trendy, ktoré vychádzajú z priameho ekonomického dopadu, dokonca niektoré z nich formujú líniu, že „kompetencie sú prioritné z pohľadu prínosu pre trh práce a vzdelávacie inštitúcie majú jediná úlohu: formovať kompetencie absolventov pre potreby trhu práce“ (Pavlásek, 2015).

## Zdroje

1. AJZEN, I. 2007. *Theory of Planned Behavior*. [online]. 10. 12. 2009. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: [www.people.unmas.edu/~ajzen/tpbdiad.html](http://www.people.unmas.edu/~ajzen/tpbdiad.html)
2. ALLINSON, C. W., CHELL, E., HAYES, J. Intuition and entrepreneurial behavior. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, vol. 9, no. 1, 2000, pp. 31-43. ISSN 1359-432X.
3. ARNETT, J. 2004. *Adolescence and Emerging Adulthood. A cultural approach*. New Jersey: Pearson Education, 2004. 504 p. ISBN 978-0-13-814458-6.
4. BIRD, B. 1995. Towards a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, vol. 2, 1995, pp. 51-72. ISSN 1074-7540.
5. DRIESSEN, M. P., ZWART, P. S. *The role of the entrepreneur in small business success: the Entrepreneurship Scan*. [online]. 2003, pp. 1-3. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: <http://www.ondernemerstest.nl/wpcontent/uploads/2010/03/ICS Bv5.pdf>
6. DVORÁČEK, J. 2006. Podnikatel. Pracovní sešit. *Oeconomica*, VŠE Praha, č. 21 514/79, ISBN 80-245-1020-0, s. 100.
7. CHELL, E. 2013. Review of skill and the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, vol. 19, no. 1, 2013, pp. 6-31.
8. EK. *Odporúčanie Európskeho parlamentu a Rady z 18. decembra 2006 o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie*. [online]. 2006. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: [www.minv.sk/?dokumenty-1&subor=212714](http://www.minv.sk/?dokumenty-1&subor=212714)
9. EC. 2006. *Key competences for lifelong learning Recommendation 2006/962/EC of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning* [online]. Official Journal L 394 of 30.12.2006. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=URISERV:c11090>
10. EK. 2012. *Akčný plán pre podnikanie*, [online]. Brusel 9.1.2013 COM/2012, s. 33. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: [www.sbagency.sk/.../entrepreneurship2020-action\\_p...](http://www.sbagency.sk/.../entrepreneurship2020-action_p...)
11. FLEŠKOVÁ, M; BABIAKOVÁ, B; NEDELOVÁ, G. 2011. Preferencie vysokoškolských študentov v profesionálnom živote a ich predstavy o vlastnom podnikaní. *Ekonomika a management*, 2011, č. 1 s. 97 -110. ISSN 1335-1788.
12. GERČÁKOVÁ, M. 2003. *Podnikateľské kompetence*. [online]. 2003. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: <http://www.sst.cz/technika/vyukove-materialy/kompetence/kompetence.pdf>
13. HAYTON, J. 2015. *Leadership and Management Skills in SMEs*. [online]. Warwick Business School: Department of Business, Industry and Skills, 2015. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: [www.gov.uk](http://www.gov.uk)
14. KARIV, D. 2012. Off stage - on stage: men and women entrepreneurs leading change and business growth. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, vol. 6, no. 2, 2012, pp. 169-184. ISSN 1750-6204.
15. MAASE, S. J. F. M., BOSSINK, B. A. G. 2010. Factors that inhibit partnering for social start -up enterprises. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, vol. 4, no. 1, 2010, pp. 68 - 84. ISSN 1750-6204.
16. MAN, T., THERESA LAU. W. Y., CHAN, K. F. 2002. The competitiveness of small and medium enterprises a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, vol. 17, 2002, pp. 123-142. ISSN 0883-9026.
17. PAVLÁSEK, P. 2015. *Formovanie profilu absolventa pre potreby trhu práce*. [online]. 2015. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: <http://vysokoskolaciodopraxe.cvtisr.sk/sk/aktuality/napisali-k-teme/formovanie-profilu-absolventa-potreby-trhu-prace.html>
18. SELIGMAN, M., CSIKSZENTMIHALYI, M. 2000. Positive Psychology: An introduction. *American Psychologist*, 2000, 55.1, p. 5-14. ISSN 0003-066X.
19. SINGH, R. P., GIBBS, S. R. 2013. Opportunity recognition processes of black entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 26, no. 6, 2013, pp. 643-659. ISSN 0827-6331.
20. SLOVAK BUSINESS AGENCY. 2000-2016. *Politika štátnej podpory MSP*. [online]. 2000-2016. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: <http://www.sbagency.sk/politika-statnej-podpory-msp>
21. ŠTAINER, M. 2008. Podnikateľské kompetence tady a teď. *Zborník z medzinárodnej konferencie Podnikateľské kompetence*. Olomouc: Educoul, 2008. ISBN 978-80-254-2075-1, s. 5- 9.
22. TASR. 2013. *Mladí sa boja podnikat' pre nedostatok kapitálu a skúseností*. [online]. 20.9.2013. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: <http://www.teraz.sk/ekonomika/mladi-podnikanie-financie-obavy/58845-clanok.html>
23. TIMMONS, J. E. *New Venture Creation: entrepreneurship for the 21st century*. Chicago: Irwin Professional Publishing, 1998. 796 p. ISBN 97802561197563.
24. ZMP. 2013. *Mladých podnikateľov láka najviac IT sektor*. [online]. 25.5.2013. [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: <http://podnikatelskynapadroka.sk/clanok/4193936305/mladych-podikatelov-laka-najviac-it-sektor.html>
25. WBN. 2015. *Záujem o podnikanie rastie, hlavne medzi mladými ľuďmi rastie*. [online]. 24.11.2015 [cit. 2016-09-09]. Dostupné na internete: <http://www.webnoviny.sk/ekonomika/clanok/1014992-zaujem-o-podnikanie-rastie-hlavne-medzi-mladymi-ludmi//fer/vol28/iss17/2>