



# VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

## FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

## ÚSTAV MANAGEMENTU

INSTITUTE OF MANAGEMENT

# ANALÝZA POSTOJŮ A MOTIVACE BUDOUCÍCH ABSOLVENTŮ K ZALOŽENÍ VLASTNÍHO PODNIKÁNÍ NA ZÁKLADĚ PUSH-PULL TEORIE

ANALYSIS OF THE ATTITUDE AND THE MOTIVATION OF FUTURE GRADUATES TOWARDS SELF-EMPLOYMENT BASED ON THE PUSH - PULL THEORY

## DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTER'S THESIS

## AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Bc. Denisa Kudračová

## VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Mgr. Štěpán Konečný, Ph.D.

BRNO 2021

# Zadání diplomové práce

Ústav:	Ústav managementu
Studentka:	<b>Bc. Denisa Kudračová</b>
Studijní program:	Ekonomika a management
Studijní obor:	Řízení a ekonomika podniku
Vedoucí práce:	<b>Mgr. Štěpán Konečný, Ph.D.</b>
Akademický rok:	2020/21

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává diplomovou práci s názvem:

## **Analýza postojů a motivace budoucích absolventů k založení vlastního podnikání na základě push–pull teorie**

### **Charakteristika problematiky úkolu:**

Úvod  
Vymezení problému a cíle práce  
Teoretická východiska práce  
Analýza problému a současné situace  
Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení  
Závěr  
Seznam použité literatury  
Přílohy

### **Cíle, kterých má být dosaženo:**

Cílem práce je zjistit, jaké faktory v současné době ovlivňují budoucí absolventy při rozhodování, jestli být zaměstnaným nebo podnikat a jestli se jejich postoj v souvislosti s pandemií COVID–19 změnil. Na základě zjištěných výsledků navrhnout doporučení, která mohou pomoci budoucím absolventům zvýšit motivaci k podnikání, a zároveň navrhnout doporučení organizacím podporujícím podnikání ke zlepšení strategie směrem k podpoře podnikavosti absolventů vzhledem k jejich potřebám.

### **Základní literární prameny:**

DAWSON, Christopher; HENLEY, Andrew. "Push" versus "pull" entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2012. 18(6), 697-719. ISSN 1355-2554.

HERBERT, Ian P.; ROTHWELL, Andrew T.; GLOVER, Jane L; LAMBERT, Stephanie A. Graduate employability, employment prospects and work-readiness in the changing field of professional work. The International Journal of Management Education. 2020. 18(2). ISSN 1472-8117.

KUCKERTZ, Andreas; BRÄNDLE, Leif; GAUDIG, Anja; HINDERER, Sebastian; MORALES REYES, Carlos Arturo; PROCHOTTA, Alicia; STEINBRINK, Kathrin M; BERGER, Elisabeth S. C. Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic. Journal of Business Venturing Insights. 2020. 13. ISSN 2352-6734.

OJIAKU, Obinna C.; NKAMNEBE, Anayo D.; NWAIZUGBO, Ireneus C. Determinants of entrepreneurial intentions among young graduates: perspectives of push-pull-mooring model. Journal of Global Entrepreneurship Research. 2018. 8(24).

PREMAND, Patrick; BRODMANN Stefanie; ALMEIDA, Rita; GRUN, Rebekka; BAROUNI, Mahdi. Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment Among University Graduates. World Development. 2016. 77, 311-327. ISSN 0305-750X.

SHIROKOVA, Galina; OSIYEVSKYY, Oleksiy; BOGATYREVA, Karina. Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. European Management Journal. 2016. 34(4), 386-399. ISSN 0263-2373.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2020/21

V Brně dne 28.2.2021

L. S.

---

doc. Ing. Robert Zich, Ph.D.  
ředitel

---

doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.  
děkan

## **Abstrakt**

Témou diplomovej práce je analýza postojov a motivácie budúcich absolventov k založeniu vlastného podnikania. Cieľom práce je v rámci push-pull teórie zistiť, aké faktory v súčasnej dobe absolventov najviac ovplyvňujú pri rozhodovaní či byť zamestnaným alebo podnikateľ a či sa ich postoj vzhľadom k situácii v spoločnosti spojenej s pandémiou COVID-19 zmenil. Výskum bude vykonaný dotazníkovým šetrením. Výsledkom diplomovej práce bude porovnanie motívov rozhodovania medzi zamestnaneckým pomerom a podnikaním pred a počas pandémie. Na základe výsledkov budú predložené návrhy, ktoré môžu pomôcť budúcim absolventom k zvýšeniu motivácie podnikateľ a zároveň návrhy organizáciám podporujúcim podnikanie k zlepšeniu stratégie smerom k podpore podnikavosti absolventov vzhľadom na ich potreby.

## **Abstract**

The topic of the master thesis is an analysis of the attitude of future graduates towards self-employment. The aim of the thesis is to find out, within the push-pull theory, which factors currently influence graduates in decision-making whether to be employed or to start their own business and whether their attitude has changed due to the situation in society associated with the COVID-19 pandemic. The research will be conducted by a questionnaire survey. The result of the thesis will be a comparison of motives for decision-making between employment and entrepreneurship before and during the pandemic crisis. Based on the research results, solutions for increasing motivation of future graduates to become entrepreneurs and suggestions for improving strategy of business support organizations to support entrepreneurship among graduates according to their needs will be proposed

**Kľúčové slová:** absolventi, push-pull teória, podnikanie, zamestnanie, motivácia

**Key words:** graduates, push-pull theory, entrepreneurship, employment, motivation

### **Bibliografická citácia**

KUDRAČOVÁ, Denisa. *Analýza postojů a motivace budoucích absolventů k založení vlastního podnikání na základě push-pull teorie*. Brno, 2021. Dostupné také z: <https://www.vutbr.cz/studenti/zav-prace/detail/133158>. Diplomová práce. Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, Ústav managementu. Vedoucí práce Mgr. Štěpán Konečný, Ph.D.

### **Čestné prehlásenie**

Prehlasujem, že predložená diplomová práca je pôvodná a spracovala som ju samostatne. Prehlasujem, že citácia použitých prameňov je úplná, že som vo svojej práci neporušila autorské práva (v zmysle Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorskom a o právach súvisiacich s právom autorským).

V Brne dňa 16.5.2021

---

Bc. Denisa Kudračová

## **Pod'akovanie**

Veľké pod'akovanie patrí vedúcemu práce pánovi Mgr. Štěpánovi Konečnému, Ph.D. za odborné vedenie práce a za čas venovaný konzultáciám. Rada by som tiež pod'akovala všetkým respondentom, ktorí sa zúčastnili výskumu, kariérnym centrá, ktoré boli ochotné odpovedať na moje otázky, a tiež všetkým mojim blízkym, ktorí ma podporovali.

# Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>VYMEDZENIE PROBLÉMU A CIELE PRÁCE</b> .....	<b>11</b>
<b>METODIKA PRÁCE</b> .....	<b>12</b>
<b>TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ PRÁCE</b> .....	<b>14</b>
1 Vymedzenie pojmov a základné teoretické poznatky .....	14
1.1 Podnikanie.....	14
1.1.1 Podnikateľ .....	15
1.2 Zamestnanie .....	17
1.2.1 Zamestnanec a zamestnávateľ.....	17
1.2.2 Vznik a zánik pracovného pomeru.....	18
1.2.3 Hodnoty vedúce k voľbe zamestnaneckého pomeru .....	18
1.3 Postoj.....	18
1.3.1 Pracovné postoje .....	19
1.4 Pracovná kariéra.....	19
1.4.1 Nové trendy v pracovnej kariére .....	20
2 Motivácia.....	21
2.1 Definícia motivácie .....	21
2.2 Zdroje motivácie .....	21
2.3 Motivácia v pracovnej činnosti .....	22
2.3.1 Extrinistická a intrinistická motivácia.....	22
2.4 Teórie motivácie pracovného jednanja.....	23
2.4.1 Maslowova teória .....	24
2.4.2 Expektačná teória.....	25
2.4.3 Teória spravodlivosti.....	25
2.4.4 Teória zameraná na stanovenie cieľov.....	25
2.4.5 Dvojfaktorová teória motivácie.....	26
2.4.6 Teória kompetencie.....	26
2.4.7 Teória úspechu, moci a motivácie riadiť .....	26
2.4.8 Teória X a Y .....	27
2.5 Motivácia k podnikaniu.....	27
3 Push-pull teória .....	29
3.1 Rozbor výsledkov štúdií zameraných na push-pull teóriu.....	29
3.2 Vymedzenie push a pull faktorov .....	31
4 Podnikateľské správanie mladých ľudí .....	35



4.1	Motívy vedúce študentov k podnikaniu.....	35
4.2	Charakteristika podnikateľských aktivít študentov .....	36
4.3	Bariéry podnikateľských aktivít.....	36
4.4	Vplyv podnikateľského vzdelania na podnikateľský záujem.....	38
4.5	Uplatnenie absolventov vysokých škôl na trhu práce v ČR .....	39
5	Začínajúce podniky v čase COVID-19.....	41
5.1	Hlavné problémy a príležitosti podnikania počas pandémie COVID-19 .....	41
5.2	Opatrenia pre oživenie a rast počas pandémie COVID-19 .....	41
5.3	Spôsoby podpory mladých podnikateľov počas pandémie COVID-19.....	42
6	Organizácie na podporu začínajúcich podnikateľov.....	44
6.1	Finančná podpora z verejných prostriedkov .....	44
6.2	Nefinančná podpora z verejných prostriedkov .....	46
6.3	Podnikateľské inkubátory a vedecko-technické parky .....	47
6.4	Kariérne centrá vysokých škôl.....	49
	<b>ANALYTICKÁ ČASŤ .....</b>	<b>50</b>
7	Analýza problému a súčasnej situácie .....	50
8	Dotazníkové šetrenie.....	51
8.1	Formulácia dotazníkového šetrenia .....	51
8.2	Cieľ dotazníkového šetrenia .....	51
8.3	Charakteristika respondentov .....	51
8.4	Analýza dotazníkového šetrenia .....	51
8.5	Zhrnutie analýzy .....	83
8.6	Rozhovory s kariérnymi centrami vysokých škôl.....	84
	<b>NÁVRHOVÁ ČASŤ .....</b>	<b>85</b>
9	Vlastné návrhy riešenia.....	85
9.1	Návrhy pre kariérne centrá.....	86
9.2	Návrhy pre podnikavých študentov .....	95
10	Prínos návrhov riešení .....	97
	<b>ZÁVER .....</b>	<b>99</b>
	<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY .....</b>	<b>102</b>
	<b>ZOZNAM GRAFOV .....</b>	<b>109</b>
	<b>ZOZNAM TABULIEK .....</b>	<b>111</b>
	<b>ZOZNAM PRÍLOH.....</b>	<b>113</b>

# Úvod

Práca má v živote človeka dôležité miesto. Pre niekoho predstavuje nevyhnutné zlo, ako nástroj zabezpečenia si obživy, pre iného predstavuje niečo viac. Človeku často vytvára priestor pre seberealizáciu a naplnenie pocitu dôležitosti a užitočnosti.

Témou mojej diplomovej práce je analýza postojov budúcich absolventov vysokých škôl k založeniu vlastného podnikania na základe push-pull teórie. Dôvod, prečo som si vybrala práve túto tému je, že ma dlhodobo zaujíma problematika pracovnej motivácie mladých ľudí a sama by som si priała, aby mladí ľudia využili svoj potenciál v tejto oblasti.

Rada by som prispela vykonaným výskumom jednak k poznatkom, čo mladého človeka pri výbere kariéry najviac ovplyvňuje, ale hlavne, ako sa zmenili ich postoje v súvislosti s celosvetovou pandémiou COVID-19, ktorá v dnešnej dobe pre niektoré oblasti podnikania vytvára veľmi nepriaznivé podmienky, iné oblasti však naopak prekvitajú. Preto mi príde zaujímavá otázka či vidia mladí ľudia v tejto situácii, ktorá bola pre všetkých nečakaná a nikto z nás na ňu nebol pripravený, príležitosť, alebo naopak neprekonateľnú bariéru, ktorá povedie radšej k voľbe zamestnaneckého pomeru.

Výskum zakladám na push-pull teórii. Push-pull teóriu som si vybrala z dôvodu, že v zahraničí boli pomocou tejto teórie, v oblasti podnikania, vykonané kvalitné výskumy, ktoré viedli k zaujímavým výsledkom. Verím, že sa mi podarí pomocou push-pull teórie dospieť k záverom, ktoré vysvetlia motiváciu a postoje budúcich absolventov aj počas pandémie v Českej republike a na jej základe navrhnúť vhodné opatrenia pre absolventov, ktorí by chceli začať podnikat', ale vnímajú určité bariéry. A tiež upriamiť pozornosť na návrhy organizáciám, ktoré svoju činnosť zameriavajú na podporu podnikavosti mladých ľudí. Aby zavnímali ich momentálne potreby a mohli im pomôcť v prekonaní či u pomyselných alebo reálnych bariér, ktoré pred nimi v rozhodovaní o podnikaní a v začiatkoch podnikania stoja.

## Vymedzenie problému a ciele práce

Cieľom práce je zistiť, aké faktory v súčasnej dobe ovplyvňujú budúcich absolventov pri rozhodovaní či byť zamestnaným alebo podnikat' a či sa ich postoj v súvislosti s pandémiou COVID-19 zmenil. Na základe zistených výsledkov navrhnuť odporúčenia, ktoré môžu pomôcť budúcim absolventom k zvýšeniu motivácie podnikat', a zároveň navrhnuť odporúčenia organizáciám podporujúcim podnikanie k zlepšeniu stratégie smerom k podpore podnikavosti absolventov vzhľadom na ich potreby.

Na základe cieľov mojej diplomovej práce som stanovila výskumné otázky, ktoré pomocou výsledkov vykonaného výskumu zodpoviem:

- 1. Čo väčšina budúcich absolventov preferuje v rámci svojej kariéry?**
- 2. Ktoré hlavné dôvody motivujú budúcich absolventov k podnikaniu?**
- 3. Zmenil sa postoj budúcich absolventov k podnikaniu v súvislosti s celosvetovou pandémiou COVID-19?**
- 4. Aké bariéry budúci absolventi vnímajú v otázke začatia podnikania?**

# Metodika práce

Diplomová práca je rozdelená do troch na seba nadväzujúcich častí – teoretickú, analytickú a návrhovú časť. V rámci teoretickej časti sú vysvetlené základne pojmy a témy spojené s problematikou zamestnanosti, podnikania, motivácie, postojov, a tiež push-pull teórie. V jednotlivých kapitolách teoretickej časti sú aplikované najmä informácie, ktoré sú dostupné o mladých ľuďoch, študentoch a absolventoch.

Poznatky v teoretickej časti sú čerpané prevažne zo zahraničných vedeckých odborných článkov, skúmajúcich výsledky rôznych výskumov zameraných hlavne na podnikateľské správanie mladých ľudí – študentov či absolventov, push-pull teóriu, postavenie začínajúcich podnikov v čase COVID-19. Poznatky špecifické pre české prostredie a definícia základných pojmov je čerpaná zo zákonov, odborných výskumov vykonanej v Českej republike a inej českej či zahraničnej literatúry.

Praktickú časť diplomovej práce tvorí kvantitatívny výskum vo forme dotazníkového šetrenia. Dotazník je vytvorený na základe získaných vedomostí z preštudovaných zahraničných odborných výskumov venujúcich sa danej oblasti. Je tvorený z troch častí. Na dotazník nadväzuje rozhovor s kariérnymi centrami vysokých škôl.

Prvú časť dotazníkového šetrenia tvorí charakteristika respondentov. Otázky sú zamerané na vek, pohlavie, univerzitu a obor štúdia, či je študent popri práci zamestnaný, podniká alebo sa venuje výhradne štúdiu a či je niekto z rodiny podnikateľom. Pomocou týchto otázok je možná podrobnejšia analýza výsledkov.

V druhej časti sa nachádzajú otázky spojené s postojmi a motiváciou k podnikaniu, a tiež otázky skúmajúce bariéry podnikania. Motivácia k podnikaniu je skúmaná na základe pull a push faktorov. V tejto časti sa nachádzajú tiež otázky skúmajúce výhradne postoje k podnikaniu spojené s pandémiou COVID-19.

Tretiu časť dotazníkového šetrenia tvoria otázky spojené so službami podporujúcimi podnikanie. Či študent pozná organizácie, ktoré môžu byť nápomocné pri podnikaní, ako vníma služby kariérnych centier a vedecko-technických parkov, či mu vysoká škola dáva dostatočné základy k začiatku podnikania a aká služba by mu v súvislosti s podnikaním najviac pomohla.

Otázky v dotazníkovom šetrení sú zostavené vlastnou konštrukciou na základe preštudovanej odbornej literatúry zaoberajúcej sa danou problematikou. V dotazníku sú zastúpené otvorené aj uzavreté otázky a je využívané vetvenie otázok na základe zvolených odpovedí. Ďalším typom otázok zastúpených v šetrení sú škálové otázky, kde má respondent za úlohu priradiť hodnotu na určenej škále. Pre hodnotiacu škálu bola určená stupnica 0-5, kde hodnota nula vyjadruje, že daný faktor nemá žiadny vplyv na respondenta, naopak hodnota 5 poukazuje na zásadný vplyv.

Dotazník je vytvorený pomocou online platformy Survio.cz a je odosielaný respondentom pomocou webového odkazu. Respondent je oboznámený s účelom dotazníka krátkym úvodom, kde je uvedené moje meno, univerzita a fakulta, na ktorej študujem a tiež téma mojej diplomovej práce. Dotazník je možné nájsť v prílohe diplomovej práce.

Výsledky dotazníka, je možné vďaka platenej verzii platformy exportovať do verzie xls., v ktorej sú v prehľadnej tabuľke uvedené odpovede jednotlivých respondentov. Výsledky dotazníkového šetrenia sú spracované do kontingenčných tabuliek a grafov. Následne je skúmaná závislosť medzi jednotlivými prvkami kontingenčnej tabuľky pomocou chí-kvadrát testu. Na základe p-hodnoty na hladine 5% významnosti je prijatá alebo zamietnutá hypotéza o nezávislosti jednotlivých premenných. Kontingenčné tabuľky, formulované hypotézy, výsledok chí-kvadrát testu a vypočítaný Cramerov koeficient sú súčasťou prílohy diplomovej práce.

V diplomovej práci sú formulované a overované hypotézy zamerané na postoj k podnikaniu, zmenu postoja k podnikaniu kvôli pandémie COVID-19 a hypotézy smerované na povedomie a využívanie služieb organizácií/subjektov priamym či nepriamym spôsobom podporujúcich podnikanie.

Prvým predpokladom je, že postoj študentov k podnikaniu je ovplyvnený viacerými faktormi. Preto sú overené hypotézy sledujúce závislosť medzi postojom študenta k podnikaniu a jeho pohlavím, ročníkom štúdia, rodinným podnikateľským prostredím a faktom či študuje ekonomický alebo neekonomický smer.

V ďalšej časti sú overované hypotézy zamerané na vplyv pandémie COVID-19. Jedným z predpokladov je, že zmena postoja študentov k podnikaniu kvôli pandémie COVID-19 je závislá na tom, aký postoj študenti k podnikaniu majú bez ohľadu na vonkajšie okolnosti. Ďalším predpokladom je, že záujem o zdieľanie podnikateľských praktických skúseností s vysporiadaním sa s pandemiou COVID-19 a postoj študenta k podnikaniu sú navzájom závislé.

Posledná časť venovaná testovaniu hypotéz je zameraná na skúmanie povedomia o činnosti organizácii, ktoré priamym či nepriamym spôsobom podporujú podnikavosť študentov. Závislosť je skúmaná na základe postoja k podnikaniu, pohlavia a ročníka štúdia. V prípade povedomia o kariérnych centrách aj na základe univerzity, ktorú študent navštevuje. Tiež je overená závislosť medzi tým či študenti pokladajú získané vzdelanie na vysokej škole za dostatočné k založeniu podnikania a medzi ročníkom štúdia, a tiež medzi tým či študujú ekonomický alebo neekonomický smer.

V návrhovej časti sú na základe vykonaného výskumu analyzované výsledky a na ich základe určené odporúčenia budúcim absolventom, k ich uľahčeniu začiatkov podnikania, a tiež odporúčania organizáciám podporujúcim podnikanie k zlepšeniu stratégie smerom k podpore podnikavosti budúcich absolventov vzhľadom na ich potreby.

# **Teoretické východiská práce**

Prvú časť diplomovej práce predstavujú teoretické východiská. Vychádzajúc z poznatkov spracovaných v tejto kapitole, zostavím otázky, ktoré budú zahrnuté v dotazníkovom šetrení. Informácie sú čerpané najmä zo zahraničných odborných článkov, zahraničnej literatúry a pre oblasti špecifické pre Českú republiku a definíciu základných pojmov uvádzam informácie z českých zdrojov.

## **1 Vymedzenie pojmov a základné teoretické poznatky**

Pre čo najlepšie pochopenie skúmanej problematiky pokladám za podstatné, hneď na úvod, vysvetliť základne pojmy a základné teoretické poznatky súvisiace s témou mojej diplomovej práce. Jedná sa najmä o pojmy, ktoré sa budú v diplomovej práci často opakovať a ich správne pochopenie považujem za dôležité.

### **1.1 Podnikanie**

Podnikanie je proces identifikovania príležitostí na trhu, zabezpečenia zdrojov potrebných na využitie týchto príležitostí a investovanie prostriedkov pre dosiahnutie dlhodobých ziskov. Zahŕňa to vytváranie bohatstva, spojením zdrojov novými spôsobmi, k založeniu a fungovaniu podniku. (Kumar a kol., 2003)

Podnikanie je proces, ktorý prekvitá, ak navzájom prepojené dimenzie individuálneho psychologického podnikania, vlastností podnikateľa, sociálnej podpory, obchodných príležitostí, vládnej politiky, dostupnosti množstva zdrojov a príležitostí, smerujú k spoločnému dobru, rozvoju spoločnosti a ekonomiky. (Kumar a kol., 2003)

#### **Charakteristické rysy podnikania**

Podnikanie sa vyznačujú viacerými charakteristikami (Kumar et al., 2003):

- Schopnosť vytvoriť podnik

Podnikanie je primárne ekonomickou činnosťou, pretože sa zaoberá založením a riadením podniku. Dbá na uspokojenie potrieb zákazníkov produkciou a distribúciou výrobkov a služieb.

- Organizovanie funkcií

Podnikateľ dáva dohromady viacero výrobných faktorov na ekonomické využitie. Kontroluje a koordinuje výrobné faktory a úsilie osôb zapojených do jeho podnikania.

- Inovovanie

Podnikanie je automatická a spontánna reakcia na zmeny v prostredí. Inovácia niečoho nového spôsobuje dynamické zmeny a ekonomický úspech a tvorí tak predpoklad pre rast ekonomiky.

- Kapacita znášať riziko

Riziko je prirodzeným aspektom podnikania. Podnikateľ garantuje rentu prenajímateľom, mzdu zamestnancom, úroky investorom s vidinou dosiahnutia vyšších príjmov, ako výdajov.

- Manažérske a vodcovské funkcie

Podnikateľ by mal mať manažérske a vodcovské vlastnosti a prevažne sa orientovať najmä smerom do oblasti produktivity, pracovných vzťahov a tvorivej integrácie spolu s túžbou vytvoriť zisk.

- Vyplňanie medzier

K podnikaniu vedie vyplnenie medzery medzi ľudskými potrebami a výrobkami a službami poskytovanými na trhu.

### 1.1.1 Podnikateľ

Chápanie pojmu podnikateľ sa v priebehu storočí niekoľkokrát zmenilo a v dnešnej dobe stále neexistuje jednotná definícia tohto pojmu. Na interpretovanie pojmu podnikateľ sú využívané ekonomické, sociologické, osobnostné, psychodynamické prístupy, ktoré sa snažia vysvetliť, čo podnikateľ robí. V priebehu prieskumov vykonaných počas dva a pol storočia bol podnikateľ definovaný ako (Westhead, Wright, 2013):

- osoba, ktorá nesie riziko spojené s neistotou,
- osoba, ktorá poskytuje finančný kapitál,
- tvorca príležitostí a inovácií,
- osoba, ktorá robí rozhodnutia,
- organizátor a koordinátor ekonomických zdrojov,
- vlastník podniku,
- zamestnávateľ výrobných faktorov apod.

Definícia podnikateľa je v českom prostredí súčasťou zákona (§ 420 a § 421 Nový občanský zákoník). Podnikateľ je definovaný ako: „*Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.*“ Podnikateľom je osoba zapísaná

v obchodnom registri a má k podnikaniu živnostenské alebo iné oprávnenie stanovené iným zákonom. (Zákon č. 89/2012 Sb.)

Podnikatelia môžu byť dôležitými činiteľmi inovatívnych zmien, ktorých kroky vedú k vytvoreniu nových firiem. Tiež môžu transformovať existujúce firmy, a tým využiť ekonomické a spoločensky prospešné príležitosti. (Westhead, Wright, 2013)

### **Osobnosť podnikateľa**

O tom, či bude podnikateľ úspešný alebo neúspešný rozhoduje veľké množstvo faktorov. Za jeden z významných faktorov, ktorý ovplyvňuje úspech podnikania, alebo to či vôbec človek spraví rozhodnutie stať sa podnikateľom, možno považovať osobnostné vlastnosti človeka. Význam osobnostných predpokladov človeka v oblasti podnikania je podložený množstvom vykonaných štúdií v tejto oblasti, kde bol skúmaný vplyv rôznych osobnostných črt v súvislosti s podnikaním.

Empirická štúdia, ktorú vykonal Jun Yan (2010) skúmala dopad osobnostných črt človeka, na vzorke 207 respondentov, vysokoškolských študentov ekonomickej univerzity v USA, na využitie nových podnikateľských príležitostí. Boli skúmané štyri vlastnosti:

- motivácia zameraná na výkon,
- diagnostika miesta kontroly – určuje do akej miery je jednotlivец presvedčený o tom, že je schopný riadiť svoj osud (výsledky svojej činnosti),
- sklon k riziku,
- proaktivita.

Výsledky viacnásobnej regresnej analýzy ukazujú, že tri zo štyroch podnikateľských osobnostných vlastností (diagnostika miesta kontroly, sklon k riziku a proaktivita) významne súvisia s vnímaním novej príležitosti v očakávaných smeroch. Z týchto troch osobnostných črt, vyšiel u proaktivity najsilnejší vplyv vo vnímaní podnikateľských príležitostí.

V neskoršej empirickej štúdií na Assam University v Indii bol na vzorke 85 podnikateľoch skúmaný vplyv 14 osobnostných vlastností na úspech v podnikaní: schopnosť rozpoznať obchodnú príležitosť s vysokým potenciálom, kreativita, inovatívnosť, sebavedomie/sebaúčinnosť/viera v seba, odhodlanie a tvrdá práca, vnútorné miesto kontroly (presvedčenie, že činy určujú odmenu), sklon k podstupovaniu rizika, tolerancia neistoty, úprimnosť a odhodlanie, výdrž, dobré plánovanie, schopnosť rozhodovať sa, flexibilita, orientácia na výkon. Jednotlivým vlastnostiam bolo udeľované skóre, na základe súhlasu/nesúhlasu, na stupnici od 1 – 5, kde číslo 5 predstavovalo silný súhlas. Úspešnosť podnikateľa bola meraná úspechom firmy, kde úroveň úspechu sa merala z hľadiska rastu predaja za posledné tri roky. Z výskumu sa zistilo, že existuje významný vzťah medzi skóre úspešných podnikateľov na základe ich osobnostných vlastností a skóre



podnikateľov na základe úspechu ich firmy. K najvyššiemu skóre úspešnosti viedli osobnostné vlastnosti:

- kreativita – túžba skúšať nové myšlienky, produkty procesy vo firme,
- úprimnosť a odhodlanie k práci,
- tvrdá práca,
- dobré plánovanie,
- inovatívnosť a túžba robiť veci inak,
- viera v seba,
- výdrž pokračovať aj napriek mnohým vzostupom a pádom. (Singh, Rahman, 2013)

## 1.2 Zamestnanie

Zamestnanie je jedným z ďalších spôsobov ako si zabezpečiť finančné prostriedky. Zamestnanie, v zmysle vykonávania práce vo vzťahu nadriadenosti a podriadenosti, sa v literatúre označuje ako závislá práca, pracovný pomer či zamestnanecký pomer.

Zamestnanie je v českých podmienkach definované v Zákoníku práce, zákonom č. 262/2006 Sb, ako závislá práca. Tento zákon upravuje vzťahy, ktoré vznikajú pri výkone závislej práce medzi zamestnancom a zamestnávateľom, tieto vzťahy sú označované ako pracovnoprávne.

Za závislú prácu je považovaná: *„Práce, ktorá je vykonávaná ve vztahu nadřízenosti zaměstnavatele a podřízenosti zaměstnance, jménem zaměstnavatele, podle pokynů zaměstnavatele a zaměstnanec ji pro zaměstnavatele vykonává osobně. Závislá práce musí být vykonávána za mzdu, plat nebo odměnu za práci, na náklady a odpovědnost zaměstnavatele, v pracovní době na pracovišti zaměstnavatele, popřípadě na jiném dohodnutém místě.“* (Zákon č. 262/2006 Sb., 2006)

### 1.2.1 Zamestnanec a zamestnávateľ

Pojem zamestnanec, podľa Zákoníka práce, chápeme ako fyzickú osobu: *„která se zavázala k výkonu závislé práce v základním pracovněprávním vztahu.“* (Zákon č. 262/2006 Sb., 2006)

Za zamestnávateľa je považovaná osoba: *„pro kterou se fyzická osoba zavázala k výkonu závislé práce v základním pracovněprávním vztahu.“* (Zákon č. 262/2006 Sb., 2006)

## 1.2.2 Vznik a zánik pracovného pomeru

Ak nie je zákonom stanovené inak, pracovný pomer sa zakladá pracovnou zmluvou v písomnej forme medzi zamestnancom a zamestnávateľom. Pracovná zmluva musí obsahovať nasledujúce náležitosti:

- druh práce, ktorý bude zamestnanec pre zamestnávateľa vykonávať,
- miesto alebo miesta výkonu práce, v ktorých má byť práca podľa prvého bodu vykonávaná,
- deň nástupu do práce. (Zákon č. 262/2006 Sb., 2006)

Pracovný pomer môže byť založený na dobu určitú alebo na dobu neurčitú. Doba pracovného pomeru na dobu určitú sú maximálne 3 roky s možnosťou opakovania iba dvakrát.

Pracovný pomer môže zaniknúť nasledujúcimi spôsobmi:

- dohodou,
- výpoveďou,
- okamžitým zrušením,
- zrušením v skúšobnej dobe,
- uplynutím zjednanej doby u zmluvy na dobu určitú. (Zákon č. 262/2006 Sb., 2006)

## 1.2.3 Hodnoty vedúce k voľbe zamestnaneckého pomeru

Hodnoty predstavujú základ postojov, sú však všeobecnejšie než postoje. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Pri voľbe zamestnaneckého pomeru podľa Järlström (2002) hrajú rolu najmä nasledujúce faktory:

- bezpečnosť,
- sociálne prostredie,
- pracovná záťaž,
- vyhýbanie sa zodpovednosti a kariére.

## 1.3 Postoj

Postoje sú najčastejšie charakterizované ako relatívne stále psychické sústavy, vyjadrujúce vzťah človeka k svetu a jeho jednotlivých zložkám. Majú významné

miesto v štruktúre osobnosti človeka. Postoj, ktorý človek zastáva, sa v konfrontácii so spoločenskými zvyklosťami, hrozbou sankcií a podmienkach vyžadovanej konformity, nemusí prejavovať v správaní. Táto skutočnosť je veľmi dôležitá z hľadiska predikcie pracovného správania. (Štikar, Rymeš, Riegel, Hoskovec, 2003)

Bedrnová, Jarošová, Nový a kol. (2017) definujú postoje ako trvalé sústavy pozitívnych alebo negatívnych hodnotení, emocionálneho cítenia a tendencie konať pre alebo proti vzhľadom k spoločenským objektom. Postoje sú relatívne stále, ale ich zmena je možná. Záleží na intenzite postoja – silné postoje sú menej prístupné zmene, než postoje slabšie. Postoje sa vytvárajú a vyvíjajú v procese učenia, pri pôsobení vonkajších, sociálnych faktorov. V každom postoji je možné rozlíšiť:

- stránku kognitívnu (poznávaciu, hodnotiacu),
- stránku emocionálnu (citovú),
- stránku konatívnu (tendencia voči objektu postoja určitým spôsobom konať).

### **1.3.1 Pracovné postoje**

Významnú súčasť systému postojov jednotlivca predstavujú postoje vzťahujúce sa k práci a jej podmienkam. Štúdium pracovného správania sa neobíde bez vedomosti o význame a funkciách pracovných postojov a ich vzťahu k pracovnej motivácii a pracovnej spokojnosti. (Štikar, Rymeš, Riegel, Hoskovec, 2003)

Pracovné postoje je možné rozdeliť do niekoľkých skupín:

- Postoje k organizácii – k cieľom organizácie, personálnej politike, systému sociálnej starostlivosti, organizačnej kultúre, vrcholovému managementu;
- Postoje k nadriadenému – postoje vyjadrujúce vzťah k ich odbornosti, prevažujúcemu spôsobu jednania s druhými ľuďmi, k ich charakterovým vlastnostiam;
- Postoje k pracovnej skupine – postoje k úrovni medzil'udských vzťahov, postoje k sociálnej klíme, k úrovni kooperácie;
- Postoje k práci a jej podmienkam – postoje k obsahu práce, fyzickým podmienkam práce, k platu;
- Postoje k mimopracovným podmienkam – postoje k bývaniu, k dochádzaniu do práce. (Štikar, Rymeš, Riegel, Hoskovec, 2003)

## **1.4 Pracovná kariéra**

Existuje viacero definícií pracovnej kariéry, ale väčšina z nich vychádza z definície, ktorej autorom je D. E. Super. Podľa jeho definície je kariéra sled zamestnaní, prác

a pozícií, ktoré človek zastáva v priebehu pracovného života. Je to štruktúrovaný sled udalostí počas profesionálneho života človeka, kde pracovník postupuje, zotrúva a zostupuje v hierarchii pracovných pozícií. Kariéra sa vyvíja, premieta a oceňuje v rámci a na pozadí štruktúry danej organizácie (ak ide o zamestnanecké zaradenie), alebo v rámci a možnostiach danej profesie (ak ide o slobodné povolania), alebo ako odraz spoločensko-ekonomického postavenia (napr. podnikatelia, poslanci). (Štikar, Rymeš, Riegel, Hoskovec, 2003)

Kariéru možno deliť na subjektívnu a objektívnu. Subjektívna kariéra sa spája s osobným ocenením úspešnosti jednotlivých vývojových fáz. Objektívna kariéra je zachytená v personálnej dokumentácii pracovníka alebo je tvorená mienením vonkajších posudzovateľov. (Štikar, Rymeš, Riegel, Hoskovec, 2003)

### **1.4.1 Nové trendy v pracovnej kariére**

V súčasnosti prebiehajú v spoločnosti výrazné zmeny. Zvyšuje sa rýchlosť technologického vývoja, trh práce je ovplyvnený globalizačnými tendenciami, organizácie zoštlhujú, dochádza ku zmenám organizačnej štruktúry, v populácii dochádza k demografickým posunom, pod ktorými je možné si predstaviť vyšší počet zamestnaných žien, starnutie populácie či väčšia mobilita pracovnej sily. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Pre súčasné poňatie kariéry je typická nízka miera štruktúrovanosti, časté zmeny pozície i zamestnávateľa, niekedy aj profesijného zamerania. Riadenie kariéry je individuálne, kritéria hodnotenia úspešnosti sú viac subjektívne. Posuny v chápaní kariéry tak znamenajú celkovo aktívnejšiu rolu a vyššiu mieru samostatnosti a zodpovednosti jednotlivca pri kariérom rozhodovaní. Vyžadujú oveľa väčšiu proaktivitu a flexibilitu v priebehu celej pracovnej kariéry. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

## 2 Motivácia

Pojem motivácia je často skloňovaný v spojení s pracovnou činnosťou. Predmetom tejto kapitoly je vysvetlenie pojmu motivácia, vymedzenie zdrojov motivácie a objasnenie motivácie v pracovnej činnosti vychádzajúcej z teórií pracovnej motivácie rôznych autorov. Neodmysliteľnou súčasťou tejto kapitoly sú motívy podnikateľskej činnosti, ktoré predstavujú východisko pre skúmanie motivačných faktorov v rámci push-pull teórie.

### 2.1 Definícia motivácie

Motiváciu ľudskej činnosti, inými slovami motiváciu všetkých aktivít človeka, vrátane konkrétnych foriem jeho pracovného konania, považujeme za jednu zo základných osobnostných subštruktúr, rovnako tiež za podstatnú súčasť dynamiky osobnosti. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Motiváciu definuje Mikuláščík (2015) ako pohnútku, popud, ktorý nám aktivizuje, usmerňuje a zameriava našu aktivitu, určuje jej intenzitu a trvalosť. Medzi formy motivačných dispozícií zaraďuje pudy, potreby, záujmy, hodnoty, postoje, idey a ideály.

### 2.2 Zdroje motivácie

Za základné zdroje motivácie sú považované (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017):

- potreby

V psychológii, na rozdiel od ekonomického vymedzenia potrieb je potreba chápaná ako človekom prežívaný, nie vždy úplne uvedomelý nedostatok niečoho, pre daného jedinca subjektívne významného (dôležitého, potrebného).

- návyky

Ako návyk býva označovaný opakovaný, fixovaný a zautomatizovaný spôsob činnosti človeka v určitej situácii. Návyky môžu byť výsledkom výchovy, ale aj sebauvárajúcich aktivít každého človeka.

- záujmy

Záujem je špecifická forma zamerania človeka na určitú oblasť javov, ktorá ho v danom smere aktivizuje s určitou stálosťou. Záujem môže byť chápaný ako zvláštny druh motívu.

- hodnoty a hodnotové orientácie

Hodnotový systém a hodnotová orientácia ovplyvňuje jednanie a prežívanie človeka. Predstavuje významný zdroj motivácie každej ľudskej činnosti. Hodnotou pre konkrétneho človeka môže byť v podstate čokoľvek, závisí to na špecifických podmienkach a okolnostiach utvárania jeho osobnosti, na osobných skúsenostiach konkrétneho jedinca.

- ideály

Ideál predstavuje určitú ideovú či názornú predstavu niečoho subjektívne žiadúceho, pozitívne hodnoteného, čo pre daného jedinca predstavuje významný cieľ jeho snaženia, skutočnosť, o ktorú usiluje.

## 2.3 Motivácia v pracovnej činnosti

Pracovná motivácia je označovaná ako psychologický proces dodávajúci energiu a udržiavajúci smer spojený s prácou, úlohou, určitou rolou alebo projektom. Význam motivácie je pre prácu a organizácie nepostrádateľný. (Šmahaj, Cakirpaloglu, 2016)

V modernej spoločnosti je obvyklé, že ľudia pracujú. Pracovná činnosť je cieľavedomou, zámernou a systematicky vykonávanou činnosťou, inými slovami činnosťou motivovanou. Motiváciou k práci rozumieme aspekt ľudského správania, ktorý je spojený s výkonom pracovnej činnosti, s obsadením určitej pracovnej pozície a s výkonom odpovedajúcej role – s plnením pracovných povinností. Pracovnej motivácii je nevyhnutné venovať priebežne zvýšenú pozornosť. Z toho dôvodu, je o motivácii pracovného jednania možné uvažovať ako o subjektívnom faktore ovplyvňujúcom pracovnú činnosť človeka a sprostredkovane tiež prosperitu spoločnosti. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

### 2.3.1 Extrínistická a intrínistická motivácia

Z pohľadu psychológie sa motivácia k práci rozdeľuje na dve skupiny, a to motiváciu extrínistickú a motiváciu intrínistickú.

Medzi najvýznamnejšie intrínistické motívy patria:

- **Potreba činností vôbec** – zbaviť sa činnosťou nadbytočnej energie;
- **Potreba kontaktu s druhými ľuďmi** – najmä u povolání, kde obsahom práce je najmä kontakt s ľuďmi.;
- **Potreba výkonu** – radosť či uspokojenie, ktoré človeku prináša pocit z úspešného výkonu;

- **Túžba po moci** – uspokojenie v čiastočnej miere prinášajú vyššie pozície v hierarchii pracovných pozícií;
- **Potreba zmyslu života a sebarealizácie** – príležitosti k zmysluplným činnostiam, ktorých výsledky prinášajú hodnotu. V práci môže človek ukázať nielen svoje osobné kvality, ale tiež rozvíjať svoje osobnostné predpoklady. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Medzi najvýznamnejšie extrinistické motívy patria:

- **Potreba peňazí;**
- **Potreba istoty** – porovnateľná s potrebou peňazí, je však viac zameraná na budúcnosť človeka;
- **Potreba potvrdenia vlastnej dôležitosti** – táto potreba je spojená so zastávaním prestížnej pracovnej alebo spoločenskej pozície;
- **Potreba sociálnych kontaktov** – práca predstavuje pre uspokojenie potreby sociálnych kontaktov vhodný priestor;
- **Potreba sunáležitosti partnerského vzťahu** – pre mnohých ľudí je zamestnanie miestom, kde majú možnosť nadväzovať kontakty s opačným pohlavím, čo potvrdzuje skutočnosť, že mnoho párov sa spoznalo na pracovisku. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

## 2.4 Teórie motivácie pracovného jednanja

Medzi základné teoretické perspektívy spojené s pracovnou motiváciou Šmahaj a Cakirpaloglu (2016) radia:

- expektačnú teóriu (Vroom, 1964);
- teóriu spravodlivosti (Adams, 1963, 1965);
- teóriu zameranú na stanovenie cieľov (Locke & Latham, 1990);
- self-determinačnú teóriu (napr. Deci & Ryan, 1985).

Ako dôvod výberu týchto teórií autori udávajú snahu upozorniť na určité štúdie a zdôrazniť dôležité kontroverzie. Jedným z často používaných konceptov vo výskume pracovnej motivácie boli psychologické potreby. Čerpalo sa najmä z teórie osobnosti Murraya (1938), Maslowovej (1943, 1954) hierarchie potrieb či McGregorovej (1960) teórie Y. Uvádzajú, že následný výskumný posun, kde kľúčovú rolu rovnako hrá teória potrieb, bolo zohľadnenie psychologických faktorov súvislosti s pracovnými výstupmi. (Šmahaj, Cakirpaloglu, 2016)

Bedrnová, Jarošová, Nový a kolektív (2017) ako základné teórie pracovnej motivácie uvádzajú:

- dvojfaktorová teória motivácia (pracovná spokojnosť);
- teória kompetencie;
- expektačná teória motivácie pracovného správania;
- teória spravodlivosti (rovnováhy);
- teória úspechu, moci a motivácie riadiť;
- teória X a Y.

### 2.4.1 Maslowova teória

Teória A. Maslowa patrí medzi najpopulárnejšie teórie motivácie v pracovnej oblasti. Podľa tejto teórie sú najdôležitejšie motivačné stimuly potreby. Tieto potreby majú v živote jedinca premenlivý význam podľa miery uspokojenia. Ak sú uspokojené potreby bazálne, potom sa dostávajú do popredia potreby vyššej úrovne. Z toho vyplýva, že potreby sociálne sa objavujú až vtedy, keď sú uspokojené potreby fyziologické. (Mikuláščík, 2015)

Tento systém má podobu pyramídy:

**Potreby fyziologické** – sú prioritné, umožňujú biologické prežitie (potrava, tekutiny, spánok, odpočinok, aktivita ...);

**Potreby bezpečia** – zachovanie života a zdravia pred nebezpečím, zachovanie istoty a ochrany;

**Potreby sunáležitosti a lásky** – byť prijímaný, niekam patriť, byť súčasťou celku, komunity, milovať a byť milovaný;

**Potreby uznania a úcty** – byť oceňovaný a uznávaný inými či už pre osobné, odborné alebo pracovné hodnoty;

**Potreby sebarealizácie a osobného rozvoja** – nájdenie uspokojenia v životných aktivitách, nájdenie potešenia v týchto aktivitách, snaha o dosahovanie hlbšieho poznania a vyššej miery schopností, nájdenie zmysluplnosti života. (Mikuláščík, 2015)

Neskôr bola teória doplnená o ďalšie tri stupne:

- potreby kognitívne (poznávanie a vedenie);
- potreby estetické (zážitkové);
- potreby sebatranscendencie – to, čo človeka presahuje, čo tu po ňom ostane. (Mikuláščík, 2015)



Potreby kognitívne a estetické sa nachádzajú v pyramíde pod potrebami sebarealizácie. Na samotnom vrchole sa nachádzajú potreby sebatranscendencie. (Mikuláščík, 2015)

### **2.4.2 Expektačná teória**

Expektačná teória vychádza z kognitívnych motivačných teórií. Tvorcom tejto teórie je V. H. Vroom (1964). Pracovná činnosť je v tejto teórii chápaná ako inštrumentálna činnosť, ako prostriedok na dosiahnutie významných hodnôt pre človeka. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Podľa expektačnej teórie si zamestnanci vyberajú do čoho budú venovať úsilie. Úsilie má tri funkčné zložky presvedčenia:

- zložku očakávania – úsilie vedie k výkonu;
- zložku inštrumentálnu – výkon vedie k výsledkom;
- zložku valencie – výstupy sú dôležité alebo hodnotné. (Šmahaj, Cakirpaloglu; 2016)

### **2.4.3 Teória spravodlivosti**

Základom teórie spravodlivosti J. S. Adamsa je fenomén sociálneho porovnávania. Človek ako pracovník má tendenciu porovnávať svoj vklad do práce (intenzitu pracovného vypätia, náročnosť práce, zodpovednosť apod.) s vkladom spolupracovníkov, ktorí vykonávajú porovnateľnú činnosť. Efekty, ktoré prináša práca jemu v porovnaní s efektmi, ktoré prináša práca jeho kolegom. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Šmahaj a Cakirpaloglu (2016) upresňujú, že vnímaný rozdiel medzi ziskmi/výstupmi a investíciami/výstupmi spôsobuje distress, ktorý vedie k jeho redukcii. Teória pokladá podceňovanie i preceňovanie zamestnancov ako nepriaznivý faktor pôsobiace na motiváciu.

### **2.4.4 Teória zameraná na stanovenie cieľov**

Teória zameraná na stanovenie cieľov vyzdvihuje motivačný efekt stanovených cieľov. Veľké množstvo výskumov ukázalo, stanovenie náročných a konkrétnych cieľov motivuje k vysokému výkonu, vyššej pozornosti, odolnosti a podporujú vytváranie nových efektívnych stratégií pre ich riešenie. Vyskytuje sa tu konflikt s expektačnou teóriou, pretože stanovené náročné ciele vedú k vyššiemu výkonu, než jednoduché ciele. Teória však bola často využívaná zo strany manažérov ako manipulatívny nástroj. Z toho dôvodu došlo k rozšíreniu o oblasť, kde si ciele stanovujú sami zamestnanci. Efekt participovať na nastavení cieľov však musí byť závislý na záväzku k cieľu. (Šmahaj, Cakirpaloglu, 2016)

## 2.4.5 Dvojfaktorová teória motivácie

Dvojfaktorová teória motivácie amerického psychológa Fredericka Herzberga a jeho spolupracovníkov Mausnera a Snydermana (1967), býva tiež označovaná ako motivačne hygienická teória. Táto teória uvádza, že na pracovnú spokojnosť pôsobia dva faktory:

### **Faktory vonkajšie** (disatisfactory, hygienické faktory)

Ak majú hygienické faktory priaznivú podobu, vedie to k tomu, že pracovníkmi nie je pociťovaná pracovná nespokojnosť. Nemajú významný vplyv na motiváciu v práci. Ak sú tieto faktory v nepriaznivom stave, pracovnú nespokojnosť vyvolávajú. Nepriaznivý stav hygienických faktorov môže pôsobiť negatívne na motiváciu pracovného jednanja zamestnancov. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Sú to vonkajšie stimuly, ktoré súvisia s pracovnými podmienkami, ktoré nepociťujeme ako motiváciu, ale iba ako nespokojnosť, v prípade, že sa objaví nejaký vonkajší negatívny stimul. (Mikuláščík, 2015)

### **Faktory vnútorné** (satisfactory, motivátory)

Ak sú vnútorné faktory v nepriaznivom stave, pracovník nie je spokojný a nie je motivovaný k práci. V opačnom prípade sa u pracovníka prejavuje pracovná spokojnosť a pracovná motivácia je priaznivá. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Sú to vonkajšie pohnútky, ktoré súvisia s obsahom práce a ľudským zaujatím. Ich uspokojovanie je neukončené, pretože pri dosiahnutí určitej úrovne, pri uspokojení určitej potreby, naše zaujatie pre vec narastá a potreba je stále energeticky posilňovaná. (Mikuláščík, 2015)

## 2.4.6 Teória kompetencie

Autorom teórie kompetencie je R. W. White (1959). U dospelého človeka sa potreba kompetencie prejavuje najmä v pracovnej oblasti, ako potreba ukázať svoje schopnosti, svoju profesionálnu spôsobilosť (kompetentnosť), resp. potrebu získať primeraný obdiv, uznanie, rešpekt druhých ľudí, preukázaním svojej kompetencie. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

## 2.4.7 Teória úspechu, moci a motivácie riadiť

Teória úspechu, moci a motivácie riadiť tvorí základ McClellandovej teórie pracovnej motivácie. Ľudia s vysokou potrebou úspechu majú snahu uplatňovať svoju moc, znalosti, systém kontroly a vyhľadávajú neľahké úlohy. Radi berú osobnú zodpovednosť za dodávanie výsledkov a vyžadujú častú spätnú väzbu na ich výkon. Vykazujú vysoký stupeň osobnej nezávislosti a zároveň vyššie hodnotia svoje

úspechy v oblasti spoločenského postavenia, majetku a celkového prínosu do spoločnosti. Naopak, podľa McClellandovej teórie, jednotlivci s nízkou potrebou úspechu a moci si vyberajú jednoduchšie úlohy, aby minimalizovali riziko a vyhli sa potenciálnemu neúspechu. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

McClelland sa snažil typologizovať ľudí podľa preferencie rôznych potrieb. Vytvoril tri základné orientácie v uspokojovaní potrieb (Mikuláščík, 2015):

**Potreba výkonu** – zameranie na plnenie úloh, dokončovanie, prekonávanie prekážok, súťaživosť, realizmus pri odhadovaní náročnosti;

**Potreba afiliácie** – preferovanie dobrých vzťahov, tímový duch, porozumenie;

**Potreba moci** – preferovanie mocenskej pozície, potreba viesť, riadiť.

### 2.4.8 Teória X a Y

Autorom teórie X a Y je D. McGregor. Býva tiež zaradovaná do teórie riadenia, nielen do teórie motivácie. Vychádza z predpokladu manažéra, že ľudia sú leniví, neschopní, nesamostatní (typ X) alebo sú samostatní, zodpovední a majú nadšenie pre prácu (typ Y). (Mikuláščík, 2015)

Významnou súčasťou konceptu X a Y je zistenie, že s postupujúcim ekonomickým, kultúrnym a sociálnym rozvojom ľudskej spoločnosti je často kontraproduktívne pristupovať k pracovníkom z pohľadu typu X. Je potrebné meniť často pretrvávajúce prístupy k pracovníkom tak, aby odpovedali skôr predstave typu Y. Veľký význam nadobúda riadenie integrovaním (spájanie cieľov podniku s cieľmi zamestnancov) a sebakontrola (predávanie stále väčšieho podielu zodpovednosti za vlastnú prácu a jej výsledky konkrétnym pracovníkom). (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

## 2.5 Motivácia k podnikaniu

Existujú rôzne motivačné teórie, ktoré sa snažia vysvetliť správanie zamestnancov, zatiaľ čo len veľmi málo z nich môže byť uplatnených pri skúmaní podnikania a podnikateľov. Za motívy, ktoré vedú k podnikateľskej činnosti, sú najčastejšie považované:

- pranie stať sa nezávislým,
- sklon k riziku,
- vzťah k inováciám. (Medaković, Moljevic, Slavisa, Gojković, Ranka, Vasković, Srđan, 2015)

Ako ďalšie motivačné faktory uvádzajú pripravenosť prijať výzvu, potešenie z práce a riešenie zložitých projektov, stanovenie osobných cieľov, talent, rozvoj

potenciálu a pokrok k efektívnym výsledkom, radosť z práce s odborníkmi a neustále úsilie o zvyšovanie výkonu, želanie byť svojim vlastným šéfom, vedenie iných ľudí, mobilizácia ľudí a zdrojov za účelom dosiahnuť vlastné ciele, prevzatie zodpovednosti, poukázanie na osobné schopnosti a byť stredobodom pozornosti, vytváranie dobrého mena a postavenia spoločnosti. Nezávislosť, sklon k riziku apod. (Medaković, Moljevic, Slavisa, Gojković, Ranka, Vasković, Srđan, 2015)

Motívy všetkých podnikateľov však nie sú rovnaké. Mladí podnikatelia majú rozdielne potreby, a to znamená rozdielnu motiváciu pre začatie podnikania. Štúdie sa v tomto smere rôznia. Motívom môže byť aj ašpirácia na potenciálny rast a ambície smerom na medzinárodný trh, ako aj na úroveň inovácií vo výrobkoch a služby ponúkané podnikateľmi v podnikateľskom procese s cieľom vytvárať nové hodnoty a otvárať nové pracovné pozície. Mladí ľudia majú tendenciu mať väčší potenciál na rast ako starší podnikatelia. (Medaković, Moljevic, Slavisa, Gojković, Ranka, Vasković, Srđan, 2015)

Vymedzeniu motivačných faktorov bude venovaná celá nasledujúca kapitola, pomocou ktorej budú určené motivačné faktory v rámci push a pull teórie.

## 3 Push-pull teória

Popri teóriách pracovnej motivácie, popísaných v predchádzajúcich kapitolách, ktoré sú viac zamerané na motiváciu zamestnancov, je možné skúmať motiváciu k podnikaniu na základe push-pull teórie. Push-pull teória je často využívaná aj pri vysvetľovaní dôvodov migrácie obyvateľstva, či v oblasti marketingu, pri sledovaní správania zákazníkov. Nás však pre účely spracovania diplomovej práce bude zaujímať práve push-pull teória podnikania.

Push-pull teória podnikania sa zakladá na myšlienke, že podnikateľov môžu do podnikania „ťahat“ vnímané obchodné príležitosti alebo môžu byť „tlačení“ do podnikania z nevyhnutnosti, pretože nemajú inú možnosť pre prácu. (Westhead, Wright, 2013)

Nasledujúce podkapitoly budú zamerané na preskúmanie štúdií venujúcich sa tejto problematike, prehľadnému vymedzeniu push a pull faktorov a ich vysvetleniu.

### 3.1 Rozbor výsledkov štúdií zameraných na push-pull teóriu

Pre lepšie pochopenie problematiky skúmania push a pull faktorov v oblasti podnikania, pokladám za dôležité, venovať jednu podkapitolu rozboru troch zahraničných štúdií, ktoré sa zaoberali v minulosti danou problematikou. Tieto výskumy predstavujú základy pre ďalšie štúdium tejto oblasti.

Pomerne čerstvá štúdia z roku 2018, skúmala na základe push-pull-mooring teórie (teória tlaku-ťahu-kotvenia), z migračnej literatúry, prediktívne faktory podnikateľských zámerov. Bola vykonaná regresná analýza na vzorke 288 mladých absolventov v Nigérii. Štúdia tvrdí, že pochopenie push, pull a mooring faktorov, môže poskytnúť dôležité informácie o podnikateľských zámeroch.

Za *push faktory*, ktoré nútia jednotlivca založiť si podnik, sú pokladané okolnosti založené na nezamestnanosti, nespokojnosti so životom, spoločenské uznanie, nespokojnosť s demokraciou, zlé akademické známky.

*Pull faktory* sú okolnosti, ktoré spríjemňujú podnikanie a možno medzi nich zaradiť hľadanie trhovej príležitosti, autonómie a zisku.

*Kotviace (mooring) faktory* sú osobné, sociálne a kultúrne faktory zodpovedné za rozdiely v jednotlivých reakciách na rôzne kombinácie faktorov pull a push. V štúdiu boli použité kotviace faktory: subjektívna norma, sebaúčinnosť a tolerancia voči riziku, vzťah k podnikaniu, finančné zdroje a vládna podpora.

K jednotlivým oblastiam boli vytvorené tvrdenia, ktoré boli následne hodnotené na stupnici od 1 do 5, kde 5 vyjadruje silný súhlas. Premenné odlišujúce individuálne charakteristiky jednotlivca v štúdiu boli vek, pohlavie, podnikateľské vzdelanie a rodič podnikateľ. Výsledky upozorňujú na významný vplyv faktorov ťahu a kotviacich faktorov na podnikateľské zábery mladých absolventov. U push

faktorov, došlo k záveru, že neexistuje priamy vzťah medzi týmito faktormi a podnikateľskými zámermi. Výsledok štúdie poukazuje na to, že u mladých absolventov možno očakávať podnikateľské správanie v prípade pôsobenia ťahových faktorov za súčasného silného pôsobenia kotviacich faktorov. Inými slovami, environmentálne faktory (dostupnosť financií a vládna podpora), vnímaná vhodnosť (subjektívna norma a osobný prístup), tolerancia voči riziku a sebaúčinnosť sú dôležitými determinantmi podnikateľského správania. (Ojiaku, Nkamnebe, Nwaizugbo, 2018)

Výskum, ktorý vykonal Dawson a Henley (2012), skúmal na rozsiahlej vzorke podnikateľov odpoveď na otázku, prečo sa stali podnikateľmi. Respondenti boli požiadaní, aby si vybrali štyri z jedenástich ponúkaných možností:

1. Byť nezávislým/ túžba po zmene
2. Viac peňazí
3. Kvôli lepším pracovným podmienkam
4. Rodinné záväzky/ túžba po práci z domu
5. Naskytla sa príležitosť - kapitál, priestor, dostupné vybavenie
6. Dopyt na trhu/ príležitosť na trhu
7. Súčasť rodinnej firmy
8. Kvôli povahe povolania
9. Žiadna práca v okolí
10. Prepustenie z práce
11. Iné
12. Bez udania dôvodu

Až 86,4 % označilo za dôvod podnikania iba jednu možnosť, z čoho vyplynulo, že pôvodné prvotné rozhodnutie o podnikaní sa zameriava na jediný motivačný faktor. Najviac zastúpeným dôvodom je túžba stať sa nezávislým, kde túto možnosť označilo 30 % respondentov. Druhým najčastejším motívom bola povaha povolania, ktorú označilo ako dôvod svojho podnikania 20,7 % respondentov. Zastúpenie dôvodov pre rozhodnutie podnikat' sa líši medzi pohlaviami. Najväčší rozdiel je u začatia podnikania z dôvodu rodinných záväzkov, kde tento faktor označilo 23,1 % žien a iba 2,5 % mužov. (Dawson, Henley, 2012)

Výskum tvrdí, že rozhodovanie o začatí podnikania je orámované dvoma rozmermi. Prvý rozmer charakterizuje to, či človek začal podnikat' na základe externých podnetov v podobe príležitostí či obmedzení alebo na základe osobných vnútorných cieľov. Druhý rozmer sa zameriava na rozlíšenie pull a push faktorov, avšak v tomto prípade môžu vznikať nejasnosti, kam jednotlivé faktory zaradiť

a u jednotlivcov sa môžu líšiť. Podnikanie má tendenciu byť viac ovplyvnené pull faktormi, kde prebieha snaha o budovanie dlhodobého povedomia o podniku, zameriava sa na získavanie podnikateľských zručností a konkrétnejšie podporuje rozvoj podnikania zaobstarávaním ľudského, fyzického a pracovného kapitálu. (Dawson, Henley, 2012)

V štúdií skúmajúcej podnikateľskú orientáciu jednotlivca z pohľadu push-pull dynamiky Giacomini a kol. (2007) zistili, že mladí ľudia sú motivovaní oboma druhmi faktorov, zatiaľ čo starší nezamestnaní jednotlivci sú motivovaní najmä nezamestnanosťou. Autori tiež zisťujú, že nezamestnaní starší ľudia (napr. predčasní dôchodcovia), nie sú ovplyvňovaní dynamikou push a pull faktorov a často sa stávajú podnikateľmi zo záluby. Taktiež uvádzajú že neexistuje žiadny empirický a teoretický rámec, ktorý by vymedzoval push a pull faktory jednoznačne. Vychádzajú z heuristiky a push a pull faktory rozdeľujú nasledovne:

**Tabuľka 1** Rozdelenie push a pull faktorov podľa Giacomini a kol. (2007)

<b>Push faktory</b>	<b>Pull faktory</b>
Dostať sa z nezamestnanosti	Zarobiť toľko peňazí, koľko je možné
Splniť očakávania rodiny	Užívať si sociálny status
Nasledovať rodinnú tradíciu	Vyvíjať nové produkty
Byť sám sebe šéfom	Vyvinúť nový výrobný proces
Byť autonómny	Zvýšiť príjem
Vytvoriť vlastnú prácu	Získať prestíž

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Giacomini a kol. (2007)

### **3.2 Vymedzenie push a pull faktorov**

Výsledky štúdie Dawsona a Henleyho (2012) naznačujú, že neexistuje jednoznačné vymedzenie push a pull faktorov. Rovnaký názor zastávajú i Giacomini a kol. (2007) aj keď ich vymedzenie push a pull faktorov pokladám za jednoznačnejšie. V tomto momente však pristúpim k všeobecnejšiemu rozdeleniu push a pull faktorov a vymedzím aj nejednoznačné faktory, na ktorých sa autori nezhodujú. Vznikne tak priestor na premýšľanie, akým spôsobom môžu byť vo výskumoch jednotlivé oblasti viac špecifikované, aby sa dali jednoznačnejšie vymedziť a nevykazovali dvojznačnosť. Push a pull faktory je teda možné rozdeliť nasledovne:

**Tabuľka 2** Vymedzenie push, pull a dvojznačných faktorov

<b>Push faktory</b>	<b>Pull faktory</b>	<b>Dvojznačné faktory</b>
Žiadna práca v okolí	Byť nezávislým/ túžba po zmene	Viac peňazí
Prepustenie z práce	Naskytná príležitosť	Kvôli lepším pracovným podmienkam
	Vyvíjať nové produkty a procesy	Rodinné záväzky/ túžba po práci z domu
	Seberealizácia a uznanie	Súčasť rodinnej firmy

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z predchádzajúcich štúdií vyplýva, že pôsobenie pull faktorov pri rozhodovaní o podnikaní býva silnejšie ako pôsobenie push faktorov. Je ťažké nájsť presné vymedzenie medzi push a pull faktormi, pretože tieto faktory bývajú často dvojznačné a vo výskume ich je potrebné jasnejšie a presnejšie definovať. Za typické push faktory, na ktorých sa štúdie zhodujú, sú považované najmä prepustenie práce a nedostatok pracovných miest. Medzi pull faktory patria príležitosti spojené so získaním nezávislosti a naskytnuté trhové príležitosti. Do rozhodovania o podnikaní tiež vo významnej miere vstupujú osobnostné predpoklady jednotlivca.

### **Nezamestnanosť (žiadna práca v okolí, prepustenie z práce)**

Stav, kedy je človek nezamestnaný, je najčastejšie považovaný za push faktor. Jednotlivec je tlačенý do toho, aby si hľadal spôsoby, ktorými si zabezpečí finančné prostriedky.

Miera nezamestnanosti je zrkadlovým obrazom stavu ekonomiky národa. Nezamestnanosť mladých ľudí je vysoko závislá na stave ekonomiky. Ekonomická aktivita, meraná prostredníctvom rastu HPD, je pravdepodobne jediným faktorom, ktorý ovplyvňuje šancu mladých ľudí nájsť si prácu. Nízky alebo negatívny rast HPD, ekonomická recesia a nízke investície, sú priamymi príčinami znižujúceho sa dopytu po pracovnej sile. (Awogbenle, Iwuamad, 2010)

### **Nezávislosť**

Túžbu po nezávislosti je možné považovať ako jednoznačný pull faktor, ktorý je často iniciátorom vytvorenia podnikateľského zámeru.

Nezávislosť v kontexte podnikania sa týka ochoty oslobodiť sa od vonkajšej kontroly pri rozhodovaní a je obvykle reprezentovaná túžbou po autonómií, teda bez nadriadeného a vytvorením vlastnej práce. (Giacomin et al., 2011)



## **Príležitosť**

Príležitosť je zaradzovaná medzi jednoznačný pull faktor. Práve existencia príležitostí na trhu, slúži ako stimul k podnikaniu - láka ľudí k tomu, aby vyhľadali samostatnú zárobkovú činnosť. Schopnosť identifikovať tieto príležitosti však súvisí s ľudským kapitálom (vzdelaním alebo predchádzajúcimi skúsenosťami). (Ojiaku, Nkamnebe, Nwaizugbo, 2018)

V oblasti vnímania príležitosti uviedli zaujímavú myšlienku Giacomini a kol. (2011), ktorý tvrdia, že pri zakladaní podnikania existujú logické a sociálne zvláštnosti. To, čo môže byť jedným človekom vnímané ako príležitosť, môže pre iného predstavovať nevyhnutnosť.

## **Finančné faktory**

Na finančné prostriedky ako zdroj motivácie sa dá nazerat rôznymi spôsobmi. Môžu slúžiť na základné uspokojenie ľudských potrieb. Často však môžu byť subjektívne vnímané ako potvrdenie prestížneho postavenia danej osoby, ktorá disponuje nadpriemerným množstvom finančných prostriedkov. Preto sa názory na zaradenie finančných zdrojov v rámci push-pull teórie rozchádzajú. Ako push faktor bývajú považované v momente, keď je jednotlivec nespokojný s výškou svojho finančného ohodnotenia a je tlačný do podnikania v záujme získania finančných prostriedkov, aby si zabezpečil základné životné potreby. Ako pull faktor môžu byť označované finančné zdroje, ktorými si človek potvrdí svoj prestížny sociálny status.

Vedci väčšinou identifikujú finančné motívy pre podnikanie ako pull faktory. Zďaleka však nie je jednoznačné, že finančná motivácia naznačuje skôr príležitosť ako nevyhnutnosť. Z hľadiska analýzy výberu povolania, je možné podnikanie považovať za atraktívnejšie, pretože sa očakáva rast príjmu (pull faktor), alebo preto že príjem zo zamestnania klesol (push faktor), alebo oboje. Ak sa ekonomika nachádza v recesii, rovnováha medzi danými dvoma faktormi sa posúva. (Dawson, Henley, 2012)

## **Pracovné podmienky**

Pracovné podmienky, v rámci zaradenia medzi push a pull faktory, vykazujú dvojznačnosť. Dá sa na nich nazerat z dvoch pohľadov. Buď je človek nespokojný s momentálnymi pracovnými podmienkami alebo spokojný byť môže, ale aspiruje k vytvoreniu pracovných podmienok podľa seba.

Pri skúmaní podmienok pracovného prostredia sa psychológia prirodzene prikláňa k sociálno-psychologickým faktorom, veľký význam však majú tiež faktory fyzikálno-chemické a vplyvy vychádzajúce z druhu a organizácie práce. Pod pojmom pracovné prostredie sa rozumie súbor činiteľov, ktoré pôsobia na činnosť človeka v určitom priestore alebo tiež súbor podmienok, za akých sa pracovný proces uskutočňuje. Pracovné prostredie je potrebné upravovať tak, aby pôsobilo

pozitívne na ľudské zmysly a ich prostredníctvom na jednanie, myslenie a city človeka. (Štikar, Rymeš, Riegel, Hoskovec, 2003)

Dokonalé pracovné prostredie je také, v ktorom sú všetky zložky kultúry práce zosúladené s úrovňou techniky a technológie, je dobre vyriešené z hľadiska estetiky a ergonomie a má kladný vplyv ako na produktivitu a kvalitu ľudskej práce, tak i na spoločenský rozvoj človeka a kultiváciu jeho schopností a vlastností. (Štikar, Rymeš, Riegel, Hoskovec, 2003)

### **Sebarealizácia a uznanie**

Potreba sebarealizácie sa vyznačuje túžbou stať sa tým čím sa jedinec stať môže, naplniť a realizovať svoj potenciál, potreba poznávania pre poznanie samé, potreba porozumieť podstate veci a poriadku sveta, potreba estetických prežitkov, potreba krásna a pod. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Potreba uznania a úcty je potrebou byť druhými ľuďmi ocenený a uznávaný, potreba pozitívneho hodnotenia druhými i pozitívneho sebahodnotenia. (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2017)

Potreba sebarealizácie je považovaná za pull faktor.

### **Rodinné záväzky**

Osobná autonómia a flexibilita pri zvládaní rodinných záväzkov býva považovaná za dôležitú viac u žien, najmä pre tie ktoré sú vydaté alebo majú dieťa. (Dawson, Henley, 2012)

V oblasti zvládania pracovných a rodinných povinností sa ukazuje dôležitosť work-life balanc, teda nachádzania rovnováhy medzi osobným a rodinným životom. Prieskum OECD (2020) ukázal nerovnosť z pohľadu work-life balance medzi ženami a mužmi, kde odhalil, že muži majú viac voľného času ako ženy a trávia menej času vykonávaním neplatenej práce, ako napríklad starostlivosť o domácnosť apod. Rozdiel medzi voľným časom u mužov a žien je v priemere 45 minút.

### **Rodinné podnikanie**

Rodinné podnikanie a nasledovanie rodinnej tradície býva v literatúre vymedzované v rámci push a pull faktorov rôzne. Z môjho pohľadu sa prikláňam najviac k tvrdeniu Giacomina a kol. (2011), že stať sa súčasťou rodinného podnikania je ovplyvnené motiváciou nasledovania rodinnej tradície či splnenia očakávania rodiny, kde sú mladí ľudia často tlačení do podnikateľskej aktivity.

## 4 Podnikateľské správanie mladých ľudí

Táto podkapitola si kladie za cieľ preskúmať doterajšie teoretické poznatky o podnikateľskom správaní mladých ľudí, ich postojoch a aspektoch, ktoré ich pri výbere kariérnej cesty ovplyvňujú. Vysvetliť bariéry objavujúce sa na ceste za podnikateľskou aktivitou.

Ukazuje sa, že u mladých ľudí je veľký záujem o podnikanie, ale len 6,5 % pracujúcich mladých ľudí vo veku 20 až 29 rokov v roku 2018 podnikalo. Táto medzera predstavuje nevyužitý podnikateľský potenciál. Taktiež množstvo mladých podnikateľov kleslo z 2,7 miliónov v roku 2009 na 2,5 miliónov v roku 2018. (OECD/European Union, 2019)

### 4.1 Motívy vedúce študentov k podnikaniu

Španielsky výskum skúmal záujem o podnikanie, ako predchodcu podnikateľských zámerov u 1 764 mladých študentov vo veku 15-18 rokov. Dôvodom tohto výskumu bol fakt, že aj napriek veľkému množstvu výskumov v oblasti podnikania existuje limitujúci počet informácií k podnikateľským zámerom mladých ľudí. Vo výskume boli zahrnuté socio-vzdelávacie, psychologické a zdravotné premenné. Ukázalo sa, že socio-ekonomické premenné majú vyšší vplyv u mužov ako u žien. Tiež sa zistilo, že u študentov, ktorí majú rodičov podnikateľov, sa prejavuje väčší záujem o podnikanie. Výsledky v oblasti kvality zdravia a života poukázali na to, že študenti s väčšou spokojnosťou so svojim životom a zdravím majú vyššiu tendenciu prejavovať záujem o podnikanie. Títo študenti samých seba považujú za viac fyzicky aktívnych a v lepšej fyzickej forme. Pre mňa zaujímavým zistením je, že jedným zo základných motívov, prečo majú študenti záujem o podnikanie, je vedomie, že vytvárajú pracovné príležitosti pre iných. Za ďalšie motívy označovali ekonomickú nezávislosť a vloženie vlastných myšlienok do praxe. V otázkach v oblasti dôležitosti štúdia a práce pre budúcnosť mali vo všetkých otázkach vyššie skóre študenti s vyšším záujmom o podnikanie. Vo väčšej miere veria, že štúdium pomáha uspieť a nájsť si prácu a zarobiť peniaze. Veria, že práca im pomáha stať sa nezávislými, uľahčuje rodinné spolunažívanie, pomáha cítiť sa užitočnými. Z výskumu tiež vyplýva, že väčší tréning v rôznych oblastiach, ako je tímová práca, riešenie problémov, prezentovanie a tréning v schopnostiach leadershipu, motivácie a odhodlania, kreativity, konflikt managementu, komunikatívnosti, rozhodovania, time managementu, hľadania zdrojov, vedú k väčšiemu záujmu o podnikanie. (Escolar-Llamazares, Luis-Rico, de la Torre-Cruz, Herrero, Jiménez, Palmero-Cámara, Jiménez-Eguizábal, 2019)

S podnikateľskými zámermi študentov sú spojené podľa Faloye a Olatunji (2018) najmä podnikateľské vzdelanie, schopnosť znášať riziko, rodina a priatelia, vrátane mentorov.

V priemere, majú mladí podnikatelia rozdielne dôvody pri začínaní podnikania ako starší dospelí. Je u nich pravdepodobnejšie, v porovnaní s celkovou populáciou podnikateľov, že označia za dôvod svojho podnikania to, že nenašli vhodnú príležitosť zamestnania. (OECD/EU, 2020)

## **4.2 Charakteristika podnikateľských aktivít študentov**

Mladí podnikatelia majú tendenciu pôsobiť viac v kapitálovo menej náročných podnikoch a na trhoch, ktoré sa vyznačujú viac cenovou konkurenciou ako necenovou konkurenciou. (OECD/EU, 2020)

Medzi odvetvami, v ktorých mladí ľudia začínajú v najväčšej miere podnikateľ patria podľa OECD/EU (2020) najmä nasledujúce oblasti:

- stavebníctvo;
- ostatné služby – kaderníctvo, kozmetické ošetrovanie, pranie/sušenie a čistenie textilu;
- umelecký sektor.

Vyššie uvedené oblasti vyžadujú nižšiu kapitálovú náročnosť, a preto je pre mladých ľudí s limitovaným množstvom kapitálu a obmedzenými skúsenosťami jednoduchšie v spomínaných oblastiach založiť si podnikanie. (OECD/EU, 2020)

Pre študentov sa v posledných rokoch stáva jednou z možných volieb online podnikanie. Veľkou výhodou online obchodovania je lacný marketing a nízke náklady. Nie je potrebné utrácať ľudských, materiálových a finančných zdrojov. Pre vysokoškolákov je, práve kvôli nízkym nákladom, ľahké vstúpiť do online podnikania. (HaiLan, CuiHong, ShiWei, 2013)

## **4.3 Bariéry podnikateľských aktivít**

Z predchádzajúcich kapitol vyplýva, že existujú rôzne predpoklady, ktoré človeka vedú k tomu stať sa podnikateľom. Avšak na ceste za týmto spôsobom kariéry sa často vyskytujú prekážky, ktoré človeka odradia od podnikania, resp. mu skomplikujú jeho rozhodovanie.

Shirokova, Osiyevskyy, Bogatyreva (2015), na základe vykonaného výskumu uvádzajú, že aj napriek tomu, že má človek podnikateľský zámer, nemusí to viesť k uskutočneniu podnikateľskej činnosti. Existujú faktory, ktoré limitujú efektívny prechod od zámerov k podnikateľskej činnosti. Táto asociácia medzi podnikateľským zámerom a založením podnikania môže byť oslabená a posilnená súborom faktorov, napríklad rodinným podnikateľským pozadím (posilňujúci efekt), vekom (posilňujúci efekt), pohlavím (silnejší efekt u mužov),

vysokoškolským podnikateľským prostredím (posilňujúci efekt), a všeobecným predchádzaním neistoty v krajine (oslabujúci efekt).

Z výskumu na vzorke mladých respondentov vo veku 15-18 rokov vyplýva, že za najväčšie bariéry začatia podnikateľskej činnosti považujú (Escolar-Llamazares, Luis-Rico, de la Torre-Cruz, Herrero, Jiménez, Palmero-Cámara, Jiménez-Eguizábal, 2019):

- nedostatok finančných prostriedkov na začiatok podnikania,
- nutnosť podstúpiť riziko,
- strach zo zlyhania.

Za významnú bariéru je podľa výskumu OECD/EU (2019) rovnako považovaný nedostatok finančných zdrojov. Medzi ďalšie kľúčové bariéry uvádza OECD/EU(2020):

- nedostatok podnikateľských vzorov

Mladí ľudia majú často, najmä vďaka nedostatku pracovných a podnikateľských skúseností, nedostatok kontaktu s úspešnými podnikateľskými vzormi, ktorí môžu predstavovať podporu a dávať podnikateľské rady. (Schøtt, Kew and Cheraghi, 2015)

Na mladých ľuďoch majú vplyv ich rodiny, učitelia a spoločnosť. Dôležité vzory, napríklad rodičia či učitelia, často nemajú dostatok informácií o príležitostiach na podnikanie a požiadavkách trhu. Nedostatok vedomostí vedie k nedostatku podpory pre rozvíjanie podnikateľských aktivít alebo dokonca negatívnym sociálnym postojom, ktoré predstavujú prekážku na začatie podnikania u mladých ľudí. (Halabisky, 2012)

Táto myšlienka vysvetľuje skutočnosť, prečo majú mladí ľudia, ktorí majú rodičov podnikateľov väčšiu tendenciu začať podnikateľ. Sú v priamom kontakte s podnikateľmi, od ktorých majú možnosť sa učiť.

- chýbajúce podnikateľské vzdelanie

Podľa slov Pottera (2008), existuje všeobecné tvrdenie, že programy vzdelávania a odbornej prípravy nerozvíjajú dostatočne rozvoj podnikateľských postojov a zručností, ale skôr pripravujú študentov na platené zamestnanie, aj napriek čiastočným zlepšeniam v tejto oblasti.

Z môjho pohľadu je podnikateľské vzdelanie dôležité, avšak vo veľkej miere závisí aj na forme, akými sú znalosti študentom predávané.

Dôležitosť podnikateľského vzdelávania a jeho formy potvrdzuje aj OECD/EU (2020). Uvádza, že podnikateľské vzdelanie sa ukazuje ako dôležitý faktor, ktorý ovplyvňuje podnikateľské správanie. Kľúčové predpoklady úspechu podnikateľských vzdelávacích programov sú znalosti a skúsenosti školiteľov. Musia mať silné komunikačné schopnosti a vedieť motivovať mladých ľudí. Je dôležité

používať aktívne formy učenia než klasické vyučovanie v triede. Tieto metódy umožňujú študentom získať praktické skúsenosti formou hier, simulácií a krátkodobých projektov.

- nedostatok podnikateľských a pracovných skúseností

Nedostatok podnikateľských skúseností je medzi mladými ľuďmi často citovaná podnikateľská bariéra. Je to najmä z dôvodu, že sa na trhu práce nachádzajú krátku dobu a nemajú dostatok pracovných skúseností. (OECD/EU, 2019)

Zdá sa, že proces pripravenosti na prácu spočíva aj v učení sa ako zvládať prechod zo vzdelávania do práce a meniť sa ako osoba. Pracovná pripravenosť u študentov znamená mať aj zmysel pre dôveru, nielen v seba, ale dokázať u kolegov či klientov navodiť pocit dôvery. Najdôležitejším faktorom úspechu v práci sa zdá byť prijatie v rámci tímu, tak aj u klientov. Prijatie zahŕňa najmä sociálne zručnosti a spoľahlivosť v tíme. (Herbert, Rothwell, Glover, Lambert, 2020)

- limitované obchodné vzťahy/siete

Vzhľadom na obmedzené pracovné skúsenosti a krátke pôsobenie na trhu majú mladí podnikatelia menej času na vybudovanie siete obchodných kontaktov, ako starší podnikatelia a vo väčšej miere sa spoliehajú na pomoc a podporu rodiny. Sociálne siete môžu byť dôležitým zdrojom motivácie a inšpirácie v podobe nájdania si svojho podnikateľského vzoru. (OECD/EU, 2020)

- trhové bariéry - nízka dôveryhodnosť u potenciálnych zákazníkov

Podniky mladých ľudí, môžu čeliť „diskriminácii“ z pohľadu potenciálnych zákazníkov. Zákazníci môžu byť skeptickí voči spoľahlivosti ich produktov a služieb. (Halabisky, 2012)

#### **4.4 Vplyv podnikateľského vzdelania na podnikateľský záujem**

Nedostatok podnikateľského vzdelania sa často identifikuje ako jedná z prekážok podnikania. Túto oblasť pokladám za dôležitú a zároveň ľahko odvrátiteľnú pri dostatku vôle jednotlivca. Preto tejto problematike bude venovaná celá podkapitola, v ktorej budú uvedené výsledky výskumov venujúcich sa danej oblasti.

Výsledky výskumu Faloye a Olatunji (2018) poukázali na dôležitosť podnikateľského vzdelania na podnikateľské zámery mladých absolventov v Nigérii. Táto štúdia pokladá za dôležité založenie inovačných centier a centier predávania znalostí, aby študenti získali potrebné vedomosti, zručnosti a pozitívne postoje k podnikateľskej činnosti, ktoré absolventom vytvoria predpoklady, aby sa skôr stali tvorcami pracovných príležitostí, ako uchádzačmi o zamestnanie.

Empirická štúdia, ktorú vykonal Alharbi a kol. (2018) na študentoch univerzity, si kládla za cieľ skúmať pôsobenie podnikateľských edukačných programov, ako prostriedok rozvoja podnikateľských postojov a zámerov u študentov. Študenti boli

rozdelení na dve skupiny – tí, ktorí si zvolili podnikateľský edukačný program a tí, ktorí si ho nezvolili. Dáta boli zbierané na začiatku a na konci kurzu. Na základe tejto štúdie autori uvádzajú, že podnikateľské zámery sú prostredníctvom podnikateľských edukačných programov rozvíjané. Výsledky štúdie ukázali, že na konci semestra, u skupiny, ktorá absolvovala podnikateľský program, vykazovali prediktory podnikateľského správania (postoje voči podnikaniu, subjektívne normy, vnímaná kontrola správania) vyššiu hodnotu, ako pred začiatkom semestra. U kontrolnej skupiny ostali tieto aspekty nezmenené.

Štúdia Flash Eurobarometer survey on entrepreneurship (no. 192) z roku 2007 sa pýtala študentov či sa zúčastnili podnikateľského vzdelávania alebo inej aktivity spojenej s podnikaním. V roku 2009 boli znova merané tri zo štyroch vzdelávacích premenných – záujem o vzdelanie, znalosti, správanie/postoj, spoločných s meraním v roku 2007. Na základe získaných dát autori získali znalosti o efektívnosti podnikateľského vzdelávania pozdĺž spomínaných troch dimenzií. Až 60 % študentov, ktorí sa zúčastnili podnikateľského vzdelávania veria, že u nich toto školské vzdelávanie rozvinulo záujem o podnikanie. Výskum dokázal, že zúčastnenie sa podnikateľského vzdelávania vedie k zvýšeniu podnikateľského záujmu, znalostí a správania. U študentov, ktorí sa zúčastnili podnikateľského vzdelávania je väčšia pravdepodobnosť, že učinia kroky k založeniu vlastného biznisu. (van der Zwan, Zuurhout, Hessel, 2013)

Výskum, ktorý vykonali Premand, Brodmann, Almeida, Grun, Barouni (2015), ukázal že umožnenie študentom univerzity absolvovať podnikateľský kurz a koučing, ktorý im pomôže vytvoriť podnikateľský plán, viedlo k čiastočnému nárastu ich podnikateľskej aktivity, ale miera zamestnanosti sa nezmenila.

Na základe vyššie uvedených štúdií je vhodné konštatovať, že podnikateľské vzdelanie je možné považovať za jeden z faktorov, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie v prospech podnikateľskej činnosti.

## **4.5 Uplatnenie absolventov vysokých škôl na trhu práce v ČR**

Kategória magisterského vzdelávania zaznamenala od roku 2005, kedy bolo absolventov 20 435, pozvoľný nárast spôsobený zvýšeným záujmom o terciárne vzdelávanie. Záujem mal rastúcu tendenciu až do roku 2011, počet absolventov bol 26 011. Po tomto roku nasledoval pokles spôsobený nepriaznivým demografickým vývojom a v roku 2018 ukončilo magisterské štúdium 21 696 absolventov. Najviac absolventov sa nachádzalo v skupinách študijných programov:

- Obchod, administratíva a právo (20,1 %),
- Technika, výroba a stavebníctvo (19,8 %),
- Spoločenské vedy, žurnalistika a informačné vedy (11,3 %),

- Zdravotná a sociálna starostlivosť, starostlivosť o životné podmienky (10,1 %).

Miera nezamestnanosti absolventov magisterského stupňa vzdelávania bola v apríli roku 2019 na úrovni 1,8 %. V porovnaní s predchádzajúcim rokom sa miera nezamestnanosti absolventov znížila o 0,4 p. b. V apríli 2019 bolo zaregistrovaných 385 nezamestnaných čerstvých absolventov magisterského vzdelávania. (Chamoutová, Novotná, Líbal, Trhlíková, Vojtěch, 2019)

Najväčšia miera nezamestnanosti bola v roku 2019 evidovaná v rámci študijných programov:

- Poľnohospodárstvo, lesníctvo, rybárstvo a veterinárstvo (3 %),
- Umenie a humanitné vedy (2,8 %),
- Vzdelávanie a výchova (2,7 %),
- Obchod, administratíva a právo (2,4 %).

Najnižšia miera nezamestnanosti bola naopak zaznamenaná v rámci študijných programov:

- Informačné a komunikačné technológie (0,5 %),
- Prírodné vedy, matematika a štatistika (0,6 %),
- Zdravotná a sociálna starostlivosť, starostlivosť o životné podmienky (0,6 %). (Chamoutová, Novotná, Líbal, Trhlíková, Vojtěch, 2019)

Údaje o absolventoch terciárneho stupňa vzdelania upozorňujú na nižšiu mieru nezamestnanosti, v prípade bakalárskeho stupňa vzdelania, tak rovnako i v prípade magisterského stupňa vzdelania. Oproti absolventom stredných škôl, kde je zamestnanosť 4-7 %, je miera nezamestnanosti omnoho nižšia. (Chamoutová, Novotná, Líbal, Trhlíková, Vojtěch, 2019)



## 5 Začínajúce podniky v čase COVID-19

Na rozdiel od bežného scenára, keď jednotlivci skúmajú a rozpoznávajú príležitosti na trhu, rozhodovanie o podnikaní v krízových časoch je rýchlejšie a je potrebné ho riadiť. Ukazuje sa, že ekonomický efekt pandémie COVID-19 je odlišný ako v prípade hospodárskej krízy v roku 2008. Je to najmä kvôli skutočnosti, že jednotlivci majú výdavky jednak na jedlo a bežné potreby, ale tiež na lekárenské prostriedky v podobe dezinfekčných prostriedkov, rúšok a podobne. (Vazirani, Bhattacharjee, 2020)

### 5.1 Hlavné problémy a príležitosti podnikania počas pandémie COVID-19

Začínajúce podniky v súčasnej dobe čelia dvom hlavným problémom a jednej dileme v kontexte spolupráce s obchodnými partnermi. Pre niektorých z nich súčasná situácia prerušila jadro ich činnosti, kvôli tomu, že bol odložený spoločný vývoj produktov s priemyselnými partnermi. Druhým problémom je zvýšená neistota o budúcnosti projektov a o možnostiach financovania. Po tretie, vytvorila sa dilema, či dopad COVID-19 je natoľko opodstatnený, aby sa úplne prehodnotila obchodná stratégia alebo postačí zmeniť spôsob, akým komunikujú a zdôvodňujú hodnotu svojho produktu či služby. Cieľom nie je len prežiť krízu, ale byť aj lepšie pripravení zmierniť dopad podobných udalostí v budúcnosti. (Giones, Brem, Pollack, Michaelis, Klyver, Brinckman, 2020)

Kuckertz a kol. (2020) uvádzajú, že nestačí čakať, kým sa veci vrátia do „normálu“. Je potrebné budovať odolnosť a rovnako byť pripravení na nové príležitosti.

Zatiaľ čo šetrnosť prispieva k budovaniu odolnosti proti negatívnym neočakávaným vplyvom krízy, sociálna podpora sa stáva pákou k obnoveniu podnikateľskej aktivity. Situácia spojená s COVID-19 tiež prináša príležitosti v podobe prehĺbenia sietí kontaktov. Pandémia mení to, ako robíme veci v súkromí, ale aj v biznise. Podnikatelia či už úmyselne alebo nie sa pravdepodobne zapájajú do nových aktivít a menia správanie. (Kuckertz a kol., 2020)

Zmena správania môže byť motorom šťastnej náhody. Je možné stretnúť nových ľudí alebo rovnakých ľudí novým spôsobom, čo povedie k novým príležitostiam, ktoré je možné preskúmať a možno využiť. (Engel et al., 2017).

### 5.2 Opatrenia pre oživenie a rast počas pandémie COVID-19

Výskum, ktorý vykonal Kuckertz a kol. (2020) ukazuje, že začínajúce podniky síce zatiaľ úspešne využívajú svoje dostupné zdroje, ako prvú reakciu na krízu, avšak ich rast a inovatívny potenciál sú ohrozené. Tvrdia, že politické opatrenia, by sa nemali

zameriavať iba na prvú pomoc začínajúcim podnikom na zmiernenie tlaku spôsobeným obmedzeným peňažným tokom, ale na dlhodobé opatrenia, v kontexte širšieho podnikateľského ekosystému, k zaisteniu rýchlejšieho oživenia a rastu. Zároveň navrhujú opatrenia, ktoré môžu zaviesť samotní začínajúci podnikatelia v rámci svojho podnikania:

- Na riešenie nových problémov využiť zdroje, ktoré má podnik k dispozícii – kreatívne kombinovať ľudský kapitál a existujúcu technológiu.
- Využiť zdieľané zdroje – flexibilné možnosti platby, spoločnú predajnú iniciatívu, flexibilnú rotáciu zamestnancov.
- Interná reštrukturalizácia s nasmerovaním zdrojov iba do životaschopných a hodnotu generujúcich aktivít.
- Znížiť ďalšie aktivity (s možnosťou neskoršieho opätovného navýšenia).
- Objaviť možnosti vo vytváraní hodnoty v riešení následkov krízy (napr. digitálne riešenia, rozvoj v oblasti hygieny).
- Proaktívne sa zapájať do širších príležitostí, ktoré môžu nastať v dôsledku krízy (napr. zmena trendov a správania – podpora digitalizácie).
- Zhromažďovať informácie a overené postupy prostredníctvom podnikateľských sietí (napr. vymieňať si informácie v krízových online skupinách, dozvedieť sa o aplikácii a implementácii podporných služieb z podobných start-upov).
- Podpora lobbystických iniciatív (obchodu), tzn. byť zahrnutí do politiky rozhodovania.

### **5.3 Spôsoby podpory mladých podnikateľov počas pandémie COVID-19**

Keďže vo väčšine krajín pretrvávajú vládne reštrikcie, je samozrejmé, že to bude mať negatívny dopad na mnoho pracovných miest. V tejto súvislosti je nevyhnutné zaoberať sa aj možnosťami podpory mladých podnikateľov.

Youth Business International (2020) rozdeľuje formy podpory podľa nasledujúcich subjektov:

**Organizácie na podporu podnikania** by mali prehodnotiť potreby a adaptovať svoje služby. Veľa podnikateľov presunulo svoje podnikanie do online oblasti. Napríklad organizácia na podporu podnikania v Izraeli, v snahe adaptovať sa, vytvorila online platformu, ktorej cieľom je spájať podnikateľov a mentorov v oblasti krízového manažmentu. (Youth Business International, 2020)

**Investori** by mali pokračovať vo financovaní, pretože tieto mesiace sú pre malé a stredné podniky kritické. Je dôležitá otvorená diskusia medzi investormi a podnikateľmi, v kontexte rýchlo meniacich sa podmienok a vhodnej reakcie na to, ktorá umožní nastavenie a revíziu reálnych cieľov teraz a počas mesiacov, ktoré nás čakajú. (Youth Business International, 2020)

**Tvorcovia politiky** by mali poskytovať cieleňú podporu zameranú na špecifické potreby mladých podnikateľov. Mnoho vlád po celom svete zavádza opatrenia na zmiernenie dopadu pandémie na malé podniky, od peňažných grantov a pôžičkových schém, po predĺženie platenia daní a dočasné opatrenia v nezamestnanosti. Tieto podporné opatrenia však musia riešiť konkrétne potreby mladých podnikateľov, ktorí sú počas hospodárskeho poklesu obzvlášť zraniteľní. (Youth Business International, 2020)

**Spotrebiteľia** by mali nakupovať výrobky a služby od malých firiem. Či už sú to potraviny alebo kurzy, často si môžu zvoliť nákup priamo od mladých či začínajúcich podnikateľov vo svojej komunite. (Youth Business International, 2020)

**Mladí podnikatelia** by mali zvážiť oslovenie podpory. Nevyhnutné je vytvorenie sietí obchodných kontaktov a kontaktov s organizáciami podporujúcimi podnikanie. (Youth Business International, 2020)

## 6 Organizácie na podporu začínajúcich podnikateľov

Táto kapitola si nekladie za cieľ uviesť vyčerpávajúci prehľad všetkých možností získania podnikateľskej podpory. Uvádžam základný prehľad na posúdenie možností, ktoré môže začínajúci podnikateľ využiť. Nejedná sa len o finančnú verejnú podporu, ale aj o rôzne formy podpory vo forme vzdelávacích kurzov, workshopov, ktoré môžu byť z môjho pohľadu často prvým motivátorom a predpokladom k získaniu podnikateľských znalostí.

Na základe teoretických poznatkov, v minulosti vykonaných štúdií, sa ukazuje, že najčastejšou bariérou u mladých ľudí, ktorí by chceli začať podnikat' je nedostatočné podnikateľské vzdelanie, strach zo zlyhania, strach z rizika, nedostatok skúseností a nedostatok podnikateľských vzorov. Z finančných bariér je to nedostatok finančných zdrojov na začatie podnikania. Medzi ďalšie bariéry sa radia trhové bariéry, nedostatok obchodných vzťahov a nedôvera u potenciálnych zákazníkov.

V rámci svojho zamerania sa snažia organizácie podporujúce podnikanie poskytnúť podporu na odstránenie bariér, ktoré potenciálny začínajúci podnikateľ pociťuje pri myšlienke založenia podnikania.

### 6.1 Finančná podpora z verejných prostriedkov

V Českej republike je oblasť poskytovania finančnej podpory z verejných prostriedkov v kompetencií ministerstiev a vytvorených vládnych a regionálnych inštitúcií. Priamu finančnú podporu poskytujú najmä Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s., CzechInvest, Ministerstvo práce a sociálnych vecí, Ministerstvo zemédelství, hlavné mesto Praha a kraje. Nepriamu finančnú podporu poskytujú Česká exportní banka, a.s., EGAP – Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (Veber, Srpová, 2012)

#### **Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.,**

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s., bola založená za účelom podpory malých a stredných podnikateľov a firiem v roku 1992. Od začiatku svojho vzniku zastáva vedúcu rolu v systéme priamej finančnej podpory malých a stredných firiem z finančných prostriedkov štátneho rozpočtu ČR. Sústredí sa hlavne na dve základné formy: záruky za bankové úvery a úvery. (Veber, Srpová, 2012)

#### **Ministerstvo práce a sociálnych vecí, Ministerstvo zemédelství**

Ministerstvo práce a sociálnych vecí spravuje Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost. Ministerstvo zemédelství v rámci podpory rozvoja vidieka podporuje zaujímavé projekty malých a stredných firiem. (Veber, Srpová, 2012)

## Hlavné mesto Praha a kraje

Hlavné mesto Praha zastrešuje dva operačné programy – Praha Adaptabilita a Praha Konkurenceschopnosť.

- **Praha Adaptabilita** – program je určený na podporu neinvestičných projektov zameraných na vzdelávanie, sociálnu integráciu a rozvoj ľudských zdrojov vo výskume a vývoji. Je určený jedine pre Prahu, preto všetky projekty využívajúce túto formu podpory, musia prebiehať v hlavnom meste. (Veber, Srpová, 2012)
- **Praha Konkurenceschopnosť** – projekt určený na podporu investičných projektov so zameraním na podporu verejnej dopravy a dopravnej dostupnosti v Prahe, podporu inovácií, informačných a komunikačných technológií, podnikanie a zlepšovanie prostredia v Prahe. (Veber, Srpová, 2012)

## Agentúra pre podporu podnikania a investícií CzechInvest

Agentúra CzechInvest je štátnou príspevkovou organizáciou podriadenou Ministerstvu priemyslu a obchodu Českej republiky. Bola založená v roku 1992. Predstavuje spojenie regionálneho, centrálného a medzinárodného pôsobenia, ktoré zaisťuje integritu služieb a schopnosť prepájať globálne trendy s regionálnymi podmienkami v Českej republike. Základnými aktivitami agentúry CzechInvest sú:

- podpora potenciálu českých technologických firiem,
- podpora tzv. „chytrých investícií“,
- motivácia zahraničných investorov usadených v ČR k sofistikovaným komplementárnym investíciám,
- rozvoj a kultivácia národného start-upového a spin-offového prostredia,
- asistencia českým firmám pri vstupe na zahraničné trhy,
- propagácia českej ekonomiky, technológií a výskumu a vývoja v zahraničí,
- kultivácia podnikateľského a investičného potenciálu vo všetkých regiónoch ČR,
- spojenie partnerov z podnikateľskej a výskumno-vývojovej sféry,
- využívanie trendov v progresívnych sektoroch globálnej ekonomiky.

Agentúra organizuje rôzne projekty pre študentov a absolventov. Zaujímavým projektom bol projekt HackItUp, ktorého cieľom bolo (CzechInvest, ©1994-2020):

- podpora podnikavosti u mladých vzdelaných ľudí,

- generovať nové podnikateľské projekty z univerzitného prostredia s business potenciálom,
- propagovať moderné prírodovedné, spoločenskovedné a humanitné obory s dôrazom na interdisciplinaritu/multioborovosť,
- prepojiť akademickú a podnikateľskú sféru.

## **6.2 Nefinančná podpora z verejných prostriedkov**

Vedľa priamych a nepriamych finančných podpor sú z verejných prostriedkov realizované i nefinančné podpory. Nefinančné podpory šetria podnikateľom, exportérom a inovátorom financie, zvyšujú ich informovanosť alebo im inak uľahčujú ich podnikateľské aktivity. Tieto nefinančné podpory poskytujú CzechTrade, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, zastupiteľské úrady. (Veber, Srpová, 2012)

### **Česká agentúra pre podporu obchodu CzechTrade**

Agentúra CzechTrade je národná proexportná organizácia založená Ministerstvom priemyslu a obchodu. Cieľom je rozvíjať vzájomnú spoluprácu medzi českými a zahraničnými subjektmi. CzechTrade ponúka exportérom informačné a asistenčné služby. Výsledkom je maximálne rýchla a ľahko dostupná komplexná exportná podpora. (CzechTrade, ©2016)

### **Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR**

Aj napriek skutočnosti, že rozhodujúca časť podpor podnikateľskej oblasti je realizovaná z úrovne špecializovaných agentúr (CzechInvest, CzechTrade), samotné Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR realizuje niektoré aktivity, ktoré majú jednoznačne charakter nefinančných podpor podnikania. Sú to:

- živnostenské podnikanie – vedie živnostenský register, prehľad legislatívy pre živnostníkov, ponúka aj sprievodcu živnostenským podnikaním,
- podpora výskumu a vývoja (program TIP),
- technická harmonizácia,
- portál BusinessInfo.cz. (Veber, Srpová, 2012)

### **Zastupiteľské úrady**

Česká republika ma 82 zastupiteľských úradov ČR v zahraničí. V rámci zastupiteľských úradov existujú v rade zemí obchodne-ekonomické úseky. Za štandardnú činnosť, ktorú by zastupiteľské úrady mali zabezpečovať, je zhromažďovanie a vyhodnocovanie informácií obchodne-ekonomického charakteru, ktoré získavajú v zemiach svojho pôsobenia. (Veber, Srpová, 2012)

## 6.3 Podnikateľské inkubátory a vedecko-technické parky

### Podnikateľské inkubátory

Inkubácia firiem predstavuje jednu z ďalších možností podpory vzniku a rozvoja inovačného podnikania predovšetkým malých a stredných firiem. Je dôležitým faktorom pre vznik podnikateľsko-inovačnej siete medzi vysokými školami, výskumnými organizáciami a podnikmi. (CzechInvest, ©1994-2020)

Pre vstup a udržanie sa na trhu, nestačí len dobrý nápad s tržným potenciálom. Je potrebné zabezpečiť si kvalitné priestory a zázemie pre podnikanie, tiež podporu v oblasti poradenstva, marketingu, účtovníctva, daní či finančné prostriedky, ktoré podporia dobrý nápad. Spomínané aspekty dokáže firme poskytnúť podnikateľský inkubátor. Podnikateľský inkubátor sa zameriava na podporu začínajúcich inovačných firiem, ktorých hlavným cieľmi je vývoj nových výrobkov, technológií a služieb a následne ich uvedenie na trh. (CzechInvest, ©1994-2020)

Podpora je poskytovaná zväčša vo forme zvýhodneného nájmu, kancelárskych, laboratórnych, výrobných či iných priestorov, tiež cenovo zvýhodnené konzultantské služby, školenia, rekvalifikácie a podobne. Medzi ďalšie výhody inkubátorov patrí možnosť spoločne zdieľať priestory, laboratória a celkové zázemie, čo vedie k zefektívneniu vzájomnej spolupráce a komunikácie s ostatnými firmami využívajúcimi služby inkubátoru. Nájomná zmluva sa uzatvára väčšinou na dobu troch rokov, ktoré sú pre začínajúcu firmu najviac kritické. Firma potom odchádza do vlastných priestorov alebo do vedecko-technického parku. (CzechInvest, ©1994-2020)

Existujúce inkubátory v Českej republike (niektoré ako súčasť vedecko-technického parku) sú:

- Technologický inkubátor VUT,
- Podnikateľský inkubátor Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci,
- BIC Ostrava,
- Technologické a inovační centrum Zlín,
- Akademické a univerzitní centrum Nové Hrady,
- Třeboňské inovační centrum,
- Vědeckotechnologický park Ostrava,
- BIC Plzeň,
- Podnikatelské a inovační centrum Severní Čechy,
- Pardubický podnikatelský inkubátor z.ú.,

- Inovacentrum,
- Technologické centrum Hradec Králové,
- Technologické inovační centrum ČKD Praha,
- Jihočeská agentura pro podporu inovačního podnikání,
- Centrum podpory inovací VŠB - Technické univerzity Ostrava.

### **Vedecko-technické parky**

Pojem vedecko-technický park sa obvykle profiluje na tieto tri hlavné typy (Veber, Srpová, 2012):

- vedecký park (centrum),
- technologický park (centrum),
- podnikateľské a inovačné centrum.

Vedecko-technické parky sú subjekty orientované do oblasti vedy, technológie, inovačného podnikania a odborového vzdelávania, ktoré fungujú v úzkej spolupráci s vysokými školami, vedeckými pracoviskami a výskumnými ústavmi. Poskytujú podporu v oblasti rozvoja inovačného podnikania, transferu technológií, podporu malých a stredných firiem inovačného charakteru. (Veber, Srpová, 2012)

Vedecko-technické parky by mali plniť nasledujúce funkcie (Veber, Srpová, 2012):

- inkubačnú,
- inovačnú,
- transfer technológií.

V rámci inkubačnej funkcie sú poskytované služby typické pre podnikateľský inkubátor. Jedná sa o pomoc a podporu novému podnikateľovi v etape vzniku a zahájenia podnikania. Inovačná funkcia vedecko-technického parku vytvára prostredie pre podnikateľské aktivity firiem, ktoré sa venujú moderným technológiám. Funkcia transferu technológií spočíva v poskytovaní zázemia pre prenesenie technických poznatkov, riešení a podobne. Obvykle sa jedná o prepojenie výskumných inštitúcií či vysokých škôl s podnikateľskými subjektmi, ktoré sú pripravené previesť tieto teoretické riešenia do procesu realizácie. (Veber, Srpová, 2012)



## 6.4 Kariérne centrá vysokých škôl

Na českých vysokých školách sa v posledných rokoch vo veľkom rozrástli kariérne centrá, ktoré dávajú študentom a čerstvým absolventom priestor pripraviť sa na trh práce. Študenti majú možnosť vyskúšať si nanečisto výberové riadenie, zistiť svoje silné a slabé stránky či zdokonaľiť sa v sebareprezentácii. Prepojujú študentov s firmami a uľahčujú im tak hľadanie brigády, stáže alebo práce. Služby kariérneho centra, aj keď sú obvykle zdarma, využíva len zlomok študentov. (Niedermeierová, 2018)

Jednými z hlavných aktivít kariérnych centier sú prednášky, kurzy a workshopy venované osobnému a profesijnému rozvoju. Študenti sa v rámci nich učia efektívne si zorganizovať čas, zvládať stres, rozvíjať pamäť, ako sa správne sebareprezentovať a vyjednávať. Pre študentov, ktorí uvažujú o založení vlastného podnikania, po dokončení štúdia, organizujú školy rôzne podnikateľské kurzy a workshopy, kde sa záujemcovia dozvedia, čo obnáša založenie firmy či živnosti a ako zostaviť podnikateľský plán. Tiež sa zoznámia so základmi projektového riadenia, marketingu, daní, účtovníctva a práva. (Niedermeierová, 2018)

Trend kariérnych centier sa do Českej republiky dostal z univerzít v USA a v západnej Európe a na českých vysokých školách sa rozvíja predovšetkým posledných 10 rokov. (Niedermeierová, 2018)

Vysoké školy obvykle financujú kariérne centrá zo svojho rozpočtu, vedľajšej hospodárskej činnosti, európskych fondov a z prostriedkov firiem, ktoré sú partnermi kariérnych centier alebo portálov či platia školám za služby inzercie pracovných pozícií. (Niedermeierová, 2018)

# Analytická časť

## 7 Analýza problému a súčasnej situácie

V priebehu štúdia stoja študenti pred rozhodovaním, aký kariérny smer si zvolit'. Niektorí študenti si počas štúdia nájdu brigádu, iní sa venujú výhradne štúdiu a nájdu sa aj takí, ktorí si počas štúdia založia vlastné podnikanie. Postoje študentov k podnikaniu sa rôznia a sú ovplyvnené množstvom faktorov.

Terénne šetrenie Hospodárskej komory Českej republiky a Výskumného ústavu pre podnikanie v roku 2018 vo svojom prieskume poukazuje na to, že až dve pätiny vysokoškolákov uprednostňujú po štúdiu podnikanie. Medzi najväčšie výhody považujú flexibilitu a možnosť riadiť veci po svojom či sebarealizovať sa. (Diro, 2018)

Mojím názorom je, že aj napriek tomu, že vysokoškoláci disponujú chuťou podnikat', veľké percento z nich sa rozhodne pre zamestnanecký pomer, kvôli veľkému množstvu bariér, ktoré nedokážu prekonať.

Pri analýze súčasnej situácie sa nedajú opomenúť zmeny v spoločnosti spôsobené pandemiou COVID-19. Podnikatelia sa musia vysporiadať s ekonomickými dopadmi spôsobenými karanténnymi opatreniami. Ochorenie COVID-19 tiež vo veľkej miere ovplyvnilo vývoj nezamestnanosti, ktorá sa v decembri v roku 2020 zvýšila na 4 %. Kdežto začiatkom minulého roka sa pracovný trh potýkal s výrazným nedostatkom zamestnancov. (iRozhlas, 2021)

Je samozrejmé, že sa tieto okolnosti dotýkajú aj budúcich absolventov, ktorí sa v blízkej dobe chystajú vstúpiť na trh práce. Preto pokladám za dôležité zistiť, ako sa menia ich postoje voči podnikaniu, v súvislosti s momentálne prebiehajúcou pandemiou.

Témou podnikania študentov sa v Českej republike zaoberajú viaceré organizácie, ktoré sa snažia študentov motivovať, poskytnúť znalosti k začiatkom založenia podniku. Zaujímavou otázkou je, či študenti na trhu nachádzajú služby, ktoré potrebujú a či nie sú počas života viac vedení k tomu, aby sa radšej stali zamestnancami, než podnikateľmi. Táto otázka je položená respondentom v dotazníkovom šetrení a bude rozobratá podrobnejšie v analýze výsledkov výskumu. Na motiváciu k podnikaniu môžu pôsobiť push i pull faktory. To v akej miere na daného človeka pôsobia je individuálne. Mohlo by sa zdať, že na mladého človeka bez skúseností vo veľkej miere pôsobia push faktory. Myslím si však, že väčšia motivácia je spôsobená túžbou než tlakom. Aj keď bolo v zahraničí na tému podnikania na základe push-pull teórie vykonaných viacero výskumov, v Českej republike je v rámci tejto problematiky, push-pull teórii venovaná len malá pozornosť. Preto u mňa vzbudzuje záujem venovať sa danej tematike z pohľadu push-pull teórie a zahrnúť do výskumu zatiaľ nepreskúmané zmeny postojov k podnikaniu v súvislosti s pandemiou COVID-19.

## **8 Dotazníkové šetrenie**

V rámci výskumu k diplomovej práci som využila dotazníkové šetrenie. Táto kapitola je zameraná na špecifikáciu formy a štruktúry dotazníka, jeho cieľ a tiež charakteristiku respondentov, ktorí sa zúčastnili prieskumu. Veľkou časťou tejto kapitoly je analýza jednotlivých otázok dotazníkového šetrenia, na základe ktorých budú zhrnuté výsledky a uvedené vlastné návrhy a odporúčania.

### **8.1 Formulácia dotazníkového šetrenia**

Dotazník, na ktorý mali respondenti odpovedať v rámci výskumu pre diplomovú prácu má tri časti a má premenlivý počet otázok. Otázky sa vetvia podľa odpovede, ktorú respondent zvolí. V dotazníku sa nachádzajú otvorené i uzavreté otázky. Tiež bolo využité volenie odpovedí na bodovej škále od 0 do 5, kvôli možnosti presnejšej analýzy výsledkov. Vyskytujú sa v ňom tiež otázky, kde mal respondent vybrať viac správnych odpovedí.

### **8.2 Cieľ dotazníkového šetrenia**

Cieľom dotazníkového šetrenia bolo zistiť, aké faktory majú vplyv na rozhodovanie budúcich absolventov vysokých škôl či byť zamestnanými alebo podnikateľmi. A či sa ich postoj vzhľadom k situácii spojenej s pandémiou COVID-19 zmenil. Tiež zistiť aké bariéry najviac znižujú záujem o podnikanie. A či majú študenti povedomie o činnosti organizácií, ktoré môžu byť nápomocné pre ich podnikanie.

### **8.3 Charakteristika respondentov**

Dotazník vyplnilo celkom 209 respondentov z rôznych vysokých škôl v celej Českej republike. Pre výskum bolo zásadné, aby boli respondenti aktuálne študentmi vysokej školy v Českej republike. Výskumu sa mohli zúčastniť študenti so záujmom i bez záujmu o podnikanie. Respondenti boli získavaní cez rôzne vysokoškolské facebookové skupiny, a tiež s pomocou mojich známych. Vďaka tomu sa mi podarilo získať respondentov z rôznych odborov.

Respondenti boli v dotazníku špecifikovaní na základe pohlavia, veku, oboru štúdia, akou formou študujú, postoja k podnikaniu, či majú popri štúdiu prácu, brigádu alebo či podnikajú a či niekto z ich rodiny podniká.

### **8.4 Analýza dotazníkového šetrenia**

Táto podkapitola je venovaná analýze a interpretácii výsledkov dotazníkového šetrenia. Výsledky výskumu sú zobrazené pomocou grafov vytvorených pomocou kontingenčných tabuliek uvedených v prílohe diplomovej práce. Súčasťou analýzy je tiež skúmanie odpovedí na základe rozdelenia respondentov do skupín podľa

charakteristík (ročníka, univerzity, pohlavia, postoja k podnikaniu) a overenie závislosti skúmaných premenných pomocou chí-kvadrát testu.

### Charakteristika respondentov

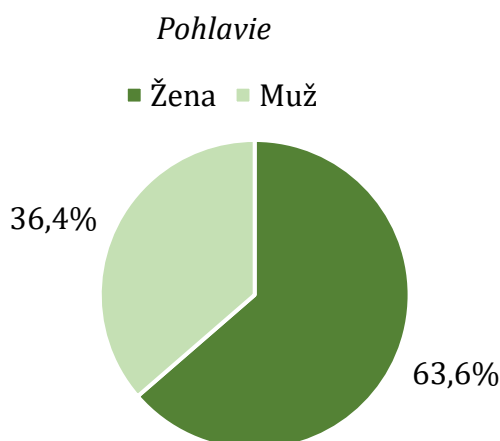
Prvá časť dotazníkového šetrenia je zameraná na charakteristiku respondentov a obsahuje desať otázok. V tejto časti sú zastúpené otázky, ktoré umožnia lepšie triedenie dát a následnú podrobnejšiu analýzu a interpretáciu výsledkov.

#### 1. Študujete na vysokej škole v Českej republike?

Prvá úvodná otázka si kládla za cieľ zistiť či je respondent aktuálne študentom vysokej školy v Českej republike. Pri zápornej odpovedi sa dotazník vypol, bolo to tak nastavené zámerne, aby sa hneď v úvode vyfiltrovali odpovede pre výskum nerelevantných respondentov. Keďže boli oslovované skupiny potenciálnych respondentov, kde sú v najväčšej miere koncentrovaní študenti vysokých škôl, dalo sa očakávať, že dotazník vyplnia najmä vysokoškoláci. To sa aj potvrdilo. Výskumu sa zúčastnilo 91,4 % vysokoškolákov a 7,6 % respondentov aktuálne neštudujúcich na vysokej škole.

#### 2. Uved'te, prosím, Vaše pohlavie

Dotazníkového šetrenia sa zúčastnila prevaha žien, a to 63,6 %. Zúčastnených respondentov mužského pohlavia bolo 36,4 %. Danú skutočnosť zobrazuje *Graf 1*. Prevahu žien v dotazníkovom šetrení je možné vysvetliť faktom, že podľa údajov ČSÚ (2020) je zastúpenie žien vo vysokoškolskom štúdiu vyššie. V roku 2019-2020 študovalo na vysokej škole 55,8 % žien a 44,2 % mužov.



**Graf 1:** Rozdelenie respondentov podľa pohlavia

(Zdroj: vlastné spracovanie)

### 3. Uved'te, prosím, Váš vek

Výskumu sa zúčastnili respondenti vo veku 19 až 49 rokov. Rozdelenie respondentov podľa veku zobrazuje *Tabuľka 3*.

**Tabuľka 3** Rozdelenie respondentov podľa veku

Vek	Počet
19	16
20	26
21	36
22	27
23	30
24	37
25	20
26	9
27	3
28	3
46	1
48	1
<b>Súčet</b>	<b>209</b>

Zdroj: vlastné spracovanie

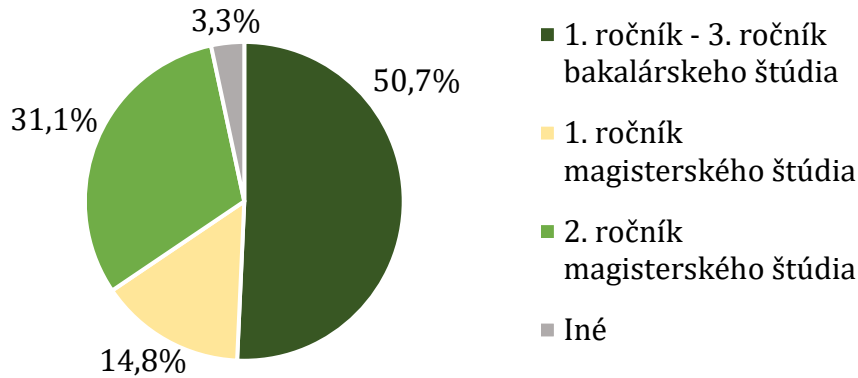
### 4. V akom ste ročníku na vysokej škole?

Respondenti mali možnosť zvoliť si z nasledujúcich alternatív:

- 1-3. ročník bakalárskeho štúdia,
- 1. ročník magisterského štúdia,
- 2. ročník magisterského štúdia,
- iné – táto možnosť bola v otázke vo forme textového poľa, pre prípad, že by ponúkané možnosti nezodpovedali ročníku, ktorý respondent študuje.

Rozdelenie respondentov podľa ročníka je pre spracovanie výskumu dôležité z dôvodu, že umožňuje skúmať či sa menia postoje študentov k podnikaniu aj vzhľadom k zvyšujúcemu sa dosiahnutému vzdelaniu. Pre väčšiu podrobnosť výsledkov zámerne nebol výskum vykonaný len pre posledné ročníky magisterského štúdia, u ktorých možno predpokladať, že sa stanú absolventmi vysokej školy v najbližšej dobe a väčšina z nich rieši či bude riešiť svoje kariérne uplatnenie. Prieskumu sa mohli zúčastniť študenti všetkých ročníkov vysokej školy v Českej republike. Odpovede na niektoré otázky budú následne analyzované podľa ročníkov, pričom bude medzi nimi sledovaná závislosť. Rozdelenie podľa ročníkov je zobrazený na grafe (*Graf 2*).

### Ročník štúdia



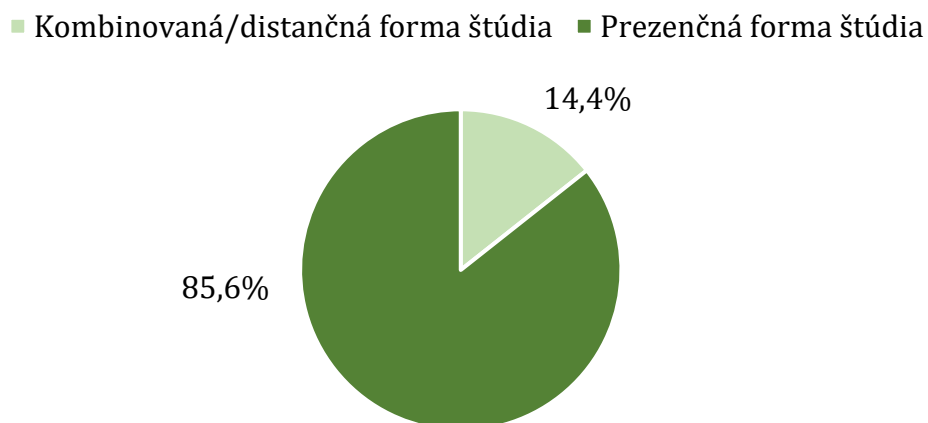
**Graf 2:** Rozdelenie respondentov podľa ročníka

(Zdroj: vlastné spracovanie)

### 5. Akou formou študujete?

Respondenti mali na výber z prezenčnej, kombinovanej a distančnej formy štúdia. Vzhľadom k skutočnosti, že väčšina respondentov bola študentmi prezenčného štúdia, táto otázka nebude použitá k ďalšej analýze výsledkov. Prezenčných študentov bolo zainteresovaných vo výskume 85,6 % a študentov študujúcich kombinovanou či distančnou formou štúdia 14,4 %. Rozdelenie respondentov podľa formy štúdia zobrazuje *Graf 3*.

### Forma štúdia



**Graf 3:** Rozdelenie respondentov podľa formy štúdia

(Zdroj: vlastné spracovanie)

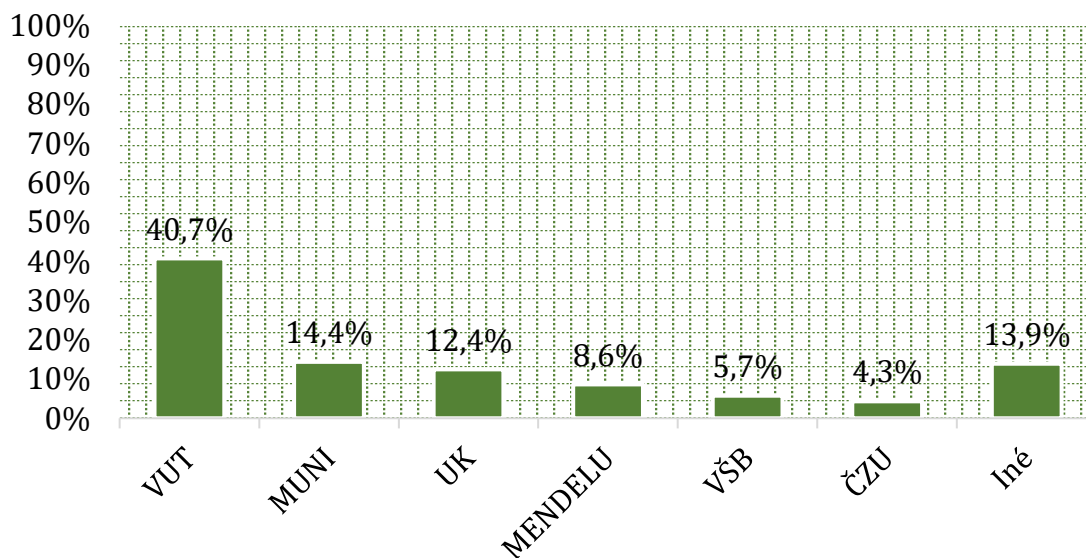
6. Uved'te, prosím, mesto v ktorom študujete a názov fakulty a univerzity, na ktorej študujete

Cieľom otázky č. 6 bolo zistiť, na akej univerzite, fakulte a v akom meste respondenti študujú. Otázka mala otvorenú formu, z dôvodu počtu fakúlt v Českej republike, kde by uvedenie všetkých fakúlt spôsobilo neprehľadnosť pri výbere odpovedí v dotazníku. Odpovede na túto otázku boli následne mnou roztriedené pomocou Excelu.

Najviac respondentov bolo z VUT (40,7 %), Masarykovej univerzity (14,4 %), Mendelovej univerzity (8,6 %) v Brne a Univerzity Karlovej (12,4 %) v Prahe. Medzi respondentmi tiež boli študenti VŠB (5,7 %) v Ostrave a ČZU (4,3 %) v Prahe. Zastúpenie respondentov iných univerzít bolo pod 3 %, preto sú zaradení do spoločnej kategórie. Rozdelenie respondentov podľa univerzít zobrazuje *Graf 4*.

Spomedzi fakúlt mali v dotazníkovom šetrení najväčšie zastúpenie študenti Fakulty podnikateľské VUT (13,4 %), Fakulty elektrotechniky a komunikačných technológií VUT (8,1 %), Fakulty strojního inžénrství VUT (6,7 %), Matematicko-fyzikální fakulty UK (5,3 %), Provozně ekonomické fakulty MENDELU (5,3 %), Fakulty informačních technologií VUT (4,8 %), Filozofické fakulty MUNI (3,8 %).

*Rozdelenie respondentov podľa univerzít*



**Graf 4:** Rozdelenie respondentov podľa univerzít

(Zdroj: vlastné spracovanie)

### 7. Uved'te, prosím, oblasť Vášho štúdia

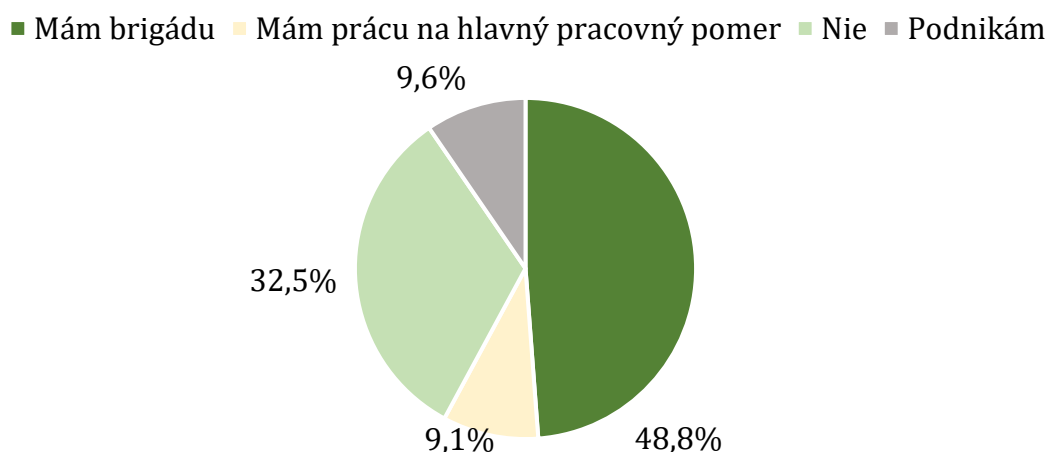
Respondenti mali na výber širokú škálu oblastí štúdia a mohli zvoliť viacero možností. Keďže mi respondenti poskytli názvy fakúlt v zrozumiteľnom tvare, bola som schopná roztriediť tieto dáta a s oblasťami štúdia som pracovala len pre kontrolu pri triedení respondentov do skupín podľa toho či študujú ekonomický alebo neekonomický smer a či študujú technický alebo netechnický odbor. Respondenti boli najčastejšie študentami nasledujúcich oblastí:

- Ekonomika a management,
- Informatika,
- Chémia,
- Strojárstvo, technológie a materiály,
- Elektrotechnika a komunikačné technológie,
- Stavebníctvo,
- Pedagogika.

### 8. Máte popri štúdiu prácu/brigádu?

Výskum ukázal, že väčšina vysokoškolákov (67,5 %) počas svojho študijného obdobia pracuje. Z toho sa podnikaniu popri štúdiu venuje 9,6 % respondentov. Brigádu má až 49,2 % a hlavný pracovný pomer má 9,1 % študujúcich vysokoškolákov. Žiadna pracovná aktivita bola zaznamenaná u 32,5 % vysokoškolských študentov.

#### Máte popri štúdiu prácu/brigádu?



**Graf 5:** Rozdelenie respondentov podľa pracovnej činnosti

(Zdroj: vlastné spracovanie)



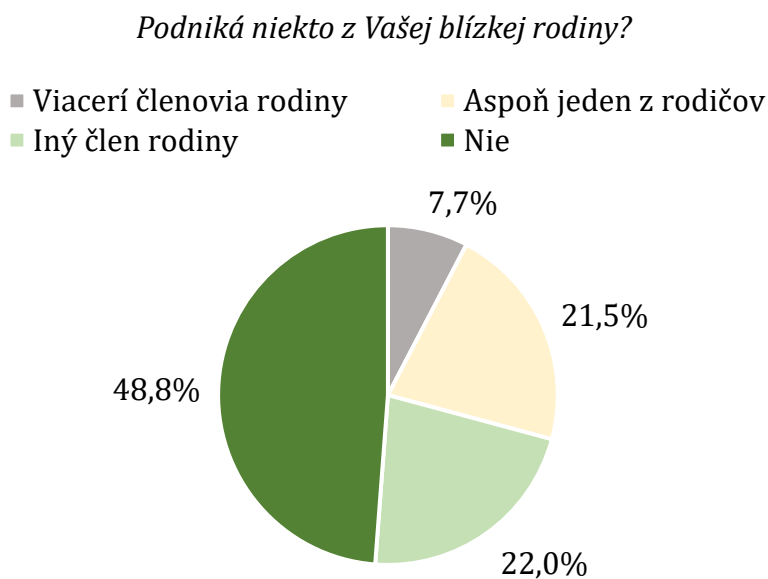
### 9. Uved'te, prosím, v akej oblasti podnikáte

V dotazníku bola položená otázka, ktorá zisťovala u študentov, ktorí už podnikajú, aká je oblasť ich podnikania. Keďže podnikajúcich vysokoškolských študentov bolo zúčastnených v dotazníkovom šetrení 20, nedajú sa vyvodiť všeobecné závery, v čom študenti najčastejšie podnikajú. Študenti uviedli nasledujúce oblasti podnikania:

- informatika,
- finančné poradenstvo,
- umenie,
- poskytovanie krátkodobého ubytovania,
- 3D tlač,
- zdravotníctvo,
- kozmetika, fitness, solárium,
- MLM,
- výživové poradenstvo.

### 10. Podniká niekto z Vašej blízkej rodiny?

Respondenti mali určiť či niekto z ich blízkej rodiny podniká. Zvoliť mohli viacero možností. U 21,5 % respondentov podniká aspoň jeden z rodičov. U 7,7 % respondentov podnikajú viacerí členovia rodiny a u 22 % respondentov podniká niekto iný z rodiny. Študentov, ktorí nemajú v rodine žiadneho podnikateľa je 48,8 %.



**Graf 6:** Rozdelenie respondentov podľa podnikateľov v rodine

(Zdroj: vlastné spracovanie)

## Postoj a motivácia k podnikaniu

### 11. Odhliadnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?

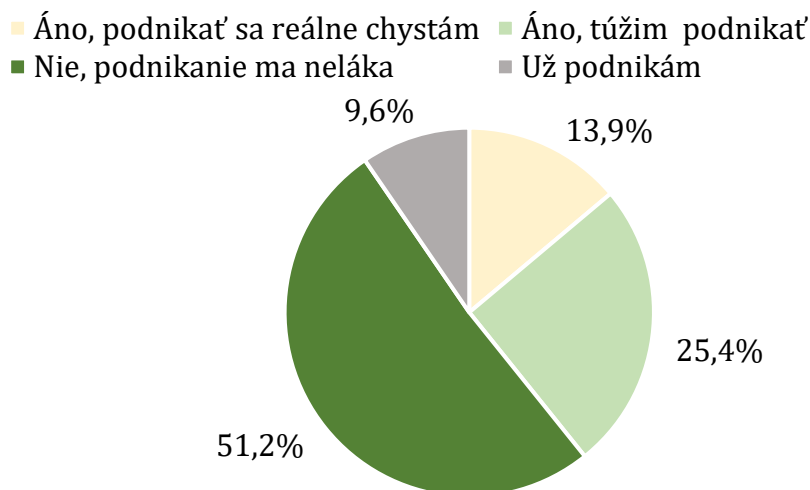
Otázku či by chcel študent podnikat', bez ohľadu na vonkajšie okolnosti, pokladám za zásadnú. Ukázalo sa, že 9,6 % vysokoškolských študentov popri štúdiu podniká a 25,4 % študentov túži podnikat'. Podnikat' sa reálne chystá 13,9 % študentov. Študentov, ktorých podnikanie neláka je 51,2 %.

Pomocou chí-kvadrát testu nezávislosti sa ukázalo, že postoj k podnikaniu závisí na tom či študent študuje na univerzite ekonomický smer. Pri p-hodnote 0,000271 bola na hladine 5% významnosti zamietnutá nulová hypotéza o nezávislosti skúmaných znakov. Je možno konštatovať, že študenti ekonomického smeru disponujú väčším záujmom o podnikanie.

Tiež bola na základe p-hodnoty = 0,0191 prijatá hypotéza, že postoj študenta k podnikaniu je ovplyvnený pohlavím. Ukázalo sa, že u mužského pohlavia prevláda pozitívnejší vzťah k podnikaniu než u žien.

Na základe chí-kvadrát testu nebola potvrdená závislosť medzi tým či niektorý člen rodiny podniká a postojom k podnikaniu (p-hodnota 0,455). Rovnako nebola potvrdená závislosť medzi postojom k podnikaniu a ročníkom štúdia (p-hodnota 0,145).

### *Odhliadnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?*



**Graf 7:** Rozdelenie respondentov podľa postoja k podnikaniu

(Zdroj: vlastné spracovanie)

12. *Ohodnoťte prosím motívy, ktoré Vás vedú/viedli k podnikaniu (0 - nemá žiadny vplyv, 5 – dôvod je pre mňa zásadný)*

Vzhľadom k skutočnosti, že cieľom diplomovej práce je zistiť, na základe push-pull teórie, faktory, ktoré budúcich absolventov najviac ovplyvňujú pri rozhodovaní či byť zamestnaným alebo podnikateľ, bude analýze danej otázky venovaná zvýšená pozornosť.

Otázka má formu bodovej škály na stupnici 0 až 5, kde nula značí, že daný motív nemá pre respondenta žiadny vplyv, naopak hodnota 5 predstavuje motív zásadný. Prvých osem tvrdení v dotazníku zastupovalo pull faktory, nasledujúcich päť motívov zastupovalo push faktory. Dané motívy boli do dotazníka zaradené na základe preštudovanej zahraničnej literatúry, ktorá sa venovala skúmaniu problematiky podnikania, či už mladých ľudí alebo aj všeobecne ako celku, pomocou push-pull teórie. Keďže som pri študovaní literatúry narazila na skutočnosť, že push a pull faktory sa často prekrývajú a vykazujú dvojznačnosť, snažila som sa tvrdenia formulovať tak, aby sa dali čo najjednoduchšie vymedziť.

Získané dáta budú analyzované, pre získanie podrobnejších výsledkov, na základe rozdelenia respondentov do skupín podľa pohlavia, stupňa štúdia na vysokej škole a podľa postoja k podnikaniu. Je možné predpokladať, že u rôznych skupín študentov sa motívy vedúce k podnikaniu budú líšiť. Preto považujem za zaujímavé zistiť, aké sú rozdiely medzi vyššie spomínanými skupinami študentov.

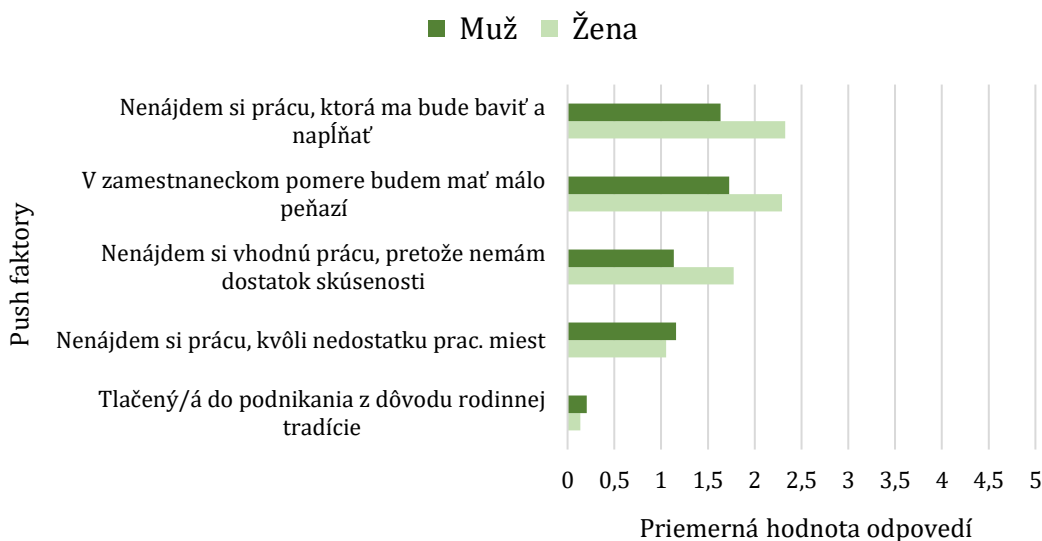
Vo všeobecnosti možno konštatovať, že na študentov vo väčšej miere pôsobia pull motívy. Skúmané push a pull motívy sú zobrazené v nasledujúcom zozname, hodnota v zátvorke zobrazuje priemernú hodnotu odpovedí a motívy sú zoradené od najsilnejšieho po najslabší:

1. Túžim naplniť svoj potenciál (4,17; pull faktor)
2. Túžim byť nezávislý/á, byť sám sebe pánom (4,12; pull faktor)
3. Túžim po časovej flexibilitě (3,95; pull faktor)
4. Chcem využiť príležitosti na trhu a začať podnikateľ (3,55; pull faktor)
5. Túžim vyvíjať nové produkty/procesy (3,38; pull faktor)
6. Láka ma bohatstvo a podnikanie mi prinesie nadštandardný príjem (3,03; pull faktor)
7. Láka ma vedomie, že môžem vytvoriť pracovné príležitosti pre iných (2,58; pull faktor)
8. Myslím si, že v zamestnaneckom pomere budem mať málo peňazí, preto chcem začať podnikateľ (2,06; push faktor)
9. Myslím si, že si nenájdem prácu, ktorá ma bude baviť a naplňovať (2,01; push faktor)
10. Mám strach, že si nenájdem vhodnú prácu, pretože nemám dostatok skúsenosti (1,5; push faktor)

11. Myslím si, že si nenájdem prácu, kvôli nedostatku pracovných miest (1,12; push faktor)
12. Túžim podnikat' a nasledovať rodinnú tradíciu (0,83; pull faktor)
13. Som tlačný/á do podnikania z dôvodu nasledovania rodinnej tradície (0,17; push faktor)

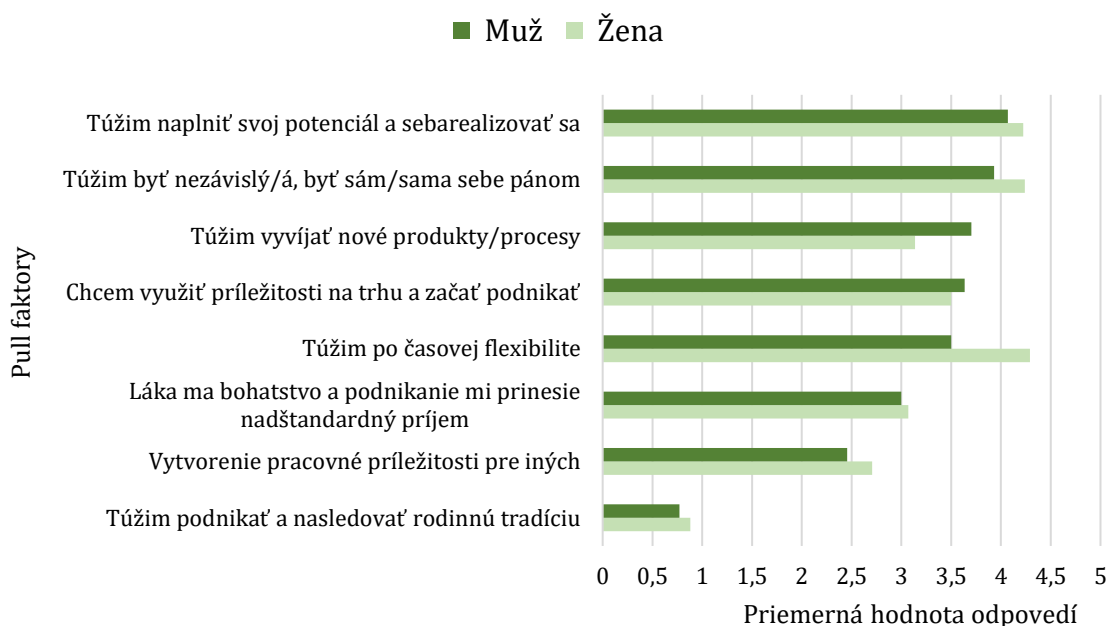
Pôsobenie push faktorov na zvýšenie motivácie podnikat' sa neukázalo ako silné. Medzi najsilnejšie push faktory je možné zaradiť presvedčenie, že bude mať študent v zamestnaneckom pomere málo peňazí (2,07) a presvedčenie, že si nenájde prácu ktorá ju/ho bude naplňovať (2,01). V porovnaní s priemernými hodnotami u pull faktorov, je zrejmé, že pull motívy hrajú pri rozhodovaní v otázke podnikania významnejšiu rolu. Za najsilnejšie pull faktory možno považovať túžbu naplniť svoj potenciál (4,17), stať sa nezávislým (4,12) a túžba po časovej flexibilitě (3,95). Finančný motív, v podobe túžby po bohatstve, sa nachádza až na šiestom mieste, s priemernou hodnotou odpovedí 3,03.

V prípade skúmania motívov podnikania medzi pohlaviami sa ukazuje, že pre ženy je najsilnejším motívom túžba po časovej flexibilitě (4,13), kde možno očakávať, že sa na to ženské pohlavie díva z pohľadu potreby väčšej voľnosti v organizácii svojho času pri zvládaní každodenných aktivít. Ďalšími faktormi, ktoré sú najsilnejšie u žien i mužov je túžba naplniť svoj potenciál a túžba stať sa nezávislými. U žien sú tieto motívy mierne silnejšie než u mužov. U mužov naopak prevyšuje túžba vyvíjať nové produkty či procesy (3,7). Zaujímavým zistením je tiež fakt, že na vysokoškolské študentky majú tendenciu pôsobiť push motívy s vyššou intenzitou, než na študentov mužského pohlavia. Ženy majú silnejšie presvedčenie, že v zamestnaneckom pomere budú menej zaplatené (2,29), a tiež že si nenájdu prácu, ktorá ich bude baviť a naplňovať (2,32). Ženské pohlavie má nižšiu dôveru vo svoje skúsenosti (1,78) oproti mužom (1,14) a majú väčší strach než muži, že si nenájdu vhodnú prácu, kvôli nedostatku skúseností. Skúmané push a pull motívy na základe pohlavia sú vyobrazuje *Graf 8* a *Graf 9*.



**Graf 8:** Push faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe pohlavia

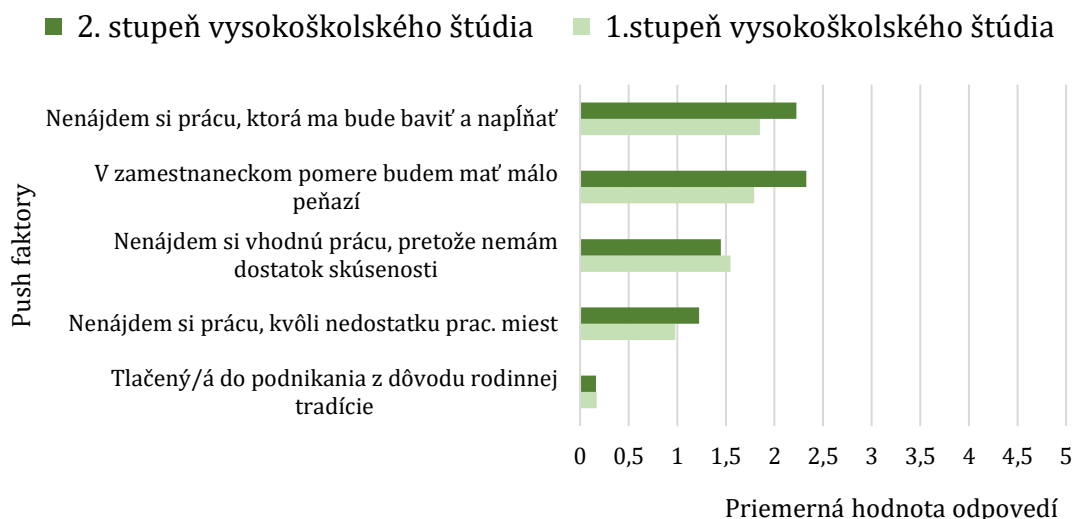
(Zdroj: vlastné spracovanie)



**Graf 9:** Pull faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe pohlavia

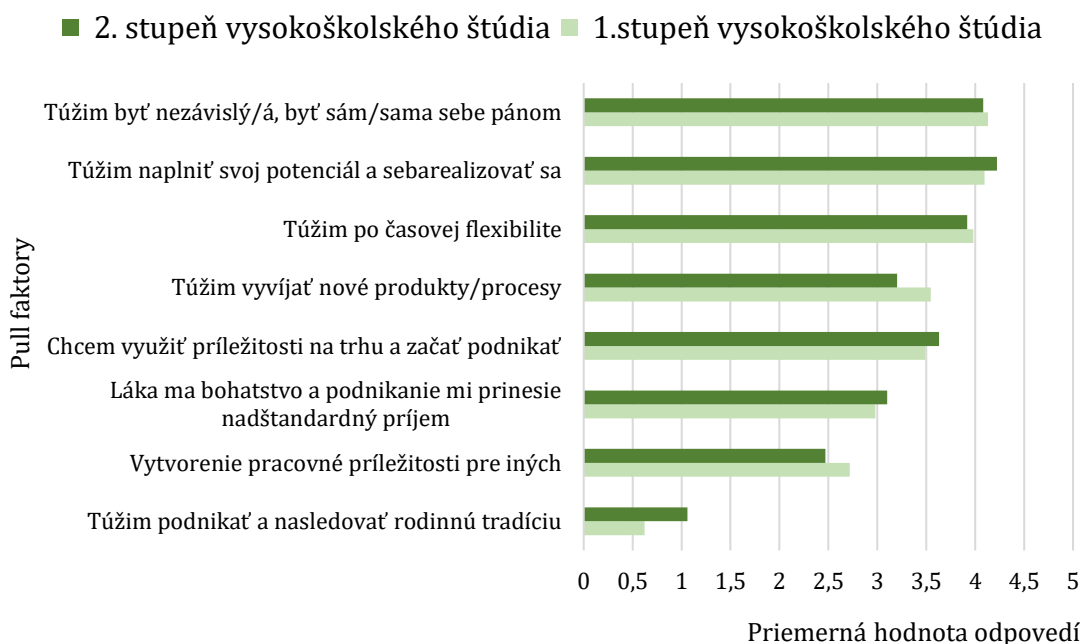
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Rozdiely v pôsobení faktorov u študentov prvého a druhého stupňa vysokoškolského štúdia nie sú výrazné. Študenti 2. stupňa majú väčší strach, že si nenájdu prácu, ktorá ich bude baviť a naplňovať (2,22) a že budú mať v zamestnaneckom pomere málo peňazí (2,32). Myslím si, že daná skutočnosť môže prameniť z faktu, že študenti 2. vysokoškolského štúdia viac vnímajú, že najmä oni si budú hľadať kariérne uplatnenie počas pandémie.



**Graf 10:** Push faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe stupňa štúdia

(Zdroj: vlastné spracovanie)

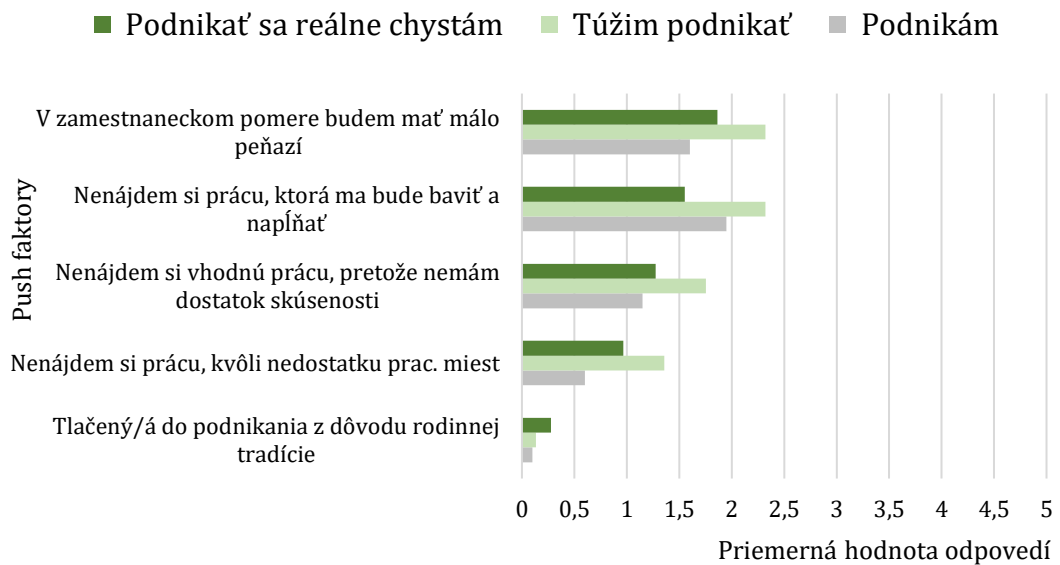


**Graf 11:** Pull faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe stupňa štúdia

(Zdroj: vlastné spracovanie)

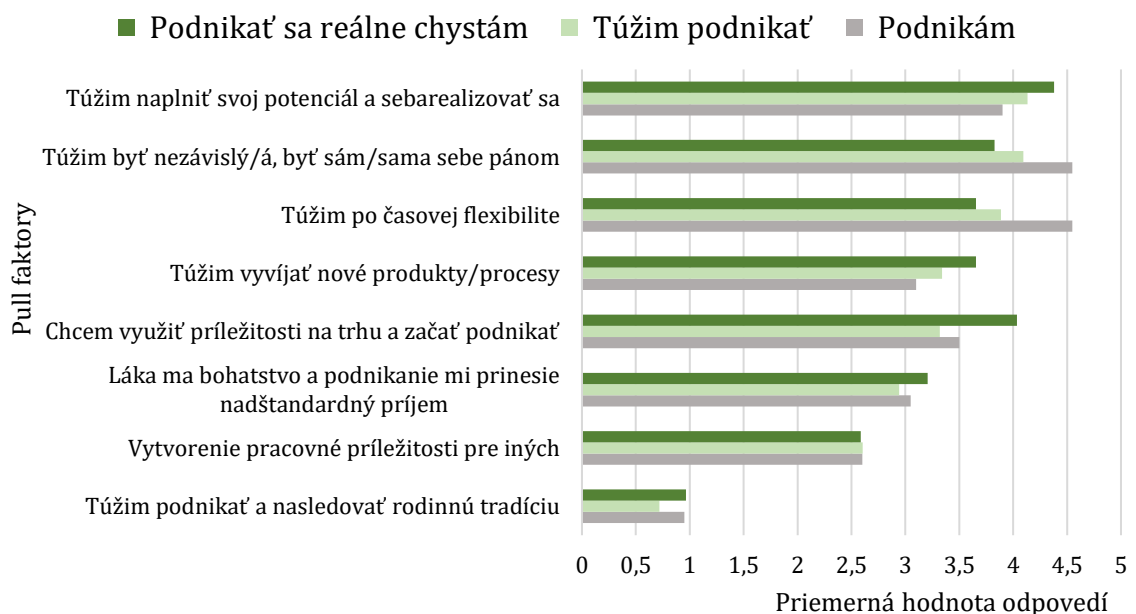
Za dôležité pokladám, pozrieť sa na pôsobenie faktorov na motiváciu podnikáť tiež z pohľadu postoja k podnikaniu. Na to, aké faktory motivujú študentov podnikáť, mohli odpovedať prirodzene iba študenti s kladným postojom k podnikaniu. Študenti boli rozdelení do troch skupín – podnikám, podnikáť sa reálne chystám, túžim podnikáť. Ukázalo sa, že na takto vymedzené skupiny respondentov pôsobia faktory v určitej miere odlišne. Najsilnejšími faktormi, pre už podnikajúcich

študentov, je túžba po časovej flexibilita a túžba po nezávislosti. U študentov, ktorí sa podnikat' chystajú prevažuje túžba sebarealizovať sa a túžba využiť príležitosti na trhu. Zaujímavým zistením je, že na študentov, ktorí túžia podnikat', ale zatiaľ sa podnikat' reálne nechystajú, pôsobia vo väčšej miere push faktory, než na skupinu respondentov, ktorá podniká alebo sa podnikat' reálne chystá. U všetkých skupín však prevažuje pôsobenie pull faktorov. Rozdelenie faktorov ovplyvňujúcich motiváciu k podnikaniu podľa postoja k podnikaniu zobrazuje Graf 12.



**Graf 12:** Push faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe postoja k podnikaniu

(Zdroj: vlastné spracovanie)

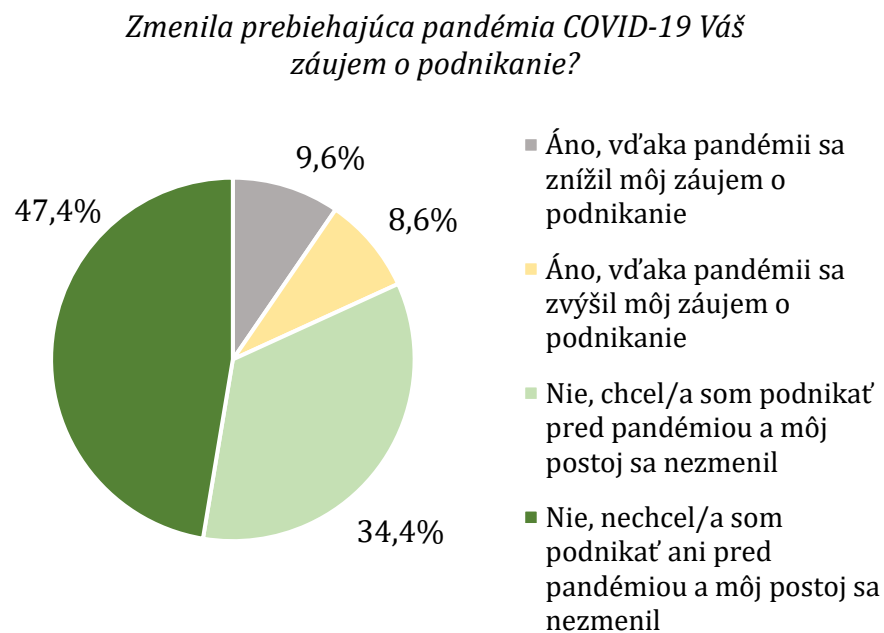


**Graf 13:** Pull faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe postoja k podnikaniu

(Zdroj: vlastné spracovanie)

### 13. Zmenila prebiehajúca pandémia COVID-19 Váš záujem o podnikanie?

Dôležitým zistením je, že pandémia COVID-19 ovplyvnila postoj k podnikaniu u 18,2 % študentov. Neovplyvnila ho však iba negatívne. Pandémia znížila záujem o podnikanie u 9,6 % opýtaných respondentov. Naopak, vďaka pandémie sa zvýšil záujem o podnikanie u 8,6 % študentov. Študentov, ktorí chceli podnikat' pred pandémiou a ich postoj sa nezmenil je 34,4 % a študentov, ktorí nechceli podnikat' pred pandémiou a ich postoj sa nezmenil je 47,4 %. Zmenu postoja k podnikaniu spôsobenú pandémiou zobrazuje Graf 14.



**Graf 14:** Rozdelenie respondentov podľa postoja k podnikaniu počas pandémie

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Ukázalo sa, že zmena postoja k podnikaniu závisela na tom, aký postoj k podnikaniu respondent zastáva. Zvýšenie motivácie podnikat' bola zaznamenaná u 25 % študentov, ktorí už podnikajú, u 20,7 % študentov, ktorí sa podnikat' chystajú a u 9,4 % študentov, ktorí túžia podnikat'. Naopak, nezáujem o podnikanie sa prehĺbil u 6,5 % respondentov, ktorých podnikanie neláka, až u 22,6 % respondentov s túžbou podnikat' a iba u 3,4 % respondentov, ktorí sa podnikat' chystajú. U študentov, ktorí už podnikajú sa motivácia k podnikaniu kvôli pandémie neznížila. K zisteniu vzťahu uvedených veličín bol využitý chí-kvadrát test o nezávislosti znakov. Nulová hypotéza predpokladá, že to či zmenila prebiehajúca pandémia COVID-19 túžbu podnikat' nezávisí od samotného postoja k podnikaniu. P-hodnota, ktorá predstavuje minimálnu hladinu významnosti pre zamietnutie nulovej hypotézy je  $5,41 \cdot 10^{-32}$ , preto nulovú hypotézu zamietame. Na hladine významnosti 5 % prijímame alternatívnu hypotézu o existencii závislosti medzi



zmenou túžby k podnikaniu kvôli pandémie COVID-19 a samotného postoja k podnikaniu bez ohľadu na vonkajšie okolnosti.

Voľba odpovedí sa u respondentov nelíšila v prípade rozdelenia študentov podľa ročníkov ani podľa pohlavia.

*14. Pomohlo by Vám zdieľanie podnikateľských praktických skúseností, s vysporiadaním sa so situáciou spojenou s COVID-19, k zvýšeniu Vašej motivácie podnikat'?*

Z analýzy predchádzajúcej otázky, zameranej na zmenu postojov k podnikaniu vzhľadom na prebiehajúcu pandémiu COVID-19, vyplynulo, že skoro u 10 % respondentov klesol záujem o podnikanie. Otázka zameraná na zdieľanie praktických skúseností podnikateľov, ako sa vysporiadavajú so situáciou spojenou s pandémiou, má za úlohu zistiť či by pre respondentov bolo nápomocné zdieľanie praktických rád riešenia tejto neznámej a neočakávanej situácie.

Najsilnejší rozhodný záujem prejavili skupiny respondentov, ktorí už podnikajú (25 %) a ktorí túžia podnikat' (23 %). U študentov, ktorí sa podnikat' chystajú, bol rozhodný záujem u 7 % respondentov a u tých, ktorí podnikat' nechcú na úrovni 3 %.

Prejavenie slabšieho záujmu, prikláňajúceho sa ku kladnej odpovedi, je u 40 % podnikajúcich študentov, 38 % študentov chystajúcich sa podnikat', 53 % študentov túžiacich podnikat'. U študentov, ktorých podnikanie neláka, je záujem prirodzene nižší, na úrovni 24 %.

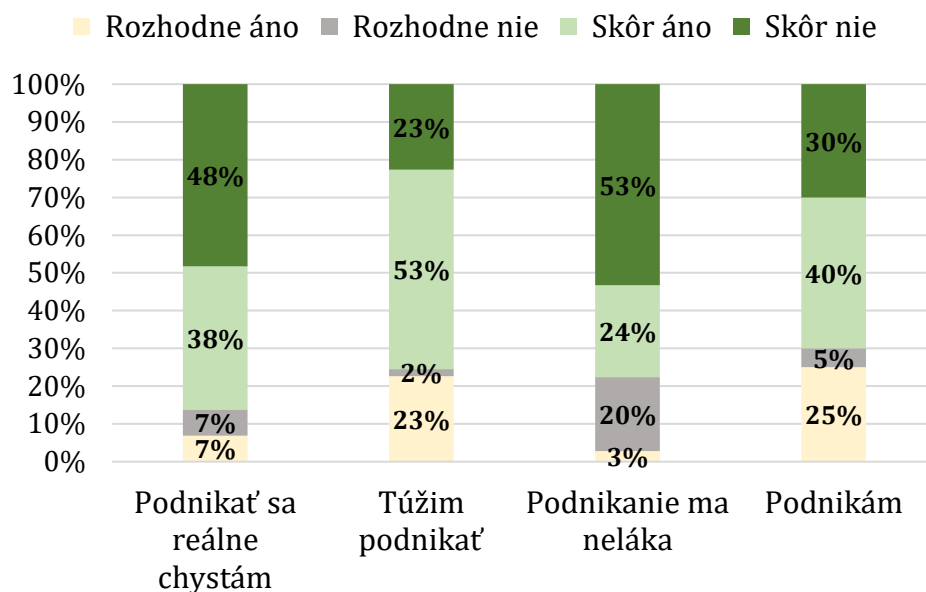
Dvadsať percent študentov bez záujmu o podnikanie naopak označilo, že by im rozhodne nepomohlo zdieľanie podnikateľských skúseností v tejto oblasti. U skupiny študentov s kladným postojom k podnikaniu je rozhodný nezáujem o zdieľanie podnikateľských skúseností nižší – podnikajúci študenti (5 %), študenti chystajúci sa podnikat' (7 %), študenti, ktorí túžia podnikat' (2 %).

Najviac študentov, ktorí sa prikláňajú k presvedčeniu, že im skôr nepomôže, než pomôže zdieľanie podnikateľských skúseností, v oblasti pandémie COVID-19, je medzi skupinou študentov, ktorých podnikanie neláka, a to 53 %. U študentov, ktorí podnikajú, je to 30 %, u tých, ktorí sa podnikat' chystajú 48 %. Študenti, ktorí túžia podnikat' sa prikláňali k skôr zápornej odpovedi v 23 % prípadoch.

Z analýzy výsledkov otázky skúmajúcej záujem o zdieľanie podnikateľských skúseností, s vysporiadaním sa s pandémiou COVID-19, možno postrehnúť najvyšší záujem u skupiny študentov túžiacich podnikat', ktorí sa prikláňali ku kladným odpovediam v 76 % prípadov. Veľký záujem tiež prejavili už podnikajúci študenti (65%). Najnižší záujem je prirodzene zaznamenaný u študentov, ktorí o podnikanie záujem nemajú. Len 27 % týchto študentov sa priklonilo ku kladnej odpovedi, naopak 73 % študentov v tejto skupine si myslí, že by im zdieľanie od podnikateľov, v oblasti podnikania počas pandémie, motiváciu k podnikaniu nezvýšilo.

Pomocou chí-kvadrát testu, pri p-hodnote  $5,27 \cdot 10^{-7}$  bola zamietnutá nulová hypotéza o nezávislosti skúmaných znakov. Bolo preukázaná závislosť medzi záujmom o zdieľanie podnikateľských praktických skúseností s vysporiadaním sa s pandémiou COVID-19 a postojom študentov k podnikaniu. Odpoveď na otázku som tiež skúmala na základe rozdelenia študentov do skupín podľa ročníkov, neukázali sa však významné rozdiely v odpovediach.

*Pomohlo by Vám zdieľanie podnikateľských praktických skúseností, s vysporiadaním sa so situáciou spojenou s COVID-19, k zvýšeniu Vašej motivácie podnikat'?*



**Graf 15:** Záujem o zdieľanie skúseností podnikateľov s pandémiou, na základe rozdelenia respondentov podľa záujmu o podnikanie

(Zdroj: vlastné spracovanie)

*15. Ohodnoťte, prosím, Vaše postoje k podnikaniu v súvislosti s pandémiou COVID - 19 (0 - nemá žiadny vplyv, 5 – dôvod je pre mňa zásadný)*

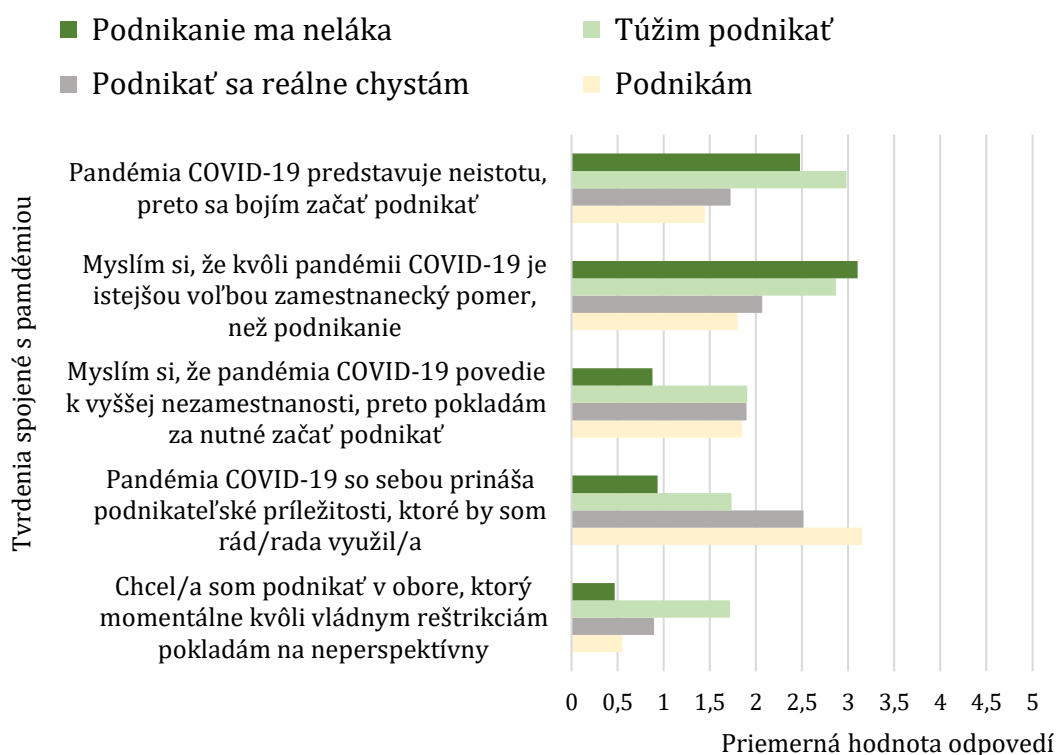
Skúmanie postojov k podnikaniu, spojených s pandémiou COVID-19, bolo vykonané pomocou získavania odpovedí na bodovej škále od 0 do 5, kde 0 vykazuje žiadny vplyv a 5 vplyv zásadný. Respondenti hodnotili nasledujúce tvrdenia:

1. Myslím si, že kvôli pandémie COVID-19 je istejšou voľbou zamestnanecký pomer, než podnikanie (2,88)
2. Pandémia COVID-19 predstavuje neistotu, preto sa bojím začať podnikat' (2,4)
3. Pandémia COVID-19 so sebou prináša podnikateľské príležitosti, ktoré by som rád/rada využil/a (1,57)

4. Myslím si, že pandémia COVID-19 povedie k vyššej nezamestnanosti, preto pokladám za nutné začať podnikat' (1,37)
5. Chcel/a som podnikat' v obore, ktorý momentálne kvôli vládnym reštrikciám pokladám na neperspektívny (0,85)

Priemer bodových hodnotení respondentov k jednotlivým tvrdeniam ukazuje, že najsilnejším presvedčením študentov je, že kvôli pandémie je istejšou voľbou zamestnanecký pomer než podnikanie. Nemožno však tvrdiť, že toto presvedčenie je silné, keďže priemerná hodnota odpovedí dosiahla hodnotu 2,88. Druhým najsilnejším presvedčením je fakt, že pandémia prináša neistotu, preto sa vyskytuje u respondentov strach začať podnikat'. Priemerná hodnota tohto tvrdenia je na úrovni 2,4.

Kvôli skutočnosti, že bola na základe chí-kvadrát testu potvrdená vzájomná závislosť medzi postojom k podnikaniu a zmenou postoja k podnikaniu v dôsledku pandémie COVID-19, pokladám za správne rozdeliť hodnotenia zmeny postojov do skupín podľa záujmu o podnikanie. Toto rozdelenie zobrazuje *Graf 16*.



**Graf 16:** Rozdelenie respondentov podľa postoja k podnikaniu počas pandémie na základe túžby podnikat'

(Zdroj: vlastné spracovanie)

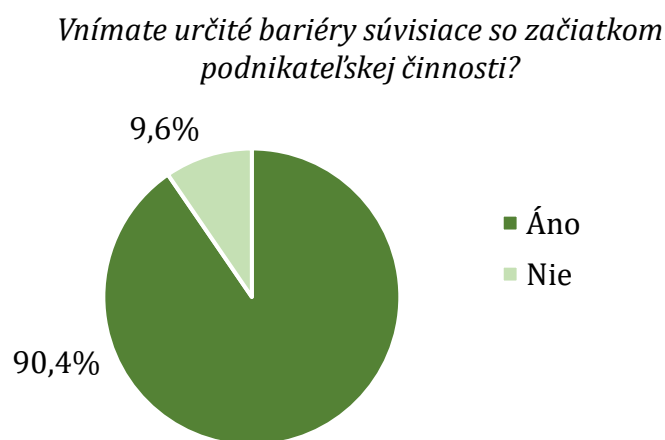
Rozdelením respondentov do skupín podľa postoja k podnikaniu sa ukázalo, že tieto skupiny sú rozdielne citlivé na vnímanie príležitostí a hrozieb spojených s pandemiou. *Graf 16* zobrazuje, že študenti, ktorí už podnikajú, vnímajú pandémiu (s priemerným hodnotením 3,15), ako podnikateľskú príležitosť, ktorú by radi

využili. V najnižšej miere, spomedzi všetkých skupín, vnímajú pandémiu ako neistotu (1,45). Najsilnejším presvedčením, že kvôli pandémie je istejšou voľbou zamestnanecký pomer než podnikanie disponujú študenti, ktorých podnikanie neláka (3,1). Z výsledkov je možné usúdiť neutrálny postoj študentov, ktorí sa reálne podnikat' chystajú. Vo všeobecnosti sa u tejto skupiny dá povedať, že pandémiu nevnímajú ani ako hrozbu ani ako príležitosť. Zaujímavou a dôležitou skupinou je z môjho pohľadu skupina študentov, ktorí túžia podnikat'. U tejto skupiny študentov je možné očakávať, že aj napriek tomu, že túžia podnikat', sa môžu nakoniec uchýliť k voľbe zamestnaneckého pomeru, ak ho budú vnímať ako istejšiu voľbu a prevýši u nich strach z podnikania. Ukázalo sa, že vnímajú pandémiu vo väčšej miere ako neistotu, kvôli ktorej sa boja začať podnikat' (2,98), než ako príležitosť, ktorá ich motivuje k podnikaniu (1,73). Tiež sa viac prikláňajú k presvedčeniu, že kvôli pandémie je istejšou voľbou zamestnanecký pomer, než podnikanie (2,86).

V hodnotení medzi študentmi rozdelenými podľa ročníkov aj podľa pohlaví boli zaznamenané minimálne rozdiely, preto rozboru podľa spomínaného rozdelenia nebola venovaná pozornosť.

*16. Vnímate určité bariéry súvisiace so začiatkom podnikateľskej činnosti? (strach, nedostatok financií, nedostatok informácií, neochota podstúpiť riziko...)*

Dá sa očakávať, že vysoké percento respondentov vníma určité bariéry spojené so začiatkami podnikania. Nie je pre mňa prekvapením, že až 90,4 % opýtaných vníma bariéry, ktoré stoja pred začiatkom podnikania. Naopak, iba 9,6 % respondentov uviedlo, že žiadne bariéry v súvislosti so začiatkom podnikania nevnímajú. Konkrétne bariéry spojené so začiatkom podnikateľskej činnosti budú podrobne analyzované v nasledujúcej otázke.



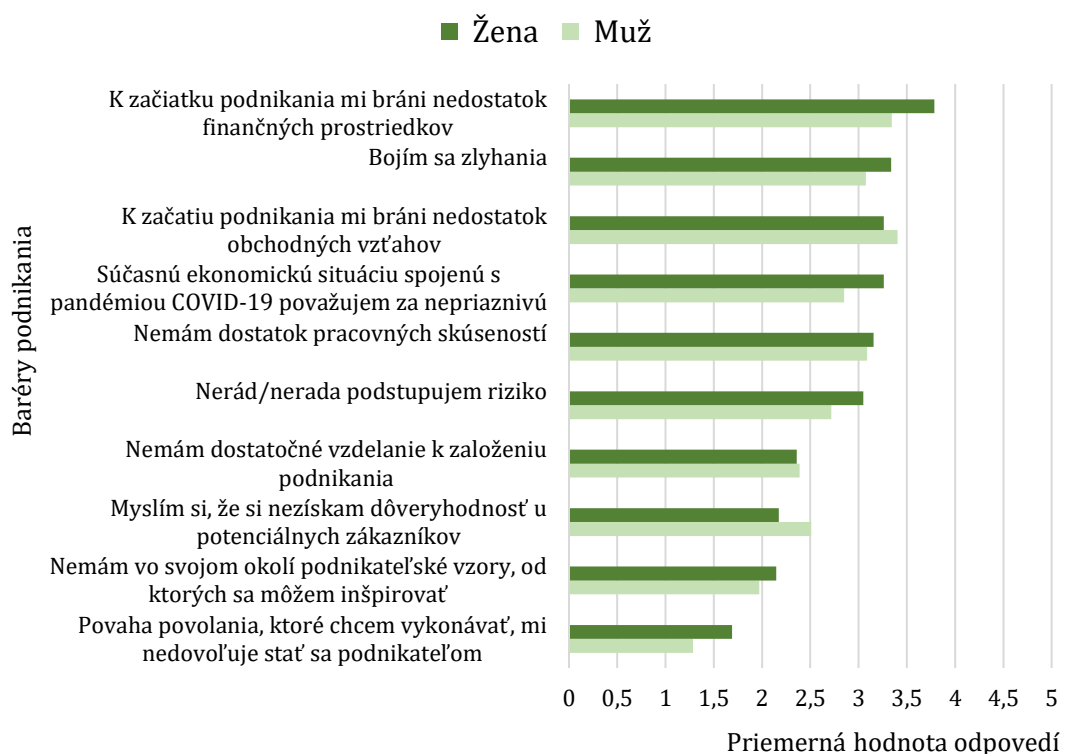
**Graf 17:** Rozdelenie respondentov podľa vnímania bariér v podnikaní

(Zdroj: vlastné spracovanie)

17. *Bez ohľadu či chcete začať podnikat' alebo nie, ohodnoťte, prosím, bariéry, kvôli ktorým nechcete podnikat', resp. ktorých sa najviac bojíte v súvislosti so začatím podnikania (0 - nemá žiadny vplyv, 5 – dôvod je pre mňa zásadný)*

V rámci zisťovania konkrétnych bariér, ktoré brzdia vysokoškolákov v začiatkoch ich podnikania, bol využitý škálový typ otázok na stupnici 0 až 5, kde 0 vykazovala žiadny vplyv a 5 naopak vplyv zásadný. Tento typ otázok bol zvolený kvôli možnosti presnejšej analýzy výsledkov. V tejto otázke bude znázornené vnímanie bariér z pohľadu dosiahnutého stupňa vysokoškolského štúdia, tiež z pohľadu postoja k podnikaniu, rovnako bude v rámci otázky zohľadnené pohlavie respondentov.

Výskum ukázal, že vnímanie bariér spojených s podnikaním je nepatrne vyššie u žien než u mužov. Za najväčšiu bariéru je považovaný nedostatok finančných prostriedkov v začiatkoch podnikania, kde u žien je vnímanie finančných bariér výraznejšie (3,78). Medzi pomerne silné bariéry je možné, na základe výskumu, zaradiť strach zo zlyhania, ktorý je vyšší u žien (3,33) ako u mužov (3,07) a nedostatok obchodných vzťahov, ktoré negatívnejšie vnímajú muži (3,4). Vnímanie ekonomickej situácie, ako bariéry spojenej s pandémiou je výraznejšie u žien (3,26) než u mužov (2,85). Za významné bariéry možno tiež považovať nedostatok pracovných skúseností, ktoré vnímajú obe pohlavia rovnako (3,1) a neochotu podstupovať riziko, kde v tejto oblasti si veria menej ženy (3,04).



**Graf 18:** Hodnotenie bariér podľa pohlavia

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Pri rozdelení študentov do skupín podľa stupňa štúdia, nie je pozorovaný výrazný rozdiel vo vnímaní bariér spojených s podnikaním. Najvýraznejší rozdiel je zaznamenaný v presvedčení o nedostatočnom vzdelaní k založeniu podnikania, kde študenti druhého stupňa vysokoškolského štúdia vnímajú túto bariéru za nižšiu (2,05) v porovnaní so študentmi prvého stupňa (2,67).



**Graf 19:** Hodnotenie bariér podľa stupňa štúdia

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Najvýraznejšie vnímanie bariér je zaznamenané pri rozdelení študentov do skupín podľa postoja k podnikaniu. Ukazuje sa, že u študentov, ktorí už podnikajú alebo sa podnikateľ chystajú, je výrazne slabšie vnímanie bariér spojených s podnikaním. Priemerná hodnota vnímania bariér u študentov, ktorí podnikajú je 2,08 a u tých, ktorí sa podnikateľ chystajú je 2,11. U študentov, ktorí túžia podnikateľ a u tých, ktorých podnikanie neláka je zaznamenané silnejšie vnímanie bariér spojených s podnikaním. U študentov, ktorý túžia podnikateľ je priemerná hodnota 2,86 a u študentov, ktorých podnikanie neláka je priemerná hodnota vnímania bariér 2,97.



**Graf 20:** Hodnotenie bariér podľa postoja k podnikaniu

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Z analýzy bariér súvisiacich so začiatkom podnikania vyplýva, že u žien je vnímanie bariér nepatrne vyššie ako u mužov. V prípade skúmania bariér medzi stupňom vysokoškolského štúdia, neboli zaznamenané výrazné rozdiely. Najväčší rozdiel je v otázke vzdelania, kde študenti prvého stupňa považujú za väčšiu bariéru nedostatok vzdelania, než starší rovesníci. Najvýraznejšie vnímanie bariér je pri rozdelení študentov podľa postoja k podnikaniu. Ukázalo sa, že študenti, ktorí podnikajú alebo sa podnikat' chystajú vnímajú bariéry v nižšej miere.

## Organizácie podporujúce podnikanie

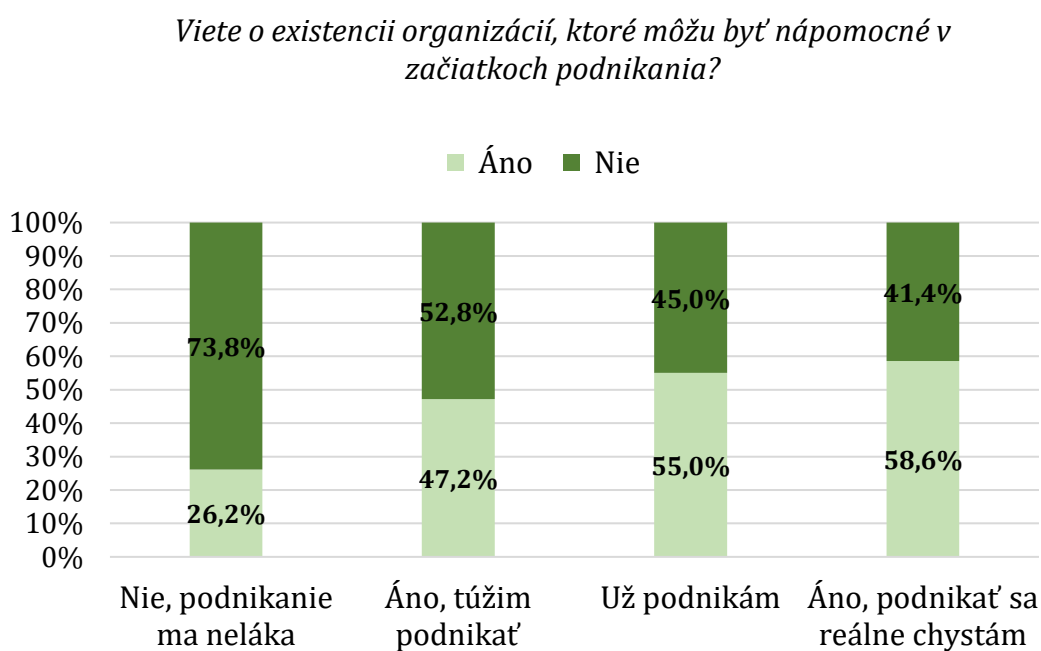
*18. Viete o existencii organizácií, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania?*

Otázka či študenti poznajú organizácie, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania je všeobecnejšej povahy a nevymedzuje sa na žiadne konkrétne formy

podpory podnikavosti študentov. Touto otázkou som chcela získať prehľad či vôbec študenti vnímajú existenciu organizácií, ktoré im v začiatkoch podnikania môžu byť nápomocné. Graf 21 znázorňuje vnímanie existencie spomínaných organizácií, na základe postoja k podnikaniu. Zistilo sa, že o existencii organizácií, ktoré určitým spôsobom podporujú podnikanie, vie priemerne polovica študentov s kladným postojom k podnikaniu. U študentov, ktorí o podnikanie záujem nemajú je povedomie nižšie, a to na úrovni 26 %. Daná skutočnosť vyplýva, z môjho pohľadu, z faktu, že študenti s kladným postojom k podnikaniu, majú vyššiu tendenciu zaujímať sa o možnosti súvisiace s podnikaním.

Aj v tomto prípade bol na overenie závislosti premenných použitý chí-kvadrát test o nezávislosti. Na základe p-hodnoty 0,00126 bola na hladine významnosti 5 % zamietnutá nulová hypotéza a prijatá alternatívna hypotéza o závislosti medzi vedomosťou o existencii organizácií, ktoré môžu byť nápomocné pri začiatkoch podnikania a medzi postojom študentov k podnikaniu.

Na základe chí-kvadrát testu bola tiež zistená závislosť medzi vedomosťou o existencii organizácií, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania a medzi pohlavím (p-hodnota = 0,0259). Väčším povedomím disponujú muži, daná skutočnosť môže vyplývať z faktu, že muži prejavujú väčší záujem o podnikanie než ženy.



**Graf 21:** Vedomosť o existencii organizácií podporujúcich podnikanie podľa postoja k podnikaniu

(Zdroj: vlastné spracovanie)

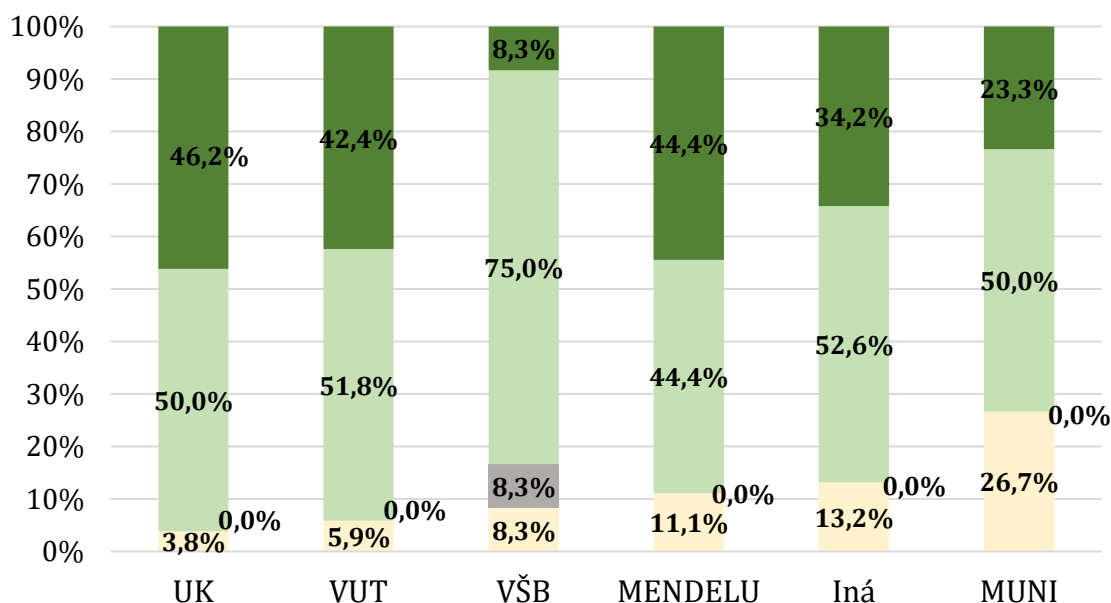


### 19. Využili ste niekedy služby kariérneho centra vysokých škôl?

Otázka či študenti využívajú služby kariérnych centier vysokých škôl má svoje miesto v dotazníkovom šetrení z dôvodu, že súčasťou služieb kariérnych centier býva často spolupráca s inými organizáciami na podporu podnikavosti absolventov. A celkovo, je cieľom kariérnych centier kariérne nasmerovanie a poradenstvo študentom. Z naštudovaných zdrojov som zistila, že len malé percento študentov tieto služby využíva. Potvrdilo sa to aj vo výsledkoch dotazníkového šetrenia. Ukázalo sa, že až 89 % respondentov služby kariérneho centra nikdy nevyužilo, z toho 36,8 % študentov ani nevie o ich existencii. Graf 22 zobrazuje využívanie služieb kariérnych centier podľa univerzít.

#### Využili ste niekedy služby kariérneho centra vysokých škôl?

- Služby kariérneho centra som nikdy nevyužila, pretože som nevedel/a o ich existencii
- Nie, služby kariérneho centra som nikdy nevyužila aj napriek tomu, že viem o ich existencii
- Služby kariérneho centra využívam pravidelne
- Služby kariérneho centra som párkrát využil/a



**Graf 22:** Využívanie služieb kariérnych centier podľa univerzít

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Pri pohľade do grafu vidno, že služby kariérneho centra využíva pravidelne minimálne množstvo opýtaných študentov. V priemere služby kariérneho centra párkrát využilo 11 % študentov. Z toho najviac na Masarykovej univerzite v Brne (26,7 %) a najmenej na Karlovej univerzite v Prahe (3,8 %). Na VUT v Brne využilo párkrát služby kariérneho centra 5,9 % opýtaných študentov a na VŠB v Ostrave

8,3 % študentov. O existencii kariérneho centra vysokej školy si nie sú vedomí najmenej študenti VŠB v Ostrave (8,6 %) a Masarykovej univerzity (23,3 %). Na ostatných univerzitách nevie o existencii kariérnych centier v priemere 44 % študentov.

Závislosť medzi využívaním služieb kariérneho centra vysokej školy a univerzitou, ktorú študent navštevuje bola preukázaná na základe chí-kvadrát testu, kde pri p-hodnote 0,004 bola na 5% hladine významnosti zamietnutá hypotéza o nezávislosti skúmaných znakov.

Z môjho subjektívneho pohľadu, existuje veľký potenciál na rozvoj služieb kariérnych centier vysokých škôl a zvýšenie povedomia o ich činnosti medzi študentami, ktorí nevedia o ich existencii. Alebo vedia, ale služby kariérnych centier nevyužívajú.

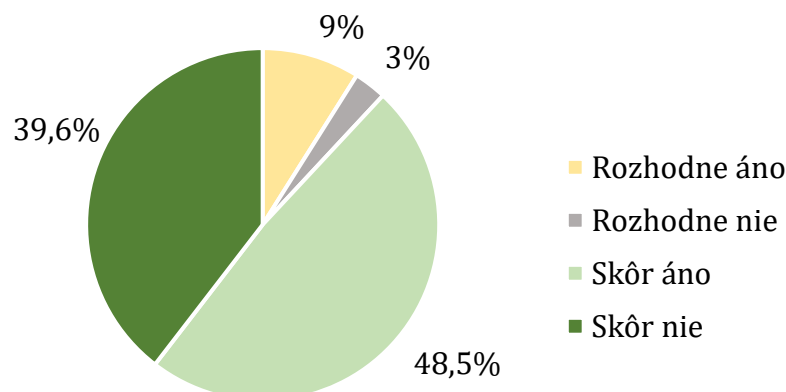
V nasledujúcich dvoch otázkach dotazníkového šetrenia mali študenti ohodnotiť či im služby kariérnych centier pripadajú atraktívne a zhodnotiť dôvod svojej odpovede.

*20. Vnímate služby kariérneho centra ako nápomocné pri rozvoji podnikateľskej kariéry?*

Otázka či študenti vnímajú služby kariérneho centra vysokej školy nápomocné pri rozvoji podnikateľskej kariéry bola položená iba študentom, ktorí o existencii centra vedia. Otázka sa týkala teda 134 študentov. Deväť percent respondentov rozhodne stojí za názorom, že kariérne centrum je v tomto smere nápomocné a 48,5 % respondentov sa prikláňa skôr ku kladnej odpovedi. Naopak 3 % respondentov si rozhodne myslia, že im kariérne centrum v rozvoji ich podnikateľskej kariéry nedokáže pomôcť a 39,6 % opýtaných študentov sa prikláňa skôr k zápornej odpovedi. Je potrebné podotknúť, že bola tiež skúmaná závislosť pomocou chí-kvadrát testu medzi tým, či študenti vnímajú služby kariérneho centra nápomocné pri rozvoji podnikateľskej kariéry a univerzitou, na ktorej študujú. Pri p-hodnote 0,73 nebolo možné zamietnuť hypotézu o nezávislosti skúmaných znakov. Ďalej je nutné povedať, že väčšina odpovedajúcich študentov služby kariérneho centra nevyužila, a preto odpovedali skôr z pozície človeka, ktorý o tejto službe vie, ale reálne s ňou nemá skúsenosť. Preto danej otázke pri formulácii záverov nebude prikladaná veľká váha.

Nasledujúca otázka dotazníkového šetrenia zisťovala dôvod konkrétnej zvolenej odpovede.

Vnímate služby kariérneho centra ako  
nápomocné pri rozvoji podnikateľskej kariéry?



**Graf 23:** Vnímate služby kariérneho centra ako nápomocné pri rozvoji podnikateľskej kariéry?

(Zdroj: vlastné spracovanie)

*21. Uved'te, prosím, dôvod Vašej predchádzajúcej odpovede:*

Zisťovanie dôvodu postoja k službám kariérnych centier, v súvislosti s rozvojom podnikateľskej kariéry, malo formu otvorenej otázky. Študenti mali možnosť vyjadriť svoj názor vlastnými slovami. Na danú otázku odpovedalo 134 študentov, ktorí vedia o existencii kariérneho centra. Najčastejšie odpovede sú roztriedené do skupín. Odpovede na túto otázku prinesú pohľad na negatívne aj pozitívne názory študentov a povedú k možnosti lepšieho návrhu riešení problematiky rozvoja podnikavosti študentov.

Služby kariérnych centier vysokých škôl sú rôzne, niektoré kariérne centrá služby smerom k rozvoju podnikavosti poskytujú, iné nie. Odpovede sa nedajú paušalizovať pre všetky kariérne centrá, avšak môžu predstavovať vodítko k tomu, aké služby študenti oceňujú a ku ktorým majú skôr negatívny postoj.

Kladné odpovede

**Pomoc s kariérnym nasmerovaním, zorientovaním sa a rozhodovaním**

Častou odpoveďou bolo, že kariérne centrá pomáhajú študentom s kariérnym nasmerovaním a zistením, na čo sa hodia. Tiež získanie názoru od skúsených v danej oblasti. Niektorí tiež uvádzali kurzy a workshopy, ktorých sa zúčastnili.

**Získanie skúseností a kontaktov**

Získanie kontaktov bolo častým spomínaným plusom kariérnych centier, kde študenti uvádzali, že im je umožnené prepojiť sa s ľuďmi z podnikateľskej praxe. Možnosť získať skúsenosti od ľudí, ktorí majú v odbore skúsenosti.

## **Pozdvihnutie podnikateľského sebavedomia**

Študenti uvádzali, že kariérne centrá môžu byť nápomocné pri pozdvihnutí podnikateľského sebavedomia získaním informácií od kariérneho centra.

### Záporné odpovede

#### **Viac zameraní na pomoc s nájdením zamestnania**

Najčastejšia odpoveď bola, že kariérne centrá sú zamerané skôr na nájdenie zamestnania a v malej miere napomáhajú k rozvoji podnikavosti študentov alebo k osobnostnému rozvoju. Vyskytli sa tiež odpovede, kde študenti uvádzali, že nevedia, že by nejakým spôsobom pomáhali kariérne centrá študentom s podnikaním a nenapadlo im hľadať pomoc práve tam.

#### **Nemajú skúsenosť s podnikaním**

Ďalšou najčastejšou odpoveďou bolo, že v kariérnych centrách pracujú ľudia, ktorí s podnikaním často nemajú skúsenosť, a preto si študenti myslia, že im s rozvojom ich podnikavosti pomôcť nemôžu.

#### **Obecné rady, málo praxe**

Jednou z najčastejších odpovedí bola tiež odpoveď, že v kariérnych centrách sa predávajú študentom väčšinou obecné rady, než tie praktické.

Z analýzy odpovedí je vidieť, že študenti na túto otázku disponujú kladnými i zápornými názormi. Ukazuje sa, že veľa študentov o pomoci kariérnych centier smerom k podnikaniu nevie. Aj keď je nutné podotknúť, že naozaj nie všetky kariérne centrá podnikavosť študentov podporujú. V tejto oblasti vidím potenciál na zvyšovanie povedomia študentov o činnosti kariérnych centier a rozširovaní ich služieb.

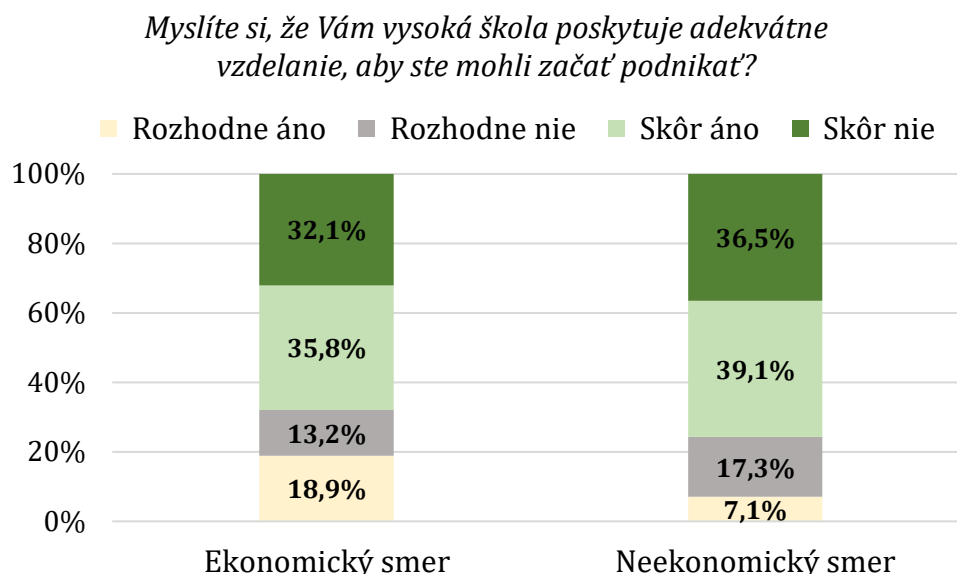
*22. Myslíte si, že Vám vysoká škola poskytuje adekvátne vzdelanie, aby ste mohli začať podnikat'?*

Vzhľadom k skutočnosti, že vysoká škola vzdeláva študentov a poskytuje im odborné znalosti, aby dosiahli lepšie kariérne uplatnenie počas svojho produktívneho veku, pokladám za vhodné zistiť názor študentov či im vysoká škola poskytuje základy k začiatkom podnikania.

Pri analýze výsledkov sa ukázalo, že pri voľbe odpovedí nezáležalo či študenti študujú vysokú školu ekonomického alebo neekonomického smeru. Daná

skutočnosť bola overená tiež pomocou chí-kvadrát testu nezávislosti, kde pri p-hodnote 0,1 nebola zamietnutá hypotéza o nezávislosti skúmaných premenných. Rovnako nebola potvrdená závislosť medzi ročníkom štúdia a názorom na to, či študenti pokladajú vzdelanie na vysokej škole adekvátne k založeniu podnikania.

Študentov ekonomických vysokých škôl, ktorí si myslia, že im vysoká škola poskytuje dostatočné základy k založeniu podnikania je 18,9 %. Študentov neekonomických škôl s rovnakým názorom je 7,1 %. Študentov s ekonomickým vzdelaním, ktorí sa prikláňajú skôr ku kladnej odpovedi je 35,8 % a študentov neekonomických vysokých škôl 39,1 %. To, že vysoká škola rozhodne neposkytuje dostatočné vzdelanie k založeniu podnikania si myslí 13,2 % študentov ekonomického smeru a 17,3 % študentov neekonomického smeru. Skôr k negatívnemu názoru sa prikláňa 36,5 % študentov neekonomického smeru a 32,1 % ekonomického vzdelávania.



**Graf 24:** Podnikateľské vzdelanie na vysokej škole

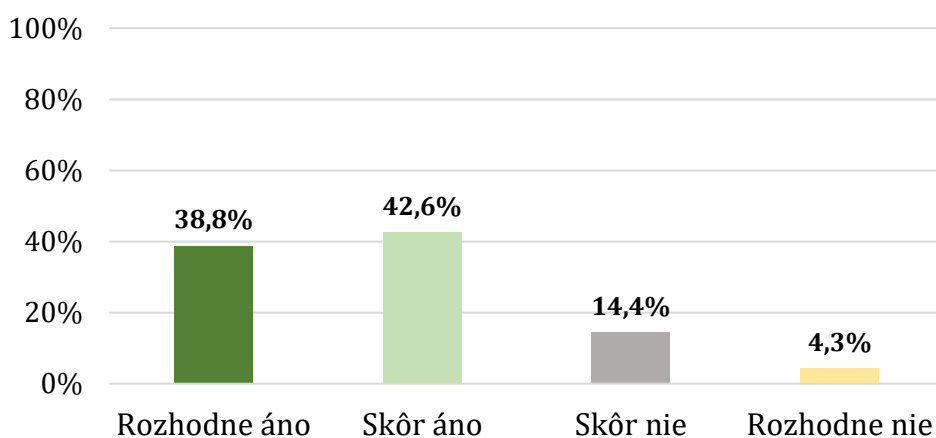
(Zdroj: vlastné spracovanie)

*23. Máte pocit, že ste vedený počas života viac k tomu, ako sa stať zamestnancom, než ako sa stať podnikateľom?*

Na ceste za kariérom uplatnením na študentov pôsobia rôzne faktory, ktoré ich predurčujú stať sa buď zamestnancom alebo podnikateľom. Podrobnejšej analýze bolo venovaných niekoľko predchádzajúcich otázok. Táto otázka, na základe podnetu z preštudovanej literatúry, si kladie za cieľ zistiť či majú študenti pocit, že sú počas svojho života vedení viac k tomu stať sa zamestnancom, než sa stať podnikateľom.

Aj keď sa z môjho subjektívneho pohľadu dalo čakať, že sa tento názor potvrdí, veľmi ma prekvapilo vysoké percento kladných odpovedí. Až 38,8 % zo všetkých opýtaných vysokoškolských študentov si rozhodne myslí, že sú počas života viac vedení k tomu stať sa zamestnancom a 42,6 % študentov sa skôr prikláňa ku kladnej odpovedi. Naopak len 4,3 % respondentov si rozhodne nemyslí, že sú počas života viac vedení k tomu, aby sa stali skôr zamestnancom než podnikateľom. A tiež 14,4 % študentov sa prikláňa skôr k zápornej odpovedi.

*Máte pocit, že ste vedený počas života viac k tomu, ako sa stať zamestnancom, než ako sa stať podnikateľom?*



**Graf 25:** Sú študenti počas života viac vedení k tomu stať sa zamestnancom než podnikateľom?

(Zdroj: vlastné spracovanie)

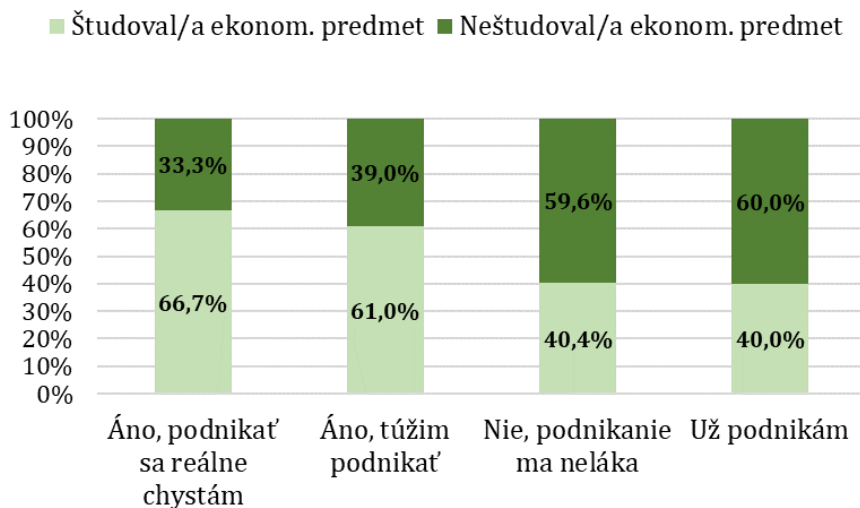
#### *24. Mali ste v rámci vysokoškolského štúdia nejaký ekonomický predmet?*

Analýza odpovedí na otázku či študent mal počas štúdia nejaký ekonomický predmet, bude vykonaná na študentoch neekonomického smeru. Bol vykonaný test závislosti pomocou chí-kvadrát testu medzi postojom k podnikaniu a tým či mal študent ekonomický predmet. Pri hraničnej p-hodnote 0,052, nemohla byť na 5% hladine významnosti zamietnutá hypotéza o nezávislosti skúmaných premenných.

Voľbu odpovedí respondentov zobrazuje *Graf 26*. Podľa môjho názoru je nižšie štúdium ekonomických predmetov u študentov bez záujmu o podnikanie spôsobené nezaujmom o túto problematiku a naopak u študentov, ktorí už podnikajú, tým že majú pocit, že už potrebné znalosti majú. Naopak u študentov, ktorých podnikanie zaujíma môžeme predpokladať, že majú vyššiu tendenciu zvoliť si štúdium ekonomického predmetu, ktoré bývajú na neekonomických fakultách skôr formou voliteľných alebo povinne voliteľných predmetov. Nemyslím si, že by v tomto prípade štúdium ekonomického predmetu výrazne ovplyvňovala záujem

o podnikanie, prikláňam sa k názoru, že u študentov so záujmom o podnikanie je väčšia pravdepodobnosť, že si daný predmet zvolia.

*Mali ste v rámci vysokoškolského štúdia nejaký ekonomický predmet?*



**Graf 26:** Štúdium ekonomického predmetu a postoj k podnikaniu u študentov neekonomických smerov

(Zdroj: vlastné spracovanie)

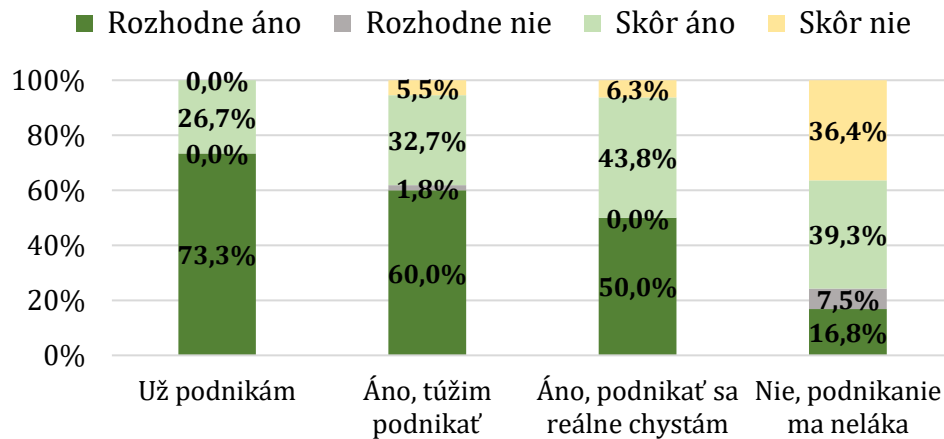
*25. Pokladáte za dôležité počas štúdia nadväzovať kontakty s podnikateľmi, od ktorých sa môžete inšpirovať?*

Dôležitosť nadväzovania kontaktov s podnikateľmi od ktorých je možné sa inšpirovať si uvedomujú najviac študenti, ktorí už podnikajú. Táto skupina pokladá nadväzovanie kontaktov za rozhodne dôležité na úrovni 73,3 % a ku kladnej odpovedi sa prikláňa zvyšných 26,7 % podnikajúcich študentov. Študenti, ktorí túžia podnikat' označili rozhodnú dôležitosť nadväzovania kontaktov s podnikateľmi v 60 % prípadoch a u študentov, ktorí sa podnikat' chystajú, je táto odpoveď zastúpená z 50 %. U študentov, ktorých podnikanie neláka, sa voľba rozhodnej kladnej odpovede vyskytuje na výrazne nižšej úrovni, a to u 16,8 % respondentov. Respondentov, ktorí zastávajú názor, že nadväzovanie kontaktov s podnikateľmi počas štúdia nie je vôbec dôležité, je minimálne množstvo. U študentov, ktorí túžia podnikat' sa táto odpoveď vyskytovala u 1,8 % respondentov a u študentov, ktorých podnikanie neláka to bolo 7,5 %. Ostatné skupiny túto možnosť vôbec neoznačili. Odpovede respondentov zobrazuje *Graf 27*.

Závislosť medzi tým či študenti pokladajú za dôležité nadväzovať kontakty s podnikateľmi, od ktorých sa môžu inšpirovať a postojom k podnikaniu bola

overená pomocou chí-kvadrát testu. Pri p-hodnote  $1,52 \cdot 10^{-8}$  bola na 5% hladine významnosti zamietnutá nulová hypotéza o nezávislosti skúmaných znakov.

*Pokladáte za dôležité počas štúdia nadväzovať kontakty s podnikateľmi, od ktorých sa môžete inšpirovať?*



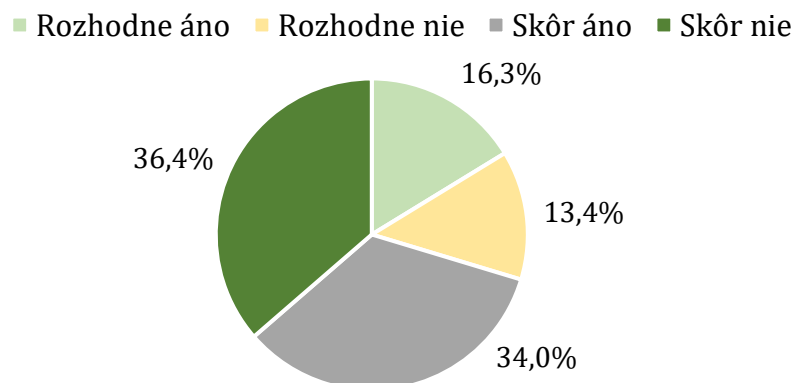
**Graf 27:** Dôležitosť nadväzovania kontaktov počas štúdia s podnikateľmi na základe postoja k podnikaniu

(Zdroj: vlastné spracovanie)

## 26. Máte pocit, že máte počas štúdia dostatočný prístup k odborníkom z praxe?

Z výsledkov analýzy predchádzajúcej otázky sa ukázalo, že študenti vo väčšine prípadov pokladajú za dôležité nadväzovať kontakty s podnikateľmi, od ktorých sa môžu inšpirovať. Otázka či majú študenti pocit, že majú dostatočný prístup k odborníkom z praxe, má za úlohu zistiť či sa v okolí študentov, na základe ich subjektívneho vnímania, nachádzajú odborníci, od ktorých sa môžu inšpirovať.

*Máte pocit, že máte počas štúdia dostatočný prístup k odborníkom z praxe?*



**Graf 28:** Názor na prístup k odborníkom z praxe počas štúdia

(Zdroj: vlastné spracovanie)



Ukázalo sa, že 16,3 % študentov má rozhodne dostatočný prístup k odborníkom z praxe, 34 % študentov skôr má prístup k odborníkom z praxe. Naopak 13,4 % študentov zastáva rozhodne názor, že prístup k odborníkom nemajú a ďalších 36,4 % študentov sa tiež skôr prikláňa k negatívnej odpovedi. Danú skutočnosť zobrazuje *Graf 28*.

*27. Máte povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov?*

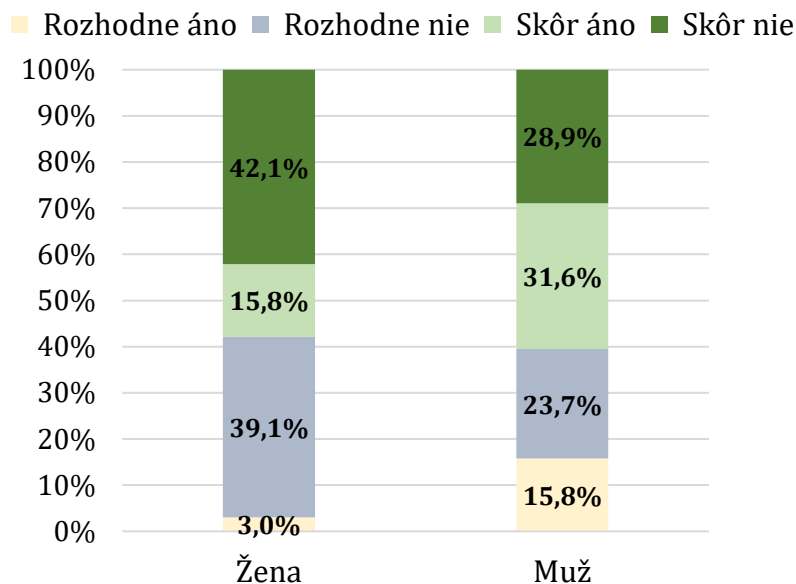
Z analýzy odpovedí na otázku, či majú študenti povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov vyplynulo, že väčšie povedomie je u mužov, než u žien. Danú skutočnosť zobrazuje *Graf 29* a bola overená na základe chí-kvadrát testu, kde pri p-hodnote  $7,91 \cdot 10^{-5}$  bola zamietnutá nulová hypotéza o nezávislosti skúmaných znakov. Taktiež bola potvrdená závislosť medzi ročníkom štúdia a povedomím o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, kde najväčším povedomím disponovali študenti prvého ročníka magisterského štúdia. Je však nutné povedať, že na základe Cramerovho koeficientu (0,04) je závislosť možné označiť ako veľmi slabú. Zároveň sa ukázalo, že voľba odpovede nezávisela na tom, aký má študent/ka postoj k podnikaniu alebo či študuje technický alebo netechnický odbor.

*28. Sú pre Vás služby podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov k rozvoju Vášho podnikania atraktívne?*

Študentom, ktorí označili, že majú povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, bola položená otázka či sú pre nich tieto služby atraktívne. Na otázku odpovedalo 61 respondentov. Pre 9,8 % študentov sú služby vedecko-technických parkov a podnikateľských inkubátorov rozhodne atraktívne a 37,7 % študentov sa prikláňa skôr ku kladnej odpovedi. Naopak 6,6 % študentov zastáva rozhodný názor o neatraktívnosti týchto služieb pre ich podnikanie a 45,9 % respondentov sa prikláňa skôr k zápornej odpovedi.

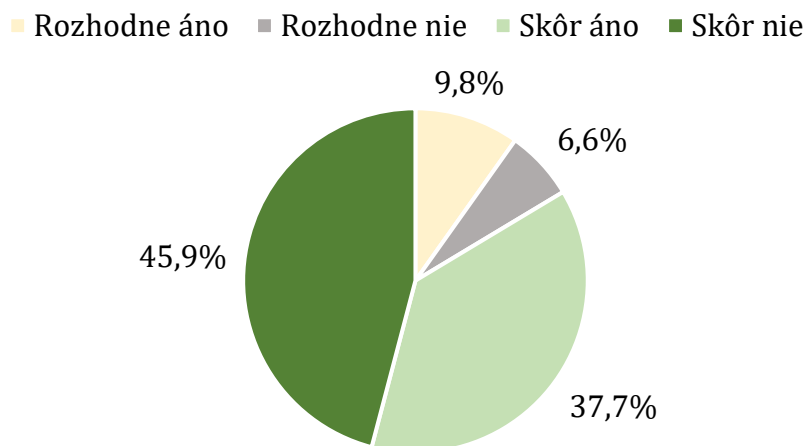
Nebola preukázaná závislosť medzi štúdiom technického či netechnického odboru, pohlavím, ročníkom ani postojom k podnikaniu. Odpovede respondentov zobrazuje *Graf 30*.

*Máte povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov?*



**Graf 29:** Povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov (Zdroj: vlastné spracovanie)

*Sú pre Vás služby podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov k rozvoju Vášho podnikania atraktívne?*



**Graf 30:** Názor na atraktívnosť služieb vedecko-technických parkov a podnikateľských inkubátorov pre vlastné podnikanie (Zdroj: vlastné spracovanie)

*29. Aká služba by Vám v súvislosti so začatím podnikania najviac pomohla?*

Otázka, aká služba by študentovi najviac pomohla so začatím podnikania mala formu otvorenej otázky, kde mal možnosť študent vyjadriť svoju potrebu vlastnými

slovami. Túto otázku pokladám za dôležitú, z hľadiska tvorby vlastných návrhov, na podporu podnikavosti budúcich absolventov vysokých škôl.

Odpovede, ktoré sa často opakovali sú pre zvýšenie prehľadnosti rozdelené do skupín.

- finančná podpora,
- bezúročné pôžičky a zvýhodnené úvery,
- viactýždňové sebarozvojové programy,
- konzultácie s odborníkmi,
- mentoring,
- online platforma,
- poradenstvo s povinnosťami voči štátu,
- základné informácie k začiatku podnikania - daňové poradenstvo, pomoc, s podnikateľským plánom, právne poradenstvo, informácie k vedeniu účtovníctva,
- pomoc s byrokratickými záležitosťami,
- zvýšenie praxí na vysokej škole,
- zoznam podnikateľov s ochotou poskytnúť spätnú väzbu a konzultáciu,
- databáza možných obchodných partnerov.

## 8.5 Zhrnutie analýzy

Na základe vykonanej analýzy je možné pozorovať vysoký záujem študentov o podnikanie, ktorý je ovplyvnený v prevažnej miere pull faktormi. Je dôležité povedať, že študentov do podnikania poháňa viac túžba než nutnosť. Medzi najvýznamnejšie motívy, ktoré vedú k podnikaniu sa dajú zaradiť túžba naplniť svoj potenciál, túžba byť nezávislý/á, byť sám sebe pánom, túžba po časovej flexibilitě, túžba využiť príležitosti na trhu a začať podnikat', vyvíjať nové produkty/procesy. Študenti v súvislosti s podnikaním vnímajú najviac bariéry finančné, nízky sklon k riziku a nedostatok obchodných vzťahov, strach z neúspechu a v súčasnej dobe sa k týmto bariéram pridáva i strach z nepriaznivej situácie spojenej s pandémiou COVID-19. Oproti situácii pred pandémiou sa záujem o podnikanie u študentov výrazne nezmenil, avšak vyskytujú sa nové faktory, na ktoré musia brať ohľad. Ukázalo sa, že niektorí študenti vnímajú pandémiu v otázke podnikania ako príležitosť, iní zas ako hrozbu. Oproti podnikateľským podmienkam pred pandémiou, v súčasnej dobe vstupujú ako faktor, ktorý ovplyvňuje podnikanie i vládne reštrikcie. Študenti to v súvislosti so svojím podnikaním nevnímajú ako veľkú bariéru. Na druhej strane nepriaznivá ekonomická situácia spôsobená

pandémiou bola vo vysokej miere označená ako bariéra začiatku podnikateľskej činnosti. Študenti tiež momentálne prejavujú veľký záujem o zdieľanie praktických skúseností od podnikateľov, spojených s vysporiadaním sa s dopadmi pandémie. Dôležitou skupinou v rámci podpory podnikavosti, sú práve študenti s túžbou podnikat'. U týchto študentov prevláda v súčasnej dobe viac pocit neistoty, než vidina príležitosti spojenej s podnikaním, a tiež vo väčšej miere pokladajú za istejšiu voľbu zamestnanecký pomer, než podnikanie.

Na základe výsledkov výskumu je možné formulovať odporúčania pre rôzne organizácie podporujúce podnikavosť študentov. Ja som si zvolila kariérne centrá vysokých škôl. A to z dôvodu, že na základe poznatkov zo zahraničia, existuje veľký potenciál k rozvoju služieb kariérnych centier i v Českej republike. Fakt, že sa na základe výskumu ukázalo, že študenti disponujú nízkym povedomím o existencii kariérnych centier, sa dá odôvodniť skutočnosťou, že kariérne centrá sú v Českej republike relatívne novým trendom.

Z odporúčaní sa však môžu inšpirovať i iné organizácie, ktoré sa zameriavajú na podporu podnikavosti študentov, najmä v oblasti vzdelania, predávania praktických znalostí a rozvoja osobnosti. Návrhy tiež formulujem pre študentov so záujmom o podnikanie. Budú formulované v návrhovej časti diplomovej práce.

## **8.6 Rozhovory s kariérnymi centrami vysokých škôl**

Súčasťou výskumu sú tiež rozhovory s dvoma kariérnymi centrami vysokých škôl. K rozhovoru som oslovila Ing. Andreu Šimoníkovú, vedúcu útvaru Podnikanie a kariéra v Kariérnom centre VŠB-TUO v Ostrave, ktorá s rozhovorom súhlasila a dala mi tiež súhlas na jeho zverejnenie. Tiež som oslovila Kariérní centrum VUT v Brne, ktoré bolo tiež veľmi ochotné odpovedať na moje otázky a dalo mi súhlas k zverejneniu rozhovoru. Kariérní centrum VUT odpovedalo na otázky prostredníctvom vyplnenia odpovedí v Microsoft Word. Rozhovory je možné nájsť v prílohách diplomovej práce.

Cieľom rozhovoru s kariérnymi centrami bolo zistiť, aké služby v rámci podpory podnikavosti študentov ponúkajú, zistiť ich túžbu k zvyšovaniu povedomia o poskytovaných službách a či sa zmenilo využívanie služieb kariérneho centra zo strany študentov počas pandémie. Získať pohľad nielen zo strany študentov, ale aj profesionálov, ktorí sa zaoberajú podporou podnikavosti študentov, a tým navrhnúť kvalitnejšie riešenia.

# Návrhová časť

## 9 Vlastné návrhy riešenia

Vlastné návrhy riešenia skúmanej problematiky budú v tejto kapitole rozdelené do dvoch častí. Prvá časť bude venovaná návrhom pre organizácie, ktoré určitým spôsobom podporujú podnikavosť študentov, najmä pre kariérne centrá vysokých škôl. Som si vedomá toho, že kariérne centrá nie sú výhradne zamerané na podporu podnikavosti študentov, ale orientujú sa na kariérne poradenstvo, do ktorého by bezpochyby malo spadať i podnikanie. Zároveň je vidieť, že niektoré kariérne centrá sa už otázkou podnikavosti študentov aktívne zaoberajú, a preto mi vytvorenie návrhov týmto smerom príde aktuálne. Niektoré odporúčania sa zároveň môžu samozrejme hodiť i napríklad projektom či vysokoškolským predmetom, ktorých cieľom je rozvoj podnikavosti študentov.

Výskum ukázal, že študenti majú nízke povedomie o činnosti kariérnych centier vysokých škôl. Na základe rozhovorov s Ing. Andreou Šimoníkovou, vedúcou útvaru Podnikání a kariéra v KC VŠB-TUO, a tiež na základe rozhovoru s KC VUT je zrejmé, že kariérne centrá vysokých škôl vznikli nedávno a nachádzajú sa vo fáze budovania povedomia o ich službách. Z môjho pohľadu majú kariérne centrá potenciál výrazne podporovať študentov v ich kariérnom smerovaní, nielen v oblasti pomoci s nájdením zamestnania či radách spojených so zamestnaneckým pomerom, ale tiež v podpore podnikania. Či už nepriamo formou rozvoja soft skills, ale aj priamo aktivitami zameranými na rozvoj podnikavosti. Pokladám preto za správne, aby boli formulované na základe výskumu diplomovej práce návrhy práve pre kariérne centrá vysokých škôl. V súčasnej dobe je ponuka služieb kariérnych centier vysokých škôl rôzna, niektoré kariérne centrá vysokých škôl sa otázke podpory podnikavosti študentov venujú viac, iné menej. Veľkou výhodou kariérnych centier vysokých škôl je pre študentov to, že sú zadarmo a existujú práve preto, aby študentom pomáhali nájsť kariérnu cestu.

Na základe výskumu možno konštatovať, že všeobecne služby kariérneho centra využíva v súčasnej dobe malé percento študentov. Niektorí študenti sa obávajú veľkého množstva teórie, obecných rád a mála praxe. Viacero študentov označilo, že by im podnikateľské rady nenapadlo hľadať práve v kariérnom centre. Nie je to však možné zovšeobecniť a záleží to na univerzite. Pretože v niektorých kariérnych centrách sa služby smerom k podpore podnikavosti naozaj neposkytujú.

Odporúčania budú smerované na zvyšovanie povedomia o existencii kariérnych centier vysokých škôl a na rozšírenie služieb smerom k podpore podnikavosti študentov. Je dobré povedať, že niektoré odporúčania môžu byť nápomocné nielen k rozvoju podnikavosti, ale k celkovému kariérnemu nasmerovaniu študentov podľa ich preferencií a celkovému rozvoju osobnosti. Dané

odporúčania sa môžu taktiež hodiť i iným organizáciám, ktoré podporujú podnikavosť študentov.

## 9.1 Návrhy pre kariérne centrá

### 1. Zvyšovanie povedomia pomocou komunikácie obsahu workshopov pomocou informačných grafík, ktoré študenta edukujú a pútavo oboznámia s obsahovou stránkou udalosti

Informačné grafiky rastú na popularite, čo predstavuje pre podniky bohatú možnosť komunikácie ich dôležitých správ klientom, zákazníkom, dodávateľom či investorom. Infografika sa chápe ako vizuálna interpretácia údajov. Tento nástroj je skvelý na zdieľanie informácií zábavným a kreatívnym spôsobom, najmä prostredníctvom vizuálnych webových stránok sociálnych médií (napr. Facebook, MySpace, Twitter atď.). V meniacej sa digitálnej dobe je potrebné dáta a informácie ľahšie a rýchlejšie spracovávať. Ľudia skenujú nadpisy a obrázky (zvyčajne v podobe obrázkov, grafov a tabuliek), ktoré priťahujú ich pozornosť. A zvažujú menej času či sa to oplatí ďalej čítať. (Siricharoen, 2013)

V dnešnej dobe majú rýchle technologické zmeny vplyv na vzdelávací život študentov. Informačné a komunikačné technológie sú vyvíjané tak, aby poskytlí cenné znalosti rýchlo, bez ohľadu na miesto a čas. Informačné grafiky sú príkladom formátu, ktoré využívajú grafické vizuálne obrázky k efektívnemu zobrazovaniu informácií, znalostí a dát. Výuka informačnou grafikou pomáha študentom interpretovať vizuálne znalosti a poskytuje širší a rozsiahlejší súbor učenia a pochopenia vo vzdelaní. (Behesthi, Bicen, 2017)

Na základe vedeckých zistení, ale aj subjektívneho názoru, ako jedno z odporúčaní navrhujem voliť na sociálnych sieťach komunikáciu so študentami formou informačnej grafiky vlastnou tvorbou, ktorá môže viesť vďaka publikovaniu zaujímavému obsahu k navyšovaniu fanúšikovskej základe a zvýšeniu povedomia o službách kariérnych centier medzi študentami. Rovnako si myslím, že krátke grafické zaujímavé zdieľanie kariérnych informácií môže predstavovať atraktívnenie služieb kariérnych centier vysokých škôl pre študentov.

Jednou z variant publikovania informačnej grafiky je vytvorenie tematických okruhov (napr. podnikanie, informácie k získaniu zamestnania, rozvoj osobnosti) a ich farebné rozlíšenie, kde fanúšik sociálnej siete automaticky dokáže rozlíšiť, akej téme sa príspevok venuje.

Pri vyčíslení nákladov je počítané so mzdou 140 Kč/hodina na zamestnanca tvoriaceho informačnú grafiku pracujúceho na Dohodu o pracovnej činnosti. Hodinová hrubá mzda je počítaná z dolnej hranice mzdy juniorného grafika uvedenej na stránke platy.cz (©1997-2021a) a predpokladu vytvorenia ôsmich stredne náročných informačných grafík, kde dĺžka vytvorenia jednej informačnej grafiky by bola v priemere 3 hodiny. Náklady na jednu informačnú grafiku by činili

420 Kč, celkové mesačné náklady 3 360 Kč. Keďže mzda na Dohodu o pracovnej činnosti neprekročila 3 499 Kč, nemusíme počítať s odvodmi.

**Tabuľka 4** Vyčíslenie nákladov tvorby informačnej grafiky

Tvorba informačnej grafiky	Mesačné náklady
8 informačných grafík mesačne	420 Kč * 8 = 3 360 Kč

Zdroj: vlastné spracovanie



**Obrázok 1** Informačná grafika – tvorba podnikateľského plánu

(Zdroj: vlastné spracovanie v online programe Canva)

## 2. Recenzie študentov zúčastnených na akciách kariérneho centra

Ďalší z návrhov pre zvýšenie povedomia o činnosti kariérnych centier odporúčam zbieranie a zverejňovanie recenzií študentov na absolvované akcie v kariérnom centre. Zverejnené recenzie by sa mohli objaviť na webových stránkach kariérneho centra, ale aj na sociálnych sieťach (na facebooku či instagrame). Mojim názorom je, že študenti viac „počujú“ na skúsenosti svojich rovesníkov a zvýši im to chuť k absolvovaniu nejakého workshopu.

V nákladoch na zverejnenie recenzií študentov je zahrnutá mzda administrátora webu a mzda pracovníka, ktorý recenzie spracuje. Mzda webového designera sa môže výrazne líšiť v závislosti od regiónu či pracovných skúsenosti. Stránka platy.cz (©1997-2021c) uvádza mzdu v rozmedzí 28 000 – 85 000 Kč.

Vezmeme preto do úvahy priemernú hodinovú mzdu 340 Kč/hodina a odhadovanú časovú náročnosť 3 hodiny na zverejnenie recenzií na webe. Odhadovaný čas venovaný spracovaniu recenzií od študentov administratívnym pracovníkom sú 2 hodiny. Uvažujeme priemernú hodnotu hrubej mzdy administratívneho pracovníka vo výške 30 300 Kč uvedenú na platy.cz (©1997-2022b). Mzda vrátane odvodov zamestnávateľa na sociálne a zdravotné poistenie činí 40 540 Kč. Za predpokladu hodinovej hrubej mzdy 180 Kč/hodina, by boli náklady na spracovanie a výber recenzií na webovú stránku 360 Kč + sociálne poistenie hradené zamestnávateľom vo výške 90 Kč a zdravotné poistenie platené zamestnávateľom vo výške 33 Kč. Následné zverejnenie recenzií na sociálnych sieťach predstavuje zanedbateľný náklad.

**Tabuľka 5** Vyčíslenie nákladov zverejňovania recenzií

<b>Návrh</b>	<b>Náklady</b>
Zverejňovanie recenzií na webových stránkach	1 365 Kč (1020 Kč + SP 253 Kč + ZP 92 Kč) / jednorazovo
Spracovanie a výber recenzií	483 Kč (360 Kč + SP 90 Kč + ZP 33 Kč)/jednorazovo
<b>Celkom</b>	<b>1 848 Kč</b>
Zverejňovanie recenzií na sociálnych sieťach	30 Kč/ zverejnená recenzia

Zdroj: vlastné spracovanie

### **3. Dôraz na predávanie praktických skúseností**

Napriek faktu, že niektoré kariérne centrá majú skutočne prevahu spolupráce s odborníkmi z praxe, u študentov často prevláda názor, že v kariérnych centrách dostanú len všeobecné rady od zamestnancov v kariérnom centre a veľa teórie. Preto dôležitým odporúčaním je nadväzovať spolupráce s odborníkmi z praxe, a zároveň nezabudnúť klásť dôraz na to, aby sa študentom dostávalo do povedomia, že v kariérnych centrách radia kompetentní ľudia, ktorí dokážu predať študentom svoje know-how.

Všeobecne u kariérnych centier, ktoré sú zamerané výhradne na pomoc s kariérnym nasmerovaním v otázke nájdenia si zamestnaneckého pomeru odporúčam rozšíriť portfólio svojich služieb smerom k podpore podnikavosti študentov. Pretože na základe vykonaného výskumu je vidieť, že síce 51,2 % vysokoškolákov podnikanie neláka, zvyšné percento študentov má pozitívny postoj k podnikaniu a vytvára sa tu veľký potenciál nielen pre kariérne centrá, ale aj iné organizácie, k podpore podnikavosti študentov. Pozitívne však je, že v Českej republike sú už aj kariérne centrá vysokých škôl, ktoré sa aktívne snažia o rozvoj



služieb smerom k podnikavosti študentov. Ako príklad môžu byť uvedené napr. Kariérní centrum VŠB-TUO či Kariérní centrum VUT.

#### **4. Odborné konzultácie od odborníkov z praxe, mentoring, koučing**

Je nutné na začiatku povedať, že niektoré kariérne centrá služby mentoringu i koučingu už v rámci svojich služieb ponúkajú alebo pracujú na ich rozvoji. Z rozhovoru s KC VUT som zistila, že práve v KC VUT je aktuálne pripravovaný mentoringový program.

Avšak väčšina kariérnych centier túto službu nemá, a preto je jedným z mojich odporúčaní zaradiť do portfólia služieb práve tieto dve služby. Pretože to bolo v prieskume medzi študentami bezkonkurenčne najčastejšie uvádzané ako služba, ktorú pokladajú za nápomocnú v začiatkoch podnikania. Naopak študenti sa bránia veľkému množstvu teórie a uprednostňujú skôr individuálny prístup. Zároveň je možné povedať, že mentoringový či koučingový program nie je podporný len v rozvoji podnikateľskej kariéry, ale aj v rozvoji kariérneho uplatnenia v zamestnaneckom pomere a celkového rozvoja osobnosti človeka. V zahraničí je táto služba veľmi rozšírená.

Výskum ukázal, že mentoringové programy sprostredkovali účastníkom programu viaceru výhod. U mentorovaných osôb sa zvýšila sebestačnosť pri hľadaní práce. Dostalo sa im podpory súvisiacej s kariérou v oblasti vytvárania sietí a zručnosti pri prijímacích pohovoroch. Dostali tiež realistický pohľad na pracovisko a ich potenciálne kariérne možnosti, a tiež psychosociálnu podporu od ich mentora. U mentorovaných osôb sa tiež zvýšil pocit sunáležitosti k univerzite. (Hamilton, Boman, Rubin, Sahota, 2019)

Mentoring je účinný spôsob predávania a rozvoja odborných a mäkkých schopností, vrátane manažérskych. Ide o profesionálny vzťah dvoch osôb (mentora a mentee) založený na dôvere, kde mentor predáva svoje skúsenosti a znalosti a môže pôsobiť ako sprievodca menteeho v danej téme. (Česká asociace mentoringu, ©2013-2021)

Náklady za hodinu s mentorom sa pohybujú na základe sadzby konkrétneho mentora i objemu absolvovaných mentoringov. Pri vyčíslení nákladov volím cenu dostupnejších mentoringov v hodnote 2 500 Kč za hodinu uvedenú v cenníku VRK Academy (©2018). Druhou cenovo dostupnejšou alternatívou je skupinový mentoring pre 10 osôb s časovou dotáciou 5 hodín, ktorého celková cena je 9 990 Kč.

Treba však podotknúť, že existujú na trhu i projekty, kde mentori poskytujú svoje služby študentom zdarma, bez nároku na honorár. Preto navrhujem vytvoriť na univerzite online platformu dobrovoľných koučov, mentorov či odborníkov rozdelených podľa odborov. Ochotných poskytnúť rady/konzultácie študentom či už online formou prostredníctvom konzultácií alebo v podobe osobných stretnutí.

Ak by sme však počítali s nákladmi vo výške 2 500 Kč/hodina, v prípade zaradenia mentoringu do portfólia služieb v podobe dvoch hodín týždenne sa náklady dostanú na úroveň 20 000 Kč za mesiac.

Koučing je proces, kde klient za pomoci kouča skúma a nachádza svoj potenciál. Kouč vytvára prostredie, ktoré podporuje otvorenosť klienta k sebe samému, kreatívne uvažovanie a hľadanie riešení. Koučingom však nie je poradenstvo. Poradca je expertom na danú problematiku, ponúka klientovi rady a odporúčania na riešenie problémov. Kouč je expertom na to, ako viesť rozhovor, ktorý umožní klientovi ujasniť si svoje ciele a zdroje a možnosti, ktoré vedú k dosiahnutiu cieľov. Kouč nemusí byť expertom na danú tému, ale pomáha klientovi vidieť jeho situáciu v iných súvislostiach. (SAKo, ©2017)

Koučing pomôže študentom ujasniť si svoje ciele a môže byť nápomocný práve študentom, ktorí balancujú v rozhodovaní medzi podnikaním a zamestnaneckým pomerom. Taktiež napomáha celkovému rozvoju osobnosti človeka nielen v kariérnej oblasti, ale aj v osobnom živote.

Náklady na jednu koučovaciu hodinu sa pohybujú, rovnako ako v prípade mentoringu rôzne, v závislosti od skúseností a odbornosti kouča. Ak by sme počítali s cenou 2 000 Kč/hodina podľa cenníka VRK Academy (©2018) a do portfólia služieb by boli zaradené dve hodiny s koučom, mesačné náklady by boli na úrovni 16 000 Kč.

**Tabuľka 6** Vyčíslenie nákladov mentoringu a koučingu

<b>Mentoring a koučing</b>		
<b>Aktivita</b>	<b>Mesačné náklady</b>	<b>Náklady (dobrovoľné zapojenie)</b>
Mentoring	20 000 Kč	zdarma
Koučing	16 000 Kč	zdarma

Zdroj: vlastné spracovanie

## **5. Dlhodobý rozvoj osobnosti vybraných študentov**

Prieskum ukázal, že len veľmi malé percento študentov využíva služby kariérneho centra svojej vysokej školy opakovane. Preto pokladám správne zaradiť do ponuky služieb tiež dlhodobé spolupráce so študentami. Viem, že sa na univerzitách v posledných rokoch rozvíjajú praktické predmety s podnikateľským zameraním s odborníkmi z praxe, čo pokladám za skvelý krok k podpore podnikavosti študentov.

Mojim názorom je, že študenti sa v dnešnej dobe tiež zaujímajú o rozvoj svojej osobnosti a soft skills, ktoré podporujú rozvoj ich kariéry či už v pozícii zamestnanca alebo podnikateľa. Moje tvrdenie tiež podporuje fakt, že medzi najsilnejší pull faktor, ktorý ovplyvňuje motiváciu k podnikaniu, je práve túžba seberealizovať sa

a naplniť svoj potenciál. Avšak využívanie týchto služieb je pre študentov často finančne náročné. A preto by bolo skvelé, aby sa na dlhodobom rozvoji osobnosti študentov podieľali práve kariérne centrá vysokých škôl.

Na základe rozhovoru s pani Ing. Šimoníkovou z KC VŠB-TUO, v rámci ktorého je ponúkaný práve celoročný rozvojový program pre študentov, vyplynulo, že posun študentov, ktorí tento talentový program absolvovali, je naozaj veľký.

Preto je jedno z mojich odporúčaní i pre ostatné kariérne centrá, zaradenie dlhodobiejšieho intenzívneho programu rozvoja osobnosti študenta, v trvaní pol roka až rok.

Náklady na dlhodobý program rozvoja osobnosti vo veľkej miere závisia od veľkosti skupiny študentov a aktivitami, ktorými by program disponoval. Všetky mnou navrhované aktivity zobrazuje *Tabuľka 7*. Vo vyčíslení nákladov budeme uvažovať skupinu 10 osôb.

Cena testu osobnosti je 2 000 Kč za osobu a testuje oblasti osobný inventár (emočná stabilita, aktivita, zodpovednosť, inovácie, ústretovosť, sebadisciplína, cieľavedomosť) a manažérske predpoklady (motivácia k výkonu, vedenie tímu, emočná stabilita, schopnosť presadiť sa, odolnosť voči záťaži, rozhodnosť, miera sebavedomia. (Aprofes, ©2021)

Pri vyčíslení nákladov na mentoring, uvažujeme cenu 2 500 Kč za osobu, uvedenú v predchádzajúcich návrhoch. U nákladov na tematické workshopy rozvoja osobnosti som vychádzala z ceny skupinového mentoringu za cenu 590 Kč/osoba tiež uvedenú v predchádzajúcich návrhoch.

Pri vyčíslení nákladov na konzultáciu CV počítam s priemernou mzdou v oblasti personalistiky uvedenou na stránke platy.cz (©1997-2021d) na úrovni 41 866 Kč. Hodinová sadzba predstavuje 250 Kč. V prípade štvorhodinovej udalosti a dvoch zúčastnených personalistov by boli náklady vo výške 2 000 Kč.

Náklady na prezentácie podnikateľského nápadu sú odhadované vo výške 3 000 Kč. Vychádzajú z priemernej mzdy uvedenej na stránke platy.cz (©1997-2021d) v oblasti ekonomika, financie, účtovníctvo vo výške 40 286 Kč. Hodinová sadzba predstavuje 240 Kč za hodinu. V prípade štvorhodinovej udalosti a troch investorov sú odhadované náklady vo výške 2 880 Kč.

V prípade kamerového výstupu sú náklady stanovené odhadom v podobe času venovaného organizácii.

Je potrebné zohľadniť tiež náklady na organizáciu rozvojového programu, kde časovú náročnosť zorganizovania aktivít je možné odhadovať v súčte na minimálne 350 pracovných hodín (200 hodín práce projektového manažéra, 150 hodín práce projektového tímu), časová náročnosť je závislá na rozsahu aktivít. Ak by projekt zastrešoval projektový manažér a dvojčlenný projektový tím, náklady na organizáciu projektu by boli odhadom 128 500 Kč, vrátane odvodov sociálneho a zdravotného poistenia. Pri vyčíslení nákladov vychádzam z priemernej hrubej

mzdy na stránke platy.cz (©1997-2021e) u projektového manažéra vo výške 57 500 Kč (345 Kč/hodina) a v prípade mzdy projektového tímu 180 Kč za hodinu.

**Tabuľka 7** Vyčíslenie nákladov intenzívneho rozvojového programu

<b>Intenzívny rozvojový program kompetencií</b>	
<b>Aktivita</b>	<b>Celkové náklady</b>
Organizácia projektu	128 500 Kč
Vstupný test osobnosti s konzultáciou	2 000 Kč * 10 ľudí = 20 000 Kč
Mentoring pre každého študenta v trvaní 1 hodiny mesačne	10 ľudí*1 hodina*2 500 Kč/hod = 20 000 Kč*6 mesiacov = 150 000 Kč
Tematické workshopy na rozvoj osobnosti dvakrát mesačne	590 Kč*10 ľudí*2 = 4 000 Kč*6 = 70 800 Kč
Príprava CV a konzultácia + Návrik pohovoru so zamestnávateľom (dobrovoľné)	2 000 Kč
Prezentácia podnikateľského nápadu „investorom“ (dobrovoľné)	2 880 Kč
Kamerový výstup a spätná väzba od kolegov	500 Kč
Organizácia vianočnej charitatívnej akcie – tímový projekt	0 Kč
<b>Celkom</b>	<b>374 680 Kč</b>

Zdroj: vlastné spracovanie

## 6. Tvorba podnikateľského seriálu

Myšlienka na tvorbu podnikateľského seriálu vznikla na základe prieskumu, kde študenti mali označiť, aké služby by im v súvislosti s podnikaním najviac pomohli a tiež na základe vlastného slovného hodnotenia študentov o spokojnosti so službami kariérnych centier.

V názoroch bola spomenutá väzba na konkrétny čas konania akcie, obecné rady či príliš veľa teórie. Za zaujímavé riešenie pokladám vytvorenie podnikateľského seriálu v podobe krátkych videí, ktoré zaujímavovo vystihnú pointu, na čo všetko musí študent myslieť v začiatkoch podnikania. Pokladám to tiež za vhodný prostriedok na zvýšenie povedomia študentov o činnosti kariérnych centier na vysokých školách, ktorý nenúteným spôsobom predá študentom určité znalosti.

Publikovanie podnikateľského seriálu hodnotím ako vhodné odporúčanie tiež z dôvodu, že o zábavné náučné videá je medzi mladými preukázateľný záujem. Tvrdenie zakladám na štúdiu, ktorá analyzovala efekt edukačných videí na 342 študentoch univerzity. Väčšina študentov uviedla, že sa ich študijné výsledky

zlepšujú pozeraním edukačných videí. Tiež sa zistilo, že študenti uprednostňujú stredne dlhé videá a videá s príkladmi. V štúdiu je odporúčané, aby sa vzdelávací sektor prispôboval potrebám dnešnej doby a zvažil edukačné videá ako súčasť výuky. (Shoukot, 2019)

Na tvorbu edukačných videí je dobrý napríklad nástroj na tvorbu online aplikácií Animaker – platforma pre začiatočníkov, nedizajnérov, ale aj profesionálov. Náklady na polročné používanie programu Animaker pri aktuálnom kurze USD/CZK činia 2 563 Kč. (Animaker, ©2021)

K tvorbe videa pomocou online animačných programov nie sú potrebné odborné znalosti a ich používanie je intuitívne a jednoduché. Náklady, ktoré sú s tvorbou podnikateľského seriálu spojené sú vynaložené na predplatné animačného programu a mzdové náklady, ktoré vzniknú pri príprave scenára, času potrebného na zvládnutie základov používania animačného programu a samotnej tvorbe. Odhadovaný čas prípravy jedného dielu seriálu pri predpokladanej dĺžke 10 minút, je 8 hodín. V tomto prípade samozrejme záleží na forme spracovania a skúsenostiach autora s podnikateľskou problematikou, a tiež s tvorbou videí.

Pri vyčíslení nákladov budeme predpokladať, že prípravou seriálu bude poverený študent posledného ročníka vysokej školy podnikateľského zamerania so záujmom o grafiku, s hrubou mzdou 140 Kč/hodina. Hodinová hrubá mzda je počítaná z dolnej hranice mzdy juniorného grafika uvedenej na stránke platy.cz (©1997-2021a). Cena kontroly a korektúry scenára všetkých dielov (v celkovej dĺžke 2,7 hodín) od odborníka z praxe by predstavovala 10 030 Kč pri odhadovanej časovej náročnosti 17 hodín. Pri vyčíslení nákladov na konzultáciu scenára je počítané s hodinovou sadzbou na podnikateľské konzultácie vo výške 590 Kč za hodinu, ktoré uvádza České sociální podnikání (©2021) vo svojom cenníku.

**Tabuľka 8** Vyčíslenie nákladov tvorby podnikateľského seriálu

<b>Tvorba podnikateľského seriálu</b>	
<b>Položky</b>	<b>Náklady</b>
Polročné predplatné animačného programu	2 563 Kč
Mzdové náklady na tvorbu videa	25 476 Kč (19 040Kč + SP 4 722 Kč + ZP 1 714 Kč)
Kontrola scenára	10 030 Kč
<b>Celkom</b>	<b>38 069 Kč</b>

Zdroj: vlastné spracovanie

Možný program seriálu by mohol byť nasledujúci:

1. Diel: Základy podnikania
2. Diel: Od nápadu k podnikaniu
3. Diel: Prekonanie bariér a strachu z podnikania
4. Diel: Kľúčové zdroje a aktivity

5. Diel: Podnikateľský plán
6. Diel: Produkt
7. Diel: Realizácia
8. Diel: Zákazníci
9. Diel: Konkurencia
10. Diel: Marketingový plán
11. Diel: Finančný plán
12. Diel: Právny základ a založenie podnikateľského subjektu
13. Diel: Porozumenie účtovníctvu a daniam
14. Diel: Ako a kde nájsť obchodných partnerov
15. Diel: Finančné možnosti pre malé podniky
16. Diel: Networking
17. Diel: Skúsenosti podnikateľov v čase COVID-19

## 7. Podnikateľské konzultácie

Dotazníkové šetrenie ukázalo, že študenti by ocenili pomoc v oblasti rôznych byrokratických záležitostí voči štátu, prvotnými formálnymi záležitosťami, kde často spomínané bolo, že by potrebovali krok po kroku vysvetliť, čo majú robiť v začiatkoch zakladania podnikania, a tiež by ocenili konzultácie svojho podnikateľského plánu. Preto jedno z odporúčaní je zavedenie podnikateľských konzultácií, kde by študenti mohli položiť individuálne svoje nezodpovedané otázky skúsenému podnikateľovi, ktorý už má proces založenia podniku za sebou, a tak by pre študentov predstavoval dôveryhodnú osobu, s ktorou by sa chceli poradiť.

Keďže často spomínanou službou, ktorú by študenti uvítali v začiatkoch podnikania, je pomoc s byrokratickými záležitosťami, táto pomoc by im mohla byť práve poskytnutá v rámci spomínaných konzultácií.

Za predpokladu ceny hodinovej konzultácie odborníka z praxe uvedenej napr. na stránke České sociální podnikání (©2021) vo výške 590 Kč/hodina a zaradenia tejto služby do portfólia jeden deň v týždni v podobe dvoch hodinových lekcí, by mzdové náklady na konzultanta predstavovali mesačne 4 720 Kč.

**Tabuľka 9** Vyčíslenie nákladov podnikateľských konzultácií

<b>Podnikateľské konzultácie</b>	
<b>Položky</b>	<b>Mesačné náklady</b>
Náklady na služby konzultanta	4 720 Kč

Zdroj: vlastné spracovanie

## 8. Združovanie podnikavých študentov

Jedným z návrhov je tiež vytvorenie prostredia pre študentov s rovnakým záujmom, kde sa môžu navzájom podporovať a inšpirovať, prípadne rozvíjať spoločne svoje

nápady. Za vhodný prostriedok považujem v tomto ohľade Facebook, kde sa dajú vytvoriť súkromné skupiny, do ktorých môžu vstúpiť užívatelia po schválení administrátorom. Facebookové skupiny majú u užívateľov veľkú obľubu a pomáhajú im združovať sa v jednotlivých komunitách podľa záujmu a nájsť ľudí s podobným zápalom. Náklady sú v tomto ohľade minimálne, iba v podobe investovaného času do založenia skupiny a propagovanie na sociálnych sieťach kariérneho centra a spravovania skupiny moderátorom.

## **9.2 Návrhy pre podnikavých študentov**

Druhá časť odporúčaní je venovaná podnikavým študentom. Je samozrejmosťou, že neexistuje univerzálna rada pre každého študenta, pretože každý študent je individuálny a má v tomto smere rôzne potreby. Vezmem však do úvahy výsledky výskumu a najčastejšie sa opakujúce problémy v otázke podnikania. Odporúčania budú smerované najmä skupine študentov, ktorí túžia podnikat', ale podnikat' sa ešte reálne zatiaľ nechystajú.

V dotazníkovom šetrení výrazne v otázke motivácie podnikat' prevýšilo pôsobenie pull faktorov, teda môžeme povedať, že študenti sú poháňaní do podnikania viac túžbou než tlakom. Z môjho pohľadu, je to tá priaznivejšia situácia, pretože v tomto prípade motivácia vychádza zo samotných študentov a môžeme hovoriť o vnútornej motivácii. Študenti však aj napriek túžbe podnikat' narážajú na množstvo bariér, ktoré ich od podnikania odrádzajú a často aj kvôli tomu nakoniec uprednostnia zamestnanecký pomer pred podnikaním.

### **1. Strach zo zlyhania, nízky sklon k riziku**

V oblasti strachu zo zlyhania a s tým často spojenému nízkemu sklonu k riziku odporúčam vyhľadať skúseného mentora, ochotného previesť študenta odbornými znalosťami vo vybranej oblasti. Pri odporúčaní mentoringu vychádzam tiež z faktu, že často uvádzanou službou, o ktorej si študenti myslia, že by im najviac pomohla, bola pomoc v zorientovaní sa v začiatkoch podnikania či rôznych povinnostiach voči štátu. Práve mentor môže predstavovať osobu, ktorá bude v tomto smere nápomocná.

Finančná náročnosť mentoringu je pomerne vysoká a nedá sa presne určiť, záleží od cenníka a skúseností konkrétneho mentora. Môže sa pohybovať až v rozmedzí 2 000-6 000 Kč/hodina, kde je táto finančná investícia pre študenta často nepredstaviteľná. Existujú však rôzne neziskové projekty, ktoré sprostredkujú mentoringové programy zdarma. Jediné, čo študent musí spraviť je byť proaktívny, vybrať si mentora, ktorý pôsobí v oblasti, ktorá študenta zaujíma a zarezervovať si mentoring. Bezplatný mentoring pre študentov poskytujú napríklad Socide-Aktívni študenti či GROWNi.

## **2. Nedostatok obchodných vzťahov a nedostatok pracovných skúseností**

Výborným prostriedkom na získavanie skúseností sú mimo brigády či hlavného pracovného pomeru rôzne dobrovoľnícke činnosti, ktoré obohatia študenta o rôzne znalosti a umožnia mu spoznať nových ľudí, dokonca i z rôznych kútov sveta. Známu študentskou organizáciou je AIESEC. Je to celosvetová platforma pre mladých ľudí k objaveniu a rozvíjaniu ich leadershipu. Prepojujú mladých ľudí s medzinárodnými projektmi, kde majú možnosť zistiť viac o inej kultúre a pracovať na svojom sebarozvoji. (AIESEC, 2021)

K nadviazaniu obchodných vzťahov odporúčam študentom zúčastniť sa networkingových aktivít, kde majú skvelú príležitosť nadviazať kontakt s ľuďmi s podobnými záujmami alebo z oblastí, ktoré sú zaujímavé pre ich podnikanie. Networkingové akcie sa konajú i online. To znamená, že vytvárať si obchodné kontakty sa dá aj počas pandémie.

Keď vezmeme do úvahy otázku či študenti pokladajú za dôležité nadväzovať kontakty s podnikateľmi, od ktorých sa môžu inšpirovať, je vidieť, že až 76 % študentov, ktorí túžia podnikat' uviedli, že by im pomohlo zdieľanie praktických skúseností podnikateľov s vysporiadaním sa s pandemiou vo svojom podnikaní. Taktiež *Graf 27* zobrazuje, že veľké percento respondentov s kladným postojom k podnikaniu prikladajú dôležitosť nadväzovaniu kontaktov s podnikateľmi, od ktorých sa môžu inšpirovať. Networking preto pokladám za skvelý spôsob nadviazania obchodných kontaktov či nazbierania inšpirácie pre svoje podnikanie.

Cena vstupenky sa pohybuje v závislosti na type a dĺžke networkingovej akcie a študenti si často môžu uplatniť študentskú zľavu. Cena vstupenky sa pohybuje v priemere okolo 1 000 Kč. V prípade kratších a menej známych akcií môže byť cena 250-500 Kč. Existujú tiež networkingové akcie, ktoré sú zdarma. Ceny vstupného uvádzam na základe vlastných skúseností, pretože sa networkingových akcií pravidelne zúčastňujem.

Je možné vychádzať tiež z ceny networkingovej akcie „Odpolední business akce“ Podnikateľského klubu Smart Network Business Center (2021) v cene 1 000 Kč.

## **3. Nepriaznivá ekonomická situácia kvôli pandémie COVID-19**

Ukazuje sa, že pandémia COVID-19 má obrovský dopad na spoločnosť a ovplyvňuje životy nejedného z nás. Odporúčania v tomto smere sa nedávajú ľahko, pretože je veľmi náročné odhadnúť budúci vývoj situácie. Je však zrejmé, že tak ako niektoré smery podnikania zažívajú obrovský a nečakaný pád, objavujú sa s pandemiou tiež podnikateľské príležitosti, ktoré sú tu práve pre skupinu ľudí s prevažujúcou túžbou využiť príležitosti na trhu a začať podnikat'. Túžba využiť príležitosti na trhu sa v prieskume ukázala ako silný pull faktor ovplyvňujúci motiváciu k podnikaniu. Za najzásadnejší predpoklad úspešného začiatku podnikateľskej kariéry považujem



odhalenie týchto podnikateľských príležitostí. Napriek tomu, že sa postoje študentov k založeniu podnikania výrazne nezmenili, prieskum ukázal, že pandémia COVID-19 je medzi študentami vnímaná viac ako neistota, než ako príležitosť. Na druhú stranu však prieskum ukázal, že študenti nedisponujú silným presvedčením, že by oblasť podnikania, v ktorej chcú podnikat' bola pre nich kvôli vládnym reštrikciám neperspektívna.

Keďže silným pull motívom ovplyvňujúcim motiváciu podnikat' je tiež túžba vyvíjať nové produkty či procesy, myslím si, že pandémia môže študentov priniesť možnosti realizovať sa v tomto smere. Vzniká tu priestor pre uvažovanie nad spôsobmi, ako v prípade potreby pozmeniť svoj podnikateľský nápad, aby bol v dnešnej dobe úspešný.

Medzi jedno z odporúčaní môžeme zaradiť zváženie presunutia niektorých podnikateľských aktivít do online priestoru. Doba pandémie z môjho pohľadu výrazne urýchlila digitalizáciu a mení spôsoby a trendy v pracovnej činnosti. Samozrejme, nedá sa to vo všetkých oblastiach podnikania, avšak je to príležitosť práve pre tých študentov, ktorí túžia vyvíjať nové procesy. Pretože procesy sa prechodom na prácu formou home office zmenili alebo sa menia vo väčšine firmách. V tomto prípade je v oblasti nákladov nutné podotknúť asi iba fakt, že efektívne riadenie procesov prináša výrazné zníženie nákladov. A to môže byť inšpirácia nielen pre nových podnikateľov, ale tiež pre tých, ktorí už podnikajú.

Nedá sa zabudnúť ani na produkty či služby. Pretože počas pandémie vzniká príležitosť na vývoj nových produktov, ktorých atraktivita stúpla. Príkladom môže byť donáška potravín, výroba a predaj dezinfekčných prostriedkov, vývoj online produktov v oblasti vzdelávania zohľadňujúcich digitálnu únavu študentov, podporu duševného zdravia a mnoho ďalších.

## **10 Prínos návrhov riešení**

Návrhy riešení vychádzajú z prieskumu a analýzy postojov a motivácie študentov k podnikaniu a ich potrieb, ktoré v oblasti podnikania majú. Študenti v prieskume prejavili vysoký záujem o podnikanie. V otázke, akú službu by preferovali v súvislosti s podnikaním, prevládala záujem o mentoring, koučing a rôzne formy konzultácií, najmä pomoc s byrokratickými záležitosťami. Tieto služby sú bežne ponúkané, avšak za vysoké poplatky. Preto si myslím, že poskytovanie týchto služieb kariérnymi centrami je skvelou príležitosťou pre študentov k rozvoju ich osobnosti a na univerzitách majú svoje miesto.

Na základe rozhovoru s pani Ing. Andreou Šimoníkovou a rozhovoru s Kariérnym centrom VUT sa ukázalo, že sa záujem študentov o služby kariérneho centra v čase pandémie COVID-19 zvýšil, čomu mohli dopomôcť služby poskytované online. Preto je jedným z mojich návrhov tiež vytvorenie podnikateľského seriálu, ktorý si budú môcť študenti pozrieť kedykoľvek bez väzby na miesto a čas. A tiež

združovanie podnikavých študentov prostredníctvom sociálnych sietí. Jedným z online návrhov, nielen pre študentov so záujmom o podnikanie, je vytvorenie informačných grafík na sociálne siete, ktoré budú edukovať študentov, a zároveň môžu viesť k zvýšeniu fanúšikovskej základne kariérnych centier vďaka zaujímavému obsahu.

Prínos v odporúčaní pre dlhodobejšiu spoluprácu so študentami vidím najmä v budovaní hlbšieho vzťahu, kde sa študenti opakovane vracajú. A tiež v intenzívnejšiemu rozvoji osobnosti a schopností študentov.

Celkový prínos odporúčaní vnímam v zvyšovaní povedomia a činnosti kariérnych centier, a tiež rozšírenia služieb smerom k potrebám študentov.

Odporúčania smerované študentom sú zamerané najmä na rozvoj osobnosti a budovanie kontaktov, miera na prekonanie bariér a neistoty, ktoré v súvislosti so začiatkom podnikania pociťujú.

## Záver

Diplomová práca sa venovala analýze postojov a motivácie budúcich absolventov vysokých škôl k založeniu vlastného podnikania na základe push-pull teórie. Cieľom práce bolo zistiť, aké faktory v súčasnej dobe študentov vysokých škôl najviac ovplyvňujú pri rozhodovaní či byť zamestnaným alebo podnikateľ a či sa ich postoj v súvislosti s pandémiou COVID-19 zmenil. Na základe výsledkov výskumu navrhnuť odporúčenia zohľadňujúce potreby študentov pre organizácie podporujúce podnikavosť, a zároveň navrhnuť odporúčenia študentom so záujmom o podnikanie k uľahčeniu začiatkov ich podnikania, najmä smerom k osobnostnému rozvoju, prekonaniu bariér a budovania kontaktov.

Prvá časť diplomovej práce bola venovaná teoretickým východiskám práce. Poznatky v teoretickej časti som čerpala prevažne zo zahraničných vedeckých odborných článkov, kde som skúmala výsledky rôznych výskumov zameraných hlavne na podnikateľské správanie mladých ľudí – študentov či absolventov, push-pull teóriu, postavenie začínajúcich podnikov v čase COVID-19. Poznatky špecifické pre české prostredie a definíciu základných pojmov som čerpala zo zákonov, odborných výskumov vykonanej v Českej republike a inej českej či zahraničnej literatúry.

Analytická časť bola venovaná analýze vykonaného dotazníkového šetrenia, v rámci ktorej boli dáta zobrazené pomocou grafov a kontingenčných tabuliek. Boli tiež overené formulované hypotézy. Na dotazník nadväzovali rozhovory s kariérnymi centrami vysokých škôl, pre lepšie utvorenie obrazu o skúmanej problematike a možnosti kvalitnejších návrhov riešení.

Prvá výskumná otázka mala za cieľ zistiť, čo budúci absolventi preferujú v rámci svojej kariéry. Ukázalo sa, že 9,6 % vysokoškolských študentov popri štúdiu podniká a 25,4 % študentov túži podnikateľ. Podnikateľ sa reálne chystá 13,9 % študentov. Študentov, ktorých podnikanie neláka je 51,2 %. Zároveň sa ukázalo, že u študentov v rozhodovaní o podnikaní výrazne prevažujú pull faktory nad push faktormi. Teda odpoveď na otázku, čo študenti preferujú v rámci svojej kariéry, by znela, že sa študenti prikláňajú rovnomerne k zamestnaneckému pomeru i k podnikaniu. Avšak je treba podotknúť, že u spomínaných 25,4 % študentov s túžbou podnikateľ možno predpokladať, že nie u všetkých z nich sa premení ich zámer v podnikanie, v prípade prevahy faktorov, ktoré ich od podnikania odradia. Ďalej sa ukázalo, že o podnikanie prejavujú viac záujem muži než ženy a študenti, ktorí študujú ekonomický smer.

Druhou výskumnou otázkou, ktorá bola zodpovedaná je, ktoré hlavné dôvody motivujú budúcich absolventov k podnikaniu. Faktory boli zisťované na základe push-pull teórie a je možné jednoznačne odpovedať, že v rozhodovaní o podnikaní prevažujú pull faktory nad push faktormi. Najsilnejšími pull faktormi sú túžba podnikateľ a naplniť svoj potenciál, túžba byť nezávislý/á, byť sám sebe pánom, túžba

po časovej flexibilitate a túžba využiť príležitosti na trhu a začať podnikat'. Je nutné zdôrazniť, že hodnotenie niektorých faktorov sa odlišuje medzi pohlaviami, a tiež medzi skupinami osôb s rôznym postojom k podnikaniu. U žien je najsilnejším pull faktorom túžba po časovej flexibilitate, u mužov sa tento motív nachádza až na piatom mieste. Zaujímavé je tiež to, že u žien je pôsobenie push faktorov silnejšie než u mužov.

U otázky či sa zmenil postoj budúcich absolventov k podnikaniu v súvislosti s celosvetovou pandémiou COVID-19 sa ukázalo, že sa v konečnom súčte znížil o 1 %. U 8,6 % študentov bolo zaznamenaný nárast záujmu o podnikanie, na druhú stranu u 9,6 % študentov sa záujem o podnikanie znížil. Avšak pri rozdelení študentov podľa postoja k podnikaniu možno pozorovať výraznejšie zmeny postojov v rámci jednotlivých skupín. U 25 % študentov, ktorí už podnikajú sa zvýšil záujem o podnikanie a u tejto skupiny nebolo zaznamenané zníženie záujmu o podnikanie u žiadneho respondenta. Zvýšenie záujmu o podnikanie prevažovalo tiež u skupiny študentov, ktorí sa podnikat' chystajú (20,7 % študentov označilo nárast záujmu; 3,4 % študentov uviedlo pokles záujmu o podnikanie). Naopak pokles záujmu o podnikanie bol zaznamenaný u študentov, ktorí túžia podnikat' (9,4 % označilo nárast záujmu; až 22,6 % študentov uviedlo pokles záujmu o podnikanie) a u študentov, ktorých podnikanie naláka (1,9 % nárast; 6,5 % pokles).

Posledná výskumná otázka sa zaoberala tým, aké bariéry budúci absolventi vnímajú v súvislosti so začiatkami podnikania. Medzi najväčšie bariéry možno na základe výskumu zaradiť nedostatok finančných prostriedkov, strach zo zlyhania, nedostatok obchodných vzťahov a v súčasnosti sa k tomu pridáva aj nepriaznivá ekonomická situácia spojená s pandémiou COVID-19.

Na základe nadobudnutých poznatkov z vykonaného výskumu boli formulované návrhy riešení pre kariérne centrá vysokých škôl smerom k podpore podnikavosti študentov. Kariérne centrá boli zvolené z dôvodu, že sú často súčasťou univerzít, a teda majú k študentom veľmi blízko. Zároveň sú ich služby poskytované študentom zdarma. Medzi hlavné odporúčania je možné zaradiť tvorbu informačnej grafiky, vytvorenie podnikateľského seriálu, mentoring a koučing, podnikateľské konzultácie, dlhodobý program rozvoja osobnosti a združovanie podnikavých študentov. Všetky náklady boli v práci ekonomicky vyčíslené. Prínos návrhov riešení vidím v rozširovaní služieb kariérnych centier smerom k potrebám študentov. Vzhľadom k skutočnosti, že výsledok výskumu ukázal, že študenti disponujú vysokou túžbou podnikat'.

Taktiež boli navrhnuté odporúčania pre študentov so záujmom o podnikanie. Dôvodom zvolených návrhov bol prejavovaný vysoký záujem študentov o podnikanie, ktorý vyplynul z výsledkov výskumu, a tiež podnety študentov, ktorí sa zúčastnili dotazníkového šetrenia a odpovedali na otázky, aká služba by im v súvislosti

s podnikaním najviac pomohla. Odporúčania pre študentov boli formulované najmä na základe bariér, ktoré vnímajú najintenzívnejšie.

V úplnom závere by som rada dodala, že verím v to, že výskum v diplomovej práci môže slúžiť aj iným subjektom zaujímavým sa o podnikavosť vysokoškolských študentov či uplatniteľnosť študentov na trhu práce. Výskum je podrobný, zohľadňuje tiež zmeny postojov a vnímanie bariér v súvislosti s aktuálnou pandémiou COVID-19 a môže slúžiť k uľahčeniu prechodu študentov zo škôl na trh práce.

## Zoznam použitej literatúry

- AIIESEC. O AIIESEC [online]. AIIESEC: 2021 [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: <https://aiesec.cz/o-nas/>
- ALHARBI, Jaithen; ALMAHDI, Hassan; MOSBAH, Aissa (2018): The impact of entrepreneurship education programs (EEPs) on the entrepreneurial attitudes among higher education students in Saudi Arabia, *International Journal of Management, Economics and Social Sciences (IJMESS)* [online]. [cit. 2020-11-28], ISSN 2304-1366, IJMESS International Publishers, Jersey City, NJ, Vol. 7, Iss. 3, pp. 245-271, DOI: <http://dx.doi.org/10.32327/IJMESS.7.3.2018.16>, Dostupné z: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/183505/1/full-3.pdf>
- ANIMAKER. Pricing Plan. Animaker [online]. USA: Animaker, ©2021 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://app.animaker.com/pricing>
- APROFES. TESTY OSOBNOSTI - PSYCHOTESTY ONLINE. Aprofes: Personální rozvoj [online]. Brno: APROFES, ©2021 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.aprofes.cz/online-psychologicke-testy/>
- AWOGBENLE ,A. Cyril, IWUAMADI K. Chijioke. Youth unemployment: Entrepreneurship development programme as an intervention mechanism. *African Journal of Business Management* [online]. 2010. 4(6), 831-835 [cit. 2020-12-19]. ISSN 1993-8233. Dostupné z: <https://academicjournals.org/journal/AJBM/article-full-text-pdf/841B08423424>
- BEDRNOVÁ, Eva, Ivan NOVÝ a Eva JAROŠOVÁ. *Manažerská psychologie a sociologie*. Praha: Management Press, 2012. ISBN 978-80-7261-239-0.
- BICEN, Huseyin, BEHESHTI, Mobina. The Psychological Impact of Infographics in Education. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience* [Online]. 2017. 8(4), 99-108. [cit. 2021-03-21]. ISSN 2067-3957. Dostupné z: <https://brain.edusoft.ro/index.php/brain/article/view/733/821>
- CZECHINVEST: Agentura pro podporu podnikání a investic [online]. CzechInvest: ©1994-2020 [cit. 2020-12-19]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz>
- CZECHTRADE: Agentura na podporu exportu [online]. CzechTrade: ©2016 [cit. 2020-12-19]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/>
- ČESKÁ ASOCIACE MENTORINGU. Mentoring [online]. Česká asociace mentoringu: ©2013-2021 [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: <http://www.asociacementoringu.cz/mentoring/>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Zaostřeno na ženy a muže - 2020: Vzdělávání. Český statistický úřad [online]. Praha: Český statistický úřad, 2020, 31.12.2020 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/zaostreno-na-zeny-a-muze-2020>
- DAWSON, Christopher; HENLEY, Andrew. "Push" versus "pull" entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* [online]. 2012. 18(6), 697-719 [cit. 2020-11-28]. ISSN 1355-2554. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/235268056\\_Push\\_versus\\_pull\\_entrepreneurship\\_An\\_ambiguous\\_distinction](https://www.researchgate.net/publication/235268056_Push_versus_pull_entrepreneurship_An_ambiguous_distinction)

- DIRO, Miroslav. Jaké jsou představy studentů o jejich budoucím uplatnění na trhu práce? 40 % studentů chce podnikat, bojí se ale neúspěchu i legislativních překážek. Hospodářská komora České republiky [online]. Praha: Hospodářská komora České republiky, 2018, 14.02.2018 [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: [https://www.komora.cz/press\\_release/jake-jsou-predstavy-studentu-budoucim-uplatneni-trhu-prace-40-studentu-chce-podnikat-boji-se-neuspechu-i-legislativnich-prekazek/](https://www.komora.cz/press_release/jake-jsou-predstavy-studentu-budoucim-uplatneni-trhu-prace-40-studentu-chce-podnikat-boji-se-neuspechu-i-legislativnich-prekazek/)
- ENGEL, Y., KAANDORP, M., ELFRING, T. Toward a dynamic process model of entrepreneurial networking under uncertainty. *J. Bus. Ventur* [online]. 2017, 32(1), 35–51 [cit. 2020-11-28]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.10.001>. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com.ezproxy.lib.vutbr.cz/science/article/pii/S0883902616301720>
- ESCOLAR-LLAMAZARES, M.C.; LUIS-RICO, I.; DE LA TORRE-CRUZ, T.; HERRERO, Á.; JIMÉNEZ, A.; PALMERO-CÁMARA, C.; JIMÉNEZ-EGUIZÁBAL, A. The Socio-educational, Psychological and Family-Related Antecedents of Entrepreneurial Intentions among Spanish Youth. *Sustainability*[online]. 2019, 11, 1252 [cit. 2020-12-18]. Dostupné z: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/5/1252>
- FALOYE, Olaleye, Dotun, OLATUNJI, Olabode David. Entrepreneurship Education and Self-employment Intentions among Fresh Graduates in Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development* [online].2018.9(12) [cit. 2020-12-18]. ISSN 2222-2855. Dostupné z: <https://core.ac.uk/download/pdf/234648407.pdf>
- GIACOMIN, O., GUYOT, J-L., JANSSEN, F., LOHEST, O. Novice creators: personal identity and push-pull dynamics, CRECIS Working Paper 07/2007, Centre for Research in Change, Innovation and Strategy, Louvain School of Management [online], 2007, 30 s. [cit. 2020-12-23].Dostupné z: <https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/object/boreal:18311>
- GIACOMIN, O., JANSSEN, F., GUYOT, J-L, LOHEST, O. Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs[online]. 2011. MPRA Paper No. 29506, March[cit. 2020-12-23]. Dostupné z: [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/29506/2/Giacomin\\_et\\_al.\\_2011.pdf](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/29506/2/Giacomin_et_al._2011.pdf)
- GIONES, Ferran; BREM, Alexander; POLLACK, Jeffrey; MICHAELIS, Tim; KLYVER, Kim; BRINCKMANN, Jan. Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: Considering the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights* [online]. 2020. 14. e00186 [cit. 2020-11-28]. 10.1016/j.jbvi.2020.e00186. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/343413060\\_Revising\\_entrepreneurial\\_action\\_in\\_response\\_to\\_exogenous\\_shocks\\_Considering\\_the\\_COVID-19\\_pandemic](https://www.researchgate.net/publication/343413060_Revising_entrepreneurial_action_in_response_to_exogenous_shocks_Considering_the_COVID-19_pandemic)
- HALABISKY, D. (2012-06-01), “Entrepreneurial Activities in Europe - Youth Entrepreneurship”, OECD Employment Policy Papers [online], No. 1, OECD Publishing, Paris. [cit. 2020-12-23]. DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/5jxrcmlf2f27-en>. Dostupné z: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5jxrcmlf2f27-en.pdf?expires=1608737044&>

- HAILAN Pan, CUIHONG Wu, SHIWEI Lin. Analysis of College Students' Online Business in China. Proceedings of the 2nd International Conference on Management Science and Industrial Engineering [online].2013. 799-802. [cit. 2020-12-23]. Dostupné z: <https://download.atlantis-press.com/article/9849.pdf>
- HAMILTON, L.K., BOMAN, J., RUBIN, H. and SAHOTA, B.K. Examining the impact of a university mentorship program on student outcomes. International Journal of Mentoring and Coaching in Education [online]. 2019 8(1):19-36. [cit. 2021-05-06]. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJMCE-02-2018-0013>. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/330740195\\_Examining\\_the\\_impact\\_of\\_a\\_university\\_mentorship\\_program\\_on\\_student\\_outcomes](https://www.researchgate.net/publication/330740195_Examining_the_impact_of_a_university_mentorship_program_on_student_outcomes)
- HERBERT, Ian P., ROTHWELL, Andrew T., GLOVER, Jane L, LAMBERT, Stephanie A. Graduate employability, employment prospects and work-readiness in the changing field of professional work. The International Journal of Management Education [online]. 2020. 18(2). [cit. 2020-12-23]. ISSN 1472-8117. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com.ezproxy.lib.vutbr.cz/science/article/pii/S1472811719302460>
- CHAMOUTOVÁ, D., NOVOTNÁ, H., LÍBAL, M., TRHLÍKOVÁ, J., VOJTĚCH, J. Uplatnění absolventů škol na trhu práce – 2019. Praha: Národní pedagogický institut ČR [online].2020. 83 stran. [cit. 2020-12-18] ISBN: 978-80-7578-032-4. Dostupné z: <https://infoabsolvent.cz/Temata/PublikaceAbsolventi?Stranka=9-0-171&NazevSeo=Uplatneni-absolventu-skol-na-trhu-prace-201>
- iROZHLAS. Nezaměstnanost v Česku stoupla na čtyři procenta. Nejhorší je situace v okrese Karviná. iRozhlas [online]. Praha, 2021, 8. ledna 2021 [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravodomov/nezamestnanost\\_2101081031\\_oro](https://www.irozhlas.cz/zpravodomov/nezamestnanost_2101081031_oro)
- JÄRLSTRÖM, Maria. (2002). Organizational employment versus entrepreneurship: The personality approach to business students' career aspirations. Journal of Business and Entrepreneurship [online]. 14. 103-123 [cit. 2020-12-18]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/265130954\\_Organizational\\_employment\\_versus\\_entrepreneurship\\_The\\_personality\\_approach\\_to\\_business\\_students'\\_career\\_aspirations](https://www.researchgate.net/publication/265130954_Organizational_employment_versus_entrepreneurship_The_personality_approach_to_business_students'_career_aspirations)
- KOTROUŠOVÁ, MUDr. Yvona. Mentoring a koučink. MUDr. Yvona Kotroušová: lékařka, mentorka a koučka [online]. Písek: Yvona Kotroušová, ©2019-2021 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.yvonakotrousova.cz/mentoring-a-koucing/>
- KUCKERTZ, Andreas; BRÄNDLE, Leif; GAUDIG, Anja; HINDERER, Sebastian; MORALES REYES, Carlos Arturo; PROCHOTTA, Alicia; STEINBRINK, Kathrin M; BERGER, Elisabeth S. C. Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic. Journal of Business Venturing Insights [online]. 2020. 13 [cit. 2020-11-28]. ISSN 2352-6734. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352673420300251>
- KUMAR, S. Anil, et. al. Entrepreneurship development. New Delhi: New Age International (P) Ltd., Publishers [online]. Reprint 2003 [cit. 2020-11-24]. ISBN: 81-224-1434-6. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=REJjANenzVYC&printsec=frontcover&dq=>



entrepreneurship&hl=sk&sa=X&ved=2ahUKEwjij8bE\_pjtAhUKdxoKHU9zDekQ6AEwCXoECAEQAg#v=onepage&q=entrepreneurship&f=false

MEDA KOVIĆ, Vlado, MOLJEVIĆ, Slavisa, GOJKOVIĆ, Ranka, VASKOVIĆ, Srđan. MOTIVES FOR STARTING A BUSINESS. Faculty of Mechanical Engineering: University East Sarajevo. [online] 2015. [cit. 2020-12-23] Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/304999483\\_MOTIVES\\_FOR\\_STARTING\\_A\\_BUSINESS](https://www.researchgate.net/publication/304999483_MOTIVES_FOR_STARTING_A_BUSINESS)

MIKULÁŠTÍK, Milan. Manažerská psychologie. 3., přepracované vydání. Praha: Grada, 2015. Manažer. ISBN 978-80-247-4221-2.

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ. Nabídka - Individuální konzultace podnikatelských záměrů a nabídka mini školení. České sociální podnikání [online] . Praha: Ministerstvo práce a sociálních věcí ©2021 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://ceske-socialni-podnikani.cz/socialni-podnikani/aktuality/2371-copy-of-patky-v-p3-individualni-konzultace-podnikatelskych-zameru-a-planu-a-nabidka-mini-skoleni>

NIEDERMEIEROVÁ, Jana. Na vysokých školách zažívají rozmach kariérní centra. Nabízejí studentům kurzy podnikání i kouče. ČVUT: Zpravodajský servis [online]. Praha: ČVUT, 2018, 31.1.2018 [cit. 2020-12-18]. Dostupné z: <https://aktualne.cvut.cz/zpravy-z-medii/20180131-na-vysokych-skolach-zazivaji-rozmach-karierni-centra-nabizeji-studentum>

OECD/European Union (2019), "Youth self-employment and entrepreneurship activities", in The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris[online]. [cit. 2020-12-18]. DOI: <https://doi.org/10.1787/3ec10f3b-en>. Dostupné z: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/3ec10f3b-en.pdf?expires=1608378936&id=id&accname=guest&checksum=FD66E1F40A0D16E10FA544EF1F65F5C0>

OECD/EU (2020). Policy brief on recent developments in youth entrepreneurship policy, OECD Publishing, Paris[online]. [cit. 2020-12-18]. Dostupné z: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5f5c9b4e-en.pdf?expires=1608134983&id=id&accname=guest&checksum=E95C5DB5068CC33A98AEA58F6D9EE682>

OECD (2020), "Work-Life Balance", in How's Life? 2020: Measuring Well-being, OECD Publishing, Paris[online]. [cit. 2020-12-18]. Dostupné z: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/e6597da1-en/index.html?itemId=/content/component/e6597da1-en>

OJIAKU, Obinna C.; NKAMNEBE, Anayo D.; NWAIZUGBO, Ireneus C. Determinants of entrepreneurial intentions among young graduates: perspectives of push-pull-mooring model. Journal of Global Entrepreneurship Research [online]. 2018. 8(24) [cit. 2020-11-28]. Dostupné z: <https://journal-jger.springeropen.com/articles/10.1186/s40497-018-0109-3>

PLATY.CZ. Junior Grafik Žurnalistika, polygrafie, média. Platy.cz: Česká republika [online]. Praha: Profesia CZ, ©1997-2021a [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.platy.cz/platy/zurnalistika-polygrafie-media/junior-grafik?search=1>

- PLATY.CZ. Administrativní pracovník, referent Administrativa. Platy.cz: Česká republika [online]. Praha: Profesia CZ, ©1997-2021b [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.platy.cz/platy/administrativa/administrativni-pracovnik-referent>
- PLATY.CZ. Web designér, Informační technologie. Platy.cz: Česká republika [online]. Praha: Profesia CZ, ©1997-2021c [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.platy.cz/platy/informacni-technologie/web-designer?search=1>
- PLATY.CZ. Platy na pozicích. Platy.cz: Česká republika [online]. Praha: Profesia CZ, ©1997-2021d [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.platy.cz/platy>
- PLATY.CZ. Projektový manažer: Management. Platy.cz: Česká republika [online]. Praha: Profesia CZ, ©1997-2021e [cit. 2021-5-2]. Dostupné z: <https://www.platy.cz/platy/management/projektovy-manazer?search=1>
- PREMAND, Patrick; BRODMANN Stefanie; ALMEIDA, Rita; GRUN, Rebekka; BAROUNI, Mahdi. Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment Among University Graduates. *World Development*. [online] 2016. 77, 311-327. [cit. 2020-11-28]. ISSN 0305-750X. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0305750X15002090>
- REGISTR VYSOKÝCH ŠKOL A USKUTEČNOVANÝCH STUDIJNÍCH PROGRAMŮ. MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY [online]. MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY, 2019 [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <https://regvssp.msmt.cz/registrvssp/csplist.aspx>
- SAKO. Čo je koučing. SAKO: Slovenská asociácia koučov [online]. SAKO, ©2017 [cit. 2021-03-23]. Dostupné z: <https://sako.sk/o-koucingu/>
- SHIROKOVA, Galina; OSIYEVSKYY, Oleksiy; BOGATYREVA, Karina. Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal* [online]. 2016. 34(4), 386-399. [cit. 2020-11-28]. ISSN 0263-2373. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263237315001310>
- SHOUKOT, Ali. Impacts of watching videos on academic performance at university level. *European Journal of Educational Studies* [online]. 2019. 6(3), 114-125 [cit. 2021-03-22]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/333809236\\_IMPACTS\\_OF\\_WATCHING\\_VIDEOS\\_ON\\_ACADEMIC\\_PERFORMANCE\\_AT\\_UNIVERSITY\\_LEVEL](https://www.researchgate.net/publication/333809236_IMPACTS_OF_WATCHING_VIDEOS_ON_ACADEMIC_PERFORMANCE_AT_UNIVERSITY_LEVEL)
- SCHØTT, Thomas, Kew, Penny, CHERAGHI, Maryam. Future Potential: A GEM Perspective on Youth Entrepreneurship [online]. 2015. 42 p [cit. 2020-12-20]. Dostupné z: <http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2015/08/gem-2015-youth-report-1436523546.pdf>
- SINGH, H. Ramananda; RAHMAN, Habib. Entrepreneurs' personality traits and their success: an empirical analysis. *Research Journal of Social Science and Management* [online], 2013. 3(7), 99-104 [cit. 2020-11-24]. ISSN 2251-1571. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/273445314\\_Entrepreneurs'\\_Personality\\_Traits\\_and\\_their\\_Success\\_An\\_Empirical\\_Analysis](https://www.researchgate.net/publication/273445314_Entrepreneurs'_Personality_Traits_and_their_Success_An_Empirical_Analysis)

- SIRICHAROEN, Waralak. V. Infographics: The New Communication Tools in Digital Age. [online]. Presented at the International Conference on E-Technologies and Business on the Web (EBW2013) Bangkok, 7-9 May 2013. [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/256504128\\_Infographics\\_The\\_New\\_Communication\\_Tools\\_in\\_Digital\\_Age](https://www.researchgate.net/publication/256504128_Infographics_The_New_Communication_Tools_in_Digital_Age)
- SMART NETWORK BUSINESS CENTER. Odpolední business akce| úterý 25.05.2021| ONLINE 25.5.2021. Podnikatelský klub Smart Network [online]. Brno: Smart Network Business Center, 2021 [cit. 2021-5-3]. Dostupné z: <https://www.smart-network.cz/akce/odpoledni-business-akce-utery-25052021-online>
- ŠTIKAR, Jiří, RYMEŠ, M., RIEGEL, K., HOSKOVEC, J. Psychologie ve světě práce. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 8024604485.
- ŠMAHAJ, Jan & ÇAKIRPALOĞLU, Panajotis. (2016). PRACOVNÍ MOTIVACE: TEORIE, PRAXE A NOVÉ VÝZKUMNÉ PERSPEKTIVY A SMĚŘOVÁNÍ / WORK MOTIVATION: THEORY, PRACTICE AND NEW RESEARCH PERSPECTIVES AND DIRECTIONS. E-psychologie[online]. 9. 24-37[cit. 2020-12-18]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/295807519\\_PRACOVNI\\_MOTIVACE\\_TEORIE\\_PRAXE\\_A\\_NOVE\\_VYZKUMNE\\_PERSPEKTIVY\\_A\\_SMEROVANI\\_WORK\\_MOTIVATION\\_THEORY\\_PRACTICE\\_AND\\_NEW\\_RESEARCH\\_PERSPECTIVES\\_AND\\_DIRECTIONS](https://www.researchgate.net/publication/295807519_PRACOVNI_MOTIVACE_TEORIE_PRAXE_A_NOVE_VYZKUMNE_PERSPEKTIVY_A_SMEROVANI_WORK_MOTIVATION_THEORY_PRACTICE_AND_NEW_RESEARCH_PERSPECTIVES_AND_DIRECTIONS)
- VAN DER ZWAN, P., P. ZUURHOUT, and J. HESSELS. Entrepreneurship Education and Self Employment: The Role of Perceived Barriers. Zoetermeer, January. EIM Research Reports. [online] 2013. [cit. 2020-12-18]. Dostupné z: <http://ondernemerschap.panteia.nl/pdf-ez/h201301.pdf>
- VAZIRANI, Ashish and RUDRA, Titas, Role of Factors in New Venture Creation, a Case of Economic Survival during COVID-19. Indian Institute of Technology Kharagpur[online]. 2020, 14 s. [cit. 2020-12-18]. Dostupné z: <https://ssrn.com/abstract=3695995> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3695995>
- VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert. ISBN 978-80-247-4520-6.
- VRK ACADEMY. Koučink a mentoring. VRK ACADEMY: Vzdělání rozvoj kreativita [online]. Praha: VRK ACADEMY, ©2018 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.vrkacademy.cz/koucink-a-mentoring-2/>
- WESTHEAD, Paul; WRIGHT, Mike. Entrepreneurship: A Very Short Introduction. United Kingdom: Oxford University Press, 2013. ISBN 9780199670543.
- YAN, Jun. The Impact of Entrepreneurial Personality Traits on Perception of New Venture Opportunity. New England Journal of Entrepreneurship [online]. 2010. 13(2), 21-35 [cit. 2020-11-24]. DOI: 10.1108/NEJE-13-02-2010-B002. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/322239200\\_The\\_impact\\_of\\_entrepreneurial\\_personality\\_traits\\_on\\_perception\\_of\\_new\\_venture\\_opportunity](https://www.researchgate.net/publication/322239200_The_impact_of_entrepreneurial_personality_traits_on_perception_of_new_venture_opportunity)
- YOUTH BUSINESS INTERNATIONAL. Five ways to support young entrepreneurs during the COVID-19 crisis. Youth Business International, 2020, 7.4.2020 [online]. [cit.

2020-12-20]. Dostupné z: <https://www.youthbusiness.org/resource/five-ways-to-support-young-entrepreneurs-and-their-businesses-during-the-covid-19-crisis>

Zákon č. 89/2012 Sb., Nový občanský zákoník, ve znění k 3.2.2012. In: Sběrka zákonů

#### Rozhovory:

Rozhovor s Ing. Andreou Šimoníkovou, vedúcou útvaru Podnikání a kariéra, Kariérní centrum VŠB-TUO, [online ústne zdelenie,] rozhovor v MS TEAMS prepísaný do textovej podoby, 18.3.2021

Kariérní centrum VUT v Brně, [online písomné zdelenie], informácie poskytnuté online vyplnením dotazníka v Microsoft Word, 20.4.2021

# Zoznam grafov

Graf 1: Rozdelenie respondentov podľa pohlavia.....	52
Graf 2: Rozdelenie respondentov podľa ročníka.....	54
Graf 3: Rozdelenie respondentov podľa formy štúdia.....	54
Graf 4: Rozdelenie respondentov podľa univerzít.....	55
Graf 5: Rozdelenie respondentov podľa pracovnej činnosti .....	56
Graf 6: Rozdelenie respondentov podľa podnikateľ'ov v rodine .....	57
Graf 7: Rozdelenie respondentov podľa postoja k podnikaniu.....	58
Graf 8: Push faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe pohlavia.....	61
Graf 9: Pull faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe pohlavia.....	61
Graf 10: Push faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe stupňa štúdia.....	62
Graf 11: Pull faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe stupňa štúdia.....	62
Graf 12: Push faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe postoja k podnikaniu .....	63
Graf 13: Pull faktory ovplyvňujúce podnikanie rozdelené na základe postoja k podnikaniu .....	63
Graf 14: Rozdelenie respondentov podľa postoja k podnikaniu počas pandémie.....	64
Graf 15: Záujem o zdieľanie skúseností podnikateľ'ov s pandemiou, na základe rozdelenia respondentov podľa záujmu o podnikanie.....	66
Graf 16: Rozdelenie respondentov podľa postoja k podnikaniu počas pandémie na základe túžby podnikat' .....	67
Graf 17: Rozdelenie respondentov podľa vnímania bariér v podnikaní .....	68
Graf 18: Hodnotenie bariér podľa pohlavia.....	69
Graf 19: Hodnotenie bariér podľa stupňa štúdia .....	70
Graf 20: Hodnotenie bariér podľa postoja k podnikaniu.....	71
Graf 21: Vedomosť o existencii organizácií podporujúcich podnikanie podľa postoja k podnikaniu .....	72
Graf 22: Využívanie služieb kariérnych centier podľa univerzít.....	73
Graf 23: Vnímate služby kariérneho centra ako nápomocné pri rozvoji podnikateľ'skej kariéry?.....	75
Graf 24: Podnikateľ'ské vzdelanie na vysokej škole .....	77
Graf 25: Sú študenti počas života viac vedení k tomu stať sa zamestnancom než podnikateľ'om?.....	78
Graf 26: Štúdium ekonomického predmetu a postoj k podnikaniu u študentov neekonomických smerov.....	79

Graf 27: Dôležitosť nadväzovania kontaktov počas štúdia s podnikateľmi na základe postoja k podnikaniu.....	80
Graf 28: Názor na prístup k odborníkom z praxe počas štúdia.....	80
Graf 29: Povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov .....	82
Graf 30: Názor na atraktívnosť služieb vedecko-technických parkov a podnikateľských inkubátorov pre vlastné podnikanie .....	82

## Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 Rozdelenie push a pull faktorov podľa Giacomini a kol. (2007).....	31
Tabuľka 2 Vymedzenie push, pull a dvojznačných faktorov.....	32
Tabuľka 3 Rozdelenie respondentov podľa veku.....	53
Tabuľka 4 Vyčíslenie nákladov tvorby informačnej grafiky.....	87
Tabuľka 5 Vyčíslenie nákladov zverejňovania recenzií.....	88
Tabuľka 6 Vyčíslenie nákladov mentoringu a koučingu.....	90
Tabuľka 7 Vyčíslenie nákladov intenzívneho rozvojového programu.....	92
Tabuľka 8 Vyčíslenie nákladov tvorby podnikateľského seriálu.....	93
Tabuľka 9 Vyčíslenie nákladov podnikateľských konzultácií.....	94
Tabuľka 10 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, pohlavie.....	121
Tabuľka 11 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, pohlavie.....	121
Tabuľka 12 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, študijný smer (ekonomický/neekonomický).....	122
Tabuľka 13 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, študijný smer (ekonomický/neekonomický).....	122
Tabuľka 14 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, zmena postoja k podnikaniu v priebehu pandémie COVID-19.....	123
Tabuľka 15 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, zmena postoja k podnikaniu v priebehu pandémie COVID-19.....	123
Tabuľka 16 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, zdieľanie podnikateľských praktických skúseností.....	124
Tabuľka 17 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, zdieľanie podnikateľských praktických skúseností.....	124
Tabuľka 18 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – vedomosť o existencii organizácií nápomocných v začiatkoch podnikania, pohlavie.....	125
Tabuľka 19 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – vedomosť o existencii organizácií nápomocných v začiatkoch podnikania, pohlavie.....	125
Tabuľka 20 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, pohlavie.....	126
Tabuľka 21 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, pohlavie.....	126

Tabuľka 22 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, ročník štúdia .....	127
Tabuľka 23 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, ročník štúdia .....	127
Tabuľka 24 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, nadväzovanie kontaktov s podnikateľmi .....	128
Tabuľka 25 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, nadväzovanie kontaktov s podnikateľmi .....	128
Tabuľka 26 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, vedomosť o existencii organizácií nápomocných v začiatkoch podnikania .....	129
Tabuľka 27 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, vedomosť o existencii organizácií nápomocných v začiatkoch podnikania .....	129
Tabuľka 28 Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – využívanie služieb kariérneho centra podľa univerzity.....	130
Tabuľka 29 Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – využívanie služieb kariérneho centra podľa univerzity.....	130



## Zoznam príloh

Príloha č. 1: Dotazník .....	115
Príloha č. 2: Hypotézy, kontingenčné tabuľky pozorovaných a očakávaných početností.	121
Príloha č. 3: Rozhovory s kariérnymi centrami vysokých škôl.....	131

# **Prílohy**

## Príloha č. 1: Dotazník

Dobrý deň,

volám sa Denisa Kudračová a som študentkou magisterského štúdia na Podnikateľskej fakulte VUT v Brne. Témou mojej diplomovej práce je analýza postojov a motivácie budúcich absolventov k založeniu vlastného podnikania. Preto by som Vás touto cestou chcela poprosiť o vyplnenie krátkeho dotazníka. Dotazník je anonymný a bude slúžiť len pre účely spracovania mojej diplomovej práce. Ďakujem za Váš čas strávený pri vyplňaní dotazníku.

Pekný deň, Denisa Kudračová

### **Charakteristika respondentov**

1. Uved'te, prosím, Vaše pohlavie

- Žena
- Muž

2. Prosím, uveďte Váš vek

.....

3. V akom ste ročníku na vysokej škole?

- 1. ročník -3 ročník./ bakalársky stupeň
- 1. ročník magisterského štúdia
- 2. ročník magisterského štúdia
- Iné

4. Akou formou študujete?

- Prezenčná forma štúdia
- Kombinovaná forma štúdia
- Distančná forma štúdia
- Iné

5. Uved'te, prosím, mesto, univerzitu a názov fakulty, na ktorej študujete

.....

6. Uved'te, prosím, oblasť Vášho štúdia: (MŠMT, REGISTR VYSOKÝCH ŠKOL a uskutečňovaných studijných programů , 2019) (na výber viac možností)

- Architektúra a urbanizmus
- Bezpečnostné odbory
- Biológia, ekológia a životné prostredie
- Doprava
- Ekonómia a management

- Elektrotechnika a komunikačné technológie
- Energetika
- Farmácia
- Filológia
- Filozofia, religionistika a teológia
- Fyzika
- Historické vedy
- Chémia
- Informatika
- Kybernetika
- Lesníctvo a drevárstvo
- Matematika
- Mediálne a komunikačné štúdie
- Neučiteľská pedagogika (Andragogika, Sociálna pedagogika, Vychovávateľstvo...)
- Politické vedy (Medzinárodné vzťahy, Politológia, Európske štúdie...)
- Právo
- Psychológia
- Sociológia, Sociálna práca
- Stavebníctvo
- Strojárstvo, technológie a materiály
- Telesná výchova a šport, kinantropológia
- Ťažba a spracovanie nerastných surovín
- Učiteľstvo
- Umenie a kultúra
- Vedy o Zemi
- Veterinárne lekárstvo, veterinárna hygiena
- Všeobecné lekárstvo a zubné lekárstvo
- Iné zdravotné odbory
- Poľnohospodárstvo
- Potravinárstvo
- Iné

7. Podnikáte?

- Áno
- Nie

8. Uved'te, prosím, v akej oblasti podnikáte

.....

9. Máte popri štúdiu prácu/brigádu?

- Áno, mám brigádu
- Áno, mám prácu na hlavný pracovný pomer
- Nie

10. Podniká niekto z Vašej blízkej rodiny? (na výber viac možností)

- Áno, aspoň jeden z rodičov
- Áno, aspoň jeden súrodenec
- Áno, iný člen rodiny

- Nie

### **Postoje a motivácia k podnikaniu**

#### *11. Odhliadnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?*

- Už podnikám
- Áno, túžim podnikat'
- Áno, podnikat' sa reálne chystám
- Nie, podnikanie ma neláka

(Pre možnosť „nie“ sa nezobrazí hodnotenie motívov)

#### *12. Ohodnot'ite prosím motívy, ktoré Vás vedú/viedli k podnikaniu (0 - nemá žiadny vplyv, 5 - dôvod je pre mňa zásadný)*

- Láka ma bohatstvo a podnikanie mi prinesie nadštandardný príjem
- Túžim po časovej flexibilitě
- Túžim vyvíjať nové produkty/procesy
- Láka ma vedomie, že môžem vytvoriť pracovné príležitosti pre iných
- Túžim naplniť svoj potenciál a sebarealizovať sa
- Chcem využiť príležitosti na trhu a začať podnikat'
- Túžim byť nezávislý/á, byť sám sebe pánom
- Túžim podnikat' a nasledovať rodinnú tradíciu
- Mám strach, že si nenájdem vhodnú prácu, pretože nemám dostatok skúsenosti
- Myslím si, že si nenájdem prácu, ktorá ma bude baviť a naplňať
- Som tlačенý/á do podnikania z dôvodu nasledovania rodinnej tradície
- Myslím si, že v zamestnaneckom pomere budem mať málo peňazí, preto chcem začať podnikat'

#### *13. Zmenila prebiehajúca pandémia COVID-19 Váš záujem o podnikanie?*

- Áno, vďaka pandémie sa zvýšil môj záujem o podnikanie
- Áno, vďaka pandémie sa znížil môj záujem o podnikanie
- Nie, chcel/a som podnikat' pred pandemiou a môj postoj sa nezmenil
- Nie, nechcel/a som podnikat' ani pred pandemiou a môj postoj sa nezmenil

#### *14. Pomohlo by Vám zdieľanie podnikateľských praktických skúseností s vysporiadaním sa so situáciou spojenou s COVID-19 k zvýšeniu Vašej motivácie podnikat'?*

- Rozhodne áno
- Skôr áno
- Skôr nie
- Rozhodne nie

#### *15. Ohodnot'ite prosím, Vaše postoje k podnikaniu v súvislosti s pandemiou COVID-19 (0 - nemá žiadny vplyv, 5 - dôvod je pre mňa zásadný)*

- Pandémia COVID-19 so sebou prináša podnikateľské príležitosti, ktoré by som rád/rada využil/a
- Pandémia COVID-19 predstavuje neistotu, preto sa bojím začať podnikat'
- Myslím si, že pandémia COVID-19 povedie k vyššej nezamestnanosti, preto pokladám za nutné začať podnikat'

- Chcel/a som podnikat' v obore, ktorý momentálne kvôli vládnym reštrikciám pokladám na neperspektívny
- Myslím si, že kvôli pandémie COVID-19 je istejšou voľbou zamestnanecký pomer, než podnikanie

16. Vnímate určité bariéry súvisiace so začiatkom podnikateľskej činnosti? (strach, nedostatok financií, nedostatok informácií, neochota podstúpiť riziko...)

- Áno
- Nie

(Pre možnosť „nie“ sa nezobrazí hodnotenie bariér)

17. Bez ohľadu či chcete začať podnikat' alebo nie, ohodnotte, prosím, bariéry, kvôli ktorým nechcete podnikat', resp. ktorých sa najviac bojíte v súvislosti so začatím podnikania (0 - nemá žiadny vplyv, 5 - dôvod je pre mňa zásadný)

- K začiatku podnikania mi bráni nedostatok finančných prostriedkov
- Bojím sa zlyhania
- Nemám dostatočné vzdelanie k založeniu podnikania
- Nemám vo svojom okolí podnikateľské vzory, od ktorých sa môžem inšpirovať
- Myslím si, že si nezáiskam dôveryhodnosť u potenciálnych zákazníkov
- Nemám dostatok pracovných skúseností
- Nerád/nerada podstupujem riziko
- Nerád/nerada preberám zodpovednosť
- K začatiu podnikania mi bráni nedostatok obchodných vzťahov
- Súčasnú ekonomickú situáciu spojenú s pandemiou COVID-19 považujem za nepriaznivú
- Povaha povolania, ktoré chcem vykonávať, mi nedovoľuje stať sa podnikateľom

### **Organizácie podporujúce podnikanie**

18. Viete o existencii organizácií, ktoré podporujú podnikanie?

- Áno
- Nie

19. Využili ste niekedy služby kariérneho centra vysokých škôl?

- Áno, služby kariérneho centra som párkrát využil/a
- Áno, služby kariérneho centra využívam pravidelne
- Nie, služby kariérneho centra som nikdy nevyužila aj napriek tomu, že viem o ich existencii
- Nie, služby kariérneho centra som nikdy nevyužila, pretože som nevedel/a o ich existencii

20. Vnímate služby kariérneho centra ako nápomocné pri rozvoji podnikateľskej kariéry?

- Rozhodne áno

- Skôr áno
- Skôr nie
- Rozhodne nie

21. Uved'te prosím dôvod Vašej predchádzajúcej odpovede:

.....

22. Myslíte si, že Vám vysoká škola poskytuje adekvátne vzdelanie, aby ste mohli začať podnikat'?

- Rozhodne áno
- Skôr áno
- Skôr nie
- Rozhodne nie

23. Mali ste v rámci vysokoškolského štúdia nejaký ekonomický predmet?

- áno
- nie

24. Máte pocit, že ste vedený počas života viac k tomu ako sa stať zamestnancom, než ako sa stať podnikateľom?

- Rozhodne áno
- Skôr áno
- Skôr nie
- Rozhodne nie

25. Pokladáte za dôležité počas štúdia nadväzovať kontakty s podnikateľmi, od ktorých sa môžete inšpirovať?

- Rozhodne áno
- Skôr áno
- Skôr nie
- Rozhodne nie

26. Máte pocit, že máte počas štúdia dostatočný prístup k odborníkom z praxe?

- Rozhodne áno
- Skôr áno
- Skôr nie
- Rozhodne nie

27. Máte povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov?

- Rozhodne áno
- Skôr áno
- Skôr nie
- Rozhodne nie

28. Sú pre Vás služby podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov k rozvoju Vášho podnikania atraktívne?

- Rozhodne áno
- Skôr áno
- Skôr nie
- Rozhodne nie

29. Aká služba by Vám v súvislosti so začatím podnikania najviac pomohla?

.....



## Príloha č. 2: Hypotézy, kontingenčné tabuľky pozorovaných a očakávaných početností

$H_0$ : Neexistuje závislosť medzi postojom k podnikaniu a pohlavím

$H_1$ : Existuje závislosť medzi postojom k podnikaniu a pohlavím

$$\chi^2 = 9,938543753$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 0,019095825

Cramerov koeficient = 0,218066139

**Tabuľka 10** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početností – postoj k podnikaniu, pohlavie

Odhladnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?	Pohlavie		Celkový súčet
	Muž	Žena	
Áno, podnikat' sa reálne chystám	19	13	32
Áno, túžim podnikat'	21	34	55
Nie, podnikanie ma neláka	32	75	107
Už podnikám	4	11	15
<b>Celkový súčet</b>	<b>76</b>	<b>133</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 11** Kontingenčná tabuľka očakávaných početností – postoj k podnikaniu, pohlavie

Odhladnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?	Pohlavie		Celkový súčet
	Muž	Žena	
Áno, podnikat' sa reálne chystám	11,6	20,4	32
Áno, túžim podnikat'	20,0	35,0	55
Nie, podnikanie ma neláka	38,9	68,1	107
Už podnikám	5,5	9,5	15
<b>Celkový súčet</b>	<b>76</b>	<b>133</b>	<b>209</b>

*H<sub>0</sub>: Neexistuje závislosť medzi štúdiom ekonomického smeru a postojom k podnikaniu*

*H<sub>1</sub>: Existuje závislosť medzi štúdiom ekonomického smeru a postojom k podnikaniu*

$$\chi^2 = 19,01613$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 0,000271

Cramerov koeficient = 0,301639

**Tabuľka 12** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, študijný smer (ekonomický/neekonomický)

Ekonomický smer/Neekonomický smer	Postoj k podnikaniu				Celkový súčet
	Áno, podnikat' sa reálne chystám	Áno, túžim podnikat'	Nie, podnikanie ma neláka	Už podnikám	
Ekonomický smer	11	14	18	10	53
Neekonomický smer	21	41	89	5	156
<b>Celkový súčet</b>	<b>32</b>	<b>55</b>	<b>107</b>	<b>15</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 13** Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, študijný smer (ekonomický/neekonomický)

Ekonomický smer/Neekonomický smer	Postoj k podnikaniu				Celkový súčet
	Áno, podnikat' sa reálne chystám	Áno, túžim podnikat'	Nie, podnikanie ma neláka	Už podnikám	
Ekonomický smer	8,1	13,9	27,1	3,8	53
Neekonomický smer	23,9	41,1	79,9	11,2	156
<b>Celkový súčet</b>	<b>32</b>	<b>55</b>	<b>107</b>	<b>15</b>	<b>209</b>

*H<sub>0</sub>: Neexistuje závislosť medzi zmenou postoja k podnikaniu kvôli pandémie COVID- 19 a postojom k podnikaniu odhliadnuc od vonkajších okolností*

*H<sub>1</sub>: Existuje závislosť medzi zmenou postoja k podnikaniu kvôli pandémie COVID- 19 a postojom k podnikaniu odhliadnuc od vonkajších okolností*

$$\chi^2 = 181,6613185$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 5,41128E-32

Cramerov koeficient = 0,289730971

**Tabuľka 14** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, zmena postoja k podnikaniu v priebehu pandémie COVID-19

	Zmenila prebiehajúca pandémia COVID- 19 Váš záujem o podnikanie?				Celkový súčet
	Áno, vďaka pandémii sa znížil môj záujem o podnikanie	Áno, vďaka pandémii sa zvýšil môj záujem o podnika nie	Nie, chcel/a som podnikat' pred pandémiou a môj postoj sa nezmenil	Nie, nechcel/a som podnikat' ani pred pandémio u a môj postoj sa nezmenil	
<b>Odhliadnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?</b>					
<b>Áno, podnikat' sa reálne chystám</b>	1	6	21	1	<b>29</b>
<b>Áno, túžim podnikat'</b>	12	5	34	2	<b>53</b>
<b>Nie, podnikanie ma neláka</b>	7	2	2	96	<b>107</b>
<b>Už podnikám</b>	0	5	15	0	<b>20</b>
<b>Celkový súčet</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>72</b>	<b>99</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 15** Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, zmena postoja k podnikaniu v priebehu pandémie COVID-19

	Zmenila prebiehajúca pandémia COVID- 19 Váš záujem o podnikanie?				Celkový súčet
	Áno, vďaka pandémii sa znížil môj záujem o podnikanie	Áno, vďaka pandémii sa zvýšil môj záujem o podnika nie	Nie, chcel/a som podnikat' pred pandémiou a môj postoj sa nezmenil	Nie, nechcel/a som podnikat' ani pred pandémio u a môj postoj sa nezmenil	
<b>Odhliadnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?</b>					
<b>Áno, podnikat' sa reálne chystám</b>	2,8	2,5	9,9	13,7	<b>29</b>
<b>Áno, túžim podnikat'</b>	5,1	4,6	18,3	25,1	<b>53</b>
<b>Nie, podnikanie ma neláka</b>	10,2	9,2	36,9	50,7	<b>107</b>
<b>Už podnikám</b>	1,9	1,7	6,9	9,5	<b>20</b>
<b>Celkový súčet</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>72</b>	<b>99</b>	<b>209</b>

*H<sub>0</sub>: Neexistuje závislosť medzi záujmom študentov o zdieľanie podnikateľských praktických skúseností s vysporiadaním sa s dopadmi pandémie COVID-19 a postojom študenta k podnikaniu*

*H<sub>1</sub>: Existuje závislosť medzi záujmom študentov o zdieľanie podnikateľských praktických skúseností s vysporiadaním sa s dopadmi pandémie COVID-19 a postojom študenta k podnikaniu*

$$\chi^2 = 46,31043928$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 5,27341E-07

Cramerov koeficient = 0,271772607

**Tabuľka 16** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, zdieľanie podnikateľských praktických skúseností

Odhládnuť od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?	Pomohlo by Vám zdieľanie podnikateľských praktických skúseností, s vysporiadaním sa so situáciou spojenou s COVID-19, k zvýšeniu Vašej motivácie podnikat'?				Celkový súčet
	Rozhodne áno	Rozhodne nie	Skôr áno	Skôr nie	
Áno, podnikat' sa reálne chystám	2	2	11	14	29
Áno, túžim podnikat'	12	1	28	12	53
Nie, podnikanie ma neláka	3	21	26	57	107
Už podnikám	5	1	8	6	20
<b>Celkový súčet</b>	<b>22</b>	<b>25</b>	<b>73</b>	<b>89</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 17** Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, zdieľanie podnikateľských praktických skúseností

Odhládnuť od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?	Pomohlo by Vám zdieľanie podnikateľských praktických skúseností, s vysporiadaním sa so situáciou spojenou s COVID-19, k zvýšeniu Vašej motivácie podnikat'?				Celkový súčet
	Rozhodne áno	Rozhodne nie	Skôr áno	Skôr nie	
Áno, podnikat' sa reálne chystám	3,05	3,47	10,13	12,35	29
Áno, túžim podnikat'	5,58	6,34	18,51	22,57	53
Nie, podnikanie ma neláka	11,26	12,80	37,37	45,56	107
Už podnikám	2,11	2,39	6,99	8,52	20
<b>Celkový súčet</b>	<b>22</b>	<b>25</b>	<b>73</b>	<b>89</b>	<b>209</b>

*H<sub>0</sub>: Neexistuje závislosť medzi vedomosťou o existencii organizácii, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania a medzi pohlavím*

*H<sub>1</sub>: Existuje závislosť medzi vedomosťou o existencii organizácii, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania a medzi pohlavím*

$$\chi^2 = 5$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 0,025945729

Cramerov koeficient = 0,154046

**Tabuľka 18** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – vedomosť o existencii organizácií nápomocných v začiatkoch podnikania, pohlavie

Pohlavie	Viete o existencii organizácií, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania?		Celkový súčet
	Áno	Nie	
Muž	37	39	76
Žena	44	89	133
<b>Celkový súčet</b>	<b>81</b>	<b>128</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 19** Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – vedomosť o existencii organizácií nápomocných v začiatkoch podnikania, pohlavie

Pohlavie	Viete o existencii organizácií, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania?		Celkový súčet
	Áno	Nie	
Muž	29,5	46,5	76
Žena	51,5	81,5	133
<b>Celkový súčet</b>	<b>81</b>	<b>128</b>	<b>209</b>

*H<sub>0</sub>: Neexistuje závislosť medzi disponovaním povedomím o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov a medzi pohlavím*

*H<sub>0</sub>: Existuje závislosť medzi disponovaním povedomím o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov a medzi pohlavím*

$$\chi^2 = 6,568181818$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 7,91701E-05

Cramerov koeficient = 0,177275794

**Tabuľka 20** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, pohlavie

Pohlavie	Máte povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov?				Celkový súčet
	Rozhodne áno	Rozhodne nie	Skôr áno	Skôr nie	
<b>Muž</b>	12	18	24	22	<b>76</b>
<b>Žena</b>	4	52	21	56	<b>133</b>
<b>Celkový súčet</b>	<b>16</b>	<b>70</b>	<b>45</b>	<b>78</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 21** Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, pohlavie

Pohlavie	Máte povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov?				Celkový súčet
	Rozhodne áno	Rozhodne nie	Skôr áno	Skôr nie	
<b>Muž</b>	5,8	25,5	16,4	28,4	<b>76</b>
<b>Žena</b>	10,2	44,5	28,6	49,6	<b>133</b>
<b>Celkový súčet</b>	<b>16</b>	<b>70</b>	<b>45</b>	<b>78</b>	<b>209</b>

*H<sub>0</sub>: Neexistuje závislosť medzi disponovaním povedomím o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov a medzi ročníkom štúdia*

*H<sub>0</sub>: Existuje závislosť medzi disponovaním povedomím o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov a medzi ročníkom štúdia*

$$\chi^2 = 1,195610838$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 0,015706421

Cramerov koeficient = 0,043667784

**Tabuľka 22** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, ročník štúdia

Ročník štúdia	Máte povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov?				Celkový súčet
	Rozhodne áno	Rozhodne nie	Skôr áno	Skôr nie	
1. ročník - 3. ročník bakalárskeho štúdia	5	35	21	45	106
1. ročník magisterského štúdia	3	6	13	9	31
2. ročník magisterského štúdia	8	27	10	20	65
Iné	0	2	1	4	7
<b>Celkový súčet</b>	<b>16</b>	<b>70</b>	<b>45</b>	<b>78</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 23** Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – povedomie o činnosti podnikateľských inkubátorov a vedecko-technických parkov, ročník štúdia

Ročník štúdia	Máte povedomie o činnosti vedecko-technických parkov a podnikateľských inkubátorov?				Celkový súčet
	Rozhodne áno	Rozhodne nie	Skôr áno	Skôr nie	
1. ročník - 3. ročník bakalárskeho štúdia	8,1	35,5	22,8	39,6	106
1. ročník magisterského štúdia	2,4	10,4	6,7	11,6	31
2. ročník magisterského štúdia	5,0	21,8	14,0	24,3	65
Iné	0,5	2,3	1,5	2,6	7
<b>Celkový súčet</b>	<b>16</b>	<b>70</b>	<b>45</b>	<b>78</b>	<b>209</b>

*H<sub>0</sub>: Neexistuje závislosť medzi presvedčením o dôležitosti nadväzovania kontaktov s podnikateľmi, od ktorých je možné sa inšpirovať a medzi postojom k podnikaniu*

*H<sub>1</sub>: Existuje závislosť medzi presvedčením o dôležitosti nadväzovania kontaktov s podnikateľmi, od ktorých je možné sa inšpirovať a medzi postojom k podnikaniu*

$$\chi^2 = 1,378481168$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 1,52138E-08

Cramerov koeficient = 0,046888533

**Tabuľka 24** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, nadväzovanie kontaktov s podnikateľmi

Odhladnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?	Pokladáte za dôležité počas štúdia nadväzovať kontakty s podnikateľmi, od ktorých sa môžete inšpirovať				Celkový súčet
	Rozhodne áno	Rozhodne nie	Skôr áno	Skôr nie	
Áno, podnikat' sa reálne chystám	16	0	14	2	32
Áno, túžim podnikat'	33	1	18	3	55
Nie, podnikanie ma neláka	18	8	42	39	107
Už podnikám	11	0	4		15
<b>Celkový súčet</b>	<b>78</b>	<b>9</b>	<b>78</b>	<b>44</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 25** Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, nadväzovanie kontaktov s podnikateľmi

Odhladnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?	Pokladáte za dôležité počas štúdia nadväzovať kontakty s podnikateľmi, od ktorých sa môžete inšpirovať				Celkový súčet
	Rozhodne áno	Rozhodne nie	Skôr áno	Skôr nie	
Áno, podnikat' sa reálne chystám	11,9	1,4	11,9	6,7	32
Áno, túžim podnikat'	20,5	2,4	20,5	11,6	55
Nie, podnikanie ma neláka	39,9	4,6	39,9	22,5	107
Už podnikám	5,6	0,6	5,6	3,2	15
<b>Celkový súčet</b>	<b>78</b>	<b>9</b>	<b>78</b>	<b>44</b>	<b>209</b>



*H<sub>0</sub>: Neexistuje závislosť medzi vedomosťou o existencii organizácii, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania a medzi postojmi študentov k podnikaniu*

*H<sub>1</sub>: Existuje závislosť medzi vedomosťou o existencii organizácii, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania a medzi postojmi študentov k podnikaniu*

$$\chi^2 = 2,952729554$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 0,00126498

Cramerov koeficient = 0,177275794

**Tabuľka 26** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – postoj k podnikaniu, vedomosť o existencii organizácií nápomocných v začiatkoch podnikania

Odhliadnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?	Viete o existencii organizácií, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania?		Celkový súčet
	Áno	Nie	
Áno, podnikat' sa reálne chystám	17	12	29
Áno, túžim podnikat'	25	28	53
Nie, podnikanie ma neláka	28	79	107
Už podnikám	11	9	20
<b>Celkový súčet</b>	<b>81</b>	<b>128</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 27** Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – postoj k podnikaniu, vedomosť o existencii organizácií nápomocných v začiatkoch podnikania

Odhliadnuc od vonkajších okolností, chceli by ste podnikat'?	Viete o existencii organizácií, ktoré môžu byť nápomocné v začiatkoch podnikania?		Celkový súčet
	Áno	Nie	
Áno, podnikat' sa reálne chystám	11,2	17,8	29
Áno, túžim podnikat'	20,5	32,5	53
Nie, podnikanie ma neláka	41,5	65,5	107
Už podnikám	7,8	12,2	20
<b>Celkový súčet</b>	<b>81</b>	<b>128</b>	<b>209</b>

$H_0$ : Neexistuje závislosť medzi využívaním služieb kariérneho centra a univerzitou, ktorú študent navštevuje

$H_1$ : Existuje závislosť medzi využívaním služieb kariérneho centra a univerzitou, ktorú študent navštevuje

$$\chi^2 = 34,25523217$$

P-hodnota ( vypočítaná pomocou funkcie CHISQ.TEST v exceli) = 0,003135182

Cramerov koeficient = 0,233738196

**Tabuľka 28** Kontingenčná tabuľka pozorovaných početnosti – využívanie služieb kariérneho centra podľa univerzity

Univerzita	Využili ste niekedy služby kariérneho centra vysokých škôl?				Celkový súčet
	Áno, služby kariérneho centra som párkrát využil/a	Áno, služby kariérneho centra využívam pravidelne	Nie, služby kariérneho centra som nikdy nevyužila aj napriek tomu, že viem o ich existencii	Nie, služby kariérneho centra som nikdy nevyužila, pretože som nevedel/a o ich existencii	
MENDELU	2	0	8	8	18
MUNI	8	0	15	7	30
UK	1	0	13	12	26
VŠB	1	1	9	1	12
VUT	5	0	44	36	85
Iná	5	0	20	13	38
<b>Celkový súčet</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>109</b>	<b>77</b>	<b>209</b>

**Tabuľka 29** Kontingenčná tabuľka očakávaných početnosti – využívanie služieb kariérneho centra podľa univerzity

Univerzita	Využili ste niekedy služby kariérneho centra vysokých škôl?				Celkový súčet
	Áno, služby kariérneho centra som párkrát využil/a	Áno, služby kariérneho centra využívam pravidelne	Nie, služby kariérneho centra som nikdy nevyužila aj napriek tomu, že viem o ich existencii	Nie, služby kariérneho centra som nikdy nevyužila, pretože som nevedel/a o ich existencii	
MENDELU	1,9	0,1	9,4	6,6	18
MUNI	3,2	0,1	15,6	11,1	30
UK	2,7	0,1	13,6	9,6	26
VŠB	1,3	0,1	6,3	4,4	12
Iná	8,9	0,4	44,3	31,3	85
VUT	4,0	0,2	19,8	14,0	38
<b>Celkový súčet</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>109</b>	<b>77</b>	<b>209</b>

### **Príloha č. 3: Rozhovory s kariérnymi centrami vysokých škôl**

#### **Rozhovor s Ing. Andreou Šimoníkovou, KC VŠB-TUO**

*Myslíte si, že je v súčasnej dobe vysoký záujem študentov o podnikanie? Alebo sa skôr prikláňajú k zamestnaneckému pomeru?*

Myslím si, že sa jednoznačne študenti prikláňajú k zamestnaneckému pomeru. Ale zároveň sa percento medzi tými, čo chcú podnikat' a chcú byť zamestnaní upravilo v prospech podnikania.

*Sú, na základe Vašich skúseností, študenti počas života viac vedení k tomu stať sa zamestnancami, než podnikateľmi?*

V tomto prípade dosť záleží na rodinnom prostredí, čo ukazuje aj prieskum GUESSS. Nie sú to teda moje dojmy, vychádzam skôr z prieskumu, ktorý toto ukazuje.

*Akým spôsobom podporujete podnikavosť študentov?*

Určite sa nepodporuje podnikavosť študentov len v Kariérnom centre, ale taktiež v rámci univerzity. Študentov podporujeme v akceleračnom programe GREEN LIGHT, je to však program otvorený i pre verejnosť, to je potrebné povedať, ale máme tam zastúpenie zhruba 50 % študentov v tímoch. A ďalší spôsob je predmet Start-up podnikání, ktorý máme už štvrtým rokom.

*Majú študenti v Kariérnom centre dostatočný prístup k odborníkom z praxe?*

Neviazala by som sa len k tomu Kariérnemu centru. Aktivity, ktoré idú smerom k podnikavosti nejdú za Kariérnym centrom vždy. Odprostíme sa od Kariérneho centra - ak ide o podporu podnikavosti na univerzite, tak rozhodne majú dosť významný prístup k odborníkom. A my vlastne máme do predmetu Start-up podnikání tento rok zapojených 8 odborníkov zo start-upovej scény alebo z výraznej praxe, úspešných ľudí. A v GREEN LIGHT máme taktiež zapojených odborníkov veľmi významne, je to na nich aj veľmi významne postavené.

*Myslíte si, že sú študenti dostatočne informovaní, že Vaša činnosť je tiež zameraná na podporu podnikavosti?*

Ak sa nebudeme iba o Kariérnom centre, tak je to otázka relevantná. Čo sa týka informovanosti, samozrejme by mohla byť vyššia, ale mám pocit, že študenti, ktorí o podnikání uvažujú, začínajú tie informácie hľadať, a to je dôležité. Tá iniciatíva musí ísť z ich strany. A možno pre vysvetlenie, v Kariérnom centre, keď rozvíjame soft skill ako nejakú kompetenciu, tak väčšinou je rozvíjaná bez ohľadu na to či smeruje k podnikaniu alebo k využitiu v zamestnaneckom pomere. Takže tam je vlastne zbytočné to deliť, ak to nie je vyslovene napríklad ako uspieť na pohovore u zamestnávateľa. Ale také prezentačné schopnosti, práca v tíme, projektové riadenie, to sú všetko veci, ktoré sú dôležité i v podnikaní. Je potrebné mať obzor široký a nezužovať si to na - kariérko robí zamestnanecký pomer. Kariérko robí všetko, spadá tam prirodzene i podnikavosť. To, čo by kariérko mohlo ešte

výraznejšie robiť, sú cielené aktivity na rozvoj podnikavosti a o tom sa dnes začíname viac baviť.

*Oslovujú Vás študenti často s prosbou o pomoc v otázkach podnikania? Sú to väčšinou študenti ekonomických odborov alebo na odbore nezáleží?*

Mohli by sa obracať častejšie, obracajú sa skôr ojedinele.

*38,8 % všetkých opýtaných študentov označilo, že nevedia o existencii kariérneho centra vysokej školy (všeobecne). Čo si myslíte, že môže byť dôvodom vysokej neznalosti študentov o existencii kariérnych centier? Prekvapilo Vás toto vysoké percento?*

Vysoké percento ma neprekvapilo, pretože niektoré vysoké školy ešte takmer nemajú kariérne centrá, alebo sa iba skrýva v jednej osobe na štvrt' úväzku, čo nie je kariérne centrum, takže ma to neprekvapuje. Ak sa nemýlim, u nás je to číslo omnoho lepšie, ale tiež je významná časť študentov, ktorí o kariérnom centre nevedia. Takže si myslím, že to číslo odpovedá a je v poriadku, pretože pozícia kariérnych centier sa buduje až v posledných rokoch. Intenzívne to vnímam posledné dva-tri roky, až na výnimky. Než vybudujete vôbec nejaké povedomie, že existuje nejaké kariérne centrum a aké služby tam môžu dostať, tak to proste trvá. A ukazuje sa, že pokiaľ študent využije služby kariérneho centra jednorazovo, tak má tendenciu sa vracat' opakovane.

*52,2 % všetkých opýtaných študentov označilo, že nevyužili nikdy služby kariérneho centra vysokej školy (všeobecne) aj napriek tomu, že vedia o jeho existencii. Čo si myslíte, že môže byť dôvodom, že veľké percento študentov tieto služby nevyužíva?*

Číslo okolo 50 % je relevantné, mohlo by to tak byť. Pretože ako hovorím, je veľmi nízke povedomie o prínose, ktoré im kariérne centrá môžu priniesť a ešte kariérne centrá nemusia mať stále služby v Českej republike, ktoré sa študentom hodia, takže je to o tom, že je potrebné, aby sa vyvíjali s tým, čo je pre študentov potrebné.

*Máte túžbu zvýšiť povedomie študentov o existencii Kariérneho centra a Vami poskytovaných službách? Rozmýšľali ste nad spôsobmi ako toto povedomie u študentov zvýšiť?*

My nemáme túžbu, my už to robíme veľmi aktívne posledné dva roky. Myslím si, že sa nám to darí, čo sledujeme aj na základe analýz, ktoré si robíme. Vidíme zvyšujúci sa počet unikátnych osôb, ktoré navštevujú Kariérne centrum. Ďalej vidíme, navyšujúci sa počet študentov, percentuálne k celkovému počtu na univerzite, ktorí nás opakovane využívajú a vidíme to tiež na sociálnych sieťach, že nám rastie veľmi silne fanúšikovská základňa, a ten nárast je v desiatkach percent.

*Zisťujete nejakým spôsobom, o aké služby by mali študenti záujem? Ak áno, akým?*

Sledujeme si výťažnosť u jednotlivých aktivít. A tu je potrebné zmieniť, že počas koronavírusu máme niektoré semináre/workshopy plné do hodiny/ do dvoch. Takže si myslím, že ten samotný záujem je to, že workshopy máme zaplnené a rozhodne nenaháňame študentov. Obrovský záujem je o oblasť ako uspieť na pohovore, teda

konzultácie, ako má prebiehať pohovor v angličtine či češtine, ako si spraviť CV. Tiež je veľký záujem o komunikačné schopnosti - prezentovanie, sebareprezentovanie a máme veľký záujem o talentový program, čo je u nás ročný program, kde je náročné sa dostať a odmietame väčšiu študentov, ktorí sa hlásia do tohto programu, pretože je tam náročné assessment centrum.

*Zisťujete spokojnosť študentov s poskytovanými službami?*

Zisťujeme pravidelne po každej akcii.

*Čo v službách Kariérneho centra prevažuje, poskytovanie teoretických vedomostí alebo skôr sprostredkovanie praktických skúseností?*

Teoretické žiadne nemáme, všetko je interaktívne a praktické.

*Ovplyvnila pandémia COVID-19 záujem študentov o služby Kariérneho centra? Ak áno, pozitívne alebo negatívne?*

Záujem vzrástol. Ja si myslím, že za prvé študenti majú viac času v priebehu pandémie sa dozvedávať v tejto oblasti a inak tá online forma tomu môže výrazne pomôcť. Ale je potrebné si uvedomiť, že niektoré veci sa v online robiť nedajú a my sme tie workshopy zastavali, tam kde nám to nedáva zmysel. Takže toto v tom portfóliu teraz chýba, pretože je potrebné si uvedomiť, že do onlinu sa dajú dostať len niektoré veci. Ale ten záujem je, je zvyšujúci sa, sme schopní uspokojiť omnoho väčší dopyt vďaka onlinu. Ale hovorím, musíme si dávať pozor, nechceme ostať len u onlinu.

*Chceli by ste ešte niečo dodať?*

Pre mňa veľmi zaujímavý trend, ktorý sme sami začali aplikovať je to, že sa zaoberáme malou skupinou študentov, ktorí majú veľký potenciál na sebe pracovať. A my ich zaradzujeme do tzv. talentového programu, to znamená odhalíme ich talenty, ich silné a slabé stránky, v čom by mohli na sebe pracovať a makáme s nimi skoro rok. A ten prerod osobností, ktoré vidím je neskutočný. Na konci sú schopní povedať v čom sú dobrí, čo im nesedí, čo by firme ešte okrem hard skills mohli ponúknuť, aké sú ich prednosti a budovať si vlastnú osobnostnú značku. A to si myslím, že je trend budúcich úspešných absolventov, ktorých by týmto spôsobom kariérne centrá mali výrazne podporovať. Ale musí to ísť z tých študentov, to je základ.

## **Rozhovor s KC VUT**

*Myslíte si, že je v súčasnej dobe vysoký záujem študentov o podnikanie?*

Bohužel toto nelze posoudit, někdy jsou celé ročníky či jednotliví studenti plní nápadů a chtějí vlastní podnikání, jindy se raději stanou zaměstnanci. My jsme zde pro obě tyto skupiny. Pomáháme jak se založením a podporou vlastního podnikání, tak i s přípravou na pohovor a získání vhodné pracovní pozice. Studenti mohou využít nabídky webinářů nebo individuálních konzultací. Oblasti dalšího vzdělávání

se věnujeme také formou článků pravidelně publikovaných na našich webových stránkách.

*Sú, na základe Vašich skúseností, študenti počas života viac vedení k tomu stať sa zamestnancami než podnikateľmi?*

Na tuto otázku neexistuje jednoznačná odpověď. To, zda se studenti v budoucnu stanou zaměstnanci, či podnikateli, je ovlivněno několika faktory. Záleží na rodinném prostředí a sociálních kruzích daného jednotlivce, také na studovaném oboru a činnostech, kterým se věnuje, a v neposlední řadě také na osobnostních předpokladech a představě o dalším životním směřování.

My dokážeme studenta navést tak, aby si vybral tu pravou cestu. Můžeme mu poradit, sdělit názor odborníků, ale finální krok je vždy na něm.

*Akým spôsobom podporujete podnikavosť študentov?*

Studentům zprostředkováváme možnost využít stáže a praxe, jejichž širokou nabídku najdou na našem webu. Informace o stážích a praxích sdílíme také na našich sociálních sítích.

Nabízíme také možnost získat práci i na technicky zaměřených pozicích ve firmách, které se na nás v této věci obracejí stále častěji.

Aktuálně vzniká i mentorský program, který by měl propojit vždy konkrétního studenta s konkrétním pracovníkem/mentorem ze spolupracující firmy. Tuto službu nabízí v současné době jediná univerzita v ČR.

Podnikavost studentů podporujeme rovněž zprostředkováním webinářů na celou řadu relevantních témat. V nejbližší době to bude například provozování a založení OSVČ nebo s. r. o.

*Majú študenti v kariérnom centre dostatočný prístup k odborníkom z praxe?*

Kariérní centrum VUT představuje pomyslnou bránu mezi studiem a praxí. Jeden z hlavních cílů KC VUT je propojovat studenty s odborníky z praxe, ať už v rámci jejich technického oboru nebo oboru zaměřeného na měkké dovednosti. Kariérní centrum VUT zprostředkovává stáže či praxe v oborových odvětvích, rozvíjí spolupráci s firmami, kde studenti získávají možnost pracovního uplatnění, a v neposlední řadě i všechny naše webináře či individuální konzultace jsou vedeny odborníky z praxe. V budoucnu by v této oblasti měl výrazně napomoci i již zmíněný mentorský program.

*Myslíte si, že sú študenti dostatočne informovaní, že Vaša činnosť je tiež zameraná na podporu podnikavosti?*

Veškeré informace v co největší míře sdílíme prakticky každý den na našich sítích. Přebíráme tak informace z webu a posíláme je přes další portály dále ke studentům. Věříme, že studenti, kteří se chtějí dozvědět více, si naše služby dohledají.

*Oslovujú Vás študenti často s prosbou o pomoc v otázkach podnikania? Sú to väčšinou študenti ekonomických odborov alebo na odbore nezáleží?*

S ohledem na poptávané webináře zaměřené na podnikání (založení OSVČ, s. r. o. apod.) lze říci, že studenti mají zájem o informace ohledně založení podnikání od odborníků z oboru. Na studijním oboru studentů nezáleží, na dané webináře se přihlašují studenti napříč všemi obory VUT.

*42, 4 % opýtaných študentov VUT označilo, že nevedia o existencii Kariérneho centra VUT. Čo si myslíte, že môže byť dôvodom vysokej neznalosti študentov o existencii Kariérneho centra? Prekvapilo Vás toto vysoké percento?*

Kariérní centrum VUT vzniklo na konci roku 2018. Vybudování povědomí o jeho existenci mezi studenty univerzity ještě zabere nějaký čas, jedná se o běh na delší trať. V posledním roce však KC VUT nabízí studentům pravidelné služby, na které si studenti rychle zvykli a začínají je pravidelně využívat, a také počty sledujících na sociálních sítích KC VUT nadále rostou. Uvedené procento je docela vysoké, ovšem ve spojitosti s celkovým počtem odpovědí (přesně 85) není statisticky vypovídající, počet studentů VUT se pohybuje okolo 18 tisíc.

*51,8 % opýtaných študentov VUT označilo, že nevyužili nikdy služby Kariérneho centra VUT aj napriek tomu, že vedia o jeho existencii. Čo si myslíte, že môže byť dôvodom, že veľké percento študentov tieto služby nevyužíva?*

Kariérní centrum VUT se zejména zaměřuje na pomoc studentům usnadnit jim přechod ze školního prostředí na trh práce. Ne každý student však automaticky potřebuje využít nabízených služeb. Například studenti prvního ročníku se spíše seznamují s fungováním univerzity a adaptují se na nový systém studia, než aby v prvním roce soustředěně využívali služeb centra, které se zaměřuje na pracovní otázky. Až časem, ať už v rámci studia, nebo až u jeho blížícího se konce, se studenti začínají zamýšlet nad dalšími kroky, které by ve svém životě měli učinit po ukončení studia. Jsou jedinci, kteří naše služby nepotřebují a také jsou takoví, kteří se u nás ukazují opakovaně a rádi se vracejí, to nás moc těší.

*Máte túžbu zvýšiť povedomie študentov o existencii Kariérneho centra a Vami poskytovaných službách? Rozmýšľali ste nad spôsobmi ako toto povedomie u študentov zvýšiť?*

Určitě ano. Cílem Kariérního centra je pomoci co nejvíce studentům s určením jejich budoucího směřování a zprostředkovat jim informace, které budou moci v rámci

svého dalšího kariérního či podnikatelského směřování využít. KC VUT plánuje vytvořit propagační materiály a marketingové předměty nebo i propagační video o službách a fungování KC.

*Využívají studenti služby Kariérneho centra VUT opakovane?*

Studenti využívají služeb Kariérního centra VUT dle potřeby. Pokud mají zájem pouze o jednorázovou konzultaci životopisu či motivačního dopisu, který chtějí zaslat na konkrétní vypsanou pozici a nepotřebují konzultovat nic jiného, většinou tuto službu opakovaně nevyužijí, nebo se přihlašují na jinou aktivitu, např. pohovor nanečisto. Tato služba je studentům VUT poskytována v rámci kariérních konzultací. Vždy záleží na konkrétních potřebách daného jedince a otázkách, které řeší. Další studenti naopak mají zájem o rozvoj určitých dovedností, a proto se spíše zaměřují na webináře, které jim poskytují odpovědi v rámci soft skills, kariérního směřování či podpory podnikání.

*Zistujete nejakým spôsobom, o aké služby by mali študenti záujem? Ak áno, akým?*

Ano, využíváme vícero kanálů. Častokrát nás studenti oslovují i nápady na webinář či službu, kterou by v portfoliu Kariérního centra uvítali. Kromě toho sbíráme jejich nápady cíleně, a to prostřednictvím anket na sociálních sítích či dotazníků zpětné vazby, kde mají studenti VUT prostor vyjádřit se k této konkrétní otázce.

Dle výše zmíněných průzkumů dokáže Kariérní centrum VUT připravit plně obsazené webináře, o které je takový zájem, že už po pár dnech od jejich zveřejnění na webu a sociálních sítích KC VUT lze předpokládat, že budou v blízké době opakovány.

*Zistujete spokojnosť študentov s poskytovanými službami?*

Po každé akci KC VUT, ať už jde o webinář, či individuální konzultaci, žádáme studenty o zpětnou vazbu prostřednictvím zaslaných dotazníků spokojenosti. Jedná se o efektivní nástroj, v rámci kterého lze jednoduše zjistit, zda byli studenti spokojeni, zda by něco vylepšili, nebo naopak zachovali ve stejném režimu. Jedná se o zpětnou vazbu, kterou KC VUT využívá ke zjištění, zda má smysl daný webinář nebo typ konzultace opakovat. Pokud se v rámci dotazníků vyskytne relevantní problém, KC VUT se jej snaží okamžitě reflektovat a vyřešit.

Dotazníky spokojenosti taktéž vytváří lepší vztah mezi KC VUT a studenty a také danými lektory. S nimi lze případné nedokonalosti také prokonzultovat a dohlédnout, aby se příště neopakovaly.

*Čo v službách Kariérneho centra VUT prevažuje, poskytovanie teoretických vedomostí alebo skôr sprostredkovanie praktických skúseností?*

KC VUT studentům přináší teoretické vědomosti, ale také praktickou zkušenost. Webináře, které jsou organizovány pro větší počet studentů, jsou spíše teoretické, zatímco podobné akce pro omezený počet studentů s jejich potřebnou interakcí se



zaměřují také na převedení získaných informací do praxe. Individuální konzultace se spíše zaměřují na praktickou stránku věci, zejména při pohovorech nanečisto.

*Ovplyvnila pandémia COVID-19 záujem študentov o služby Kariérneho centra? Ak áno, pozitívne alebo negatívne? Aké služby v Kariérnom centre sú v súčasnej dobe najžiadanejšie?*

Pandemie napomohla přesunu workshopů a přednášek do online světa. Účast je tedy i díky neomezené kapacitě online prostředí vyšší. V některých případech, převážně u menších webinářů, je samozřejmě lepší osobní kontakt než pouze ten přes webovou kameru, proto předpokládáme, jakmile to bude možné, převod daných webinářů do offline prostředí.

Vybrat nejžádanější službu není snadné. KC VUT má obsazeny veškeré webináře, které připravuje, a postupně se plní i nabízené individuální konzultace.