

ODDELENIE MANAŽMENTU CHEMICKÝCH A POTRAVINÁRSKÝCH TECHNOLOGIÍ
DEPARTMENT OF MANAGEMENT OF CHEMICAL AND FOOD TECHNOLOGIES
ÚSTAV MANAŽMENTU SLOVENSKEJ TECHNICKEJ UNIVERZITY V BRATISLAVE
INSTITUTE OF MANAGEMENT OF SLOVAK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY IN
BRATISLAVA

MANEKO

2/2018 ROČNÍK X

MANažment a EKOnomika podniku
JOURNAL OF CORPORATE MANAGEMENT AND ECONOMICS

Redakčná rada

Predseda: Doc. Ing. Irina Bondareva, CSc., Slovak University of Technology in Bratislava, SK

Podpredseda: Prof. Elena Shibanova-Roenko, Ph.D. in econ.

Členovia:

Prof. Ing. Július Alexy, CSc., University of Economics in Bratislava, Bratislava, SK

Prof. Ekaterina Antipova, PhD., Belarusian State University, Minsk, BY

Doc. Ing. Aleš Hes, PhD., Czech University of Life Sciences Prague, Prague, CZ

Prof. Andrej Kalganov, DrSc., Lomonosov Moscow State University, Moscow, RU

Prof. Ing. Hana Lošťáková, Ph.D., University of Pardubice, Pardubice, CZ

Assoc. Prof. Dr. Jogaila Mačerinskas, Vilnius University, Vilnius, LT

Doc. Ing. Renáta Myšková, PhD., University of Pardubice, Pardubice, CZ

Prof. Robert Nizhegorodtsev, DrSc., Russian Academy of Sciences, Moscow, RU

Prof. Gulnara Nyusupova, PhD., Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, KZ

Doc. Zora Petraková, PhD., Slovak University of Technology in Bratislava, Bratislava, SK

Ing. Jana Plchová, PhD., Slovak University of Technology in Bratislava, SK

Prof. Anatolij Porokhovskiy, DrSc., Lomonosov Moscow State University, Moscow, RU

Prof. Viktor Riazanov, DrSc., Saint Petersburg State University, St. Petersburg, RU

Doc. Ing. Daniela Špírková, PhD., Slovak University of Technology in Bratislava, Bratislava, SK

Doc. Ing. Monika Zatrochová, PhD., Slovak University of Technology in Bratislava, Bratislava, SK

Vedecká rada

Predseda: Doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., Comenius University in Bratislava, Bratislava, SK

Členovia:

Prof. Ing. Edita Hekelová, PhD., Slovak University of Technology in Bratislava, Bratislava, SK

Ing. Slávka Šagátová, PhD., University of Economics in Bratislava, Bratislava, SK

Doc. Ing. Katarína Teplická, PhD., Technical University of Košice, SK

Zodpovedný redaktor: Ing. Jana Plchová, PhD.

Grafická a redakčná úprava: Ing. Petra Artzová

Správca webovej stránky časopisu: Ing. Juraj Tomlain, PhD.

V časopise sa uplatňuje systém anonymného recenzovania (peer-review) pre overenie vedeckej kvalifikácie článkov, každý príspevok je posudzovaný dvoma nezávislými recenzentmi.

Príspevky boli schválené na publikovanie Vedeckou radou časopisu.

Číslo 2/2018 bolo redakčne spracované v mesiacoch október – december 2018

Adresa redakcie: OMCHaPT ÚM STU
Vazovova 5
812 43 Bratislava
e-mail: jana.plchova@stuba.sk



Časopis MANEKO vychádza v spolupráci so Slovenskou spoločnosťou priemyselnej chémie FCHPT STU v Bratislave pri ZSVTS (Zväz slovenských vedecko-technických spoločností)

OBSAH

Irina Bondareva – Jana Plchová

VZDELÁVANIE V OBLASTI EKONOMIKY A MANAŽMENTU NA TECHNICKEJ
UNIVERZITE AKO FAKTOR RASTU KONKURENCIESCHOPNOSTI SR.....154

Eudmila Fabová – Hana Janáková

VÝZNAM PODNIKATEĽSKÉHO VZDELÁVANIA NA TECHNICKÝCH
UNIVERZITÁCH.....163

Mária Glatz – Monika Zatrochová

IMPLEMENTÁCIA INOVATÍVNYCH PRVKOV V PROCESSE VZDELÁVANIA.....173

Hana Janáková – Monika Zatrochová

SÚČASNÝ VÝVOJ FINANČNEJ VZDELANOSTI NA TECHNICKEJ
UNIVERZITE.....182

Jana Kajanová

NÁKLADY V EDUKAČNOM PROCESSE MANAŽÉRA.....189

Jana Kajanová – Marcel Kajan

INOVÁCIE VO VZDELÁVANÍ Z ASPEKTU POTRIEB ZAMESTNÁVATEĽA.....197

Martina Kuperová

ZAMERANIE VYSOKOŠKOLSKÉHO VZDELÁVANIA NA ZDOKONAĽOVANIE
MÄKKÝCH ZRUČNOSTÍ.....205

Dušan Špirko – Hana Janáková

SÚČASNÉ TRENDY V MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCII.....213

VZDELÁVANIE V OBLASTI EKONOMIKY A MANAŽMENTU NA TECHNICKEJ UNIVERZITE AKO FAKTOR RASTU KONKURENCIESCHOPNOSTI SR

EDUCATION IN THE AREA OF ECONOMICS AND MANAGEMENT AT THE TECHNICAL UNIVERSITY AS A FACTOR OF THE GROWTH OF COMPETITIVENESS OF THE SLOVAK REPUBLIC

Irina Bondareva, Jana Plchová

Abstract

Purpose of the article: The main objective of the paper is to study the interconnection of the content of teaching at technical universities with regard to the requirements of practice.

Methodology/methods: The article presents partial outputs from more extensive research, which maps the views of graduates of FCHPT STU in Bratislava, which has long been evaluated by ARRA as the highest quality technical faculty in Slovakia. In order to obtain the results, the classic questionnaire method was used in the written form. The survey was attended by 227 respondents - graduates of the faculty in the academic year 2017/2018.

Scientific aim: Due to the existing discrepancy between the graduate profile of the faculty and the actual requirements of the practice, the knowledge of graduates about the actual requirements of practice on the profile of a graduate of the technical faculty was examined. At the same time, the graduates' satisfaction with the preparation for practice in this sense was examined.

Findings: The results of the investigation indicate that 80% of graduates are aware of the need for knowledge and skills in the field of economics and business of the company as the conditions for their successful application in practice, while 37% of students do not consider the study at the faculty in this sense to be sufficient.

Conclusions (limits, implications etc.): The paper evaluates the discrepancy between the content of the study and the requirements of practice and raises a requirement to make the faculty more efficient by incorporating innovated and practically connected economic and managerial elective subjects.

Keywords: Economics and Management, Technical Study Program, Education and Economic Development, Higher Education

JEL Classification: I210, I230, I250

ÚVOD

Súčasná etapa rozvoja priemyslu je charakterizovaná rastom objemu informácií potrebných na prijímanie efektívnych rozhodnutí. Technológie, ktoré sa používajú v modernom chemickom priemysle sú spravidla mnohofunkčné. Napríklad, v chemickom priemysle sa súčasne vyžaduje použitie nových výrobných, organizačných a informačných techník, ako aj znalosti v oblasti chemického inžinierstva, nových materiálov, možností informačných technológií, atď. Konkurencieschopnosť podnikov sa stala závislou na pokrokovom používaní inovatívnych technológií a materiálov. Avšak inovatívne technológie bez špecialistov, ktorí sú schopní ich riadiť, nemôžu zabezpečiť konkurencieschopnosť žiadnej organizácie. Intelektuálny kapitál bude konkurenčnou výhodou firmy len vtedy, ak spoločnosť pripisuje najvyšší význam svojmu ľudskému kapitálu, vytvára integrovaný súbor pracovných miest spojených technologicky a organizačne v súlade so strategickými cieľmi, vytvára podmienky na zlepšenie profesionálnych zručností a zručností. Vznik nových technológií, materiálov a zariadení si vyžaduje neustále kreatívne využitie a doplnenie vedomostí, aktualizáciu profesionálnych zručností, nepretržité učenie sa po celý život. Intelektuálny kapitál sa stáva určujúcim prvkom nie len jednotlivých firiem a odvetví, ale určuje aj ekonomický potenciál celej krajiny.

Proces globalizácie diktuje svoje tvrdé podmienky na prežitie, existenciu a dominantné postavenie, čo vnáša svoje korekcie do dynamiky konkurencieschopnosti a ekonomického rozvoja Slovenskej republiky. Udržateľný rozvoj ekonomiky SR je reálne možný predovšetkým vďaka kvalitatívnym faktorom. Podľa Svetového ekonomického fóra (Schwab, K., 2018) k takým faktorom patrí aj vyššia úroveň vzdelania pracovníkov a personálu, ktorá je v dnešnej dobe prakticky nevyhnutná pre rozvoj ekonomiky.

Formovanie vedomostnej ekonomiky zvyšuje závislosť ekonomického a sociálneho pokroku od úrovne a kvality profesionálneho vzdelávania, predovšetkým mladých ľudí. Požiadavky na úroveň a kvalitu rozvoja ľudského kapitálu, ktorý je prezentovaný znalostnou ekonomikou, definuje úlohy systému vzdelávania. Na Slovensku, tak ako aj v ostatných krajinách EÚ, vzdelávanie je vyzdvihnuté medzi štátne priority. Úroveň a kvalita vzdelávania a profesionálnej prípravy sa zaraďuje medzi hlavné faktory nastupujúceho rozvoja znalostnej ekonomiky.

1 SYSTÉM VYSOKOŠKOLSKÉHO VZDELÁVANIA AKO PILIER RASTU KONKURENCIESCHOPNOSTI SR

Problém konkurencieschopnosti v svetovom ekonomickom priestore je pre ľubovoľnú krajinu mimoriadne dôležitý, osobitne v podmienkach globalizácie svetového hospodárstva, kde význam rôznych foriem vonkajších ekonomických vzťahov, stupeň otvorenosti národných ekonomík pre zahraničné výrobky, služby a kapitál prudko rastie. Proces globalizácie diktuje svoje tvrdé podmienky na prežitie, existenciu a dominantné postavenie, čo vnáša svoje korekcie do dynamiky foriem a metód konkurenčného boja a konkurencieschopnosti podnikov, odvetví, jednotlivých regiónov, krajín a ekonomických zoskupení.

Možnosti SR v rámci medzinárodnej del'by práce relatívne nie sú veľké, preto efektívna účasť SR si v globálnej ekonomike vyžaduje aktívne využitie existujúcich konkurenčných predností. Popri tom, základnou úlohou ekonomickej modernizácie SR je rast konkurencieschopnosti ekonomiky a racionálna integrácia do svetového ekonomického systému prechodom na inovatívny smer vývoja.

Na meranie konkurencieschopnosti krajiny slúži Svetovým ekonomickým fórom (WEF) vypracovaný „Globálny index konkurencieschopnosti“ (Global Competitiveness Index - GCI). Základné faktory, ktoré ovplyvňujú hodnotu GCI sú zosumarizované do dvanástich kategórií –

pilierov. Každý pilier predstavuje model, ktorý zohľadňuje sústavu špecifických faktorov charakterizujúcich úroveň konkurencieschopnosti krajiny.

Model Portera, na základe ktorého je postavený index GCI, neberie do ohľadu individuálnu špecifiku ekonomického rozvoja jednotlivých krajín. Model sa orientuje na to, že všetky krajiny idú rovnakým smerom, postupne prechádzajúc od faktorovej etapy rozvoja ekonomiky k inovačnej a znalostnej ekonomike.

Avšak hodnotenie jednotlivých faktorov konkurencieschopnosti krajiny v rámci štruktúry indexu GCI je veľmi prospešné z pohľadu identifikácie úzkych miest a problémových faktorov v ekonomike krajiny. Ekonomika SR sa nachádza v 3. etape rozvoja, t. j. patrí k postindustriálnym ekonomikám a jej udržateľný rozvoj určujú piliere spojené s faktormi inovácií a sofistikovanosti výrobkov a služieb. Pri tom, Správa WEF „Doing Business“ z roku 2017 charakterizuje nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily na Slovensku ako jeden z problematických faktorov ďalšieho rozvoja biznisu v SR. Z tohto dôvodu, osobitný význam pre ďalší rozvoj ekonomiky SR má pilier „Vysokoškolské vzdelávanie a odborná príprava“.

Vyššia úroveň vzdelania vedúcich pracovníkov a personálu je v dnešnej dobe prakticky nevyhnutná pre ekonomiky, ktoré sa chcú udržať medzi poprednými krajinami, respektívne sa chcú posúvať ďalej. Ide predovšetkým o schopnosť pracovníkov a manažérov flexibilne plniť zložitejšie úlohy, chápať komplikovanejšie pracovné postupy a robiť efektívnejšie rozhodnutia.

V tejto súvislosti je aktuálne vykonávať priebežné hodnotenie tohto piliera a kvantitatívne ho porovnávať s inými krajinami s transformujúcou sa ekonomikou. Na porovnanie bola zvolená Česká republika, z dôvodu tradičnej blízkosti ekonomík SR a ČR (tab. 1).

Tabuľka 1: Hodnotenie piliera „Vysokoškolské vzdelávanie a odborná príprava“

Krajina	Score (1-7)	Poradie (z 137 krajín)
Slovensko	4,5	62
Česko	5,2	27

Zdroj: vlastné spracovanie autormi na základe údajov WEF The Global Competitiveness Report 2017-2018

Pri porovnaní oboch krajín, analýza ukazuje na značné zaostávanie SR za ČR podľa faktora „Vysokoškolské vzdelávanie a odborná príprava“

Hoci slovenské školstvo na Slovensku malo v minulosti vysokú úroveň, čo uznávali aj medzinárodní experti, organizácie a podniky, v súčasnosti sa odborníci i všeobecná mienka stále viac prikláňajú k názoru, že systém vzdelávania ako aj úroveň absolventov sa stále zhoršuje. Žiaľ, jednotlivé pokusy o reformy systému školstva na Slovensku, ktoré sa postupne uplatňovali od 90 rokov na seba navzájom nenadväzovali, takže reálnym výsledkom je, že starý fungujúci systém bol porušený a nový, moderný a efektívnejší nebol vytvorený. (Haverlík I., Haverlíková V., 2015)

V dokumente Inovačná stratégia SR na roky 2014-2020, ktorý vychádza z princípov strategického dokumentu Európa 2020 je uvedené, že Slovensko má preukázateľný inovačný potenciál, ktorého rast je však potrebné stimulovať a podporovať. V stratégii inovačného rozvoja SR do r. 2020 sú sformulované aj ciele, dosiahnutie ktorých bude určovať miesto SR v svetovom ekonomickom priestore. Medzi faktory, ktoré zabezpečujú efektívnu realizáciu strategických cieľov a úloh, osobitné miesto zaujíma úroveň a kvalita vzdelávania obyvateľstva krajiny.

Pozornosť vlády SR na oblasť vzdelávania sa síce odrazila v strategických dokumentoch o rozvoji SR, avšak, ako uvádzajú niektorí autori „Je síce veľa politických

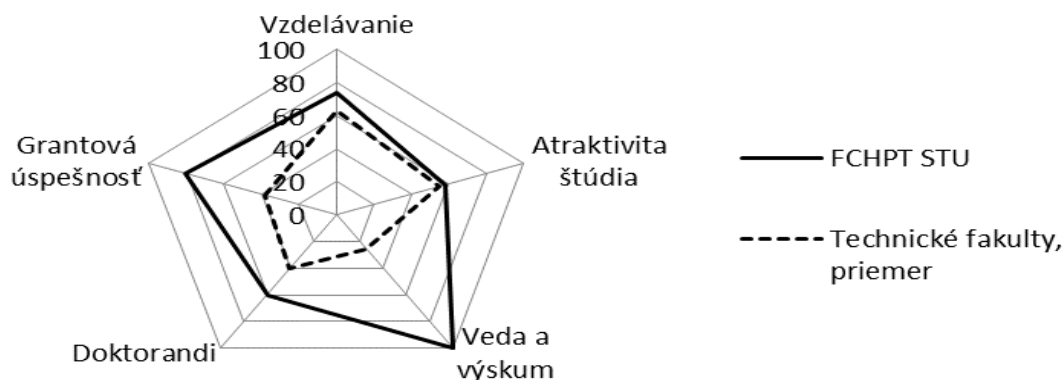
proklamácií, ktoré zdôrazňujú dôležitosť vedy, výskumu a inovácií, ale je oveľa menej politickej vôle uvedenú oblasť finančne podporiť“ (Ivanička K. a kol., 2014, s. 204).

Závažná je však nielen výška investícií do vzdelania, ale aj štruktúra celého vysokoškolského systému vzdelania. Na Slovensku môžeme pozorovať disproporciu medzi humanitne a spoločenskovedne vzdelanými, oproti technicky a prírodovedne vzdelanými mladými ľuďmi. Prakticky všetky súkromné školy pripravujú špecialistov len v oblasti humanitných a spoločenských vied, čo vytvára prebytok týchto špecialistov a ich nepoužiteľnosť na trhu práce.

Analýza tiež ukazuje, že študijné programy často výrazne zaostávajú za požiadavkami praxe, o čom svedčí aj skutočnosť, že niektorí zahraniční investori uvažujú o odchode zo slovenského trhu kvôli nedostatku technicky vzdelaných pracovníkov resp. požívajú na Slovensko zahraničných špecialistov.

Postupná erózia povesti kvalitného vzdelávania na všetkých jeho úrovniach je aj jednou z kľúčových problémových oblastí v súvislosti s profilovaním Slovenska ako znalostnej spoločnosti. V ekonomike narastá dopyt po kvalitnom vysokoškolskom vzdelaní, ale ponuka absolventov nezodpovedá potrebám trhu práce, čoho výsledkom je nadmerná ponuka nízko a nevhodne vzdelaných vysokoškolákov. (Balog M., 2013)

V Slovenskej republike pravidelné hodnotenie kvality vzdelávania a výskumu na fakultách verejných vysokých škôl uskutočňuje mimovládna organizácia „Akademická rankingová a ratingová agentúra“ (ARRA). Dlhodobo prvú priečku v Ratingu technicky orientovaných fakúlt univerzít SR má Fakulta chemickej a potravinárskej technológie (FCHPT) STU v Bratislave. V roku 2017 boli zverejnené závery hodnotenia za rok 2015 (ARRA, 2015). Porovnanie s priemerom technických fakúlt SR (obrázok 1) ukazuje na dlhodobé značne vyššiu kvalitu vzdelávania a výskumu na FCHPT.



Graf 1: Hodnotenie technicky zameraných fakúlt vysokých škôl 2015

Zdroj: vlastné spracovanie autormi na základe údajov ARRA, 2015

Pred systémom vzdelávania na FCHPT STU stojí problém kvalitnej prípravy konkurencieschopných kvalifikovaných odborníkov novej úrovne, zameraných na osobnú sebarealizáciu a profesionálny rast. Fakulta pripravuje pre potreby hospodárstva absolventov kvalitne pripravených v oblastiach chemickej a potravinárskej technológie. Zodpovedá ale profil absolventa FCHPT STU, jednej z najkvalitnejších technických fakúlt na Slovensku, požiadavkám praxe?

Z medzinárodného prieskumu, ktorého výsledky boli prezentované na konferencii INNOCHEM v Bratislave v apríli 2017 vyplýva, že zamestnávateľia požadujú, aby absolventi

technického univerzitného vzdelania boli odborníkmi nielen vo vyštudovanom technickom odbore, ale disponovali aj vedomosťami a zručnosťami z oblasti ekonomiky a manažmentu. Prax požaduje, aby sa profil absolventa zmenil na „technolog – manažér“. (Maréchal N.L., 2017)

Na FCHPT STU je výučba predmetov ekonomického, manažérskeho a legislatívneho zamerania zabezpečovaná formou niekoľkých povinných a povinne voliteľných, ale najmä množstvom tzv. výberových predmetov. Ich zastúpenie v študijných programoch jednotlivých študijných programoch bakalárskeho aj inžinierskeho štúdia, najmä po poslednej akreditácii a reakreditácii, však postupne klesá.

Napriek tomu, že výučba viacerých z týchto predmetov bola v posledných rokoch významne inovovaná a je zabezpečovaná novými efektívnymi metódami, opakovane sa stretávame s pomerne malým záujmom študentov o ich odbornú profiláciu v tomto smere počas štúdia.

2 CIEĽ A METODIKA VÝSKUMU

Cieľom príspevku je analyzovať a zhodnotiť názory študentov FCHPT na dôležitosť vzdelávania v oblasti ekonomiky a manažmentu pre študentov technického zamerania. Predmetom skúmania bolo zistiť, či samotní študenti fakulty sú oboznámení s požiadavkami praxe a či majú záujem vzdelávať sa nielen vo zvolenom technickom odbore, ale považujú za dôležité doplniť si vzdelanie aj o ekonomické a manažérske vedomosti a zručnosti.

V príspevku sú prezentované čiastkové výsledky primárneho výskumu, ktorý mapoval názory absolventov FCHPT STU na kvalitu ich prípravy pre prax. Výskum bol realizovaný v júni 2018 na vzorke 227 aktuálnych absolventov fakulty. Bola využitá štandardná dotazníková metóda, dotazník bol vyplnený písomnou formou, návratnosť 100%.

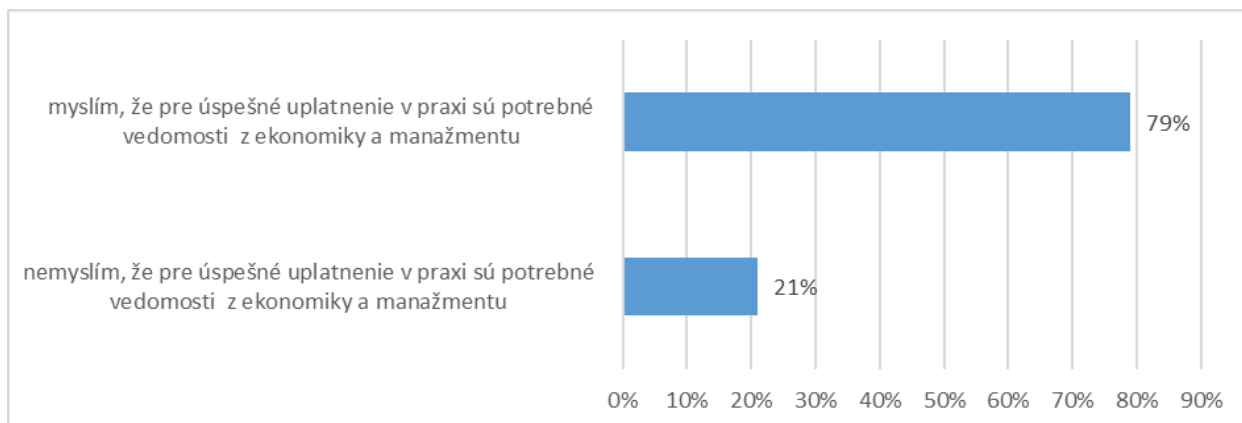
Získané dáta boli postupne analyzované a vyhodnotené. Pri spracovaní boli využité všeobecné metódy vedeckej práce ako aj štandardné štatistické metódy.

3 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Prezentujeme čiastkové výsledky výskumu, v rámci ktorého zodpovedali absolventi fakulty na nasledovné otázky:

1. Myslíte si, že sú pre vaše úspešné uplatnenie v praxi potrebné aj vedomosti a zručnosti z oblasti ekonomiky a manažmentu podniku (vedomosti o ekonomickej podstate podniku, marketingu, financovaní podniku, daňovej a pracovnej legislatíve, finančná gramotnosť, podnikateľské vzdelávanie) ?
2. Myslíte si, že ste počas štúdia mali možnosť získať dostatočné vedomosti a zručnosti aj z oblasti tzv. soft skills (prezentačné zručnosti, komunikačné zručnosti, organizačné zručnosti, práca v tíme, vedenie ľudí...)?
3. Myslíte si, že Vás štúdium na FCHPT STU dostatočne pripravilo pre trh práce resp. na vašu podnikateľskú kariéru ?

Výsledky výskumu sú prehľadne zobrazené v nasledujúcich grafoch.

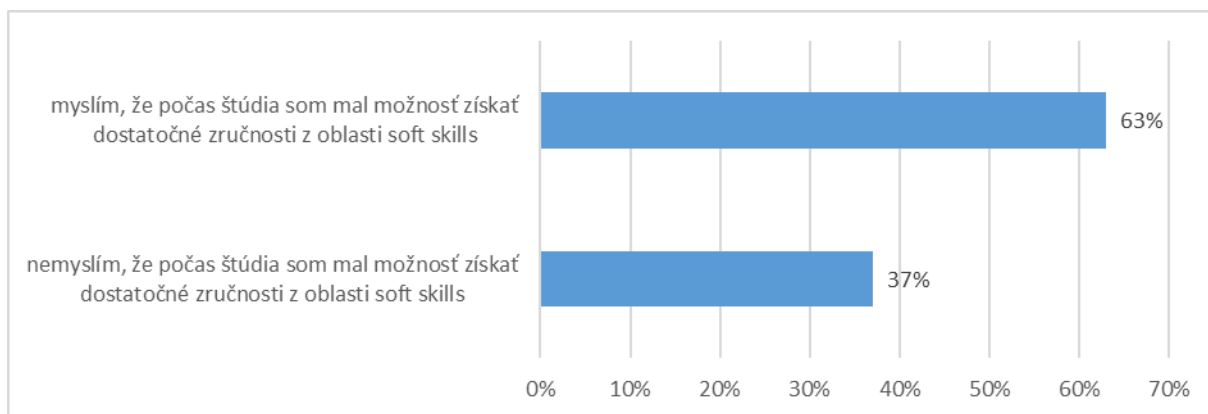


Graf 2: Potreba ekonomických a manažérskych vedomostí pre úspešné uplatnenie v praxi

Zdroj: Vlastné spracovanie

Ako vidno z grafu č. 2, takmer 80% absolventov fakulty považuje vedomosti o ekonomickej podstate podniku, marketingu, financovaní podniku, daňovej a pracovnej legislatíve, finančnú gramotnosť a podnikateľské vzdelávanie za faktor, ktorý pozitívne ovplyvňuje úspešnosť ich uplatnenia v praxi.

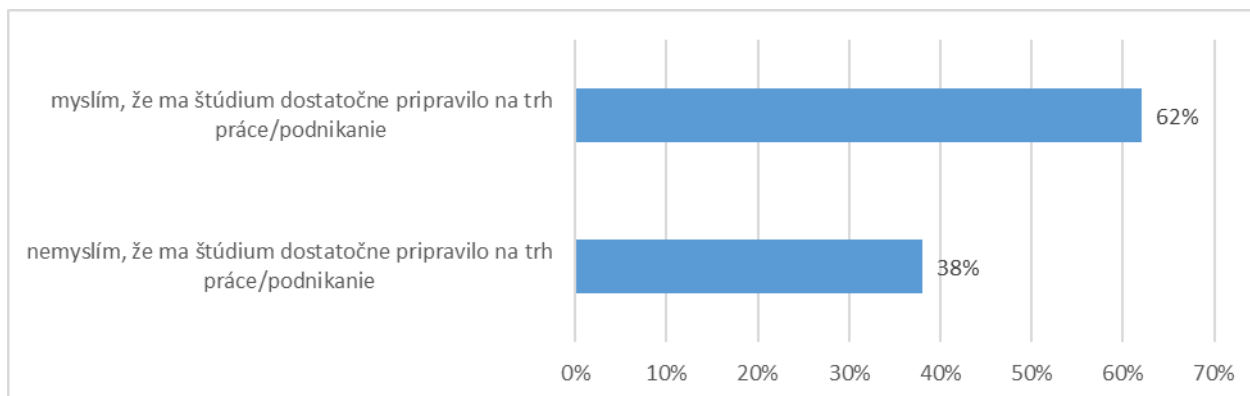
Ďalšia časť výskumu bola zameraná na spokojnosť študentov s možnosťami, ktoré im v tomto smere štúdium na FCHPT STU poskytuje. Graf č. 3 zobrazuje výsledky skúmania názorov študentov na možnosti rozvoja ich prezentačných, komunikačných a organizačných zručností, ako aj možnosti naučiť sa pracovať v tíme, resp. viesť ľudí. Podľa nášho prieskumu 37 % absolventov si nemyslí, že im štúdium v tomto smere poskytlo potrebný priestor pre ich rozvoj.



Graf 3: Možnosti získania soft skills počas štúdia na fakulte

Zdroj: Vlastné spracovanie

Na ďalšiu otázku, či považujú svoju prípravu na trh prác resp. podnikateľskú kariéru počas štúdia za dostatočnú, odpovedalo kladne len 62 % študentov (graf č.4).



Graf 4:: Štúdium na univerzite ako príprava na trh práce

Zdroj: Vlastné spracovanie

Až 38% respondentov nepovažuje svoju prípravu na uplatnenie sa na trhu práce resp. podnikateľskú kariéru počas štúdia na univerzite za dostatočnú. Vo vyjadreniach týchto študentov sa objavovali najmä návrhy na oveľa väčší kontakt s praxou konkrétnych podnikov počas štúdia, na riešenie reálnych problémov z praxe počas štúdia, ale študenti v prieskume požadovali aj viac praktických informácií o reálnom podnikateľskom prostredí, o spôsobe založenia firmy resp. o daňovej problematike.

Treba len doplniť, všetky spomínané vedomosti resp. zručnosti môžu študenti počas štúdia na FCHPT STU získať, ale samozrejme, že nie až na konci štúdia, kedy si túto potrebu s blížiacim sa ukončením štúdia začína väčšina z nich uvedomovať.

ZÁVER

Na základe výsledkov prezentovaného výskumu možno konštatovať, že takmer 80% absolventov FCHPT STU sa stotožňuje s poznatkom, že pre úspešné uplatnenie v praxi potrebujú okrem kvalitného technického vzdelania aj vedomosti a zručnosti z oblasti ekonomiky a manažmentu podniku. Súčasne viac ako 37% študentov nepovažuje svoju výuku na fakulte v tomto smere za dostatočnú a nepovažujú štúdium za dostatočne kvalitnú prípravu na podmienky reálneho trhu práce.

V súčasnosti sa zásadným spôsobom menia parametre udržateľnosti ekonomického rozvoja Slovenskej republiky. Rast konkurencieschopnosti Slovenska si nevyhnutne vyžaduje zmenu odvetvovej štruktúry národného hospodárstva smerom na inovačný rozvoj. Dôležitým vstupným faktorom inovačnej výkonnosti ekonomiky je vysokokvalifikovaný personál, vrátane vysokoškolsky vzdelaných pracovníkov, hlavne v prírodných vedách v technike a v manažérskom a ekonomickom myslení. V súčasnom stave znalostne orientovanej ekonomiky na Slovensku dôležitým problémom je aj zvýšenie produktivity znalostí a celoživotné vzdelávanie pracovníkov.

V inovačnom smere rozvoja ekonomiky Slovenska v procesoch formovania ľudského kapitálu dominujú univerzity, zabezpečujúce prípravu národnej profesionálnej elity. Hlavnou úlohou univerzít sa stáva príprava vysoko profesionálnych odborníkov, potrebných pre realizáciu perspektívnych vedeckých výskumov a transfer ich výsledkov do praktického použitia. Univerzity, odpovedajúce na výzvy inovačnej ekonomiky v oblasti prípravy kádrov, musia byť schopné úspešne riešiť nasledovné úlohy:

- Naučiť študenta samostatne vyhľadávať potrebné informácie, vykonávať ich kritickú analýzu, výber a získavať nové poznatky;

- Poskytnúť návyky na praktické využitie získaných poznatkov, umožňujúcich adaptovať sa na podmienky konkurencie na trhu práce v reálnom ekonomickom prostredí;
- Poskytnúť program získania doplnkovej kvalifikácie, ktorá umožní absolventovi stať sa konkurencieschopným v novom inovačnom prostredí v rôznych etapách jeho kariéry.
- Zásadne zmeniť obsah a náročnosť štúdia na stredných školách, s cieľom prípravy absolventov na ich uplatnenie sa v tvrdých podmienkach v praxi, alebo v ich pokračovaní v štúdiu na vysokých školách a na univerzitách s technicko-ekonomickým zameraním.

LITERATÚRA

ARRA, 2015. Akademická rankingová a ratingová agentúra HODNOTENIE FAKÚLT VYSOKÝCH ŠKÔL 2015. Dostupné na:
<http://www.arra.sk/sites/arra.sk/files/file/ARRA_Správa_2015.pdf>

BALOG, M. a kol. , 2013 : Inovatívne Slovensko - východiská a výzvy. Bratislava 2013 : Slovenská inovačná a energetická agentúra . ISBN 978-80-88823-58-2

HAVERLÍK, I, HAVERLÍKOVÁ, V., Príprava vysokoškolákov pre prax už počas štúdia. CVTI SR Bratislava, 2016. Dostupné na:
<http://vysokoskolacidopraxe.cvtisr.sk/files/prilohy/haverlik_haverlikova_priprava-vysokoskolakov-prax.pdf>.

IVANIČKA, K. a kol., 2014, Trvalá udržateľnosť inovácií v rozvoji Slovenska. Vydavateľstvo Wolters Kluwer, s.r.o., 309 s., ISBN 978-80-8168-036-6

MARÉCHAL, N. L., 2017, Skills for innovation in the Chemical industry In: INNOCHEM CONFERENCE, Bratislava April 2017
Dostupné na:
<https://www.zchfp.sk/download.php?name=dokumenty/Konferencie/INNOCHEM_2017/presentation/Cefic-Marechal.pdf>

SCHWAB K., 2018. *The Global Competitiveness Report 2017-2018*. Switzerland.
Dostupné na:
<<http://www3.weforum.org/docs/GCR20172018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>>

Autori:

Doc. Ing. Irina Bondareva, CSc.

Slovenská Technická Univerzita

v Bratislave

Ústav manažmentu

Vazovova 5, 812 43 Bratislava

e-mail: irina.bondareva@stuba.sk

Ing. Jana Plchová, PhD.

Slovenská Technická Univerzita

v Bratislave

Ústav manažmentu

Vazovova 5, 812 43 Bratislava

e-mail: jana.plchova@stuba.sk

Afiliácia k projektu: Príspevok je čiastkovým výstupom výskumnej úlohy KEGA č. 031STU-4/2018 „Inovácia výučby ekonomických a manažérskych predmetov na FCHPT STU v Bratislave“ riešenej na Ústave Manažmentu STU v Bratislave

VÝZNAM PODNIKATEĽSKÉHO VZDELÁVANIA NA TECHNICKÝCH UNIVERZITÁCH

THE IMPORTANCE OF BUSINESS EDUCATION AT TECHNICAL UNIVERSITIES

Ludmila Fabová – Hana Janáková

Abstract

Purpose of the article The aim of the article was to highlight the importance of entrepreneurial education in the present globalized world, especially in technical universities, and to find out whether technology students are interested in such education.

Methodology/methods The starting point of the paper was European Union's and the Slovak Republic's publicly available documents dealing with the topic of entrepreneurial education. Conclusions from the papers were concretized by examining students' views on entrepreneurship and entrepreneurial education. The survey used a non-standardised questionnaire with closed and open questions. Survey results were processed using standard statistical methods.

Scientific aim The scientific objective of the article was to find out what are the attitudes of the students of the technical university to entrepreneurship and entrepreneurial education. We were interested in whether students of the technical university are interested in entrepreneurship and entrepreneurial education, what their ideas about such education are, and what they expect from it.

Findings The survey clearly showed that students are interested in entrepreneurial education as well as in acquiring basic economic skills during their university studies. Most of the respondents considered basic business information a general knowledge that every educated citizen should have mastered. The majority of students would even be interested in entrepreneurship in the future but they do not have enough information yet.

Conclusions (limits, implications etc.) Entrepreneurial education at technical universities should provide all students with at least basic business-related information so it should take the form of a compulsory subject. Such a subject should only be included in the second stage of a university study curriculum, i.e. just before it is completed so that students can apply the information in practice as soon as possible. The compulsory subject with business focus should be followed by other optional economic subjects to deepen economic and business skills according to the professional orientation and interest of the students.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial education, entrepreneurial skills

JEL Classification: A22, I21, M20

ÚVOD

Zmeny, ktoré sa v súčasnosti uskutočňujú vo vyspelých ekonomikách sa okrem iného prejavujú aj meniacimi sa požiadavkami na kvalifikáciu ľudí, ktorí v nich pôsobia. Aj trh práce sa neustále mení a vyvíja, v dôsledku čoho sa zvyšujú nároky na kompetencie a zručnosti jeho účastníkov. Ľudia, ktorí chcú byť úspešní vo svojej profesionálnej kariére, musia už dnes okrem bežných základných zručností, ako je písanie, čítanie, počítanie, prírodné a technické vedy, ovládať na dobrej úrovni napríklad aj cudzie jazyky a digitálne zručnosti. Stále väčší dôraz sa okrem odborných znalostí kladie na prierezové zručnosti, ako je schopnosť učiť sa a zmysel pre iniciatívu, ktoré pomáhajú ľuďom lepšie sa uplatniť v živote a napredovať v ich kariére. K prierezovým zručnostiam patria aj podnikateľské zručnosti, vďaka ktorým sa môže zvyšovať nielen počet novo založených podnikov, ale aj zamestnanosť najmä mladých ľudí v určitej krajine. Požadované zručnosti sa nadobúdajú v procese vzdelávania, preto by mali vzdelávacie systémy jednotlivých krajín pružne reagovať na požiadavky praxe a pripravovať absolventov, ktorí nájdu uplatnenie na meniacom sa trhu práce.

1 CIEĽ A METODIKA

Príspevok sa zaoberá významom podnikateľského vzdelávania v súčasnom globalizovanom svete, zvlášť v Európskej únii (EÚ), kde sa mu už dlhší čas venuje zvýšená pozornosť, napriek tomu vo väčšine členských krajín zatiaľ neprináša očakávané výsledky. Venuje sa tiež analýze stavu podnikateľského vzdelávania na jednotlivých stupňoch vzdelávacieho systému v Slovenskej republike, osobitne na vysokých školách a fakultách technického zamerania. Keďže niektoré technické fakulty postupne obmedzujú rozsah podnikateľského vzdelávania z dôvodu nezájmu študentov, zvláštna pozornosť je v príspevku venovaná postojom týchto študentov k podnikaniu a podnikateľskému vzdelávaniu. Zaujímalo nás, či študenti, ktorí sa prednostne orientujú na štúdium technických disciplín, majú popri svojom odbornom zameraní záujem aj o podnikanie a podnikateľské vzdelávanie. Zisťovali sme tiež, aké majú predstavy o podnikateľskom vzdelávaní a čo od neho očakávajú.

Východiskom pri príprave príspevku boli verejne dostupné významné dokumenty Európskej únie a Slovenskej republiky, zaoberajúce sa problematikou podnikateľského vzdelávania a jeho hodnotením v európskych krajinách. Závěry z vyššie uvedených dokumentov boli bližšie konkretizované prieskumom názorov študentov, uskutočneným na jednej z fakúlt Slovenskej technickej univerzity (STU) v Bratislave, ktorý sa uskutočnil v máji 2018. Pri prieskume bola použitá metóda neštandardizovaného dotazníka so zatvorenými aj otvorenými otázkami, na ktoré odpovedalo 100 študentov inžinierskeho štúdia. Výsledky dotazníkového prieskumu boli spracované klasickými štatistickými metódami a z výsledkov vyplynuli závery, na základe ktorých boli vypracované odporúčania pre zvýšenie úrovne podnikateľského vzdelávania na technických fakultách na Slovensku.

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Podnikateľské zručnosti patria podľa Európskej komisie k nevyhnutným zručnostiam pre 21. storočie, preto by mali všetci mladí ľudia v členských krajinách Európskej únie absolvovať podnikateľské vzdelávanie. V priebehu takéhoto vzdelávania môžu získať vedomosti z oblasti podnikania a podnikateľské zručnosti a postoje, ako je tvorivosť, iniciatívnosť, vytrvalosť, schopnosť pracovať v tíme, pochopenie rizika a zmysel pre zodpovednosť. Vďaka týmto zručnostiam budú môcť v budúcnosti ľahšie a úspešnejšie realizovať svoje podnikateľské nápady, alebo sa lepšie uplatniť na trhu práce. (Európska komisia, 2014)

2.1 PODNIKATEĽSKÉ VZDELÁVANIE V EURÓPSKEJ ÚNII

V Európskej únii sa podnikateľskému vzdelávaniu venuje zvýšená pozornosť, pretože investovanie do vzdelávania v oblasti podnikania sa považuje za investíciu s najvyššou návratnosťou, ktorá sa prejaví v raste produktivity a konkurencieschopnosti Európy. Prvý podnikateľský akčný plán pre Európu – Zelený dokument o podnikaní v Európe bol prijatý v roku 2003 a už vtedy sa za hlavný faktor rozvoja podnikania považovalo podnikateľské vzdelávanie. Odvtedy bolo prijatých viacero dokumentov, ktoré upozorňovali na zaostávanie európskych vzdelávacích systémov pri poskytovaní zručností, ktoré vyžaduje rýchlo sa rozvíjajúca prax. V roku 2012 predložila Európska komisia dokument: „Prehodnotenie vzdelávania: investície do zručností pre dosiahnutie lepších sociálno-ekonomických výsledkov“, v ktorom upozornila na to, že v budúcnosti budú vznikať nové pracovné miesta, vyžadujúce si vyššiu úroveň zručností. Vzdelávanie musí na túto skutočnosť reagovať a viac podporovať podnikateľské zručnosti, vďaka ktorým sa mladí ľudia ľahšie prispôbia zmenám na trhu práce. (Európska komisia, 2012)

V Akčnom pláne pre podnikanie 2020 je podnikateľské vzdelávanie považované za jeden z troch pilierov, podporujúcich rast podnikania v Európskej únii. Európska komisia prostredníctvom tohto dokumentu vyzvala v roku 2013 členské štáty, aby zabezpečili, že sa podnikateľské vzdelávanie stane do konca roka 2015 súčasťou všetkých stupňov a odvetví vzdelávania, vrátane celoživotného. Upozorňuje tiež na skutočnosť, že podnikateľské zručnosti sa získavajú najmä praxou, na základe skúseností z reálneho života, preto treba poskytnúť mladým ľuďom príležitosť nadobudnúť praktické skúsenosti s podnikaním už pred ukončením povinnej školskej dochádzky. V uvedenom dokumente sa osobitne zdôrazňuje aj úloha univerzít v oblasti podnikateľského vzdelávania, ktoré sa vďaka spolupráci so špičkovými podnikmi, zameranými na nové technológie, môžu stať aktívnymi účastníkmi inovačných politík členských krajín EÚ. K tomu je ale potrebné, aby sa univerzity začali správať viac podnikateľsky a zaviedli do svojho vzdelávacieho procesu „podnikateľského ducha“. (Európska komisia, 2013)

V štúdii Eurydice, ktorá hodnotí podnikateľské vzdelávanie v školách v Európe sa uvádza, že vo väčšine európskych krajín je výchova k podnikateľstvu súčasťou učebných osnov základných a stredných škôl. Kým na základných školách sa podnikateľské vzdelávanie uskutočňuje v rámci viacerých predmetov, na stredných školách už ide o samostatný povinný, resp. voliteľný predmet. Iba málokedy však štáty odporúčajú učiteľom aj vhodné vyučovacie metódy a iba niektoré krajiny poskytujú v rámci podnikateľského vzdelávania aj praktické skúsenosti, spojené so zakladaním malých firiem, alebo tvorbou projektov. Vo väčšine členských krajín EÚ zatiaľ neexistuje komplexný prístup k podnikateľskému vzdelávaniu a preto sú jeho výsledky iba čiastkové a chýba nadväznosť medzi jednotlivými úrovňami vzdelávania. Najprepracovanejšiu koncepciu podnikateľského vzdelávania majú severské štáty Dánsko, Švédsko, Fínsko a Nórsko, vďaka čomu dosahujú aj najlepšie výsledky v medzinárodnom hodnotení inovatívnosti a konkurencieschopnosti krajín. Dobré výsledky dosahujú aj balkánske krajiny Bosna a Hercegovina, Čierna Hora a Macedónsko. Podľa Eurydice však zatiaľ v žiadnej európskej krajine nie je výchova k podnikateľstvu systematická a komplexná, tj. prístupná všetkým žiakom na všetkých úrovniach vzdelávania, ako to odporučila Európska komisia. (European commission, 2016)

2.2 PODNIKATEĽSKÉ VZDELÁVANIE NA SLOVENSKU

V Slovenskej republike je podnikateľské vzdelávanie organizované na základe „Stratégie pre mládež 2014 – 2020“, ktorá zdôrazňuje tvorivosť a podnikanie ako jednu z deviatich priorít. Podnikavosť, tvorivosť a inovatívnosť patria podľa tohto dokumentu ku kľúčovým kompetenciám mladých ľudí, ktoré pomáhajú rozvíjať ich potenciál, či už v zamestnaní alebo v podnikaní. Podnikavosť je v národnej stratégii definovaná ako „schopnosť jedincov premeniť nápady na reálne činy, chopiť sa iniciatívy, niesť zodpovednosť, prijať riziko a dosahovať ciele“. Tvorivý zamestnanec a mladý podnikateľ sú základom úspechu firmy, rozvoja ekonomiky a tým aj celej spoločnosti. Jedným zo 4 strategických cieľov v rámci tejto priority je podnikateľská gramotnosť, ktorá sa má dosiahnuť podporou výchovy k podnikavosti a podnikateľským vzdelávaním v súlade s európskou politikou zameranou na podporu zručností pre zamestnateľnosť mladých ľudí. Podnikateľské vzdelávanie sa na Slovensku nechápe len v úzkom význame ako vzdelávanie orientované na zakladanie firiem, ale širšie, ako vzdelávanie zamerané na získavanie podnikateľských kompetencií. (Ministerstvo školstva SR, 2014) Zručnosti, nadobudnuté v rámci podnikateľského vzdelávania oceňujú aj slovenskí zamestnávateľia, ktorí takéto zručnosti považujú za výhodu zamestnancov a uchádzačov o zamestnanie.

Podnikateľské vzdelávanie na Slovensku je podľa Ministerstva školstva súčasťou učebných osnov základných a stredných škôl od roku 2009 ako súčasť povinného predmetu Občianska náuka. Okrem toho môžu stredné školy ponúkať aj voliteľný predmet, zameraný na podnikanie, problémom však často býva nedostatok učiteľov, vyškolených v oblasti podnikateľského vzdelávania, ktorí by takýto predmet mohli vyučovať. Okrem štátnych vzdelávacích programov zabezpečuje podnikateľské vzdelávanie na Slovensku aj firma Junior Achievement Slovensko, ktorá úspešne organizuje podnikateľské vzdelávacie programy na základných, stredných aj vysokých školách už od roku 1992 a dosahuje v nich veľmi dobré výsledky.

Pokiaľ ide o vysoké školy na Slovensku, podnikateľské vzdelávanie vo väčšom rozsahu je súčasťou študijných programov najmä fakúlt s ekonomickým zameraním. Podnikateľské vzdelávanie na technických fakultách sa realizuje v menšom rozsahu, najčastejšie formou jedného povinného, resp. povinne voliteľného až výberového predmetu, ktorý absolvujú študenti väčšinou v bakalárskom štúdiu. Ak je podnikateľské vzdelávanie ponúkané iba ako výberový predmet, môže sa stať, že študenti, ktorí si takýto predmet nevyberú, neabsolvujú počas svojho vysokoškolského štúdia žiadne podnikateľské vzdelávanie. Niektoré fakulty, naopak, ponúkajú svojim študentom aj ďalšie predmety s ekonomicko-manažérskym zameraním s bližšou orientáciou na podnikanie. Na týchto fakultách tak môžu študenti získať okrem základných aj ďalšie ekonomické a podnikateľské zručnosti, ak o ne prejavia záujem.

Napriek verejne deklarovanej podpore podnikateľskému vzdelávaniu zo strany väčšiny slovenských vysokých škôl (Vančo, M. a kol., 2016) sa často na niektorých technických fakultách pri tvorbe študijných programov vedú diskusie o tom, či je takéto vzdelávanie pre študentov technického zamerania vôbec potrebné a ak áno, v akom rozsahu. Vývoj na niektorých fakultách STU v Bratislave napríklad smeruje k postupnému obmedzovaniu takéhoto vzdelávania, resp. znižovaniu počtu predmetov s podnikateľským zameraním, ktoré si môžu študenti zvoliť v rámci svojho štúdia. Jedným z argumentov pre takéto konanie je tvrdenie, že študenti – technici nemajú o takéto predmety záujem a vlastne ich ani nepotrebujú. Práve preto sme sa rozhodli urobiť prieskum názorov študentov na podnikanie a podnikateľské vzdelávanie na jednej z fakúlt tejto univerzity, aby sme zistili, či je vyššie uvedené tvrdenie o nezájme študentov o podnikateľské vzdelávanie pravdivé.

2.3 NÁZORY ŠTUDENTOV NA PODNIKANIE A PODNIKATEĽSKÉ VZDELÁVANIE

Pri prieskume študentov sme zisťovali názory študentov technickej univerzity na podnikanie a podnikateľské vzdelávanie v priebehu druhého stupňa ich vysokoškolského štúdia. Prevažná väčšina študentov, ktorí sa zúčastnili prieskumu, až 72 % si myslí, že má predpoklady na podnikanie, ale iba 62 % respondentov by sa chcelo v budúcnosti podnikaniu aj venovať. Tých, ktorí by chceli v budúcnosti podnikat' na podnikaní najviac láka predstava, že podnikaním možno zarobiť viac peňazí ako zamestnaním, ale aj pocit, že človek pracuje pre seba a nie pre iných, pričom buduje svoju vlastnú firmu, ktorej úroveň a dosiahnuté zisky budú závisieť od jeho vynaloženej námahy. Ako ďalšie dôvody, pre ktoré by sa rozhodli pre podnikanie, uviedli študenti voľnosť a slobodu pri rozhodovaní, riadení firmy a organizovaní práce a tiež možnosť realizovať svoje vlastné projekty a nápady zaviesť do praxe. Podnikanie je podľa nich oveľa zaujímavejšie, ale aj ťažšie, ako iba plnenie pridelených úloh v zamestnaní. Zaujímavá je pre študentov v súvislosti s podnikaním aj časová a finančná flexibilita a tiež možnosť „byť sám sebe šéfom“ a „robiť kedy chcem“, zároveň si ale uvedomujú, že pri podnikaní ide aj o väčšiu zodpovednosť. Viacerí študenti uviedli, že na podnikaní ich zaujíma aj možnosť naučiť sa nové veci, získať prehľad vo finančných a právnických záležitostiach a byť samostatný a nezávislý.

Až 38 % študentov uviedlo, že sa v budúcnosti nechce venovať podnikaniu, čo je o 10 % viac v porovnaní s tými, ktorí si myslia, že nemajú predpoklady na podnikanie (28 %). Podnikaniu sa teda v budúcnosti nechce venovať aj časť študentov, ktorí si myslia, že na podnikanie majú predpoklady. Dôvody nezájmu študentov o podnikanie sú objektívne a subjektívne. Spomedzi objektívnych dôvodov študenti najčastejšie uvádzajú nevhodné podnikateľské prostredie na Slovensku, príliš veľa byrokracie a často sa meniace zákony. Pripúšťajú však, že ak by sa podmienky na podnikanie na Slovensku v budúcnosti zlepšili, môžu o podnikaní uvažovať. Subjektívne dôvody vyplývajú zo skutočnosti, že títo študenti si viac uvedomujú náročnosť, väčšiu zodpovednosť a riziká, súvisiace s podnikaním, preto majú pred ním možno až príliš veľký rešpekt. K subjektívnym dôvodom patrí napr. neochota byť v neustálom strese, vynakladať príliš veľa úsilia často na úkor rodiny a voľného času, pričom dosiahnutý výsledok nemusí byť vždy adekvátny. Viacerí z tejto skupiny študentov uviedli ako dôvod nezájmu o podnikanie nedostatok informácií o možnostiach podnikania na Slovensku. Na otázku, či majú dostatok informácií o podnikaní a vedeli by si založiť podnik, 40 % respondentov odpovedalo áno a 60 % nie.

Pri voľbe právnej formy podniku by si väčšina študentov, až 70 % zvolila spoločnosť s ručením obmedzeným, 25 % by si zvolilo živnosť a 5 % dokonca akciovú spoločnosť, čo je absolútne nevhodná forma pre začínajúci malý podnik a dôkaz o nedostatočnej informovanosti týchto študentov o podnikaní. Pritom prevažná väčšina študentov, zapojených do prieskumu už absolvovala v priebehu bakalárskeho štúdia predmet, zameraný na podnikanie. Na otázku, či si z výučby uvedeného predmetu ešte pamätajú niektoré informácie, týkajúce sa podnikania, 60 % študentov, ktorí takýto predmet absolvovali odpovedalo áno, 40 % nie. Rovnakých 60 % študentov by tieto informácie využilo v prípadnom podnikaní a 40 % nie – to sú zrejme tí, ktorí si nepamätajú informácie z uvedeného predmetu, preto ich ani nemôžu využiť. Keďže až 40 % študentov si informácie z predmetu, zameraného na podnikanie, absolvovanom v bakalárskom štúdiu nepamätá, pýtali sme sa, či by uvítali, ak by sa takýto predmet vyučoval radšej v inžinierskom štúdiu. Prevažná väčšina, až 75 % študentov uviedlo, že by takýto predmet v inžinierskom štúdiu, teda ku koncu štúdia uvítali. Naopak, 25 % študentov o takýto predmet v inžinierskom štúdiu nemá záujem, pretože sa chcú prednostne venovať predmetom svojej odbornej špecializácie.

Zaujímali nás aj názory študentov na to, kto by mal predmet zameraný na podnikanie absolvovať. Takmer tretina študentov (32 %) si myslí, že takýto predmet je potrebný iba pre tých, ktorí chcú v budúcnosti podnikáť. Objavili sa aj názory, že „pre ostatných je predmet zameraný na podnikanie zbytočný, pretože ho nikdy nebudú potrebovať“. Podľa tejto skupiny študentov, ak sa niekto o podnikanie nezaujíma, nebude sa zaujímať ani o predmet a zbytočne bude brzdiť tých, čo záujem majú. Každý by sa mal prednostne venovať tomu, čo ho zaujíma a čomu sa chce v budúcnosti venovať. Viac ako dve tretiny študentov (68 %) si naopak myslí, že predmet, zameraný na podnikanie je potrebný pre všetkých, že základné informácie o podnikaní patria k všeobecnému prehľadu a mal by ich ovládať nielen každý absolvent vysokej školy, ale každý vzdelaný občan.

Ďalšie otázky prieskumu boli zamerané na predstavy študentov o podnikateľskom vzdelávaní, resp. predmete, zameranom na takéto vzdelávanie. Väčšina študentov, až 83 % si myslí, že by takýto predmet mal byť voliteľný a iba 17 % uviedlo, že by to mal byť predmet povinný pre všetkých študentov. Pokiaľ ide o formu výučby, polovica študentov preferuje výučbu podnikateľského predmetu formou prednášok a cvičení v rovnakej výmere po 2 vyučovacie hodiny týždenne. 38 % študentov by si zvolilo formu s menšou výmerou prednášok a väčšou výmerou cvičení, zameraných na praktické precvičovanie podnikateľskej problematiky, konkrétne 1 hodinu prednášok a 3 hodiny cvičení. 12 % študentov si myslí, že by na takýto predmet stačili iba 2 hodinové cvičenia týždenne bez prednášok.

Odpovede na otázku, na čo by sa mal predmet s podnikateľskou problematikou zamerať a čo by sa na ňom chceli študenti naučiť, boli veľmi rôznorodé. Väčšina študentov by uvítala, ak by im výučba predmetu poskytla podrobný návod na založenie jednotlivých právnych foriem podniku s upozornením, na čo si pri tom treba dávať pozor, ako riešiť prípadné problémy ale aj ako udržať podnik pri živote. Proces založenia podniku by si viacerí radi vyskúšali v rámci tímového projektu, obsahom ktorého by bolo založenie a riadenie fiktívnej firmy krok za krokom pod vedením vyučujúceho. Ďalší by sa na predmete so zameraním na podnikanie chceli naučiť, ako sa orientovať v legislatíve upravujúcej podnikanie na Slovensku, ako si urobiť prieskum trhu, ako viesť účtovníctvo firmy, ako vyčíslieť náklady, výnosy a výsledok hospodárenia podniku a vyplniť daňové priznanie. Študentov by tiež zaujímalo, ako štát na Slovensku v súčasnosti podporuje zakladanie startupov, aké sú možnosti ich financovania a pod. Prevažná väčšina odpovedí študentov zdôrazňovala skutočnosť, že v predmete by malo byť málo teórie a veľa praktických skúseností z reálneho podnikania. Na prednáškach by preto uvítali ľudí z praxe, ktorí by im porozprávali o svojich skúsenostiach so založením a vedením podniku, resp. o tom, s akými problémami sa stretávajú podnikatelia na Slovensku a ako ich riešia. Medzi odpoveďami sa objavil aj veľmi realistický názor študenta, podľa ktorého je podnikanie veľmi široká problematika, ktorú nemôže obsiahnuť jeden predmet. Ak by sa podnikateľskej problematike venoval počas štúdia iba jeden predmet, mali by sa na ňom študenti dozvedieť základné informácie o podnikaní, teda o tom, „aké povinnosti musí splniť podnikateľ pri zakladaní podniku a počas jeho fungovania, ale hlavne čo to reálne znamená viesť podnik“. Podrobnejšie informácie, týkajúce sa jednotlivých podnikateľských, resp. aj ďalších ekonomických zručností by mohli študentom poskytnúť ďalšie voliteľné predmety, alebo by si ich mohli doplniť samoštúdiom.

Z prieskumu názorov študentov inžinierskeho štúdia technickej univerzity na podnikanie a podnikateľské vzdelávanie jednoznačne vyplynulo, že títo študenti majú záujem o podnikateľské vzdelávanie aj o získanie základných ekonomických zručností počas vysokoškolského štúdia. Podľa názoru väčšiny respondentov je podnikateľské vzdelávanie potrebné pre všetkých, pretože základné informácie o podnikaní patria k všeobecnému prehľadu a mal by ich ovládať každý vzdelaný občan, nielen ten, kto chce podnikáť. Väčšina študentov, ktorí sa zúčastnili prieskumu by dokonca mala záujem v budúcnosti podnikáť, zatiaľ

však nemajú o podnikaní dostatok informácií. Podnikateľské vzdelávanie, ktoré by mohli absolvovať v inžinierskom štúdiu, teda koncom štúdia, by preto títo študenti uvítali, mal by to však byť voliteľný predmet iba pre tých, ktorí oň prejavia záujem. Požiadavky študentov na obsah tohto predmetu boli veľmi rôznorodé, často iba okrajovo súviseli s podnikaním, ale hlavne mali taký široký záber, ktorý nemôže obsiahnuť jeden predmet. Z toho vyplýva, že študenti by mali záujem aj o ďalšie ekonomické predmety, ak by bol ich obsah pre nich zaujímavý a užitočný.

ZÁVER

Cieľom príspevku bolo poukázať na význam podnikateľského vzdelávania v súčasnom globalizovanom svete, osobitne pre študentov vysokých škôl technického zamerania a zistiť, či majú záujem o takéto vzdelávanie. Podnikateľské vzdelávanie totiž nielen zvyšuje konkurencieschopnosť a úspešnosť ľudí, ovládajúcich podnikateľské zručnosti na trhu práce, ale aj napomáha ekonomickému rastu a rastu zamestnanosti vo vyspelých ekonomikách. Podnikateľské zručnosti by preto nemali ovládať iba podnikatelia, ale aj zamestnanci, resp. každý, kto chce byť úspešný vo svojej profesionálnej kariére. Aj preto boli podnikateľské zručnosti zaradené v Európskej únii medzi kľúčové kompetencie v oblasti vzdelávania a odbornej prípravy, ktoré sa majú v členských krajinách rozvíjať na všetkých stupňoch vzdelávacieho systému. Úroveň podnikateľského vzdelávania je v jednotlivých členských krajinách EÚ rôzna, podľa prieskumu Eurydice však zatiaľ v žiadnej z nich nie je prístupná všetkým žiakom na všetkých úrovniach vzdelávania, ako odporúčala Európska komisia.

Na Slovensku je podnikateľské vzdelávanie na základných a stredných školách súčasťou učebných osnov už od roku 2009. Okrem toho existuje aj viacero projektov súkromného sektora, ktorých cieľom je zvyšovanie úrovne podnikateľského vzdelávania na týchto školách. Na slovenských základných a stredných školách je teda podnikateľské vzdelávanie ako-tak zabezpečené. Na slovenských vysokých školách však neexistuje jednotná koncepcia takéhoto vzdelávania, v dôsledku čoho na niektorých vysokých školách, najmä neekonomického zamerania nepripisujú podnikateľskému vzdelávaniu taký význam, ako by bolo potrebné. Na niektorých fakultách sa dokonca uvažuje o tom, či je takéto vzdelávanie pre študentov neekonomického zamerania vôbec potrebné a ak áno, v akom rozsahu. Na iných fakultách sa zase obmedzuje rozsah podnikateľského vzdelávania, pričom sa argumentuje tým, že študenti o takéto vzdelávanie nemajú záujem. Naš prieskum názorov študentov na podnikanie a podnikateľské vzdelávanie to však nepotvrdil. Zistili sme, že študenti technickej univerzity majú záujem o podnikateľské vzdelávanie a dokonca aj o získanie ďalších ekonomických zručností, ktoré by získali počas vysokoškolského štúdia. Na základe výsledkov realizovaného prieskumu sme sa pokúsili navrhnúť odporúčania pre zvýšenie úrovne podnikateľského vzdelávania na Slovensku, resp. na technických fakultách slovenských vysokých škôl.

Pre zvýšenie úrovne podnikateľského vzdelávania na Slovensku by bolo potrebné, aby sa takéto vzdelávanie v rámci celého vzdelávacieho systému zosúladiť a vzdelávanie na jednotlivých stupňoch na seba nadväzovalo. Pre jednotlivé vzdelávacie stupne by malo byť stanovené minimum znalostí a zručností, ktoré majú účastníci vzdelávania získať a vzdelávanie by malo byť povinné na všetkých druhoch a typoch škôl. Na základných školách by bolo podľa nášho názoru najvhodnejšie vzdelávanie hravou formou, pri ktorej sa žiaci naučia iba základné princípy podnikania. Podnikateľské vzdelávanie na strednej škole by už malo byť komplexnejšie, pretože absolventi strednej školy sa už reálne môžu stať podnikateľmi. Za najvhodnejšiu formu pre stredoškolské vzdelávanie považujeme cvičnú firmu, v ktorej si môžu študenti prakticky vyskúšať všetky činnosti, súvisiace s podnikaním. Zároveň tiež môžu zistiť,

či majú predpoklady na podnikanie a chcú sa mu v budúcnosti venovať, alebo je pre nich výhodnejšie sa zamestnať.

Podnikateľské vzdelávanie na vysokých školách s neekonomickým zameraním by malo poskytnúť všetkým študentom aspoň základné informácie, súvisiace s podnikaním, preto by malo mať formu povinného predmetu. Takýto predmet by mal byť zaradený až v druhom stupni vysokoškolského štúdia, teda pred jeho skončením, aby študenti získané informácie mohli čo najskôr využiť v praxi. Teoretické prednášky z podnikateľskej problematiky by bolo vhodné doplniť prednáškami úspešných podnikateľov, ktorí by sa podelili so svojimi praktickými skúsenosťami s podnikaním a upozornili študentov na úskalia podnikania na Slovensku. Bolo by žiaduce, aby študenti v rámci podnikateľského vzdelávania získali aj praktické skúsenosti, súvisiace s podnikaním. Tie by mohli získať na cvičeniach, na ktorých by riešili individuálne alebo tímové projekty, v rámci ktorých by si v spolupráci s vyučujúcim založili a viedli fiktívnu firmu. Veľkým prínosom by bola možnosť návštevy študentov v konkrétnej firme s podobným predmetom podnikania, kde by mohli konzultovať problémy, ktoré sa vyskytnú pri spracúvaní projektov a videli by tiež, ako vyzerá podnikanie v praxi. Tí najšikovnejší by sa mohli v takejto firme dokonca zamestnať na čiastkový úväzok alebo ako brigádnici a tak získať neoceniteľné praktické skúsenosti. Na povinný predmet s podnikateľským zameraním by mali nadväzovať ďalšie voliteľné ekonomické predmety na prehĺbenie niektorých ekonomických a podnikateľských zručností. Ponuka voliteľných predmetov by sa mala postupne rozširovať a aktualizovať v závislosti od vývoja ekonomiky a mala by zodpovedať požiadavkám praxe. Študenti by si z voliteľných predmetov vybrali podľa svojej profesijnej orientácie a záujmu tie, ktoré považujú za najdôležitejšie pre svoje budúce uplatnenie. Absolventi takéhoto štúdia by potom nemali mať problém po skončení vysokej školy začať podnikáť, alebo si nájsť vhodné zamestnanie a byť úspešní vo svojej profesionálnej kariére.

LITERATÚRA

- European commission. 2016. *Entrepreneurship Education at School in Europe*. Eurydice Report. Luxembourg: European commission 2016. [online] [citované 2018-09-20]. Dostupné na: https://www.na.org.mk/tl_files/docs/epluseurydice/2016pub/195EN.pdf
- Európska komisia. 2012. *Prehodnotenie vzdelávania: investície do zručností na dosiahnutie lepších sociálno-ekonomických výsledkov*. Brusel: Európska komisia, 2012. [online] [citované 2018-09-18]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX%3A52012DC0669>
- Európska komisia. 2013. *Akčný plán pre podnikanie 2020. Opätovné stimulovanie podnikateľského ducha v Európe*. Brusel: Európska komisia, 2013. [online] [citované 2018-09-20]. Dostupné na: <http://www.sbagency.sk/strategia-europa-2020-akcny-plan-pre-podnikanie-2020>
- Európska komisia, 2014. *Vzdelávanie v oblasti podnikania: Príručka pre učiteľov*. Brusel: Európska komisia, 2014. [online] [citované 2018-08-18]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/7465>
- Európska únia, 2006. *Odporúčanie Európskeho parlamentu a Rady z 18. decembra 2006 o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie*. Brusel: Úradný vestník Európskej únie, 2006. [online] [citované 2018-09-12]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:394:0010:0018:sk:PDF>
- Hrehová, D. 2017. Postoje a zručnosti študentov vo vzťahu k podnikaniu. In: *Sborník z mezinárodní vědecké konference ICOLLE 2017*, s. 106–125. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2017. [online] [citované 2018-08-22]. Dostupné na:

- <http://icv.mendelu.cz/wcd/web-icv/veda-a-vyzkum/icolle2017/sbornkicolle2017final.pdf>
- Jakubeková, M. 2017. *Úvod do podnikateľského vzdelávania*. Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum, 2017. [online] [citované 2018-08-20]. Dostupné na: https://mpcedu.sk/sites/default/files/publikacie/m_jakubekova_uvod_do_podnikatelskeho_vzdelavania.pdf
- Malach, J. 2008. Výchova k podnikavosti a vysoké školy. In: *AULA* [online] roč. 16, č. 2, 2008, s. 41-62. [citované 2018-08-24]. Dostupné na: <https://www.yumpu.com/xx/document/view/32964058/vychova-k-podnikavosti-a-vysoke-skoly-csvs>
- Mertanová, K. 2017. Ako to vyzerá, keď podnikajú stredoškoláci? *Euroactiv.sk*, 15.11.2017. [online] [citované 2018-09-10]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/podnikanie-a-praca/news/ako-vyzera-keď-podnikaju-stredoskolaci/>
- Ministerstvo školstva SR, 2014. *Stratégia Slovenskej republiky pre mládež na roky 2014 – 2020*. Bratislava: Ministerstvo školstva SR, 2014. [online] [citované 2018-09-18]. Dostupné na: http://www.minedu.sk/data/files/3889_strategia_pre_mladez.pdf
- Vančo, M. a kol., 2016. *Analýza získavania prierezových kompetencií na slovenských vysokých školách*. Bratislava: CVTI SR, 2016. [online] [citované 2018-09-18]. Dostupné na: <https://www.minedu.sk/data/att/10091.pdf>
- Velichová, Ľ. 2012. *Podnikateľské vzdelávanie – podpora podnikavosti a tvorba podnikateľských projektov*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2012.
- Velichová, Ľ. 2008. *Nové trendy v cvičnej firme*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2008.
- Yar, L. 2018. Podnikateľské vzdelávanie na Slovensku a v Európe. *Euractiv.sk*, 9. 1. 2018. [online] [citované 2018-08-16]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/sekcie/linksdossier/podnikatelske-vzdelavanie-na-slovensku-a-v-europe/>

Afiliácia k projektu:

Príspevok je čiastkovým výstupom výskumnej úlohy KEGA č. 031STU-4/2018 „Inovácia výučby ekonomických a manažérskych predmetov na FCHPT STU v Bratislave“ riešenej na Ústave Manažmentu STU v Bratislave.

Autori:

Ing. Ľudmila Fabová, PhD.

Ústav manažmentu STU v Bratislave

Vazovova 5, 812 43 Bratislava

Tel.: 0918669126

e-mail: ludmila.fabova@stuba.sk

Ing. Hana Janáková, PhD.

Ústav manažmentu STU v Bratislave

Vazovova 5, 812 43 Bratislava

Tel.: 0918 669 028

e-mail: hana.janakova@stuba.sk

IMPLEMENTÁCIA INOVATÍVNYCH PRVKOV V PROCESE VZDELÁVANIA

IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE ELEMENTS IN THE EDUCATION PROCESS

Mária Glatz, Monika Zatrochová

Abstract

Purpose of the article is the introduction of innovations in the educational area. The greatest obstacles to introducing the innovative elements into the pedagogical process include the lack of practical experience of teachers, the lack of methodical materials, information and funding for permanent personal education and the preparation of training programs. The solution could be closer cooperation with Informative and Communication Technologies (ICT) professionals on an internal or external basis. The technical processing of materials, tasks and tests is a very time-consuming task for teachers when implementing pedagogical innovations.

Methodology/methods In the context of processing, there have been used traditional scientific methods: method of analysis, synthesis, induction, comparison and observation. On the basis of actual facts and current facts about issues related to the learning process, we have formulated the results into appropriate conclusions and recommendations. The structure of this contribution is in line with the structure of the scientific contribution: introduction, goal, methods, results and discussion. .

Scientific aim is to point out some theoretical possibilities and practical experience with the use of modern technologies in the context of education at technical universities. Description of possibilities for using ICT, clarification of forms and methods of education, as a basis for the empirical part. The empirical part provides a picture of the education of students in the teaching of economic and complementary technical subjects. Emphasis is naturally on the quality of education, modernization, professionalisation and efficiency. All this should lead to meeting the requirements for the increase of student education level.

Findings The success of education is not only a developed methodology and good quality strategy application in practice. The very important part should also be the provision of a good, qualified workforce - a teacher, a tutor or a consultant. It is important to look for appropriate approaches and ways to effectively develop the potential of not only students but also teaching staff. In our work, we evaluate the latest trends and practices in the particular area. At the same time, we experience that today there is a higher trend that the level of education is reflected by the human capital..

Conclusions At the end of the paper we note that introducing of innovative elements and methods into the learning process is necessary. However, in the foreground the good and qualified teacher still remains as the added value provided by the school. In the teaching process, it is a driving force that indicates direction, stamina, and acceleration. In the process of education, a teacher takes on the role of evaluator, manager, facilitator, strategist and partner. Although the role of ICT is important, there is no need to overestimate ICT in the educational process at the expense of solving pedagogical problems.

Keywords: keywords1, keywords2, keywords3, keywords4, keywords5, keywords6

JEL Classification: A20, A21

ÚVOD

O technológiách využívaných v rámci vzdelávania na vysokých školách sa často hovorí ako niečom, čomu sa treba začať dôsledne venovať a na čo je potrebné reflektovať. Mnohí, ktorí sú súčasťou celého procesu sa však stratili v čase a uniklo im, že technológie sú už natoľko integrované do nášho života, že v súčasnosti nezostal čas ani priestor na obzeranie sa okolo seba, ani na sebareflexiu. V súčasnosti sa môžeme dívať už len dopredu. V príspevku by sme chceli priblížiť teoretické možnosti, ale aj praktické skúsenosti s využívaním moderných technológií (IKT) pri ekonomickom vzdelávanom technicky orientovaných študentov nielen v súčasnosti, ale predovšetkým v blízkej budúcnosti.

Už bežať nestačí. Musíme zvoliť nejaký iný druh pohybu. Stephen Heppell (<http://www.educationalleaders.govt.nz>) to opisuje ako "nutnosť zmeniť našu súčasnú schodiskovú mentalitu", ktorá nás núti zo zvyku chodiť po schodoch po jednom. Pre uplatnenie sa v súčasnom svete, je potrebné premýšľať úplne inak. Je potrebné vymýšľať iné postupy, viesť študentov k vlastnému premýšľaniu a inovatívnym nápadom. O integrácii technológií do života vzdelávacích inštitúcií je nutné uvažovať len týmto kreatívnym a komplexným spôsobom. Nepremýšľať len o technológiách, ale o všetkých súvislostiach, o difúziách technológií (Brdička, B. a kol., 2010).

1 CIEĽ A METODIKA

Technológie, ktoré sú v súčasnosti okolo nás, postupne miznú. Odpovede kam miznú a prečo, nájdeme v prácach mnohých súčasníkov. Jednou z nich je Estetika miznutia (Virilio, 2010), kde autor skúma fenomény narušujúce účinok reality a otriasajúce ľudským vnímaním. Ukazuje sa, že skutočnosť nie je ničím pevným a celistvým. Naše vedomie a zmyslové skúsenosti už viac, ako si sami dokážeme priznať, determinujú technológie. Príkladom sú Viriliove dejiny kinematografie či automobilového priemyslu, kde autor popisujúce rýchlosť ako fenomén, hybnú silu dejín 20. storočia. Pod vplyvom jej pôsobenia sa začali rozpadáť klasické dimenzie priestoru a času.

Sme neustále konfrontovaní s tým, že technológii je stále viac a miznú. Miznú, pretože sa vo zvýšenej miere integrujú, bez toho, aby sme si to uvedomovali, do nášho života. Väčšina z nás začína postupne strácať pôdu pod nohami, stále menej viditeľné začína byť rozhranie medzi technológiou a človekom. Nastupujúce generácie sú už do takej miery integrované s novými technológiami, že nepozorujú v neustálych zmenách žiadny rozdiel. Technológie prenikajú do nášho života, súkromia, domácností, ako aj do mobilov, počítačov aj do vzdelávania, pretože reprezentujú súčasnosť. Opäť miznú a stanú sa veľmi rýchlo minulosťou. Tento trend je momentálne nezastaviteľný. Zmeny sú nevyhnutné, ale rovnako nepopulárne, nepríjemné, náročné, vyžadujúce si osobné zapojenie všetkých zúčastnených strán. V oblasti vzdelávania zatiaľ len reagujeme, reagujeme na podnety z praxe a snažíme sa ich za pochodu riešiť. To však nestačí. Ešte sme nedokázali uchopiť, na mentálnej úrovni spracovať a dokonale využiť „včerajšie“ technológie a už prichádzajú nové.

Medzi najnovšie trendy a technológie, ktoré sú aktuálne a relevantné v najbližšom časovom horizonte patrí

- internet vecí (internet of things)
- rozšírená realita (augmented reality)
- virtuálna realita (virtual reality)
- umelá inteligencia (artificial intelligence)
- sociálne siete (social networks).

2 VÝLEDKY A DISKUSIA

Ak hovoríme o miznutí technológií, hovoríme súčasne aj tom, že postupne začína miznúť aj vzdelávanie, ktoré má inštitucionálne základy. Ako sa môžeme dočítať na Wikipédii, vzdelávanie je procesná stránka pedagogického o procese. Pedagogický proces je výchovný a vzdelávací proces, teda komplex vzájomne sa podmieňujúcich vzťahov a súvislosti medzi podmienkami a prostriedkami výchovného procesu zameraného na cieľavedomé utváranie osobnosti človeka. Pedagogický proces má vždy dve stránky: vzdelávaciu a vychovávacu (Čabalová, 2017). V súčasnosti sa vzdelávanie ako proces akoby úmyselne dostáva do úzadia a stále viac sa do popredia dostáva modifikovaná (inovovaná) podoba učenia sa, ktoré je definované ako cieľavedomé a systematické nadobúdanie a osvojovanie si určitých vedomostí, zručností, návykov, foriem správania sa (Balharová a kol., 2018). Bojujeme s paradigmou, či nejaká inštitúcia, učiteľ, tútor alebo lektor má niekoho vzdelávať. Nezabúdajme, že hovoríme o individuálnom procese. V procese vzdelávania často dochádza k rozporu medzi tými, čo chcú mladých ľudí vzdelávať, a tými, ktorí ich chcú učiť. V prípade vzdelávacieho systému, do ktorého v súčasnosti stále patrí náš školský systém, je učenie už do takej miery integrované do vzdelávania, voľnočasového a pracovného života, že ho prestávame vnímať.

Hovoríme o reforme vzdelávacej sústavy, alebo o jej transformácii? Vyjadriť sa to dá rozdielom medzi reformou, čo je len efektívnejší spôsob, ako dospieť k stále rovnakému cieľu, a transformáciou, čo je nielen zmena postupov, ale i cieľov. Ak chceme meniť ciele, je potrebné súčasný školský systém nie reformovať, ale transformovať a to na všetkých stupňoch. Pochybnosti vôbec nie sú na mieste! Kým predtým sme presne vedeli, čo vlastne chceme študentov naučiť, dnes to nevieme. Pripravujeme ich na život, ktorý si vôbec nevieme predstaviť. Jedno je však isté, budú sa musieť neustále učiť niečo nové. K nevyhnutným základným zručnostiam teda okrem, obrazne povedané: písania, pravopisu, čítania, vybraných slova a násobilky patrí a bude patriť schopnosť učiť sa.

Pre jednoduchý príklad nemusíme chodiť ďaleko. V prípade používania smartfónov je už samotná inštalácia programov do spomínaného mobilu samoučiaci prvok. Zo strany užívateľa musia byť všetky programy nainštalované tak, aby sa „to spustilo“. Súčasná mladá generácia už tieto veci vôbec nevníma. Práve prostredníctvom takýchto momentov môžeme vidieť rozdielnosť prístupu jednotlivých generácií ku vzdelávaniu. V súčasnosti sme konfrontovaní s tým, ako jednotlivé generačné skupiny (X, Y, Z) rozdielne prijímajú a vnímajú proces vzdelávania. Pri vytváraní obsahu vzdelávania musíme reflektovať jednotlivé odlišnosti a hľadať vhodný prístup. Generácia, ktorá má v súčasnosti cca 20 rokov a môžeme ju bez problémov považovať za digitálnych domorodcov, nevníma internet a nové technológie ako niečo výnimočné. Je to súčasť jej hybridného života.

Realita kladie nároky na duálnosť vzdelávania či už v prezenčnej alebo virtuálnej podobe. Problém spočíva aj v tom, že naša vzdelávacia sústava je poznamenaná kompresiou obsahu. Niektorí účastníci vzdelávacieho procesu, dokonca aj na strane vzdelávajúcich tvrdia, že pre úspešné vzdelávanie nie je potrebný tak masívny rozsah. Študenti často deklarujú, že pre získanie informácie, či určitý pracovný úkon, potrebujú len rýchlo získať konkrétnu inštrukciu a snažia sa ju získať čo najjednoduchším spôsobom. Komprimovanie obsahu bude pre účastníkov vzdelávacieho procesu náročné. Integráciu technológií do vzdelávacieho programu školy však nemožno chápať ako proces statický a konečný. Celý program vzdelávania, každá aktivita využívajúca technológie, musí byť neustále dynamicky modifikovaná, s cieľom prispôbiť sa aktuálnym požiadavkám a meniacim sa výučbovým cieľom. Ide o proces sústavnej inovácie vedúci k neustálemu zdokonaľovaniu vzdelávacích metód. Nezaobíde sa bez sústavného hodnotenie úspešnosti existujúcich postupov.

2.1 VÝCHODISKÁ A ÚLOHY IKT VO VYUČOVACOM PROCESSE

Označenie informačné a komunikačné technológie sa často používa ako synonymum pojmu informačné technológie. Vo všeobecnosti však pojem IKT zdôrazňuje úlohu jednotnej komunikácie a integráciu telekomunikačných prostriedkov, inteligentných riadiacich a audiovizuálnych systémov moderných informačných technológií. Pozostáva zo všetkých technických prostriedkov používaných na získavanie informácií a uľahčenie komunikácie (Scheffler, Logan, 1999). Každý užívateľ informačných technológií by sa mal snažiť premýšľať o tom, ako a aké konkrétne technológie môže aplikovať vo vzdelávacom procese. Ak sa dostane až do štádia inovácie, musí hľadať nielen cesty, ako dospieť ľahšie k rovnakému cieľu, ale v súvislosti s využitím technológií aj jednoznačne modifikovať vzdelávacie ciele a metódy. Úspech sa väčšinou nedostaví, ak zostane sám. Je nevyhnutné, aby boli jednotlivé vzdelávacie aktivity koordinované aj v rámci rôznych predmetov, aby tradičné sylaby boli nahradené tematickým plánom vzdelávania a tradičné kognitivistické prístupy (prístup pre získavanie všeobecných poznatkov a procesov) sa aspoň čiastočne zmenili na konštruktivistické. Učiteľ konštruktivista by nikdy nemal prezentovať riešenie iba jednoducho ako riešenie, pretože každé riešenie súvisí s nejakou vedeckou paradigmou, v rámci ktorej platí (Thótová, 2014). Z hľadiska konštruktivismu je dôležité si uvedomiť, že vzdelávací proces sleduje dva ciele. Na jednej strane podporuje myslenie, ktoré nezahŕňa konceptuálne nesúrodosti (kontradikcie) a súčasne vedie k vnútorným konzistentným výsledkom.

Medzi najčastejšie využívané technológie v rámci vyučovania ekonomických a ďalších podporných predmetov, sa v súčasnosti ešte stále najčastejšie využívajú nielen e-learning, m-learning, ale aj interaktívne tabule, tablety, počítače ako prostriedky na využitie špeciálnych výučbových softvérov pre marketing, finančnú analýzu, účtovníctvo a pod.. Medzi študentmi veľmi sú obľúbené výučbové portály, pretože im ponúkajú konkrétne, už tematicky usporiadané a komplexnejšie spracované oblasti: prednášky, neriešené i riešené príklady s konkrétnym výsledkom, s možnosťou precvičovania učiva a zároveň samostatnej kontroly správnosti vypracovaných riešení, zadávanie a návod na spracovanie prípadových štúdií. Všetky príklady a úlohy sa nemusia riešiť len na seminároch, resp. cvičeniach, ale aj v externom prostredí, napríklad v parku na lavičke.

Formovanie jedinca prostredníctvom vzdelávacích a výchovných procesov patrí medzi kľúčové funkcie každej vzdelávacej inštitúcie. Vôbec nie je podstatné, na ktorom stupni. V súčasnosti sa namiesto pojmov učivo, učebné osnovy, učebný plán, obsah vzdelávania používa komplexnejší pojem kurikulum. Neexistuje jeho predpísaná forma. Známých je niekoľko typov:

- normatívny typ – vzdelávacie aktivity sú orientované na vopred určené ciele
- participatívny, ústretový – vytvorenie podmienok medzi študentom a obsahom.
- autoritatívne kurikulum – (Švédsko, Francúzsko), ktoré podrobne a jednotne predpisuje pre všetky školy: ciele, učivo, stratégie vzdelávania a prísne vyžaduje ich dodržiavanie.
- liberálne kurikulum - (USA, Nemecko, Holandsko) tvorba na centrálnej úrovni neexistuje, každý región si vytvára vlastné
- národné kurikulum – obsah nie je jednotný, zložky sú: témy učiva, cieľové štandardy apod. každý štát resp. stupeň vzdelávacieho stupňa región si vytvára vlastné kurikulum. .

V základných pravidlách sa popisuje projektovanie a realizácia vyučovacieho procesu, na ktorom sa podieľajú nielen učitelia, ale rovnako aj študenti a tvorcovia vzdelávacích programov (Veteška, Tureckiova, 2008). Platí to rovnako aj o činnostiach, ktoré sa ku vzdelávajúcej inštitúcii vzťahujú a tiež súvisí s jej plánovaním a hodnotením.

Výchova a vzdelávanie sú vždy viazané na konkrétny obsah vyjadrený v školskom kurikule, ktoré môže mať rozličné podoby. V odbornej literatúre jeho presný obsah a definícia nie je jednoznačná. Kurikulum môžeme vnímať (Mareš, Rybařová, 2003):

- v užšom zmysle slova, kde reprezentuje vzdelávací program, projekt, plán,
- v širšom zmysle slova predstavuje akékoľvek plánované či neplánované učenie, ktoré prebieha v škole alebo v iných vzdelávacích inštitúciách.

Na základe vlastných skúsenosti z pedagogickej praxe sa viac stotožňujeme s pohľadom J. Maňáka (2008), ktorý kurikulum chápe v širšom zmysle slova ako obsah vzdelania (čo sa učí, učivo) a proces osvojovania učiva, tzn. všetky skúsenosti študenta, ktoré získava predovšetkým v školskom (vzdelávacom) prostredí a činnosti spojené s jeho osvojovaním i hodnotením.

Pri vzdelávaní študentov by mali učitelia nájsť hranicu medzi klasickým vzdelávaním a využívaním informačných technológií. Každá implementácia moderných technológií do vyučovacieho procesu so sebou nesie okrem výhod i riziká. Môže veľmi ľahko vzniknúť situácia, keď sa nástroj stane objektom vyučovania (Ožvoldová, Gerháťová, 2010). V praxi to znamená, že namiesto využívania IKT v rámci ekonomického vzdelávania sa študenti i učiteľ venujú štúdiu a vzdelávaniu v oblasti informačných technológií. Tie by mali vždy byť prostriedkom a pomocníkom, ktorý prispieva k zvýšeniu efektívnosti vzdelávacieho procesu. a k posilneniu aplikácií potrebných zvýšenie znalostí v jednotlivých predmetoch študijných. Mal zostať pri postupnom prechode na kombinovanú formu výučby s využitím moderných informačných technológií pomocníkom a nie cieľom.

3 IMPLEMENTÁCIA INFORMAČNÝCH A KOMUNIKAČNÝCH TECHNOLOGIÍ DO ŠTRUKTÚRY VZDELÁVACIEHO PROCESU

Ak chceme vychovávať vzdelaných, tvorivých, flexibilných a schopných odborníkov, ktorí sa chcú celoživotne vzdelávať, musíme postupne opúšťať princíp riadeného učenia a nahrádzať ho princípom konštruktivismu. Jeho podstata spočíva v tom, že porozumenie si študent (učiaci sa subjekt), vytvára sám s tým, že zvažuje nové informácie, porovnáva ich s predchádzajúcimi skúsenosťami (poznatkami a schémami), prispôsobuje ich a pretvára tak, aby mu „dávali zmysel“ z hľadiska toho, čo už vie. Dôležitým znakom konštruktivistického vzdelávania je zmena postavenia učiteľa z poskytovateľa informácií na sprievodcu a pomocníka pri ich samostatnom získavaní. Veľký dôraz sa kladie na vzťahy medzi predmetmi a prípravu na tímovú prácu. Jeden zo spôsobov ako uplatňovať princípy konštruktivismu a zároveň využívať IKT vo vyučovaní ekonomických a doplnkových technických predmetov je zapojenie študentov do tvorby projektov prostredníctvom projektového vzdelávania.

3.1 PROJEKTOVÉ VZDELÁVANIE

Interaktívna stratégia vyučovania a učenia (ďalej len INTe-L) je založená na pozorovaní javov reálneho sveta s využitím reálnych vzdialených a virtuálnych experimentov, ktoré spolu s e-vzdelávacími materiálmi vedú študentov k pochopeniu a zvládnutiu základných ekonomických zákonitostí. Dominantným znakom projektového vyučovania je neformálna spolupráca a vytváranie sociálnych pozitívnych vzťahov. Učiteľ kladie veľký dôraz na kooperáciu a účinnú komunikáciu študentov, učenie sa jedného od druhého, obhajovanie a dokazovanie správnosti svojich návrhov a rozhodnutí. Študenti sa pri projektovom vyučovaní učia vzájomnej komunikácii a styku s inými ľuďmi. V rámci jednotlivých činností si

uvedomujú samých seba, aj svoje vzťahy k iným, uvedomujú si existenciu a práva iných. Učia sa hodnotovo myslieť, argumentovať, prijímať kompromisy, byť tolerantnými. Projektovým vyučovaním sa usilujeme prekonať nedostatky tradičného vyučovania, ako je izolovanosť vedomostí a ich odtrhnutie od životnej praxe, eliminovať pamäťové učenie, jednostrannú racionalitu, nízku motiváciu študentov a pod. Projektové vzdelávanie sa skladá z niekoľkých menších projektov a tie sa realizujú v rámci jednotlivých predmetov. V študentskej komunite sú všeobecne obľúbené širšie viacpredmetové projekty, ale aj jednosemestrálne a jednopredmetové.

Konkrétny projekt je navrhnutý tak, aby sa realizoval postupne, v rámci vyučovania ekonomických predmetov v jednotlivých semestroch a v nadväznosti na vyučované predmety (ekonomika, základy podnikania, marketing, účtovníctvo, finančný manažment, tvorba finančného plánu). V rámci spracovania projektu, ktorý tvorí v jednotlivých semestroch len časť obsahovej náplne cvičení, si hľadajú všetky dostupné informácie prostredníctvom internetu. Študenti si v rámci uvedeného projektu overujú získané teoretické poznatky získané štúdiom. Pre úzko technicky zameraných pragmatických jednotlivcov, akými vo všeobecnosti študenti technických fakúlt sú, je práve projektové vyučovanie veľmi vhodné a motivujúce. V rámci jednotlivých stupňov sú rozdelení na skupiny, bude teda realizovaných niekoľko projektov. Realizácia projektového vyučovania bude mať nasledovný postup:

- na začiatku sa zdefinuje téma projektu, určia sa ciele a stanovia požadované výstupy,
- písomne sa stanoví pevný plán a časový harmonogram riešenia projektu, čiastkové úlohy projektu, rozdelenie do skupín,
- pri samotnom riešení projektu hlavná aktivita bude na strane študentov, učiteľ v postavení odborného poradcu, len pomáha, radi, usmerňuje ich pri danej činnosti.

V rámci projektu si:

- osvoja prácu s rôznym softvérom (pre účtovníctvo, finančnú analýzu, finančný plán, personalistiku, controllig),
- naučia sa samostatne vyhľadávať a využívať internetové portály, aby získali relevantné informácie súvisiace s riešeným projektom,
- postupne sa zdokonaľujú v prezentačných technikách, vystupovaní, vyjadrovaní a pod..

Po vyriešení projektu každá skupina vystúpi s výsledkami svojej práce (najvhodnejšie pomocou prezentácie v PowerPointe) a výstupy si navzájom hodnotia a pripomienkujú. Riešenie projektu kladie nároky na organizáciu práce v skupine, rozdelenie jednotlivých úloh, určenie pravidiel, stanovenie termínov atď. Pri plnení jednotlivých úloh projektu je podporovaná motivácia študentov, rozvíjaná iniciatíva, samostatnosť a tvorivosť, schopnosť pracovať v tíme, hľadať informácie, schopnosť komunikovať, zorganizovať si prácu, realizovať vlastné nápady, riešiť problémy a pod.. Pri svojej práci využívajú svoje poznatky z viacerých vyučovacích ekonomických predmetov. Realizácia projektu kladie nároky na prípravu a schopnosti učiteľa. Počas riešenia projektu si musí prácu dôsledne zorganizovať, riadiť a činnosť študentov sledovať, usmerňovať, radiť im. Vypracovanie projektu kladie tiež nároky na materiálne vybavenie (IKT). Pri riešení projektu študenti vypracujú nasledovné časti projektu: založenie firmy, vytvorenie podnikateľského plánu, popis firmy, opis výrobku alebo poskytovanej služby, spracujú technicko-organizačný plán, vykonajú analýzu trhu, marketing, riešia stratégiu firmy, ľudské zdroje, vytvoria si základné účtovné smernice, „oživia“ firmu, zaúčtujú vzniknuté účtovné operácie, pripraví daňové priznanie a vypracujú finančný plán na ďalšie roky.

Napriek tomu, že projekt je náročný na spracovanie, pre študentov je dostatočne kreatívny a jeho prostredníctvom mnohí objavili nielen zmysel implementácie ekonomických predmetov do učebných osnov na technickej univerzite, ale aj ich význam pre prax každého z nich. Mnohí našli odvahu a svoje projekty uviedli do života. Naše skúsenosti ukazujú, že jednotlivé zložky INTE-Lu je možné v projektovom vyučovaní uplatniť a ich vhodné zakomponovanie do zadaní projektov v rámci projektového vyučovania mu dáva ďalší rozmer, pretože:

- pôsobenie na študenta je komplexné: začína sa od pozorovania procesov, ďalej pokračuje cez experimentovanie (reálne, virtuálne), spracovanie a vyhodnotenie výsledkov, čo v konečnom dôsledku vedie až ku konfrontácii s teóriou, a tým jej overeniu,

rozširuje sa počet zdrojov informácií, ich rôznorodosť, forma ich spracovania a spôsoby prezentácie výsledkov

4 UČITEĽ AKO SPROSTREDKOVATEĽ TRANSFERU POZNATKOV

Zavádzanie nových, inovatívnych prvkov a metód do procesu vzdelávania je potrebné, ale predsa aj v súčasnosti najväčšia hodnota, ktorú škola poskytuje je učiteľ autorita. Pozor, nie autoritatívny! Odborne zdatný, otvorený novým trendom a myšlienkam. Vo vyučovacom procese je hybnou silou, ktorá udáva smer, razanciu, aj akceleráciu. Vo vzdelávacom procese preberá rolu hodnotiteľa, manažéra, facilitátora, stratéga aj partnera . Hoci je úloha IKT dôležitá a bez nej nemožno ísť ďalej. Nie je nevyhnutné využívanie a implementáciu informačných technológií, ako aj a ich následne uplatňovanie vo vzdelávacom procese preceňovať na úkor riešenia pedagogických problémov. Učenie je aktívny proces, ktorý sa uskutočňuje na báze asociácií, pričom učiteľ vystupuje v tomto procese a ako sprostredkovateľ transferu navzájom prepojených poznatkami vzájomných vzťahov. Z toho dôvodu si študent lepšie zapamätá fakty a javy viažuce sa na predchádzajúce osvojené poznatky, alebo na osobnostne a citovo prežité zážitky. Nové fakty a informácie sa majú na čo viazať, vytvárajú pevné, často trvalo osvojené vedomosti. V mozgu sa mení programová schéma, vznikajú nové synapsie, ktoré sa novými impulzmi posilňujú a fixujú nové poznatky. Veľkou výzvou pre učiteľa je vytvorenie takého pedagogického prostredia, aby vznikali stále nové synapsie. To predpokladá jeho odbornú, pedagogickú, psychologickú, didaktickú kompetenciu a vysoký osobnostný aj ľudský profil.

ZÁVER

Obsah pridanej hodnoty tvorí systém požiadaviek, ktoré má vzdelávacia inštitúcia zastrešovať a naplniť. Efektívnosť sa dotýka vzdelávacej inštitúcie, ale hlavne procesu, ktorý v nej prebieha. Z atribútov, ktoré ju determinujú, sú najvýraznejšími: motivácia, vyučovacie trendy, moderné metódy a aktivizujúci učiteľ. Ľudský mozog je uspokojený na celoživotné učenie. Efektívne a dlhodobejšie fixované je v tom prípade, ak sa slová a fakty spájajú s obrazmi, ak vzdelávanie prebieha v radostnom prostredí, bohatom na podnety, ak pri osvojovaní a fixovaní poznatkov je percipient (príjemca) konfrontovaný s príjemným pocitom a dobrou náladou. Tento stav sa dá navodiť výberom a aplikáciou vhodných metód a didaktických postupov. Ich prostredníctvom musíme sledovať prvok efektívnosti, ktorý spadá do oblasti ekonomiky vzdelania. Je to vzťah vynaloženého úsilia k dosiahnutým výsledkom, pričom pod úsilím rozumieme vlastný čas, energiu, materiálne základy, financie a ďalšie odriekané aspekty vlastnej individuality. Absolútny efekt sa nedostaví pravdepodobne nikdy, ale očakáva sa čo relatívne najvyšší. Vychádzajúc z predpokladu, že súčet disponibilných, časových a

materiálnych prostriedkov je obmedzený a teda konečný, je potrebné dohliadať na spôsoby ich racionálneho využívania.

Celkom iste tomuto procesu napomáhajú už spomínané informačné a komunikačné prostriedky. Dôležitá je však predovšetkým miera ich implementácie do vyučovacieho procesu. V praxi sa často stretávame s tendenciami maximalizovať ich účinok a preceňovať ich podiel v rámci vzdelávania. Násilné uplatňovanie teoretických aplikácií nemusí vždy viesť ku dosiahnutiu vyššej úrovne poznania, resp. vyššej kvalite vzdelávania. Učiteľ má naďalej relevantnú úlohu pri koordinácii práce v interakčnom vzťahu so študentom.

Dnešný spôsob vzdelávania je zastaraný a potrebuje prekonať rozdiel medzi tým, ako dnešný mladý človek žije a tým, ako sa vzdeláva. Inovovať iba technické vybavenie nestačí, je potrebné inovovať obsah potrebných znalostí. S tým súvisí aj poslanie a inovácia postavenia samotného učiteľa v spoločnosti, bez ich odborného rastu a ďalšieho vzdelávania sa úspech zrejme nedostaví. Ak chceme študentov správne učiť a dosahovať požadované výsledky, musíme najprv pochopiť spôsob ich myslenia. Zároveň je potrebné dokonale chápať vyučované koncepty a problémy, následne ich možno kvalitne a efektívne študentom sprostredkovať. Podstata spočíva v neustálom inovovaní myslenia učiteľa a tiež o jeho prístupe k študentovi ako osobnosti, budúcemu kolegovi.

LITERATÚRA

- Virilio, Paul. 2010. *Estetika mizení*. Vydavatelství: Pavel Mervart, 2010
- Čabalová, Dagmar. 2017. *Pedagogika*. Praha: Grada, 2017.
- Balharová, Kamila a kol.. (2018). *Vývinové poruchy učenia. Dyslexia, dysgrafia*, Praha: Lindeni, 2018
- Európska agentúra pre rozvoj vzdelávania osôb so špeciálnymi vzdelávacími potrebami (2013) *Informačné a komunikačné technológie v inkluzívnom vzdelávaní*. Rozvoj a príležitosti pre európske krajiny. European Agency for Development in Special Needs Education 2013
- Hužvar, M., Lacko, P. 2014. *Informačné technológie v ekonomickej praxi*. Wolters Kluwer, 2014
- Mareš, J., Rybařová, M. 2003. Skryté kurikulum – malo znamy parametr klimatu vysoke školy. In: Ježek, S. (ed.). *Psychosocialni klima školy I*. Brno : FSS MU, 2003, s. 99–122.
- Brdička, B. a kol. 2010. *Informační a komunikační technologie ve škole*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický 2010
- Tóthová, R. 2014. *Konstruktivistický prístup vo výučbe ako možnosť rozvoja myslenia žiakov*. Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum, 2014
- Maňák, J., Janík, T., Švec, V. (2008). *Kurikulum v současné škole*. Brno, Paido.
- Moderná didaktická technika v práci učiteľa*. (2010). Košice, UIPŠ v súčinnosti s elfa, s. r. o.. ISBN 978-80-8086-135-3.
- Ožvoldová, M., Gerhátová, Ž..(2010). *Projektové vyučovanie s využitím integrovaného e-learningu*. Bratislava, TYPI Universitatis Tyrnaviensis 2010
- Peters-Kuhlinger, G., John, F. 2007. *Komunikační a jiné „měkké“ dovednosti*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2007.
- Průcha, J. 2002. *Moderní pedagogika*. Praha: Portál 2002.

- Ramboousek, V.: Dimenze informační výchovy. In Trendy ve vzdělávání 2006. Technika a informační technologie. Olomouc : Votobia Olomouc 2006
- Scheffler, F.L., Logan, J. P. 1999. *Computer technology in schools: What teachers should be able to do.* Journal of Research on Computing in Education, 1999.
- Tóthová, R. 2014. *Konstruktivistický prístup vo výučbe ako možnosť rozvoja myslenia žiakov.* Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum, 2014
- Vašutová, J.: *Kvalifikace učitelů pro permanentní změnu.* Sborník Problemy kurikula základní školy (ed. Josef Maňák, Tomáš Janík). Masarykova univerzita, Brno, 2006.
- Veteška, J.; Tureckiova, M. *Kompetence ve vzdělávání.* Praha : Grada, 2008.
- Weert, T. van, Anderson., J. 2002. *Information and Communication Technologies.* In: Education. A curriculum for schools and Programme of teacher Development. Paris, 2002, UNESCO
- <http://www.educationalleaders.govt.nz/Leading-change/Future-schools-and-innovation/Schools-of-the-future-Stephen-Heppell>

Príspevok je čiastkovým výstupom výskumnej úlohy KEGA č. 031STU-4/2018 „Inovácia výučby ekonomických a manažérskych predmetov na FCHPT STU v Bratislave“ riešenej na Ústave Manažmentu STU v Bratislave

Autori:

Ing. Mária Glatz, PhD.

Slovenská Technická Univerzita v Bratislave
Ústav manažmentu STU
Oddelenie ekonomiky a manažmentu podnikania
Vazovova 5, 812 43 Bratislava, Slovenská republika
tel.: 0918 669 032
e-mail: maria.glatz@stuba.sk

Doc. Ing. Monika Zatrochová, PhD.

Slovenská Technická Univerzita v Bratislave
Ústav manažmentu STU
Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií
Vazovova 5, 812 43 Bratislava, Slovenská republika
tel.: 0918 563 085
e-mail: monika.zatrochova@stuba.sk

SÚČASNÝ VÝVOJ FINANČNEJ VZDELANOSTI NA TECHNICKEJ UNIVERZITE

CURRENT DEVELOPMENT IN FINANCIAL EDUCATION AT TECHNICAL UNIVERSITY

Hana Janáková, Monika Zatrochová

Abstract

Purpose of the article. The paper presents the results of current years of financial literacy at technical university by comparing the results of the entry and outputs tests their evaluation. Students of the chemical faculty at technical university before the beginning the involved subject and program (JA Slovakia) have been asked to complete the entry test with basic questions focused for elementary financial literacy and also in the end of the subject (semester) to fill the outputs test. The development of this area is significant also in the education – knowledge of the students and also in the area of the interest and general evaluation of the financial oriented subjecta at technical university. This results of the research also influencing gradual changes in the inclusion of the subject in the study program.

Methodology/methods. General methods of scientific work such as abstraction, induction, deduction, analysis, synthesis as well as standard statistical methods were used in the processing. Analytical results of the researched in the pedagogical process at technically oriented university and data have been achieved in the current years through quantitative and qualitative investigation. Testing and evaluation in percentage was conducted on-line by the computer with the cooperation of JA Slovakia. In the current years in this research have been involved almost 300 students yearly. The research has been focused on the effectiveness of the education of the involved subjects focused for financial literacy and mapped the views of graduates on the quality of their preparation for practice life in different non technological area.

Scientific aim Research is focused on current development in financial education at technically oriented University. The subject uses online education, e-learning education techniques and at the same time students enrolled in the training can get a certificate at the end of the course. Students can increase their economic education and help to connect the technologist - an economist who according to the statistics of the Labour Office is desirable in the labour market.

Findings Conclusions (limits, implications etc.) The current research showed the huge development in the researched area and also in students understanding economical subject in technically oriented university. The information and knowledge on the needed financial products and services that are offered in the markets are sufficient but they do not pay attention and do not understand on the basic financial terms and therefore are not able to analyse and evaluate the situation. More than half of tested respondents after semester believe that financial education is needed for them and the gain information was new for them. The level of financial literacy in the research was pretty low the last years but the current research shows unexpected results in both area, in the students' knowledge and also their perception of the subject.

Keywords: Educational program, Financial education, Financial literacy, Innovative educational system, Online learning and E-learning techniques

JEL Classification: A20, D1, G00,

ÚVOD

Všeobecné základné vedomosti v oblasti financií je v súčasnosti možné považovať za významný vplyv každého človeka, nie len ekonomicky zameraného. Táto skutočnosť sa môže prejavovať aj pri realizácii konkrétnych predmetov zameraných na finančné vzdelávanie vo vzdelávacom systéme na stredných či vysokých školách, dokonca aj v spolupráci s rôznymi inštitúciami, vrátane Ministerstva školstva, rôznych bankových združení alebo organizácií. Na Slovensku existuje len málo inštitúcií, ktoré sú zamerané na túto oblasť ako napríklad Slovenská banková asociácia a organizácia Junior Achievement, ktorá zaviedla celoročný vzdelávací program finančnej gramotnosti. Program je inovatívny, s prvkami vzdelávacieho systému ako on-line vzdelávanie a e-learningové techniky, ktoré môžu študentom pomôcť zvýšiť svoje ekonomické vzdelanie a profitovať aj z technologicko-ekonomického prepojenia, ktoré je podľa štatistiky práce v súčasnosti požadované na trhu práce.

V posledných rokoch boli finančné inštitúcie charakterizované rýchlym tempom vývoja, ktorého výsledkom bolo zavedenie mnohých technologických inovácií a rozšírenie ponuky čoraz komplexnejších finančných služieb a produktov. Avšak aby občania mohli mať prospech z týchto produktov a služieb potrebujú im rozumieť čo vyžaduje určitú finančnú informovanosť. Ľudia s nízkou finančnou gramotnosťou sú nadmerne zadlžení, pretože si vybrali úver alebo dokonca viaceré úvery, ktoré nie sú v súlade s ich príjmami, alebo im boli povedané finančnými poradcami, ktorí boli presvedčení o výhodách poistenia alebo investičných produktov, ktoré ponúkajú.

Analytické výsledky dosiahnuté v súčasných rokoch kvantitatívneho prieskumu rastu finančnej gramotnosti technicky orientovaných študentov počas ich štúdiá môžu dokázať marginálnu zmenu. Prieskum spokojnosti týchto študentov v oblasti základov financií a podnikateľského vzdelávania, realizovaných v zvolenom období, môže plniť určitý účel hodnotenia spokojnosti absolventov s prípravou do reálneho života na technickej univerzite.

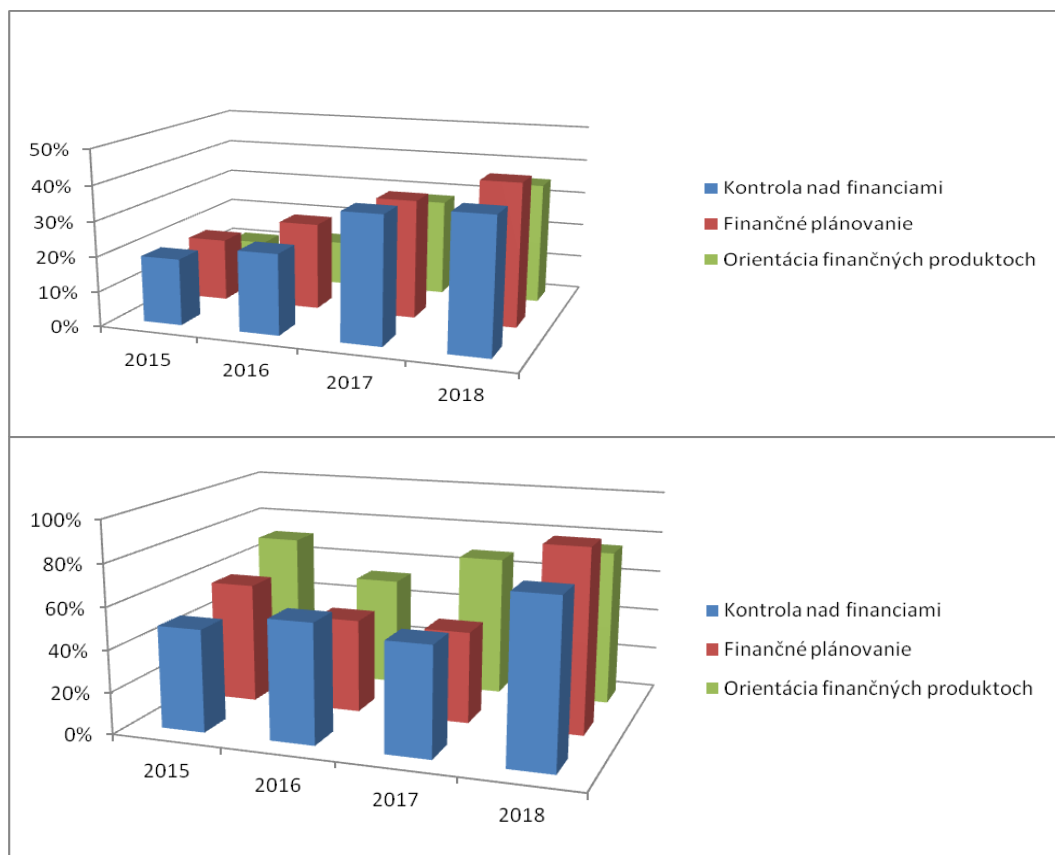
1 CIEĽ A METODIKA

Cieľom príspevku je poukázať na pozadie pozitívneho vývoja v oblasti finančnej gramotnosti a úroveň technicky orientovaných študentov technickej univerzity. Príspevok obsahuje výsledky výskumu od zavedenia predmetu obsahujúci základy finančnej gramotnosti na Fakulte chemickej a potravinárskej technológie STU v Bratislave získanej v rámci odbornej prípravy po spustení on-line programu Junior Achievement Slovakia - Viac ako peniaze.

Analytické výsledky skúmaného pedagogického procesu na FCHPT STU v Bratislave sa v súčasných rokoch dosiahli prostredníctvom kvantitatívneho a kvalitatívneho výskumu. Výskum bol zameraný na efektívnosť vzdelávania zainteresovaných predmetov zameraných na finančnú gramotnosť a zmapoval názory absolventov FCHPT STU na kvalitu ich prípravy na praktický život v rôznych netechnologických oblastiach.

Pri spracovaní sa použili všeobecné metódy vedeckej práce, ako je abstrakcia, indukcia, dedukcia, analýza, syntéza, ako aj štandardné štatistické metódy. Príspevok prezentuje výsledky súčasných rokov porovnaním výsledkov vstupných a výstupných testov a ich percentuálneho hodnotenia. Študenti chemickej fakulty pred začiatkom predmetu a programu (JA Slovakia) boli požiadaní o absolvovanie vstupného testu so základnými otázkami zameranými na základnú finančnú gramotnosť a potom na konci predmetu teda semestra zase výstupného testu. On – line testovanie a hodnotenie prostredníctvom programu v spolupráci s JA Slovakia mali študenti za úlohu odpovedať na 30 náhodne vybraných otázok zameraných na základné znalosti v oblasti osobných financií. V skúmanom období sa v tomto prieskume zúčastnilo takmer 1000 študentov, teda absolventov predmetu zameraného na finančnú gramotnosť na technickej univerzite.

Je možné konštatovať, že vývoj tejto oblasti je významný aj v oblasti vzdelávania teda poznatkov študentov ale taktiež v oblasti záujmu o predmet a jeho negatívne, resp. pozitívne hodnotenie. Prostredníctvom hodnotenia sme schopný rozpoznať spokojnosť študentov a využitie poznatkov praxi a výsledky výskumu ovplyvňujú aj postupné zmeny v hodnotení samotného predmetu a jeho zapojení do študijného programu.



Graf 1: Grafické zobrazenie vedomostí študentov vo vybraných oblastiach pred a po absolvovaní predmetu

Zdroj: Vlastné spracovanie

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Finančná gramotnosť je schopnosť využívať vedomosti, zručnosti a skúsenosti na efektívne riadenie finančných zdrojov. Finančnú gramotnosť študentov považuje Ministerstvo školstva Slovenskej republiky za dôležitú a jedným zo spôsobov, ako sa naučiť finančnú gramotnosť, zisťujeme so skúsenosťami v spolupráci s organizáciou Junior Achievement SR. Cieľom tohto programu je zvýšiť finančnú gramotnosť študentov a súčasne ich naučiť finančne plánovať ich budúcnosť. Tento fakt považujeme za dôležitý presadiť aj na vysokých školách neekonomického zamerania, pre študentov technických škôl, ktorí často považujú základné ekonomické vzdelávanie za zbytočné a nezaujímavé, keďže sa špecializujú na iné oblasti. Príspevok sa zaoberá veľkým rozporom medzi požiadavkami praxe a reálnym životom absolventov vysokých škôl keď praktický život ukazuje, že sú potrebné aj základné ekonomické a finančné poznatky. Z dôvodu zvyšovania požiadaviek praxe sú študenti aj neekonomicky zameraných vysokých škôl/univerzít nútení vzdelávať aj v rámci základov financií

a podnikania. Respondenti – študenti prostredníctvom dotazníkov pred a po absolvovaní predmetu základov finančnej gramotnosti mohli zistiť úroveň svojich základných znalostí v oblasti osobných financií. V rámci predmetu bolo možné testovať takmer 1000 študentov technicky zameranej univerzity a ich vedomosti orientované na základy manažovania osobných financií pred a tak isto aj po absolvovaní predmetu.

V priemere za uplynulé sledované obdobie je možné zhodnotiť, že podľa prieskumu takmer 79% respondentov pred absolvovaním predmetu si myslelo, že sú kvalifikovaní a vedia hospodáriť so svojimi financiami. Ale približne 90% z nich sa mýlilo a iba 10% respondentov bolo naozaj uvedomelých a dokázali spravovať svoje financie s rozumom. Takmer 20% respondentov malo veľmi nízku znalosť základov finančnej gramotnosti a ani sa nezaujímal o jej zvýšenie. Najväčšie problémy sa týkali ich úspor a len 22% študentov si dokázalo vypočítať úrokovú mieru alebo návratnosť vkladu. Taktiež problémom bolo napríklad pochopenie koncepcie ročnej percentuálnej miery nákladov (RPMN), ktorú iba 7% respondentov vedelo čo tento pojem znamená. Respondenti nedokázali posúdiť rozdiel kreditných a debetných kariet a taktiež sa nezamýšľali nad ponukou termínovaných vkladov, respektíve vôbec neporovnávajú najlepšie ponuky a produkty, ale dôverujú pri výbere svojej banke alebo odporúčaniu známeho, či reklame.

Súčasný, realizovaný výskum ukázal značný vývoj v tejto oblasti. Tak isto poukázal na zvýšenie atraktívnosti predmetu z pohľadu študenta. Informácie a poznatky o potrebných finančných produktoch a službách ponúkaných na trhoch sú dostatočné, ale študenti im nevenujú pozornosť a nerozumejú základným finančným podmienkam a preto nie sú schopní analyzovať a zhodnotiť situáciu. Viac ako polovica testovaných respondentov sú po semestri teda absolvovaní predmetu presvedčení, že finančné vzdelanie je pre nich potrebné a informácie boli pre nich nové. Úroveň finančnej gramotnosti vo výskume bola v posledných rokoch nízka, ale súčasný výskum ukazuje neočakávané výsledky v oboch oblastiach, nárast v znalostiach študentov a tiež vo vnímaní finančne zameraného predmetu na technicky orientovanej univerzite.

Celkovo študenti dosiahli úroveň finančnej gramotnosti na úrovni priemerného občana alebo je možné povedať, že úroveň rastie. Ak porovnáme ich vedomosti pred a po účasti na predmete s hodnotením posledných rokov môžeme vidieť pozitívny vývoj dokonca aj vo vnímaní predmetu študentami, ako takého. Väčšina študentov tiež posúdila svoju finančnú gramotnosť po absolvovaní predmetu kladne a ich poznatky v základnej ekonomickej oblasti vzrástli. Pozitívny postoj k finančnému vzdelávaniu nie je medzi mladými ľuďmi veľmi rozšírený ako prevencia problémov. Prieskum bol zameraný na vedomosti a priemerné skóre všetkých respondentov bolo 45% pred absolvovaním predmetu a takmer 82% po absolvovaní predmetu.

ZÁVER

Prieskumy zvyčajne nachádzajú pozitívnu koreláciu medzi finančným vzdelávaním a finančnou gramotnosťou, výsledky na technickej univerzite merajú finančnú gramotnosť študentov chemickej fakulty, ktorá je síce stále na nižšej úrovni, čo nesie vyššie riziko „nesprávneho“ resp. nie ideálneho rozhodnutia v oblasti osobných financií, ale prieskumy dokazujú že postupne rastie, nie len u študentov FCHPT STU. Finančné vzdelávanie v oblasti gramotnosti, ktoré sa zameriava na zlepšenie úrovne vedomostí alebo schopností človeka, by malo byť prispôbené rôznym demografickým podmienkam, životným štádiám a štýlu učenia - určite nie ako jednotný prístup. Prieskum odporúča príslušným organizáciám vo finančnom sektore, aby sa zapojili do systematického vzdelávania obyvateľstva, pretože klienti finančnej gramotnosti môžu lepšie identifikovať svoje potreby a zvážiť finančné možnosti. Rozvoj

finančnej gramotnosti a finančného vzdelávania na Slovensku sa považuje za významný. Ministerstvo školstva, Slovenské bankové združenie a Junior Achievement Slovakia spolupracujú pri vstupe týchto predmetov do škôl. Cieľom je zaviesť celoročný vzdelávací program zameraný na finančnú gramotnosť. Tento program je veľmi motivujúci pre študentov nielen na vysokých školách, ale aj na univerzite, pretože využíva vzdelávanie online, e-learningové techniky vzdelávania. Zároveň sa študenti zapísaní na tento predmet môžu po absolvovaní obdržať certifikát a nadväznosti na tento predmet sa môžu zapojiť aj do ďalších vzdelávacích aktivít ako napríklad „Podnikateľské a manažérskych simulačné cvičenia“. Všetky tieto programy sú navrhnuté tak, aby neobmedzovali rôzne vzdelávacie cesty preto sú vhodné aj pre neekonomické smery, keďže rozvíjajú všetky kľúčové kompetencie potrebné pre vstup na trh práce a budúci kariéru študenta. Takto s nimi môžu študenti zvýšiť svoje ekonomické vzdelanie a pomôcť spojiť technológa - ekonóma, ktorý podľa štatistík úradu práce je na pracovnom trhu práce veľmi žiaduci.

LITERATÚRA

Atkinson, F. - A. 2018. *Messy, Measuring Financial Literacy: Results of the OECD INFE Pilot Study*, [online] [citované 2018-03-10]. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, no. 15, OECD Publishing.

Barta, J. 2015. *Objective of assessing the quality of Slovak higher education institutions*. Academic Ranking and Rating Agency, 2015 [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: <http://www.arra.sk/ranking-2015>.

S., Braunstein - C., Welch, 2017. *Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy* In: Federal Reserve Bulletin. Vol 6, 2017. [online] [citované 2018-02-20]. Dostupné na: <https://www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2002/1102lead.pdf>

Kajanová, J. 2013. "Podnikanie ako výzva pre moderné vzdelávanie." *Podnikanie - pedagogické aspekty jeho uplatnenia v praxi*. Ekonom publisher, Bratislava, pp. 62-69, 2013.

Plchová, J., Zatrochová, M. 2017. "An example of the innovative education of the university students of chemistry aimed at the business success in Slovakia", 9th International Conference on Education and New Learning technologies Barcelona, Spain, 3-5. July 2017.

Zatrochová, M. 2014. Vzdelávanie absolventov v oblasti finančnej gramotnosti na technických školách. In *Výchova k podnikateľstvu v SR : KEGA 042EU-4/2014 Výchova študentov a absolventov v oblasti podnikateľských znalostí ako riešenie problému nezamestnanosti*. 1. vyd. Bratislava : Ekonóm, 2014, S.80-84. ISBN 978-80-225-3966-1.

EU – EHSV. 2011. Stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru na tému „Finančné vzdelávanie a zodpovedná spotreba finančných prostriedkov. Vol. 12, 2017. [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:52011IE1170>

Infostat. 2017. *Fungovanie jednotlivcov a rodín vo sfére peňazí* Vol. 6, no. 15, 2017 [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: [http://www.finance.gov.sk/Documents/1_Adresar_redaktorov/Gera/Sfera_penazi\(prieskum_infostat\).pdf](http://www.finance.gov.sk/Documents/1_Adresar_redaktorov/Gera/Sfera_penazi(prieskum_infostat).pdf)

Ja Slovensko. *JA VIAC AKO PENIAZE*. Vzdelávací program pre základné a stredné školy, zameraný na finančnú gramotnosť. Vol. 6, no. 15, 2017 [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: <http://www.viacakopeniaze.sk/showdoc.do?docid=973>

Ministerstvo financí ČR. 2010. *Národní strategie finančního vzdělávání*. no.6, 2017 [online] [citované 2018-04-06]. Dostupné na: http://www.vzdelavani2020.cz/images_obsah/dokumenty/knihovna-koncepci/financni-vzdelavani/narodni_strategie_financniho_vzdelavani_mf2010.pdf

MŠVVŠ SR. 2017. *Národný štandard finančnej gramotnosti verzia 1.2* “. no.6, 2017 [online] [citované 2018-03-21]. Dostupné na: <https://www.minedu.sk/data/att/11359.pdf>

Nadácia pre deti Slovenska. 2017. *Poznaj svoje peniaze*. Vol. 6, no. 15, 2017. [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: <http://www.poznaj.sk/>

OECD (2005). 2017. *Improving Financial Literacy. Analysis of Issues and Policies*. Vol 6. no. 8, 2017 [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: http://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/improving-financial-literacy_9789264012578-en

OECD – INFE 2005. *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*. no. 12, 2017 [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: <http://www.financial-education.org/standards.html>

OECD, PISA 2012. *Financial literacy assessment framework*. Vol. 6, 2017. [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: <http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/46962580.pdf>

OECD, PISA Results. Volume IV. 2017 *Students' Financial Literacy*. Vol.6, no. 12, 2017 [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: http://www.oecd-ilibrary.org/education/pisa-2015-results-volume-iv_9789264270282-en

SBA. 2017. *Finančná gramotnosť slovenského spotrebiteľa*. SBA, Bratislava, október 2007. Vol 6, no. 7, 2017 [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: <http://www.sbaonline.sk/files/subory/analyzy/verejne/fingram-IFIG.pdf>

Úrad vlády SR. 2010. *Návrh stratégie vzdelávania vo finančnej oblasti a manažmentu osobných financií*. Rokovanie vlády SR, Bratislava 2010. No. 8, 2017 [online] [citované 2018-03-10]. Dostupné na: http://www.rokovania.sk/File.aspx/ViewDocumentHtml/Mater-Dokum-22405?prefixFile=m_

Afiliácia k projektu: Príspevok je čiastkovým výstupom výskumnej úlohy KEGA č. 031STU-4/2018 „Inovácia výučby ekonomických a manažérskych predmetov na FCHPT STU v Bratislave“ riešenej na Ústave Manažmentu STU v Bratislave.

Autor:

Ing. Hana Janáková, PhD.

Slovenská Technická Univerzita

Ústav manažmentu

Vazovova 5

Bratislava

Tel.: 0918 669 028

e-mail: hana.janakova@stuba.sk

Doc. Ing. Monika Zatrochová, PhD.

Slovenská Technická Univerzita

Ústav manažmentu

Vazovova 5

Bratislava

Tel.: 0918 563 085

e-mail: monika.zatrochova@stuba.sk

NÁKLADY V EDUKAČNOM PROCESE MANAŽÉRA

COSTS IN EDUCATION PROCESS OF MANAGER

Jana Kajanová

Abstract

Purpose of the article Managers are directly responsible for the business and activities of business entities. Fundamental financial goals, such as increasing the market value of a business, or achieving, maintaining, and maximizing profits, are common goals for both managers and businesses. In assessing the efficiency, profitability of an enterprise, managers are forced to work with a significant economic category – the company costs.

Methodology/methods Within the analysis asset structure and company competitiveness were used following scientific methods: analysis, synthesis, deduction, comparison and the observation. In accordance with the principles of scientific work, the contribution structure consists of an introduction, the goal of contribution, methods, results and the discussion, conclusion and references.

Scientific aim The main objective of this contribution is to present a current view of education and teaching process, present self-reflection possibilities through assessment of students' results and provide a portfolio of typical issues in the field of quality of education at economic, management and technic - economic universities and universities.

Findings The result of the contribution is the presentation of the preparation and implementation of a quality teaching process in the direction of the quality and competitiveness of graduates of universities.

Conclusions (limits, implications etc.) Current development, new demands on the labour market and innovation are a challenge for raising the level of education at all types of schools and educational institutions. The use of innovation in learning processes is an open and discussed topic. Rapid dynamic development and the abilities of the new generation put pressure on changes in education and in traditional approaches to the learning process. Training of future managers in costs problematics is an example of multidisciplinary, which is a current requirement of economic practice. Success level and high-quality results are outcome of well-prepared and educated graduates from universities and colleges.

Keywords: education, manager, education process, evaluation of education

JEL Classification: I23, I25

ÚVOD

Úspešný podnik si vyžaduje úspešného manažéra, ktorý bude dbať o pozitívne trendy vo vývoji podniku, napĺňanie vytýčených podnikových cieľov a maximalizáciu trhovej hodnoty podniku. Jeho pripravenosť, znalosti, schopnosti a skúsenosti predstavujú cennú devízu každého podnikateľského subjektu. Aktuálne trendy poukazujú na neoddeliteľnosť manažérskej práce a sledovania podnikových nákladov. Dôraz sa kladie na nutnosť a potrebu osvojenia si základných vzťahov a poznatkov z oblasti nákladov, ktoré sú kľúčovou ekonomickou kategóriou. Kvalitný ľudský potenciál je predzvesťou úspechu a dosiahnutia podnikových cieľov.

Manažéri nesú priamu zodpovednosť za dianie a aktivity podnikateľských subjektov. Základné finančné ciele ako napríklad zvyšovanie trhovej hodnoty firmy či dosahovanie, udržanie a maximalizácia zisku sú spoločnými cieľmi manažérov i podnikateľských subjektov. Pri hodnotení efektívnosti, hospodárnosti rentability podniku sú nútení pracovať s významnou ekonomickou kategóriou – s nákladmi podniku.

Len odborná fundovanosť, neustále vzdelávanie a schopnosť analýzy a syntézy umožnia manažérom kvalifikovane pracovať s údajmi o nákladoch. Tieto údaje vytvárajú informačné zdroje potrebné pri rozhodovacích procesoch podniku, a tak sú súčasťou každodenných záležitostí a povinností manažéra.

Úspešný manažér musí mať určitú konfiguráciu vlastností (Alexy, 2004, s. 16). Tieto by mali vychádzať z nasledovných charakteristík:

- a) inteligencie na nadpriemernej úrovni a sebaistoty v to, čo robí,
- b) iniciatívy – schopnosti rozoznať čo treba urobiť a konať,
- c) ambicióznosti – seriózný prístup k úspechu, súťaživosti a vysoká motivácia,
- d) perspektívnosť – schopnosť myslieť v dlhodobých dimenziách,
- e) energickosť – disponovať energiou, ktorá je potrebná na vytrvalosť i prekonávanie prekážok a neúspechov,
- f) nezávislosť od okolia – schopnosť rozlišovať podstatné od nepodstatného a nepodliehať bezprostredne vplyvu okolia,
- g) schopnosť kvalifikovaného výberu – vedieť si vybrať správnych ľudí a pracovať s rôznorodými ľuďmi,
- h) chrániť svoje pracovisko – schopnosť chrániť svoje pracovisko pred krízou a konfliktami.

Pre manažérov, ktorí chcú cielene budovať svoju kariéru, je nevyhnutnosťou celoživotné vzdelávanie sa. Celoživotné vzdelávanie predstavuje organizovanú činnosť orientovanú na získavania vedomostí, schopností a zručností potrebných pre výkon konkrétnych činností. Vedome vytváraný systém schopností a skúseností je dôležitým predpokladom pre úspešnú aplikáciu otestovaných prístupov a riešení do riadenia nákladov, minimalizujúcu riziká a neúspech podnikateľských aktivít. Neustály vývoj techniky a technológie si vyžaduje efektívny a komplexný prístup k vzdelávaniu a formovaniu osobnosti manažéra.

Existujú určité zásady, ktoré by mali byť súčasťou kvalitného vzdelávania:

- *pracovitosť a vytrvalosť* – prekonávať znalostné bariéry, problémy a odpor, nasledovať svoj vytýčený cieľ a smerovať k jeho dosiahnutiu,
- *nadšenie a zápal pre vzdelanie* – pozitívny prístup ku vzdelávaniu, racionalita pri rozhodovaní o spôsobe vzdelávania, vynakladanie dostatočného množstva energie v záujme vyššieho vzdelania,
- *organizačné zvládnutie vzdelávania* – rozvrhnutie si pracovného času i osobného programu so zreteľom na učený čas pre vzdelávanie, pravidelnosť a intenzita,

- *sebadôvera* – objekt vzdelávania musí byť presvedčený o svojej schopnosti a spôsobilosti dosiahnuť požadované vzdelanie na úrovni, ktorú si vytýči, viera v pozitívny výsledok má silný motivačný charakter,
- *svedomitosť* – precízny a dôkladný prístup ku všetkým úlohám na rôznych úrovniach vzdelávania, nepodceňovanie ľahších úloh, dostatočná pozornosť v rámci riešenia zadaných problémov,
- *náročnosť* – vzhľadom na cieľové vzdelanie byť náročný voči sebe i voči tým, ktorí sú súčasťou nášho vzdelávacieho procesu, aktívne sa zapájať a zvyšovať úroveň poskytovaného vzdelania,
- *zabezpečiť si relax* – obdobie vzdelávania účelne striedať s relaxom, ktorý posilní našu vnímavosť a aktivitu, využiť prestávky na konsolidáciu síl a pozornosti, duševnú prácu prirodzene striedať s fyzickou záťažou,
- *vhodnosť prostredia* – zabezpečiť pre vzdelávanie podmienky, ktoré budú optimálnym doplnkom vytvoreného prostredia, ktoré bude stimulovať záujem a potrebu vzdelávať sa, príjemné prostredie navodzuje atmosféru, pri ktorej je možné sústrediť svoju pozornosť konkrétnejšie na samotný proces vzdelávania, inšpirujúce poznámky alebo nové podnety,
- *cieľavedomosť* – jasná a vytýčená cesta smerujúca k požadovanému vzdelaniu má perspektívu len za podpory vytrvalosti a ambicióznosti,
- *pocit potreby vzdelávať sa* – presvedčenie a samotná potreba vzdelávať sa je podstatným kritériom zabezpečujúcim dosiahnutie vyššieho vzdelania, dosiahnutie stanovených cieľov a zakódovaný systém „celoživotného“ vzdelávania stimuluje manažérov k novým cieľom, nepokoreným hraniciam a výzvam.

Náklady by mali predstavovať pre manažéra kľúčový faktor pri rozhodovacích procesoch. Nie je podstatné, aby ovládal detaily evidencie, účtovania a metodiky zostavovania kalkulácií, ale musí byť schopný analyzovať informácie zo spracovaných podkladov. Túto schopnosť získa len v prípade, že disponuje dostatočnou informačnou bázou v základných prehľadoch nákladovej problematiky. Kontinuitu vzdelávania v oblasti nákladov možno sledovať v nasledovných fázach.

Prvá fáza oboznamuje manažéra s podstatou, vznikom a procesným charakterom nákladov. Základné poznatky sa týkajú prevažne pochopenia základných pojmov, rozdielov medzi nákladmi a výdavkami a naopak medzi výnosmi a príjmami. Užitočnou informáciou je i možná klasifikácia nákladov, ktorá umožňuje manažérovi rozdielne prístupy k rôznym informáciám z oblasti nákladov. Klasifikácia nákladov sa používa na hodnotenie úrovne jednotlivých nákladových položiek, nákladov výkonu (podniku) a na odkrývanie rezerv ich znižovania. Dôležitá je aj pre plánovanie a evidenciu nákladov. Pre manažérov je zaujímavé predovšetkým členenie nákladov z hľadiska rozhodovania.

Druhá fáza manažérskeho vzdelávania v oblasti nákladov pozostáva zo schopnosti analyzovať jednotlivé náklady, vykonávať identifikáciu predložených údajov a využívať tieto podklady pri rozhodovacích procesoch. Schopnosť analýzy a syntézy stavia manažéra do konkurenčnej výhody oproti tým, ktorí len reprodukujú závery iných odborníkov. Schopnosť tvorivého myslenia ho posúva bližšie k formovaniu správnych záverov a rozhodnutí, nakoľko dostatočná báza relevantných informácií, včasná identifikácia príležitostí a korekcie v oblasti nákladov môžu vytvoriť lepšiu pozíciu, prípadne novú konkurenčnú výhodu pre podnikové výkony alebo pre samotný podnikateľský subjekt.

Tretia fáza je nadštandardnou úrovňou v oblasti nákladov, nakoľko si od manažéra vyžaduje nielen základné znalosti kategórie nákladov, identifikovanie a hodnotenie hospodárskych operácií, ktoré sú v priamej či nepriamej súvislosti s nákladmi, ale aj schopnosť aplikácie získaných poznatkov a dosiahnutých znalostí z danej problematiky do reálnych podmienok podnikateľských subjektov. Tým sa bezprostredne podieľa na výsledkoch a dôsledkoch rozhodnutí, ktoré môžu prispieť k pozitívnemu hodnoteniu podnikových aktivít alebo splneniu vytýčených podnikových cieľov.

1 CIEĽ A METODIKA

Hlavným cieľom tohto príspevku je prezentovať aktuálny pohľad na vzdelávanie a vyučovací proces, prezentovať možnosti sebareflexie prostredníctvom hodnotenia výsledkov študentov a poskytnúť portfólio aktuálnych tém v oblasti kvality vzdelávania na ekonomických, manažérskych a technicko-ekonomických univerzitách a vysokých školách.

Parciálnymi cieľmi príspevku je:

- prezentovať aktuálny stav vzdelávania manažérov v oblasti nákladov,
- poukázať na význam problematiky a nutnosť adekvátnych riešení kvalitného vzdelávania,
- analyzovať vplyv vyučovacieho procesu na dosahované výsledky študentov,
- analyzovať priebeh vyučovacieho procesu,
- poskytnúť portfólio aktuálnych tém v oblasti kvality vzdelávania na ekonomických, manažérskych a technicko-ekonomických univerzitách a vysokých školách,
- identifikovať možnosti využívania inovácií v oblasti vzdelávania.

Pri spracovaní predloženého príspevku sme využili základné vedecké metódy, napríklad: historickú metódu, pozorovanie, analýzu, syntézu, komparáciu, dotazník, indukciu, dedukciu. V prvej fáze sme si stanovili ciele príspevku, zvolili sme príslušné vedecké metódy, ktoré využijeme pri spracovaní zvolenej problematiky, následne cez napĺňanie parciálnych cieľov sa dostaneme k samotnému riešeniu problematiky, zhodnoteniu situácie, tvorbe a formulácii záverov a vyhodnoteniu cieľov.

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

V rámci analýzy vzdelávania manažérov v oblasti nákladov sme sa najprv zamerali na kvalitu vyučovacieho procesu, prostredníctvom ktorého zabezpečujeme vzdelávanie študentov v oblasti nákladov.

Kvalita vyučovacieho procesu je determinujúcim faktorom úspešnosti a obľúbenosti predmetu. V nasledujúcej časti príspevku sú naznačené stručné návody a odporúčania, ktoré môžu byť podnetom alebo stimulom pre skvalitnenie vyučovacieho procesu. Tieto návody a odporúčania budú rozdelené do troch častí:

- a) príprava vyučovacieho procesu,
- b) priebeh vyučovacieho procesu,
- c) vyhodnotenie vyučovacieho procesu.

Príprava vyučovacieho procesu zahŕňa všetky činnosti, ktoré vyučujúci vykoná v rámci prípravy na vyučovaciu jednotku. Za nevyhnutnosť sa považuje:

- spresniť tematiku, ktorá bude predmetom prednášky, cvičenia, resp. seminára,
- uskutočniť pedagogickú diagnostiku študijnej skupiny, ktorá vyučujúceho oboznámi so študentmi, vytvorí mu výhodnejšiu pozíciu pri výbere vhodných metód a vyučovacích techník,

- stanovenie cieľov výučby, ktoré musia byť verifikovateľné, dosiahnuteľné, jednoznačné, primerané,
- analyzovať medzipredmetové vzťahy, aby bolo možné umiestniť učivo do prostredia, ktoré študent pozná, aby bola jasná nutnosť a potreba danej oblasti,
- vytvoriť pojmovú štruktúru (pojmová a vzťahová analýza), ktorá harmonizáciou pojmového aparátu, vzťahov a súvislostí vytvorí učivo v komplexnej podobe vhodnej na zaradenie do vyučovacieho procesu,
- analyzovať činnosti a aktivity smerujúce k dosiahnutiu vytýčených cieľov, vytvoriť súbor príkladov, úloh, otázok objasňujúcich alebo upevňujúcich učivo,
- voľba vyučovacích prostriedkov, zvoliť vhodné metódy, formy, didaktickú techniku alebo výučbové prostriedky,
- premyslenie motivácie študentov, ktoré by malo byť súčasťou úvodu každej prednášky, cvičenia alebo seminára, ktorá by vyvolala záujem a aktivitu študenta,
- časová organizácia vyučovacej jednotky,
- štruktúra vyučovacej jednotky, ktorá musí byť prispôsobená forme, predmetu a študijnej skupine,
- využitie tematiky v praxi.

Priebeh vyučovacieho procesu je priamo závislý od prípravy vyučovacej jednotky. Umožňuje vytvárať rôzne variácie v nadväznosti na zmeny podmienok pri výučbe. V prípade technických, resp. technicko-ekonomických škôl je vhodné zamerať sa aj na zvláštnosti prednášok v technických predmetoch:

- využívať tabule pri prezentácii informácií (priebežný zápis matematických vzťahov, kreslenie názorných obrázkov, schém, grafov...),
- využívať audiovizuálne prostriedky (statická projekcia doplnkových obrazových informácií, prezentácia vhodných videoprogramov a počítačových programov aplikačného typu),
- možnosť predvádzania pokusov v predmetoch teoretického základu štúdia,
- možnosť použitia problémového výkladu (riešenie niektorých technických problémov).

Vyučovací proces je ovplyvňovaný vyučujúcim i študentmi. Ich vzájomné vzťahy a reakcie vytvárajú nové podnety a indície pre budúce zmeny vo vyučovacej jednotke. V tejto fáze má kľúčovú úlohu predovšetkým vyučujúci, ktorý je sprostredkovateľom učiva, nových poznatkov, znalostí a schopností a zároveň aj hlavným aktérom vyučovacieho procesu.

Vyhodnotenie vyučovacieho procesu je aktívnou spätnou väzbou pre každého vyučujúceho. Vyhodnotenie môžeme sledovať v dvoch rovinách. Prvá rovina je daná vyhodnotením prostredníctvom študentov, teda analýza poznatkov, znalostí a skúseností, ktoré boli schopní v rámci vyučovacieho procesu absorbovať. Druhá rovina predstavuje samohodnotenie, kde vyučujúci hodnotí celkový vyučovací proces (z aspektu prípravy i priebehu vyučovacej jednotky). V rámci výskumnej činnosti vyhodnocovania možno použiť rôzne metódy, ktoré sú spoľahlivým zdrojom pri zbere informácií údajov potrebných pre vyhodnocovanie vyučovacieho procesu. Podľa etáp výskumnej činnosti rozoznávame:

- metódy prípravy na výskumnú činnosť (štúdium literatúry, rešerše, vyhotovovanie excerptov, práca s literatúrou – citovanie, parafrázovanie),
- metódy získavania nových faktov
 - z objektívnych situácií (pozorovanie, experiment),
 - zo subjektívnych výpovedí respondentov (rozhovor, beseda, dotazník, anketa, sociometrická metóda, metóda riešenia životných situácií),
- metódy spracovania získaných faktov:

- kvantitatívne (štatistické),
- kvalitatívne (analýza, syntéza, indukcia, dedukcia).

Možno skonštatovať, že každý pozitívny prínos v oblasti zvyšovania kvality vyučovacieho procesu je krokom smerujúcim k zvyšovaniu kvality ľudského potenciálu, posilňovaniu pozície pedagogických pracovníkov, zvyšovaniu úrovne vzdelávania a systematickej výchove kvalitných a kvalifikovaných absolventov vysokých škôl.

Úspech dosiahnutý vo vzdelávaní je však zložitý hodnotiť z krátkodobého hľadiska. Skutočnú pridanú hodnotu vytvorenú celkovým ľudským potenciálom možno vyhodnocovať a zisťovať z aspektu budúceho výskumu a vývoja, vývoja hospodárskych ukazovateľov, uplatnenia absolventov jednotlivých škôl, životnej úrovne obyvateľstva a vytvorených medziľudských vzťahov.

V rámci vyučovacieho procesu je nutné využívať informačné a komunikačné technológie, ktoré sú študentmi často preferované. Aj v oblasti vyučovacieho procesu je potrebné využívať inovácie. Napríklad zvyšovanie podielu prípadových štúdií na celkovej výučbe, podpora kritického myslenia pri vzdelávaní, podporenie samostatnosti a kreativity.

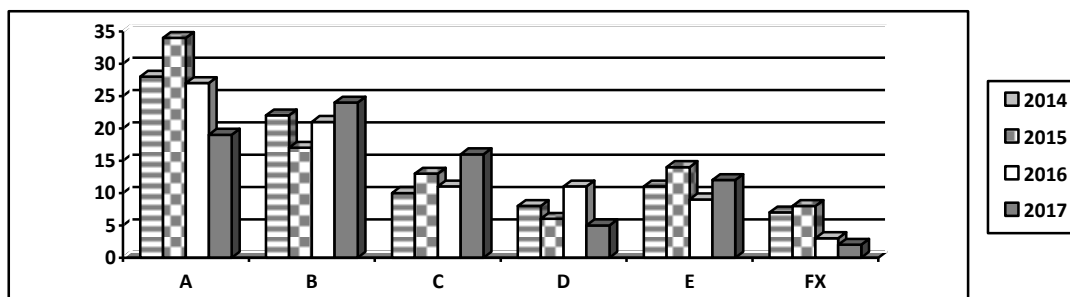
Na základe implementácie uvedených možností sme pri zmapovaní výsledkov študentov za 4 za sebou nasledujúce obdobia. V rámci hodnotenia analyzovaného predmetu sú zohľadňované získané poznatky, znalosti a schopnosti, ktoré sú preverované formou skúšky. Dosiahnuté výsledky z daného predmetu sú zobrazené v tabuľke 1.

Tabuľka 1: Dosiahnuté výsledky zo skúšky analyzovaného predmetu

rok	počet študentov	známka A	známka B	známka C	známka D	známka E	známka FX
2014	86	28	22	10	8	11	7
2015	92	34	17	13	6	14	8
2016	82	27	21	11	11	9	3
2017	78	19	24	16	5	12	2

Zdroj: vlastné spracovanie

Prehľadnejšiu vizualizáciu dosiahnutých výsledkov študentov za obdobie rokov 2014 - 2017 zachytáva graf 1.



Graf 1: Vizualizácia dosiahnutých výsledkov (2014 – 2017)

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

Na základe získaných údajov možno skonštatovať, že výsledky boli pomerne vyrovnané počas všetkých sledovaných rokov. Z hľadiska naplnenia predmetu, prezentovaných poznatkov a získanej odozvy, sme uzavreli dosiahnuté výsledky ako dobré, nakoľko prevažná časť študentov dosiahla hodnotenie z predmetu – známku A, B prípadne C.

V roku 2014 to bolo 58,1% študentov s hodnotením A alebo B, v roku 2015 dosiahli hodnotenie A alebo B až 55,4%, v roku 2016 to bolo 58,5% a v roku 2017 dosiahlo hodnotenie A alebo B 55,1% študentov. Počet študentov, ktorí si preniesli predmet ako „opakovaný“ do ďalšieho ročníka mal v posledných troch rokoch klesajúcu tendenciu, čo tiež hodnotíme ako uspokojujúce.

V posledných dvoch rokoch boli do vyučovacieho procesu vo väčšej miere zaraďované prípadové štúdie, širšie diskusie na odborné témy, riešenie úloh využitím brainstormingu.

Vo všeobecnosti možno považovať dosiahnuté výsledky za uspokojivé. Ich hodnoty závisia od potenciálu jednotlivých študijných skupín, ich osobnostných charakteristík a ďalších externých faktorov ovplyvňujúcich motiváciu a zainteresovanosť študentov na študijných výsledkoch.

2.1 AKTUÁLNE TÉMY V OBLASTI KVALITY VZDELÁVANIA

V rámci parciálneho cieľa „poskytnúť portfólio aktuálnych tém v oblasti kvality vzdelávania na ekonomických, manažérskych a technicko-ekonomických univerzitách a vysokých školách“ sme identifikovali nasledujúce oblasti, ktoré je nutné prediskutovať a včleniť do ďalšieho výskumu:

- vytvorenie komplexného hodnotenia kvality na jednotlivých stupňoch vzdelávania,
- aktualizácia prepojenia vzdelávania a hospodárskej praxe,
- podpora vzdelávania v oblastiach, ktoré na trhu práce chýbajú,
- obmedzenie podpory študentov v odboroch, ktoré produkujú „nezamestnateľných“ absolventov,
- podporenie medzinárodných skúseností a mobilit študentov a pedagógov,
- vybavenie škôl a univerzít,
- kooperácia a multidisciplinarita vo vzdelávaní,
- interakcia medzi vyučovacími a výskumnými aktivitami. Táto téma je bližšie rozpracovaná aj autormi Macák, Shelby a Botek.

ZÁVER

Aktuálny vývoj, nové požiadavky na trhu práce a inovácie sú výzvou pre zvyšovanie úrovne vzdelávania na všetkých typoch škôl a vzdelávacích inštitúcií. Špeciálne postavenie v systéme vzdelávania Slovenskej republiky majú práve vysoké školy, na ktorých sa povinne nevyžaduje pedagogické vzdelanie vysokoškolských učiteľov. Napriek tomu, mnoho vyučujúcich disponuje danosťami, ktoré v kombinácii s dlhoročnými skúsenosťami, vysokou odbornou erudovanosťou a zanietenosťou pre „dobrú vec“ vytvárajú kvalitné prostredie pre vzdelávanie vysokoškolských študentov.

Využívanie inovácií vo vzdelávacích procesoch je otvorenou a diskutovanou témou. Rýchly dynamický rozvoj a schopnosti novej generácie vytvárajú tlak na zmeny vo vzdelávaní a v tradičných prístupoch k vyučovaciemu procesu. Vzdelávanie manažérov v oblasti nákladov je príkladom multidisciplinarity, ktorá je aktuálnou požiadavkou hospodárskej praxe. Úspešnosť a kvalitné výsledky sú výsledkami dobre pripravených a vzdelaných absolventov univerzít a vysokých škôl. Výzvy vedeckého vzdelávania 21.storočia analyzuje aj D. A. McFarlane (McFarlane, 2013). Prispôsobenie sa svetovým trendom, využitie príležitostí otvára širší priestor pre absolventov našich škôl. Zvýšenie atraktivity vzdelávania na Slovensku je jedným zo spôsobom ako zamedziť odliv študentov na zahraničné univerzity a vysoké školy.

AFILIÁCIA K PROJEKTU

Príspevok je čiastkovým výstupom v rámci výskumnej úlohy VEGA 1/0647/18 „Determinanty cieľovej a procesnej orientácie finančného riadenia v intenciách vývoja súčasného podnikateľského prostredia“.

LITERATÚRA

- Alexy, J. 2014. Nové trendy vo vývoji manažmentu. *Moderné prístupy k manažmentu podniku*. Bratislava: GC – TECH Ing. Peter Gerši, 2004.
- Garrison, D. R. – Vaughan, N. D. 2008. *Blended Learning in Higher Education: Framework, Principles, and Guidelines*. San Francisco: the Jossey-Bass Company. 2008
- Chodasová, Z. – Ďurišová, M. – Kucharčíková, A. – Tekulová, Z. 2017. Importance of the role of education on basic problems of measuring and determining costs in the company. *Turkish Online Journal of Educational Technology*. 2017, s. 117-125.
- Kajanová, J. 2013. Podnikanie ako výzva pre moderné vzdelávanie. In: *Podnikanie – pedagogické aspekty jeho uplatnenia v praxi*. Bratislava – Ekonóm, s.62-69, 2013
- Macák, M., - Selby, R. J. - Botek, M. 2014. Synergy of Teaching and Research activities. In *International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences & Arts 2014: Education & Educational Research*, Albena (Bulharsko), 2014, s. 841-846.
- McFarlane, D. A. 2013. Understanding the Challenges of Science Education in the 21st Century: New Opportunities for Scientific Literacy. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*. 2013, vol. 04, p. 35 - 44
- Špirko, D. – Zatrochová, M. – Plchová, J. 2013. *Princíp zodpovednosti v technologických a manažérskych aktivitách*. Bratislava: Vydavateľstvo STU, 2013.
- Zatrochová, M. 2014. Vzdelávanie absolventov v oblasti finančnej gramotnosti na technických školách. In ŠÚBERTOVÁ, E. *Výchova k podnikateľstvu v SR*. Bratislava: Ekonóm, 2014, s. 80--84.

Autor:

doc. Ing. Jana Kajanová, PhD.

Fakulta managementu Univerzity Komenského v Bratislave

Odbojárov 10, 820 05 Bratislava

tel. 00 421 907 279 213

e-mail: jana.kajanova@fm.uniba.sk

INOVÁCIE VO VZDELÁVANÍ Z ASPEKTU POTRIEB ZAMESTNÁVATEĽA

INNOVATION IN EDUCATION FROM THE ASPECT OF EMPLOYERS' NEEDS

Jana Kajanová – Marcel Kajan

Abstract

Purpose of the article The current trend in education is to reflect the demands of the labor market on jobseekers, and to adapt education to the demands of employers. This contribution has targeted focus on the basic objectives of education, the educational process itself and subsequently to analyze the factors affecting the employer's demands on the results of education.

Methodology/methods Methodology of contribution processing presents the author's approach from the setting the main goal of the contribution, through the formulation of partial goals, description of methodology and methods used, workflow compilation, literary research, conducting structured interviews, up to summarization of the results, preparing the discussion and formulating the conclusions.

Scientific aim The main objective of this contribution is to present the general objectives of education, to describe the educational process itself and to subsequently analyze the factors influencing the employer's demands on the targets of education.

Findings Interaction with economic practice is the only effective tool for the preparation of skilled and well educated candidates who will be competitive on a current labor market which shows global characteristics. Labor market characteristics create new demands for employers, which we consider from the point of view of the selection procedure of the manager of the middle, respectively, higher levels of governance have been analyzed in this post.

Conclusions (limits, implications etc.) Within the framework of innovative learning tools, we propose: using interactive student and teacher collaboration in the learning process, increasing the transfer of knowledge from practice to the learning process, using real examples and studies capturing the realities of the environment into which graduates step-in after graduation, implement modern information and communication technologies, to prepare a creative environment, in which the student is part of the workspace.

Keywords: innovation, education, education process, employers' needs

JEL Classification: I23, I25

ÚVOD

Aktuálnym trendom vo vzdelávaní je reflektovať požiadavky trhu práce na uchádzačov o pracovné pozície, a teda prispôbiť vzdelávanie požiadavkám zamestnávateľov. Konfrontácia požiadaviek na uchádzačov a stanovenie cieľov vzdelávania je nevyhnutnou podmienkou prípravy kvalitných absolventov univerzít a vysokých škôl.

Napriek dynamickým zmenám v podnikateľskom prostredí, je možné identifikovať trendy vo vzdelávaní, ktoré majú všeobecný charakter a možné ich uplatniť vo viacerých odvetviach.

Úroveň vzdelávania, absolventov a miera poznatkov získaných počas štúdia sú často diskutovanými témami, a to nielen v oblasti školstva, ale aj priamo v hospodárskej praxi. Kľúčovou zmenou je spolupráca a participácia podnikateľských subjektov na vzdelávaní, napr. formou duálneho vzdelávania. Okrem uvedeného, sa vo vzdelávaní objavujú nové metódy a techniky, ktoré možno označiť za inovácie v oblasti vzdelávania. Využívanie informačných a komunikačných technológií posúvajú vzdelávanie do novej dimenzie 21. storočia. Nová generácia, ktorá je od útleho veku spájaná práve s obdobím unikátneho rozvoja informačných a komunikačných technológií, si vyžaduje vzdelávanie novými spôsobmi.

V súvislosti s týmito skutočnosťami sme sa rozhodli zamerať tento príspevok na všeobecné ciele vzdelávania, samotný vzdelávací proces a následne analyzovať faktory ovplyvňujúce požiadavky zamestnávateľa na vybraných absolventov. V ďalšej časti sa zameriame na vzdelávanie manažérov, a to na strednej alebo vyššej úrovni riadenia (napr. produktívni manažéri, manažéri stredísk, divízií a podobne). Aktuálnymi potrebami pracovného trhu a otázkami vzdelávacieho systému sa zaoberajú aj autorky J. Plchová a M. Kuperová (Plchová & Kuperová, 2017).

Základným cieľom vzdelávania je rozvoj ľudského potenciálu, manažmentu spoločnosti v súlade s jej strategickými cieľmi. Cieľom vzdelávania manažérov a zamestnancov spoločnosti je zvýšenie kvalifikovanej úrovne riadiacich zamestnancov. V modernom manažmente sa jedná o získanie potrebných zručností pre efektívne vedenie ľudí a osvojenie si ústredných hodnôt firmy, ich aplikácia do pracovného správania sa manažérov a ich implementácia v riadenom úseku. Vzdelávanie má strategickú úlohu, ktorá človeku umožňuje rozširovať vlastný vedomostný potenciál. Ide o nástroj osobného rozvoja človeka. Vzdelávanie má význam pre rozvoj kvality života, je zdrojom inovácie a zmien v kvalite pracovných síl. Rozširuje možnosti pracovného uplatnenia. Ľudia s vyšším nadobudnutým vzdelaním sú schopní nielen flexibilnejšie meniť miesto zamestnania, ale aj odvetvie, resp. pracovný odbor.

Vzdelanie sa chápe ako dominantná úloha nového tisícročia. Rýchly technický pokrok, pokračujúci rozvoj spoločnosti, rast požiadaviek na rýchlu aplikáciu najnovších poznatkov, to všetko od ľudí vyžaduje dopĺňanie a zvyšovanie ich kvalifikácie. Rozvoj človeka a najmä vzdelanosti ľudí je hlavným cieľom modernej spoločnosti.

Možno ho charakterizovať ako relatívne ukončený proces, dosiahnutý stav vedomostí, zručností a návykov, potrebných pre výkon určitého druhu práce.

Proces vzdelávania prebieha v nasledovných etapách:

- a) zisťovanie potreby vzdelávania – potreba vzdelávania vychádza zo znalostí cieľov organizácie, z analýzy práce a úloh organizácie, súčasnej úrovne znalostí zamestnancov a hodnotenia dosiahnutého stavu,
- b) vytvorenie plánu výchovy a vzdelávania – plány z hľadiska času delíme na dlhodobé, strednodobé a krátkodobé. Obsah plánu výchovy a vzdelávania sa skladá spravidla z týchto častí:
 - vývoj kvalifikačnej skladby a krytie doplnkovej potreby kvalifikovaných zamestnancov,

- potreby absolventov škôl poskytujúcich vysokoškolské, stredné odborné, úplné stredné všeobecné vzdelanie,
 - výchova a vzdelávanie technicko-hospodárskych pracovníkov a vedúcich pracovníkov,
 - štúdium popri zamestnaní a vedecké prípravy,
 - finančné zabezpečenie plánu,
 - komentár k rozsahu a zameraniu výchovy a vzdelávania,
- c) realizácia plánu výchovy a vzdelávania – prebieha prostredníctvom rôznych metód, napríklad: inštruktáž pri výkone práce, patronát, counselling, asistovanie, poverenie úlohou, pracovné porady, prednášky, semináre a podobne,
- d) zhodnotenie programu vzdelávania – zahŕňa štatistiku, rozbor, vyčíslenie nákladov, prínosov a rozúčtovanie náhrad, pri hodnotení zistujeme očakávaný efekt, v prípade jeho nedosiahnutia sa hľadajú nové formy, predkladajú sa návrhy na zlepšenie a doplnenie.

Potreba vzdelania, ambície kontinuálneho zvyšovania kvalifikácie a snaha o osobný rast sa stala mottom pre široké spektrum ľudí. V rámci analýz silných a slabých stránok podnikov bola personálna oblasť vyhodnotená ako vhodný potenciálny kandidát na vytvorenie stabilnej konkurenčnej výhody.

Úloha Komisie Európskej únie pri tlení bolonského procesu a lisabonskej výskumnej stratégie s jej existujúcimi vzdelávacími iniciatívami s cieľom definovať a rozšíriť vplyvnú víziu európskeho vysokoškolského vzdelávania je diskutovaná mnohými odborníkmi, napr. R. Keeling (Keeling, 2006).

1 CIEĽ A METODIKA

Hlavným cieľom tohto príspevku je prezentovať aktuálne potreby vzdelávania v intenciách potrieb zamestnávateľov, teda pracovného trhu, popísať samotný vzdelávací proces a následne analyzovať faktory ovplyvňujúce požiadavky zamestnávateľa na vybraných absolventov. Uskutočnený prieskum je zameraný na vzdelávanie manažérov a zamestnancov na strednej, resp. vyššej úrovni riadenia, identifikuje vzdelanie ako možnú konkurenčnú výhodu a mapuje požiadavky na absolventov ekonomických, manažérskych, technicko-ekonomických univerzít a vysokých škôl z aspektu zamestnávateľa.

Parciálnymi cieľmi príspevku je:

- prezentovať všeobecné aktuálne potreby vzdelávania v intenciách potrieb zamestnávateľov,
- poukázať na možnosti inovácií vo vzdelávacom procese,
- analyzovať požiadavky zamestnávateľov na vzdelanie absolventov univerzít a vysokých škôl,
- identifikovať faktory ovplyvňujúce výber zamestnávateľa pri výberových konaniach,
- predstaviť vzdelanie ako konkurenčnú výhodu,
- formulovať závery v smere využitia inovácií v oblasti vzdelávania.

Spracovanie tohto príspevku si vyžiadalo využitie kvantitatívnych aj kvalitatívnych vedeckých metód. Zo štandardných vedeckých metód boli použité nasledovné metódy: analýza, syntéza, komparácia, štruktúrovaný rozhovor, dedukcia, matematické a grafické metódy. Metodika spracovania príspevku prezentuje prístup autorov od vytýčenia hlavného cieľa príspevku, cez formuláciu parciálnych cieľov, popis metodiky a použitých metód, zostavenie pracovného postupu, literárnej rešerše, uskutočnenia štruktúrovaného rozhovoru, až po sumarizáciu výsledkov, prípravu diskusie a formulácie záverov.

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

V súvislosti s novými požiadavkami kladenými na manažérov je potrebné uskutočniť transformáciu aj v doterajšom systéme vzdelávania. Niektoré zmeny je možné uskutočniť v kratšom časovom horizonte, iné si vyžadujú dlhodobé prístupy k riešeniu problémových oblastí.

Vzdelanie musí reagovať na súčasné i predpokladané budúce požiadavky trhu práce. Z aspektu zabezpečenia dlhodobej konkurencieschopnosti Slovenska v oblasti ľudských zdrojov je potrebné dokončiť reformy základného a stredného školstva a na úrovni vysokých škôl sa orientovať na rozšírenie kapacít a radikálne zvýšenie kvality získaného vzdelania. Tieto ciele sa budú transformovať do nasledovných krokov:

- premena tradičnej školy na „modernú školu“,
- ústup od množstva memorovaných informácií a rozvoj schopnosti tieto informácie získavať, vyhodnocovať a využívať,
- posilnenie vzdelávania v oblasti cudzích jazykov, informačných technológií a základných podnikateľských vedomostí a zručností,
- zvýšenie atraktivity celoživotného vzdelávania,
- zlepšenie prístupnosti vzdelávania zvýšením dostupných finančných zdrojov,
- zvyšovanie kvality pedagógov,
- zlepšenie vybavenosti škôl,
- podpora mobility študentov aj pedagógov, ktorá je súčasťou procesu vzdelávania (Kajanová, 2013).

Zmeny sa očakávajú aj v oblasti vzdelávania manažérov. Ponuka vzdelávania v tejto oblasti je stále širšia a umožňuje uchádzačom špecializovať sa na konkrétne oblasti manažmentu. Plne sa stotožňujeme s názorom, že manažment, resp. riadenie je nielen vedou ale aj umením. V súčasnosti je množstvo aktuálnych príkladov, ktoré zobrazujú negatívne dôsledky nesprávne obsadených ľudí do riadiacich pozícií. Úspešným manažérom sa nemôže stať každý. Ako vyplýva z predchádzajúcich charakteristík, nie všetko je možné sa naučiť. Isté predpoklady je nutné mať v osobnostnom charaktere, teda disponovať určitými vrodenými danosťami, ktoré sa samozrejme musia rozvíjať.

Manažéra spravidla charakterizuje jeho dominantnosť. Väčšinou sa javí ako extrovertný typ, ktorý citlivo a vnímavo mapuje podnety okolitého prostredia. Ľahko identifikuje zmeny a aktuálny stav na pracovisku, sleduje názory a postoje ľudí, ktorí v jeho okolí pracujú. Je tvorivý, perspektívny a skúsený, pohotovo reaguje na vzniknuté problémy a konflikty, je schopný prekonávať bariéry, flexibilný, komunikatívny, adaptabilný a pružne reaguje na príležitosti a hrozby vyplývajúce z turbulentného podnikateľského prostredia. Mal by byť tímovým hráčom snažiacim sa o spoluprácu a spoločné riešenie problémov, schopným delegovať právomoci a zodpovednosť svojim podriadeným, primerane kritizovať a tiež prijímať kritiku, efektívne sa rozhodovať, riadiť a motivovať ľudí, neustále sa vzdelávať napredovať.

Je zrejmé, že väčšina manažérov nedisponuje všetkými uvedenými vlastnosťami a napriek tomu sú schopní dobre vykonávať svoju prácu. Záleží na tom, ktoré zo spomínaných charakteristík, a do akej miery formujú ich osobnostný profil. Človek je tvor veľmi špecifický a jedinečný a popri zozname kladných charakteristík je nositeľom i negatívnych, záporných vlastností, ktoré by mal byť však schopný regulovať a formovať.

V rámci empirickej časti sme skúmali vzdelanie a uplatnenie absolventov ekonomických, manažérskych, technicko-ekonomických univerzít a vysokých škôl, ktorí sa hlásili na pozície produktových manažérov. Na základe štruktúrovaného rozhovoru sme do

tabuľky 1 zaznamenali počet výberových konaní v analyzovanej spoločnosti za obdobie rokov 2015-2018. Všetky obsadzované pozície boli pozíciami pre produktových manažérov, teda pre manažérov strednej úrovne riadenia.

Tabuľka 1: Počet výberových konaní za sledované obdobie

rok	počet výberových konaní
2015	4
2016	3
2017	3
2018	2

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

V nadväznosti na predchádzajúcu tabuľku sme vytvorili podrobnejší prehľad jednotlivých výberových konaní. Analyzovali sme počet doručených žiadostí na jedno výberové konanie, počet pozvaných uchádzačov, ktoré záviselo od vyhodnotenia prijatých žiadostí a následne sme percentuálne vyjadrili počet pozvaných uchádzačov na prijímací pohovor (tabuľka 2).

Tabuľka 2: Vývoj počtu prijatých žiadostí a počtu pozvaných uchádzačov

Výberové konanie	Počet doručených žiadostí	Počet pozvaných uchádzačov	% pozvaných uchádzačov
2015/1	148	7	4,73
2015/2	168	7	4,17
2015/3	165	7	4,24
2015/4	85	3	3,53
2016/1	72	4	5,56
2016/2	65	4	6,15
2016/3	58	4	6,90
2017/1	17	2	11,76
2017/2	14	2	14,29
2017/3	21	4	19,05
2018/1	4	0	0
2018/2	7	2	28,57

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

Počty doručených žiadostí o prijatie malo v jednotlivých rokoch klesajúcu tendenciu. Tento vývoj len kopíroval situáciu na trhu práce. S klesajúcou nezamestnanosťou narastal problém obsadiť miesto produktového manažéra kvalitným a vzdelaným zamestnancom.

Významný rozdiel medzi počtom doručených žiadostí a počtom pozvaných uchádzačov bol spôsobený mnohými faktormi:

- relevancia vzdelania – pri vysokej nezamestnanosti uchádzači posielali žiadosti aj s nedostatočným vzdelaním, často so vzdelaním v diametrálne inej oblasti,
- relevancia predchádzajúcej praxe korelujúca s pracovnou pozíciou – napriek špecifickým požiadavkám uchádzači ignorovali nutnosť predchádzajúcej praxe,
- kvalita C.V. a poskytnutých informácií – nedostatočná kvalita a rozsah, príp. obsah životopisov bolo ďalším častým kritériom, na základe ktorého boli žiadosti vylúčené z druhého kola výberových konaní,
- počet predchádzajúcich zamestnaní a ich dĺžka – príliš vysoká fluktuácia a krátke pracovné vzťahy z predchádzajúcimi zamestnávateľmi vytvárajú negatívny dojem

a poukazujú na problémovosť uchádzača prispôbiť sa, resp. adaptovať sa v novom prostredí,

- skúsenosti s prácou v medzinárodnom teame – vzhľadom na požiadavku aktívnej medzinárodnej spolupráce sa javili problémové jazykové schopnosti uchádzačov, flexibilita, možnosť častých pracovných ciest a podobne.

Záujem o pracovné pozície klesal podobným trendom ako klesala nezamestnanosť na Slovensku. Mieru evidovanej nezamestnanosti v percentách uvádzame v tabuľke 3.

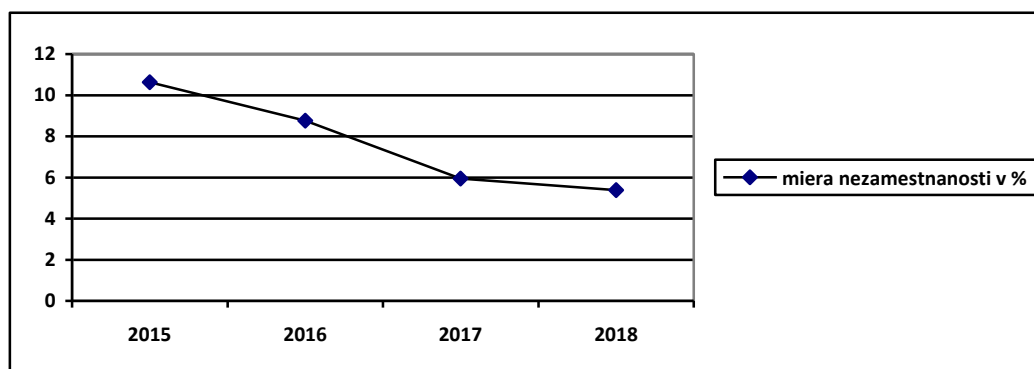
Tabuľka 3: Vývoj miery evidovanej nezamestnanosti v rokoch 2015 – 2017

	2015	2016	2017	2018
miera nezamestnanosti v %	10,63	8,76	5,94	5,38*

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Štatistický úrad SR, 2018

Poznámka: údaj za rok 2018 je orientačný - nie je za obdobie roka 2018, ale predstavuje aktuálnu hodnotu ukazovateľa k septembru 2018

Pre posúdenie relevantnosti uvádzame pokles nezamestnanosti za sledované obdobie rokov 2015-2018 (graf 1).



Graf 1: Miera nezamestnanosti v období rokov 2015 – 2018

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

Pokles nezamestnanosti spôsobil nižší záujem o pracovné pozície. Nižší počet žiadostí o prijatie do pracovného pomeru vytvoril ešte väčší tlak na vzdelanie a pripravenosť uchádzačov, nakoľko opakované výberové konania neprinášajú požadovaný efekt, naopak zbytočne vytvárajú zamestnávateľom dodatočné náklady na obsadenie pracovných pozícií, zaškoľovanie nového zamestnanca a podobne.

Analýzou požiadaviek na pozície produktového manažéra (vo všeobecnosti manažéra strednej a vyššej úrovne riadenia) sme identifikovali nasledujúce požiadavky ovplyvňujúce úspešnosť výberového konania na uvedenú pozíciu:

- špecifické vzdelanie v odbore/specializácii, ktoré je nevyhnutnou súčasťou poznatkov, ktoré si uchádzač osvojil v rámci štúdia, práve v tomto bode je vysoká interakcia školskej prípravy a potrieb zamestnávateľa, v tejto oblasti navrhujeme využiť možnosti inovácie vo vyučovacom procese v smere prípravy uchádzača na požadovanej úrovni,
- prax a skúsenosti v odbore sú často selektívnou funkciou na rozlíšenie uchádzačov, pozície sa rozlišujú najmä vzhľadom na kritérium, či pozícia vyžaduje predchádzajúcu prax alebo nie, čiastočnou náhradou je v rámci vzdelávania naplnenie požiadavky

vykonať prax počas posledných dvoch rokov štúdia, čo však nie je adekvátnou náhradou požadovanou zamestnávateľmi, v tejto oblasti navrhujeme hlbšiu spoluprácu a previazanosť univerzít a vysokých škôl priamo s podnikateľskými subjektmi, resp. štátnymi inštitúciami, ktorí by vykonanie praxe umožnili v širšom rozsahu ako sa väčšinou nachádza v študijných odboroch jednotlivých škôl,

- jazykové znalosti, ktoré sú základnou požiadavkou v súčasnom multinárodnom a multikultúrnom prostredí, umožňujú efektívnu komunikáciu a spoluprácu v rámci pôsobenia na globálnom trhu,
- prehľad o aktuálnych trendoch v odvetví, ktorý prezentuje všeobecný záujem a rozhl'ad uchádzača, deklaruje schopnosti analýzy a syntézy poznatkov, implementáciu získaných znalostí do hospodárskej praxe,
- požiadavka na schopnosť pracovať v teame, ktorá je výsledkom požiadavky na synergiu poznatkov a aktivít vo väčšom kolektíve, vo väčšom priestore, práve nadmerná individualita a problém sociálnej integrácie môžu vytvárať bariéry výkonnosti a úspešnosti spoločných projektov,
- časová flexibilita a ochota cestovať, ktoré na jednej strane poskytujú voľnosť, atraktivitu, rozširovanie poznatkov a skúseností, teda podnecujú záujem uchádzača, naopak však vyžadujú obmedzenia v osobnom živote, v rodinnom zázemí, vo vytváraní tzv. „work-life balance“, čo predstavuje pojem, ktorý sa používa na opis rovnováhy, ktorú jednotlivec potrebuje medzi časom určeným na prácu a inými aspektmi života,
- znalosť IT technológií, ktorá je prirodzeným dôsledkom technologického rozvoja, tento rozvoj je súčasťou aktuálneho vývoja, nutnosti pracovať s množstvom informácií, v rámci rôznych moderných informačných systémov, je potvrdením, že skúsenosti v tejto oblasti sú nevyhnutnosťou pre uchádzača na takúto pozíciu,
- komunikačné a sociálne schopnosti, ktoré je potrebné na úrovni produktových manažérov neustále rozvíjať, pracovať na schopnostiach rokovať, vyjednávať a vytvárať aktívny priestor pre zvyšovanie efektívnosti a úspešnosti riadenia.

ZÁVER

Vzdelávanie v modernom ponímaní predstavuje zabezpečenie pripravenosti na výkon určitej práce, povolania, činnosti alebo schopnosti prežiť. Má poskytnúť poznatky, skúsenosti, zručnosti potrebné na zvládnutie bežných životných situácií. Stále vyššie požiadavky sa kladú nielen na uchádzačov o zamestnanie, absolventov stredných a vysokých škôl, ale aj na pedagógov, ktorí majú možnosť a schopnosť toto vzdelanie poskytovať, formovať a ovplyvňovať.

Interakcia s hospodárskou praxou je jediným účinným nástrojom na prípravu vhodných a vzdelaných uchádzačov, ktorí budú konkurencieschopní na aktuálnom trhu práce, ktorý má globálny charakter. Tým vznikajú nové požiadavky zamestnávateľov, ktoré sme z pohľadu výberového konania na manažéra strednej, resp. vyššej úrovne riadenia analyzovali v rámci tohto príspevku.

V záverečnej časti sme navrhli odporúčania pre oblasť vzdelávania, ako napredovať smerom ku kvalitným absolventom našich škôl, ako pripraviť hodných kandidátov na analyzovanú pozíciu.

V rámci inovatívnych nástrojov využiteľných pri vzdelávaní navrhujeme: využívanie interaktívnej spolupráce študenta a vyučujúceho vo vyučovacom procese, zvýšenie transferu poznatkov z praxe do vyučovacieho procesu, využívanie reálnych príkladov a štúdií, ktoré zachytávajú realitu prostredia, do ktorého absolventi vstúpia po ukončení štúdia,

implementovať moderné IKT, pripraviť kreatívne prostredie, v ktorom študent je súčasťou pracovného priestoru.

LITERATÚRA

- Bondareva, I. – Tomlain, J. 2016. Ideas of technical and economic study programs in higher education. *SHS Web of Conferences*, 26. s. 2016.
- Bruner, J. S. 2009. *The Process of Education*. Harvard University Press, 2009.
- Chodasová, Z. – Tekulová, Z. – Hľušková, L. – Jamrichová, S. 2015. Education of students and graduates of technical schools for contemporary requirements of practice. *Procedia - Social and Behavioral Sciences. Elsevier.*, 174. s. 3170-3177.
- Kajanová, J. 2013. Podnikanie ako výzva pre moderné vzdelávanie. In: *Podnikanie – pedagogické aspekty jeho uplatnenia v praxi*. Bratislava – Ekonóm, s.62-69, 2013
- Keeling, R. 2006. *The Bologna Process and the Lisbon Research Agenda: the European Commission's expanding role in higher education discourse*. European Journal of Education. Research, Development, Policy. 2006. Vo. 41, issue 2, s. 203-223.
- Nucci, L. – Krettenauer, T. – Narvaez, D. 2014. *Handbook of Moral and Character Education*. New York and London: Routledge. Taylor & Francis Group. 2014.
- Plchová, J. – Kuperová, M. 2017. Aktuálne potreby trhu práce vs. vzdelávací systém v Slovenskej republike. In HREHOVÁ, D. *Genéza vývoja profilu študenta pre potreby globálneho trhu práce*. Košice: Technická univerzita, 2017, s. 210-215
- Zatrochová, M. 2014. Vzdelávanie absolventov v oblasti finančnej gramotnosti na technických školách. In ŠÚBERTOVÁ, E. *Výchova k podnikateľstvu v SR*. Bratislava: Ekonóm, 2014, s. 80-84.

Autori:

doc. Ing. Jana Kajanová, PhD.

Fakulta managementu Univerzity Komenského v Bratislave
Odbojárov 10, 820 05 Bratislava
tel. 00 421 907 279 213
e-mail: jana.kajanova@fm.uniba.sk

Ing. Marcel Kajan

HSH Chemie SK s.r.o.
Sartorisova 11, 821 08 Bratislava
tel. 00 421 948 922 792
e-mail: marcel.kajan@hsh-chemie.com

ZAMERANIE VYSOKOŠKOLSKÉHO VZDELÁVANIA NA ZDOKONALOVANIE MÄKKÝCH ZRUČNOSTÍ

THE FOCUS OF HIGHER EDUCATION ON SOFT SKILLS IMPROVEMENT

Martina Kuperová

Abstract

Purpose of the article The aim of the article is to map the trends how to make it easier for graduates to succeed in labour market. Slovakia has one of the fastest-growing economies, but the current state of the labour market still feels the lack of skilled workforce. Long term persistent problem in Slovakia is the unemployment of graduates. The demands of employers and also the requirements of the labour market are now noticeably changing. In the past, recruiters have placed emphasis on skilled workers and their expertise - hard skills. At present, the individual personality of candidates - soft skills, are preferred.

Methodology/methods In the context of post processing were used traditional scientific methods: method of analysis, synthesis, induction, deduction, comparison and observation. The structure of the article is in accordance with the structure of scientific papers: introduction, objective, methods, results and discussion.

Scientific aim The main objective of the contribution is that high schools in Slovakia, should not only teach expertise, knowledge, and skills (hard skills) but also develop techniques of soft skills. Graduates who adopt soft skills during the study at college have greater chances in today's conditions in the labour market and to succeed in the job.

Findings More than a quarter of all students in Slovakia study in Bratislava at two universities: Comenius University and Slovak University of technology. Students should focus on improving their soft skills during their studies at college. Therefore developing of soft skills should be a priority for higher education. Emphasis should be placed on the logical thinking and presentation skills. The lectures and seminars should develop an inspiring discussions, schoolwork should be well prepared and well presented.

Conclusions (limits, implications etc.) In recent years we have seen that our college graduates have skills and practical knowledge based on that but they miss something what would make them great employees and employers. Expertise is usually not supplemented by so-called "soft skills". These skills complement the expertise in specific subject and ensure their concurrence with the working environment or company itself. Even the students of Slovak University are graduates of technical fields, ready for practice mainly academically. They are not ready for the current situation in reality. They can solve complicated problems and tasks as specialists on the professional level but are unable to present their knowledge to the public or client. They also lack experience in dealing with the tasks on the team. They lack these soft skills.

Keywords: labour market, hard skills, soft skills, education on university, preparing students for labour market

JEL Classification: M20, M23

ÚVOD

Slovensko má jednu z najrýchlejšie rastúcich ekonomík, ale súčasný stav na trhu práce stále pociťuje nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily a to aj napriek klesajúcej tendencii miery evidovanej nezamestnanosti. Dlhodobý pretrvávajúci problémom na Slovensku je nezamestnanosť absolventov, a to nielen stredných, ale aj vysokých škôl. Na druhej strane mnohé podniky nevedia zohnať kvalifikovaných pracovníkov a je pre ne čoraz náročnejšie získať nového zamestnanca so všetkými odbornými zručnosťami, ktoré sú potrebné na konkrétne pracovné miesto. Nároky zamestnávateľov, a tým aj požiadavky trhu práce, sa výrazne menia. V minulosti personalisti kládli dôraz na odborné znalosti uchádzačov. V súčasnosti sa viacej preferuje individuálna osobnosť jednotlivých uchádzačov. Práve pojem „osobnosť“ zahŕňa vlastnosti, ktoré nazývame mäkké zručnosti.

1 CIEĽ A METODIKA

Hlavným cieľom predloženého príspevku je zmapovať situáciu v Slovenskej republike v oblasti umiestnenia a uplatnenia vysokoškolských študentov na trhu práce. Parciálnymi cieľmi príspevku je prezentovať aktuálny stav na Slovensku, poukázať na význam rozvíjania a zdokonaľovania mäkkých zručností počas štúdia na vysokej škole, identifikovať pozitíva a negatíva aktuálneho stavu. Pri spracovaní príspevku sme využili základné vedecké metódy ako pozorovanie, analýzu, syntézu, komparáciu, abstrakciu, indukciu, dedukciu. V prvej fáze sme si stanovili ciele príspevku, zvolili sme príslušné vedecké metódy, ktoré využijeme pri spracovaní zvolenej problematiky, následne cez napĺňanie parciálnych cieľov sa dostaneme k samotnému riešeniu problematiky a zhodnoteniu situácie na Slovensku. Na základe skutočností a faktov pojednávajúcich o danej problematike sme identifikovali ako významný faktor analýzu výsledkov, ktorú sme sformulovali do záverov, odporúčaní a vyhodnotenia cieľov. Štruktúra príspevku je v súlade so štruktúrou vedeckých prác: úvod do problematiky, cieľ a metódy, výsledky a diskusia, záver.

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Východiskom pre spracovanie zvolenej témy bolo spracovanie súčasného stavu na Slovensku. Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny Slovenskej republiky mesačne uvádza štatistiky o počte a štruktúre uchádzačov o zamestnanie. Miera evidovanej nezamestnanosti na Slovensku je na historických minimách. V júni 2018 dosiahla úroveň 5,43 %. Medziročne sa znížila o 1,47 percentuálneho bodu. (http://www.upsvar.sk/statistiky/nezamestnanost-mesacne-statistiky.html?page_id=1254, 2018)

Celkovo sa v júni 2017 prihlásilo na úrady práce 8.369 absolventov, v júni 2018 bolo z nich na úradoch práce ešte stále 670 absolventov. „Ku koncu júna 2018 bolo na úradoch práce 7.506 absolventov, pričom v roku 2017 ich bolo 670. To znamená, že 7.699 z nich sa uplatnilo na trhu práce“. Úrady práce sledujú aj to, koľko absolventov sa vráti späť do evidencie. „Z tých 670 evidovaných viac ako polovica sa zamestnala, ale prácu si neudržala,“ vyčíslil minister práce, sociálnych vecí a rodiny Slovenskej republiky Ján Richter. V roku 2018 sa prihlásilo na úrady práce 7.506 vysokoškolákov. (<https://www.ekonomika/miera-nezamestnanosti-na-slovensku-v-ju/338089-clanok.html>, 2018)

Podľa najnovšej správy z dielne ministerstva školstva pod Martinou Lubyovou na Slovensku rapídne klesá počet študentov vysokých škôl. Ešte v roku 2008 na vysoké školy bolo prijatých 69.159 študentov (cca 12-tisíc nových študentov na súkromné vysoké školy, verejné vysoké školy prijali viac ako 55-tisíc uchádzačov). V súčasnosti to je pri súkromných

zariadeniach o 80% menej a pri verejných školách je pokles približne o polovicu. V roku 2017 bolo prijatých uchádzačov na vysoké školy iba 26.171, čo je 62% pokles oproti roku 2008 (vtedy bolo na vysoké školy prijatých 69.159 študentov). Na druhej strane rastie záujem študentov zo zahraničia. Podľa správy rezortu školstva, počet študentov iného štátneho občianstva sa medziročne zvýšil o 8,6%. V priebehu roka 2017 riadne skončilo štúdium spolu 45.595 študentov, čo predstavuje medziročný pokles o 10,8%. Rovnako menší počet je aj pri uchádzačoch o štúdium. Spolu s cudzincami bolo podaných 69.174 prihlášok, čo je najmenší počet za ostatné roky. Viac ako štvrtina všetkých študentov na Slovensku študuje v Bratislave na dvoch vysokých školách, konkrétne medzi ne patrí Univerzita Komenského a Slovenská technická univerzita.

Najnovšie výsledky prieskumov na tému uplatnenia absolventov vysokých škôl potvrdili dlhodobjší trend. Najhoršie sú na tom absolventi spoločenských vied, náuk a služieb. Tí tvoria až 1.370 (62,25%) z celkového počtu. K mesiacu december 2017 bolo nezamestnaných absolventov technických vied a náuk 349, zvyšok nezamestnanosti tvorili absolventi ostatných oborov. Z územného hľadiska je najviac nezamestnaných absolventov z Prešovského kraja (25,13%). Väčšina absolventov (54,98%) si po ukončení štúdia hľadá prácu 7-9 mesiacov, no žiaľ, nie všetkým sa to podarí vo vyštudovanom obore. Prečo je to tak? Zamestnávateľia najčastejšie narážajú na problém nedostatočnej kvalifikácie, praxe, ale aj absenciu snahy samotných absolventov o budovanie kariéry počas štúdia. Množstvo študentov totiž síce pracuje popri štúdiu, no často krát absolútne mimo svoj odbor. (<https://www.prserver.sk/viac-ako-2-200-absolventov-vysokych-skol-je-bez-prace-chyba-potreba-prax-v-odbore-pomoc-mozu-trainee-programy>, 2018)

Súčasný stav na trhu práce, aj napriek klesajúcej tendencii miery evidovanej nezamestnanosti, je charakteristický nedostatkom kvalifikovanej pracovnej sily. Nezamestnanosť absolventov vysokých škôl je dlhodobo pretrvávajúci problém, ktorý z roka na rok narastá. Podľa štatistík Ústredia práce, sociálnych vecí a rodiny z decembra 2017 sa ukázalo, že až 2.201 úspešným absolventom II. stupňa vysokoškolského štúdia (z toho 69% žien a 31% mužov) sa nedarí nájsť si zamestnanie.

Nižšia nezamestnanosť prináša nižšiu odozvu na voľné pracovné ponuky. Pre podniky je často náročnejšie získať nového zamestnanca so všetkými odbornými zručnosťami, ktoré sú potrebné na pracovné miesto. Preto sa mení na trhu práce aj skladba pracovných ponúk. Podiel pracovných ponúk, ktoré vyžadujú hard skills, teda odborné znalosti a zručnosti, sa výrazne znižuje. Nahradzujú ich požiadavky na mäkké zručnosti ako logické myslenie, prezentačné zručnosti, či práca v tíme.

Tvrde zručnosti (anglicky *hard skills*) sú odborné znalosti a zručnosti. Patrí medzi ne napríklad odbornosť, odborná kvalifikácia, zručnosti robotníckych profesií, jazykové zručnosti, počítačové zručnosti, práca s technológiami, účtovníctvo, právne znalosti, apod. Tvrde zručnosti si možno osvojiť a zlepšiť vzdelávaním. Zdokladované bývajú diplomom, certifikátom alebo inými potvrdeniami, ktoré dáva ľuďom veľkú hodnotu na trhu práce. Tvrde zručnosti sú neoddeliteľnou súčasťou požiadaviek podnikov na pracovné miesta, teda požiadaviek na odbornú spôsobilosť (kompetentnosť) vykonávať určité pracovné profesie. Všeobecne platí, že dosiahnutie vyššej kvalifikácie alebo určitej profesijnej úrovne tvrdých zručností dáva ľuďom väčšiu šancu pri získaní kvalitného zamestnania.

Mäkké zručnosti (anglicky *soft skills*) sú ľudské zručnosti v oblasti správania, tiež známe ako interpersonálne zručnosti. Sú to schopnosti ľudí komunikovať, spoločne pracovať, konať, riešiť konflikty, organizovať, rozhodovať a pod. Majú vzťah k emočnej inteligencii (EQ). Patria sem komunikačné zručnosti, kritické myslenie, zručnosti v riešení problémov, kreativita, schopnosť práce v tíme, verejný prejav, vyjednávacie schopnosti, osobný manažment, manažment času, riešenie konfliktov, všeobecná vedomosť, zodpovednosť,

empatia, pracovná etika, rozvážnosť či slušné správanie a pod. Mäkké zručnosti sú viac vyžadované u manažérskych a obchodných profesií, menej dôležité sú u odborných a robotníckych profesií, kde sú viac zdôrazňované odborné zručnosti. Každý človek má vrodené a rozvinuté nejaké mäkké zručnosti, schopnosti a osobnostné vlastnosti, ktoré ho predurčujú lepšie či horšie vykonávať určitú profesiu. Aj v prípade, ak človek nemá vrodené mäkké zručnosti (nemá prirodzený talent), môže sa ich v priebehu života naučiť (samozrejme s určitým obmedzením). Potrebuje na to ale tréning.

Analýza pracovného portálu Profesia.sk ukazuje, ako vidieť z obrázku 1, že v roku 2014 bolo medzi desiatkou najčastejšie požadovaných znalostí u vysokoškolských absolventov presne päť odborných znalostí, takzvaných hard skills. Za päť rokov sa toto číslo zredukovalo. V roku 2018 vidíme hard skill v prvej desiatke už iba v jedinom prípade a je ňou aktívna znalosť anglického jazyka. Treba však zdôrazniť, že angličtina je pri vysokoškolákoch zároveň vôbec najčastejšie požadovanou znalosťou. (<http://firma.profesia.sk/viac-makkych-zrucnosti-a-e2%80%afcoraz-menej-poziadaviek-na-odborne-znalosti-naroky-zamestnavatelov-sa-za-5-rokov-zmenili>, 2018)

2014	2018
● 1. Aktívna znalosť anglického jazyka	● 1. Aktívna znalosť anglického jazyka
2. Schopnosť pracovať v tíme	2. Ochota učiť sa nové veci
3. Učiť sa nové veci	3. Analytické a logické myslenie
4. Iniciatívnosť a kreativita	4. Schopnosť pracovať v tíme
● 5. Jazyk na komunikatívnej úrovni	5. Lojalnosť
● 6. VŠ vzdelanie ekonomického zamerania	6. Iniciatívnosť, spoľahlivosť, ústretovosť
7. Analytické a logické myslenie	7. Pozitívne myslenie
● 8. Znalosť práce s PC	8. Zopodvedný prístup k práci
9. Zodpovedný prístup k práci	9. Aktívny prístup k práci
● 10. Vodičský preukaz skupiny B	10. Schopnosť pracovať v tíme

● Hard skills

Zdroj: 

Obrázok 1: Top 10 požadovaných znalostí u vysokoškolských absolventov

Zdroj: <http://firma.profesia.sk/viac-makkych-zrucnosti-a-e2%80%afcoraz-menej-poziadaviek-na-odborne-znalosti-naroky-zamestnavatelov-sa-za-5-rokov-zmenili>, 2018

Analýza pracovného portálu Profesia.sk napovedá študentom, ktorí nie sú rozhodnutí, čo chcú robiť a príchod na trh práce ich ešte len čaká, aby sa zamerali na zdokonalenie svojich mäkkých zručností. Podniky nehľadajú len expertov nabitých vedomostnými znalosťami spolu s jazykovými požiadavkami. Zamestnávateľia dávajú čoraz väčší dôraz na logické myslenie, prezentačné zručnosti, schopnosť pracovať v tíme, analytické vlastnosti a mnoho ďalších. Tento trend samozrejme kopíruje trend vo svete. Zároveň ide o znalosti, ktoré často nie sú nahraditeľné automatizáciou. Trh práce bude čoraz viac potrebovať kreatívnych ľudí so schopnosťou samostatného rozhodovania. (<http://firma.profesia.sk/viac-makkych-zrucnosti->

a%e2%80%afcoraz-menej-poziadaviek-na-odborne-znalosti-naroky-zamestnavatelov-sa-za-5-rokov-zmenili/, 2018)

Zameranie na mäkké zručnosti je vidieť samozrejme aj v stredoškolských ponukách práce. Úpadok požiadaviek odborných znalostí je citeľný aj pri ponukách, ktoré sú vhodné pre stredoškolských absolventov. V roku 2014 boli v prvej desiatke požadovaných znalostí u stredoškolských absolventov presne štyri, v roku 2018 je tam už iba jedna, konkrétne znalosť práce s počítačom. Pri ponukách, ktoré vyžadujú stredoškolské vzdelanie sú v prvej päťke z najčastejšie vyžadovaných znalostí výlučne mäkké zručnosti. Najčastejšie ide o zodpovedný prístup k práci, aktivita a ochota učiť sa nové veci.

Údaje Profesie ukazujú aj najčastejšie požadované soft skills podľa odvetví (obr. 2). V administratíve ide napríklad o ochotu učiť sa nové veci, zodpovedný prístup k práci, schopnosť pracovať v tíme, či komunikačné a organizačné schopnosti. Pri informačných technológiách je namiesto komunikácie potrebné logické a analytické myslenie, či schopnosť rýchlo sa učiť. (<http://firma.profesia.sk/viac-makkych-zrucnosti-a%e2%80%afcoraz-menej-poziadaviek-na-odborne-znalosti-naroky-zamestnavatelov-sa-za-5-rokov-zmenili/>, 2018)



Zdroj: profesia

Obrázok 2: Top 5 vyžadované soft skills podľa odvetvia

Zdroj: <http://firma.profesia.sk/viac-makkych-zrucnosti-a%e2%80%afcoraz-menej-poziadaviek-na-odborne-znalosti-naroky-zamestnavatelov-sa-za-5-rokov-zmenili/>, 2018

„Vzdelávanie v modernom ponímaní predstavuje zabezpečenie pripravenosti na výkon určitej práce, povolania, činnosti alebo schopnosti prežiť. Má poskytnúť poznatky, skúsenosti,

zručnosti potrebné na zvládnutie bežných životných situácií, v ktorých sa ocitneme. Stále vyššie požiadavky sa kladú nielen na uchádzačov o zamestnanie, čerstvých absolventov stredných a vysokých škôl, ale aj na pedagógov, ktorí majú možnosť a schopnosť toto vzdelanie poskytovať, formovať a ovplyvňovať.“ (Kajanová, 2013)

V posledných rokoch sme svedkami toho, že po ukončení štúdia z našich vysokých škôl vychádzajú absolventi, ktorí disponujú odbornosťou a praktickými vedomosťami, no chýba u nich niečo, čo z odborníkov robí výborných zamestnancov či zamestnávateľov. Odbornosť týchto študentov zväčša nie je doplnená takzvanými mäkkými zručnosťami alebo soft skills. Ide o zručnosti, ktoré dopĺňajú odbornosť v danej problematike a zabezpečujú ich súbeh s pracovným okolím či samotnou spoločnosťou.

„Pre úspech v zamestnaní je rozhodujúcich 60% to, akých ľudí poznáme, 30% aký dojem dokážeme vzbudiť, a len 10% to, ako dobrí vo svojej práci skutočne sme, čo vieme, aké je naše individuálne know-how. Aj v tak špecializovanom obore ako je technika spočíva 85% osobného úspechu v umení jednat' s ľuďmi a len 15% na znalostiach.“ (Vymětal, 2008)

Preto ak chce byť človek v živote úspešný, mal by začať čo najskôr pracovať na svojich soft skills. Študenti by mali mať možnosť využívať a hlavne zdokonaľovať svoje mäkké zručnosti už počas vysokoškolského štúdia. Vystupovanie, zodpovednosť, empatia a podobne sú vlastnosti, ktoré človek síce zbiera už od detstva, ale počas svojho aktívneho profesionálneho či súkromného života zvyšuje ich kvalitu. Tieto zručnosti formuje výchova a samotný prístup rodičov, priateľov a spoločenského kruhu v ktorom sa samotný jedinec nachádza. Schopnosť vyjednávať, riešiť komunikačné problémy či efektívne pristupovať k osobnému manažmentu človek preberá od svojho okolia a často krát sa učí zo životných udalostí. Škola a vzdelávacie inštitúcie môžu študentom len ukázať cestu ako k nim pristupovať a priaznivo vplývať na zvyšovanie ich kvality. Úloha škôl a vzdelávacích inštitúcií by mala byť podporná a motivačná. Škola by mala podporovať a sprístupňovať možnosti na ich skvalitnenie. Mala by poukazovať na úskalia potreby mäkkých zručností v praxi a mala by študentom ponúknuť možnosti ich zlepšenia na území škôl vo forme rôznych kurzov, seminárov alebo voliteľných predmetov.

Aj študenti Slovenskej technickej univerzity v Bratislave sú absolventi technických oborov, pripravení pre prax zväčša v odbornej rovine. Nie sú pripravení ale na bežné situácie v reálnej praxi. Dokážu riešiť komplikované problémy a úlohy ako špecialisti na profesionálnej úrovni, ale svoje vedomosti nedokážu odkomunikovať a odprezentovať verejnosti či klientom. Tak isto im chýbajú skúsenosti s riešením úloh v tíme. Chýbajú im už spomínané mäkké zručnosti.

Rozvíjanie mäkkých zručností by malo byť preto prioritou vysokoškolského vzdelávania. Študenti, už počas štúdia na vysokej škole, by mali získavať nielen praktické odborné skúsenosti (hard skills), ale mali by sa zameriavať aj na zdokonaľovanie svojich osobnostných zručností. Dôraz by sa mal klásť na logické myslenie, prezentačné zručnosti. Na prednáškach a seminárnych cvičeniach by sa mali rozvíjať podnetné diskusie, študentské práce sa mali byť nielen kvalitne pripravené ale aj odprezentované. Študenti by mali vedieť komunikovať (verbálne i neverbálne, písomné aj ústne, individuálne aj tímové), odprezentovať sa, vystupovať pred tímom. Treba u nich rozvíjať schopnosť nadväzovať a udržiavať kontakty, strategicky, koncepčne a kreatívne myslieť, riešiť problémy, predvídať a spravovať svoj time manažment. Na hodinách by sa mali viac podporovať organizačné schopnosti a zručnosti, vedenie tímu, tímová spolupráca, tvorivosť, inovácia a iniciatíva, vyjednávanie, kreatívne riešenie problémov a konfliktov, čím sa podporí vynaliezavosť, asertivita, empatia, schopnosť sebareflexie a odolnosť voči stresu. Vďaka rozvíjaniu mäkkých zručností v rámci výučby budú študenti pružnejší, prístupnejší novým názorom a myšlienkam, získajú lepšie komunikačné zručnosti, budú tvorivejšie vysvetľovať svoje názory, stanú sa schopnejší

presadiť sa a prichádzať s novými nápadmi a inováciami apod., čím sa naplnia očakávania budúcich zamestnávateľov.

Soft skills samozrejme nie sú novinkou a novými požiadavkami, ktoré vyžaduje trh práce, existovali aj skôr, ale neboli toľko diskutované a potrebné ako dnes. Hlavnou zmenou, ktorá zapríčinila, že sú tieto mäkké zručnosti toľko požadované, je väčší tlak na efektivitu, úspornosť a výkonnosť akejkol'vek práce v akékoľvek oblasti trhovej ekonomiky. Človek, ktorý má dobre rozvinuté svoje soft skills je nielen výkonnejší a efektívnejší, ale má tiež lepšie vzťahy s ľuďmi na pracovisku i vo svojom blízkom okolí. A práve takýto človek má v súčasnej dobe veľkú šancu uspieť na trhu práce. Zamestnávatelia poukazujú na dôležitosť ochoty sa stále učiť, niest' zodpovednosť, schopnosť pracovať v tíme a byť adaptabilní a flexibilní. Pracovníci personálnych agentúr dávajú veľký význam dobrým ústnym a písomným prejavom, schopnosti riešiť problémy a schopnosti viesť ľudí. A práve posledné dve schopnosti sú požadované predovšetkým u vysokoškolsky vzdelaných osôb.

ZÁVER

Tento príspevok je zameraný predovšetkým na zmapovanie situácie na Slovensku v oblasti umiestnenia a uplatnenia vysokoškolských študentov na trhu práce a v oblasti vysokoškolského vzdelávania poukázať na význam podporovania a rozvíjania mäkkých zručností. Každá vysoká škola by mala okrem výučby odborných vedomostí, znalostí a zručností (hard skills) rozvíjať a zdokonaľovať aj techniky mäkkých zručností (soft skills). Absolventom, ktorí si techniky soft skills osvoja už počas štúdia na vysokej škole, prinesú konkurenčnú výhodu vo forme lepšej šance uplatnenia sa na trhu práce a následného úspechu v zamestnaní oproti ostatným absolventom. Mäkké zručnosti v roli absolventov vysokých škôl sú čím ďalej tým dôležitejším termínom. Je preto nutné tejto problematike venovať väčší záujem tak na akademickej pôde ako aj v osobnom živote. Z článku môže vzniknúť dojem, že soft skills sú tie znalosti, ktoré sú rozhodujúce. Je dôležité doplniť, že absolventi vysokých škôl potrebujú byť taktiež dobre odborne a jazykovo vybavení a mäkké zručnosti sú potom významným doplnkom k týmto schopnostiam. Na druhej strane sa zvyšuje aj prestíž samotných vysokých škôl a univerzít, ktorých absolventi soft skills získali už počas štúdia a následne v dnešných turbulentných podmienkach na trhu práce našli svoje uplatnenie.

LITERATÚRA

- Kajanová, J. 2013. Podnikanie ako výzva pre moderné vzdelávanie. In: Podnikanie - pedagogické aspekty jeho uplatnenia v praxi. Bratislava: Ekonóm, 2013. ISBN 80-224-0775-5.
- Vymětal, J. 2008. Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 322s. ISBN 978-80-247-2614-4.
- Miera evidovanej nezamestnanosti na Slovensku v júni tohto roka dosiahla 5,43%. [online]. 20/7 2018 [citované 2018-11-03]. Dostupné na: <https://www.ekonomika/miera-nezamestnanosti-na-slovensku-v-ju/338089-clanok.html>.
- Nezamestnanosť – mesačné štatistiky. In: Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny.[online]. [citované 2018-11-05]. Dostupné na: http://www.upsvar.sk/statistiky/nezamestnanost-mesacne-statistiky.html?page_id=1254.
- Soft skill. In: Business Dictionary.com. [online]. [citované 2018-11-07]. Dostupné na: <http://www.businessdictionary.com/definition/soft-skill.html>.
- Viac ako 2.200 absolventov vysokých škôl je bez práce. Chýba potrebná prax v odbore, pomôcť môžu trainee programy. [online]. 13/3 2018 [citované 2018-11-09]. Dostupné

na: <https://www.prservis.sk/viac-ako-2-200-absolventov-vysokych-skol-je-bez-prace-chyba-potrebn-prax-v-odbore-pomoc-mozu-trainee-programy/>.
Viac mäkkých zručností a čoraz menej požiadaviek na odborné znalosti. Nároky zamestnávateľov sa za 5 rokov zmenili. [online]. 10/10 2018 [citované 2018-11-10]. Dostupné na: (<http://firma.profesia.sk/viac-makkych-zrucnosti-a%e2%80%afcoraz-menej-poziadaviek-na-odborne-znalosti-naroky-zamestnavatelov-sa-za-5-rokov-zmenili>).

Afiliácia k projektu:

Príspevok je čiastkovým výstupom výskumnej úlohy KEGA č. 031STU-4/2018 „Inovácia výučby ekonomických a manažérskych predmetov na FCHPT STU v Bratislave“, riešenej na Ústave manažmentu STU v Bratislave.

Autor:

Ing. Martina Kuperová, PhD.

Slovenská Technická Univerzita v Bratislave

Ústav manažmentu STU

Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií

Vazovova 5, 812 43 Bratislava, Slovenská republika

tel.: 0918 669 032

e-mail: martina.kuperova@stuba.sk

SÚČASNÉ TRENDY V MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCII

CURRENT TRENDS IN MARKETING COMMUNICATION

Dušan Špirko, Hana Janáková

Abstract

Purpose of the article. The most dynamic developing area in marketing is communication. This is mainly related to the development of technical means of communication, particularly with the emergence and growth of the Internet. And to the extent that we can talk about marketing before and outside the Internet and about Internet marketing and marketing within the initial marketing classification. So it is possible to distinguish classic marketing from internet marketing (also known as online marketing, i-marketing, web marketing, e-marketing or e-marketing). Nowadays Internet marketing is realized by means of mobile personal information and communication devices (mobile phones, smartphones, tablets, etc.), so that mobile marketing is already mentioned – connected with their use.

Methodology/methods. In the paper are used general basic methods of scientific work as analysis of available resources and literature, identification, selection and classification of relevant information, induction, deduction, synthesis as well as comprising method. For the processing of input information, it has been used in qualitative research in terms of content analysis, thematic analysis of available resources and literature, which offers a flexible approach.

Scientific aim. The aim of the paper is to point out new forms and methods of marketing communication and then evaluate their analysis as "new" forms and methods based on the information. The contribution gradually characterizes the selected basic forms related to selected trends of marketing communication (primarily actual forms and methods of inbound marketing as content marketing, buzzmarketing, viral marketing, astroturfing, community marketing, brand blogging, referral programs, conversation, creation, evangelist marketing. The contribution represents individual ways of modern marketing communication, which are currently among the most used and are becoming more and more popular and effective.

Findings Conclusions (limits, implications etc.). Many of the practices in internet marketing are already known but with the use of new technical meanings it acquires a new quality and require a new terminology. Identification of the current methods of communication in the context of modern trends and their gradual characterization of selected new forms of marketing communication and trying to assign a new and clear terminology to this area for a clear differentiation. The identification of currently used ways of communication within modern trends and their definition and inclusion in clear terminology in this area is becoming increasingly necessary.

Keywords: Inbound marketing, Outbound marketing, Word-of-mouth marketing,

JEL Classification: L81, L82, M30, M31, M37

ÚVOD

Oblasť marketingových aktivít je odjakživa priestorom množstva inovácií. Neustále vznikajú nové či inovované formy marketingu a marketingových postupov. Je zvykom uvádzať ich ako marketing s určitým prívlastkom (obsahový marketing, marketing vôní... atď.). Vzniká potom dojem, že marketingov je nesmierne veľa, čo spôsobuje problémy najmä ľuďom, ktorý sa s nim ešte len oboznamujú. Avšak v skutočnosti je marketing jedna ekonomická disciplína neustále divergujúca a rozrastajúca sa do širokého spektra rôznych podôb, foriem, metód atď. Objavovanie nových foriem a metód marketingu kladie stále vyššie nároky na ich identifikáciu, analýzu a klasifikáciu.

Najdynamickejšie sa marketing rozvíja v oblasti štvrtého McCartyho P – Promotion – teda v oblasti marketingovej komunikácie. Súvisí to najmä s rozvojom technických prostriedkov komunikácie, predovšetkým so vznikom a rozmachom internetu. A to až do takej miery, že pri východiskovej klasifikácii marketingu môžeme hovoriť o marketingu pred a mimo internetu a o marketingu po internete a v jeho rámci. Takže primárne možno odlíšiť klasický marketing od internetového marketingu (známeho aj ako online marketing, i-marketing, webový marketing, elektronický marketing či e-marketing). V internetovom marketingu sa využívajú aj mnohé postupy známe už z klasického marketingu, ale s využitím nových technických prostriedkov nadobúdajú novú kvalitu a vyžadujú si tak aj novú terminológiu. Nové rozmery získava dnes internetový marketing realizovaný prostredníctvom mobilných osobných informačno-komunikačných zariadení (mobilné telefóny, smartfóny, tablety a iné), takže sa už špecifikuje aj „mobil marketing“ – spájaný práve s ich využitím.

Tento príspevok sa zameriava na identifikáciu, analýzu a klasifikáciu foriem a metód marketingovej komunikácie v rámci tzv. inbound marketingu.

1 CIEĽ A METODIKA

Príspevok predstavuje a charakterizuje jednotlivé spôsoby modernej marketingovej komunikácie, ktoré patria v súčasnosti medzi najvyužívanejšie a ktoré sú čoraz viac obľúbenejšie a efektívnejšie. Cieľom príspevku je identifikovať, analyzovať a klasifikovať formy a metódy marketingovej komunikácie, ktoré možno kvalifikovať ako „nové“. Autori vychádzajú z teoretických poznatkov marketingu, resp. prvkov marketingového mixu a približujú podstatu nových foriem a trendov marketingovej komunikácie. Identifikáciou aktuálne používaných spôsobov komunikácie v rámci moderných trendov, postupnou charakteristikou nových foriem a metód marketingovej komunikácie sa snažia prispieť ku konsolidácii novej a jasnej terminológie v tejto oblasti.

Pri spracúvaní informácií, v rámci kvalitatívneho výskumu, autori uplatnili obsahovú a tematickú analýzu relevantných zdrojov a literatúry, ktorá ponúka flexibilný prístup najmä pri následnej klasifikácii. Okrem toho sú v príspevku použité všeobecné základné logické metódy ako indukcia, dedukcia, syntéza ako aj metóda zahŕňajúca komparáciu.

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Iným východiskovým klasifikačným kritériom v rámci marketingovej komunikácie môže byť tradičné rozlíšenie podľa základnej stratégie pull alebo push¹, ktorú v internetovom marketingu dopĺňa rozlíšenie na inbound a outbound marketing.

Inbound marketing možno považovať za internetovú formu pull marketingu. Často sa doslovne prekladá ako prichádzajúci marketing, čo však nevystihuje jeho podstatu. Ten, kto prichádza je skôr zákazník. Ide o formu marketingu, keď zákazník vyhľadáva na internete informácie, ktoré mu majú pomôcť riešiť nejaký jeho problém či splniť nejaké želanie a sám prichádza na webové stránky, ktoré ich obsahujú a komunikuje o nich s autorom stránky či jej návštevníkmi.

Outbound marketing je jeho opakom, hoci ani tu doslovný preklad – odchádzajúci marketing – celkom nevystihuje jeho podstatu². Možno ho považovať formu push marketingu. Na internete ide o nevyžiadanú inzerciu a reklamu na stránkach (bannery, vyskakujúce okná a iné odkazy), ktoré zákazníka viac-menej obťažujú. Termín outbound marketing sa používa aj aby sa zdôraznila odlišnosť nového postupu od klasického marketingu spojeného s nákupom reklamného priestoru s cieľom primáť zákazníka k nákupu.

Inbound marketing predstavujú činnosti, ktorých cieľom je priviesť ľudí na webovú stránku firmy, ktorú ešte nepoznajú, upútať ich tam zaujímavým a užitočným obsahom tak, aby sa podchytil ich záujem o ponúkaný produkt či službu a aby sa z nich napokon stali zákazníci (aby „konvertovali“ z návštevníkov na zákazníkov). Robí sa to tam, kde užívatelia internetu hľadajú riešenie svojich problémov. Riešenie sa ponúka nepriamo, bez odkazu na produkt, čím sa podnecuje zvedavosť a užívateľ si produkt či službu sám vyhľadá. Tak sa dosahuje aj lepší konverzný pomer³. Potom, na rozdiel od klasického marketingu, sa inbound marketing zameria nielen na predstavenie produktu, ale aj na vysvetlenie jeho zmyslu a prínosu. Rozvíja pri tom obojsmernú komunikáciu, snaží sa zákazníka vzdelávať, zabávať a angažovať ho, aby následne produkty, služby či firmu odporúčal iným.

Zvyčajne ide o neplatený marketing, a to v tom zmysle, že sa neplatí webovej stránke, na ktorej užívateľ informácie nájde, keďže nejde v pravom slova zmysle o reklamu. Preto sa mu aj hovorí marketing bez peňazí (Nytra, 2018).

Na publikovanie relevantného obsahu sa často používa firemný alebo osobný blog⁴. Obsahom nemusí byť len text (napr. zaujímavý článok), ale aj obrázky, videá, návody a pod.

Východiskom inbound marketingu je teda tvorba zaujímavého a užitočného obsahu. Potom je dôležitá optimalizácia vyhľadávačov⁵ tak, aby tento obsah bol na vo vyhľadávači aj

¹ Pull Strategy – metóda ťahu – snaha primáť zákazníkov, aby sa dopytovali po určitých výrobkoch u sprostredkovateľov ; Push Strategy – metóda tlaku – využíva bežný spôsob propagácie – osobný predaj, reklamu a propagáciu predaja – na pomoc predaju celého marketingového mixu členom distribučnej cesty (McCarthy – Perreault, 1995, 540).

² Alebo by sa to dalo chápať v tom zmysle že ide o informácie odchádzajúce zo zdroja k zákazníkovi.

³ Konverzný pomer – pomer tých, ktorí zavŕšia požadovanú akciu (napr. objednávajú si tovar) ku všetkým návštevníkom webu. Udáva sa v percentách.

⁴ V oblúbe je najmä blogovací systém WordPress. Je zadarmo aj na komerčné využitie

⁵ Optimalizácia vyhľadávača – SEO (Search Engine Optimization) – znamená získať s čo najmenšími nákladmi vysokú a cieleňú návštevnosť (len cieleňých návštevníkov možno konvertovať na zákazníkov), t. zn. zaistiť webovej stránke dostatočnú viditeľnosť. Je teda nevyhnutné, aby vyhľadávač vypisoval daný web na začiatku výsledkov vyhľadávania (keďže väčšina užívateľov vyhľadávača prejde len prvú stránku a na nej klikajú hlavne

„vyhl'adateľný“. Na šírenie obsahu sa široko využívajú newslettery⁶, sociálne siete a pod. Na sledovanie pohybu zákazníkov sa využíva analytika webových stránok, ktorá prispieva k efektívnej starostlivosti o zákazníka.

Tabuľka 1: Porovnanie outbound a inbound marketingu

Outbound marketing	Inbound marketing
Komunikácia iba od zdroja k zákazníkovi.	Obojsmerná a interaktívna komunikácia.
Orientácia na predstavenie produktu.	Orientácia na prínos produktu pre zákazníka.
Zákazníka skôr irituje, osobitne pri častom zobrazovaní.	Zákazníka vzdeláva a baví, angažuje ho na ďalšie šírenie reklamy.
Vzťah so značkou vzniká nepriamo (sprostredkovaný príbeh a hodnoty, vizuálna identita).	Vzťah so značkou vzniká vzbudením záujmu, aktívnou účasťou na riešení problémov, priamym zdieľaním hodnôt.
Oslovuje starých, nových i bývalých zákazníkov a všade, dá sa prirovnať k plošnému bombardovaniu	Oslovuje nových zákazníkov na relevantných miestach a v najvhodnejšej fáze nákupného cyklu.
Nákladný – platíme za drahý reklamný priestor (bannery, PPC ⁷ , video reklama...)	Lacný – platíme za nápad a za vytvorenie hodnotného obsahu, priestor je už zadarmo.

Zdroj: Vyskočil, 2013

Inbound marketing sa rozvíja vo viacerých formách. Patria sem najmä varianty tzv. *word of mouth marketingu* (doslovne *marketingu hovoreného slova* – vhodnejšie by bolo *marketing slovného podania*).

Marketingové kampane typu *word-of-mouth* (WOM) sú veľmi populárne a obchodníci vedia, že spotrebiteľia, keď ide o rozhodnutia o kúpe, s väčšou pravdepodobnosťou dôverujú názorom a odporúčaniam svojich známych v porovnaní s tradičnou reklamou. V najnovšom prieskume amerického marketingového združenia a marketingovej asociácie Word of Mouth, viac ako 70% obchodníkov uviedlo, že používali alebo plánujú používať samotných spotrebiteľov na šírenie obsahu súvisiaceho s produktmi. V marketingovej kampani WOM spoločnosť posielala vzorky výrobkov vybranej skupine spotrebiteľov, zvyčajne označovanej ako *seeds* (semená), a vyzýva ich aby vyskúšali produkt a zdieľali informácie a svoje názory o výrobku s inými spotrebiteľmi. Takto „naočkované“ semená zvyčajne šíria informácie o produktoch vo forme príspevkov na on-line fórach, webových stránkach, sociálnych sieťach alebo ako recenzie na webových stránkach. Mnohé z týchto „prenosov semien“ je možné sledovať online prostredníctvom a sociálnych médií.

Účinok „očkovania“ semená šíria cez WOM prostredníctvom diskusie o svojich skúsenostiach s novým produktom a tým zvyšujú záujem iných spotrebiteľov, ktorí WOM zdieľajú a vytvárajú nové podania o produkte. Tento mechanizmus je základom úspechu každej očkovacej kampane a je známy ako *product seeding* – *rozosiavanie produktu*. (Bart, 2017).

na prvé tri výsledky). Preto treba presvedčiť vyhľadávača, že daný web je najzávažnejším výsledkom na hľadané kľúčové slovo. Jestvuje už asi 150 faktorov, podľa ktorých vyhľadávače radia výsledky hľadania .

⁶ Newsletter – elektronický spravodajca o novinkách. Najčastejšie ide o e-maily pravidelne zasielané odberateľom. Podľa zákona môže newsletter zasielať poštu len záujemcom, ktorí na to dajú súhlas. Inak ide o spam, za ktorý je možné vyrubiť pokutu.

⁷ Pay Per Click (platba za klik) – jeden zo spôsobov platby za reklamu na internete. Princíp PPC sa zakladá na tom, že za reklamu sa platí až keď sa dá predpokladať, že „zabrala“ teda vtedy, keď na ňu potenciálny klient klikol.

Medzi najrozšírenejšie varianty *word-of-mouth* marketingu patria:

- Content Marketing – obsahový marketing
- Buzzmarketing (Buzz Marketing) – marketing chýru (šepkanda)
- Viral Marketing – vírusový marketing
- Astroturfing – vytváranie klamného dojmu
- Community Marketing – marketing spoločenstiev – komunitný marketing
- Brand Blogging – značkové blogovanie, tvorba blogov o značke či produkte
- Referral programs – odporúčacie programy
- Conversation Creation, Conversation experiences/skill – tvorba konverzácií, konverzačné skúsenosti/zručnosti
- Evangelist Marketing – marketing zvestovateľov alebo marketingový evangelizmus

Obsahový marketing

Obsahový marketing (content marketing) patrí k novším podobám on-line marketingu. Predstavuje formu marketingovej komunikácie (word-of-mouth), pri ktorej sa dôraz kladie na obsah marketingovej zvesti. Najčastejšie sa využíva v prípadoch (a vtedy je aj najefektívnejší), keď treba, aby zákazník najprv pochopil, čo daný produkt (výrobok či služba) je, aby pochopil jeho účel, spôsob fungovania, v čom sú jeho výhody atď. Navyše možno zvest' doplniť príbehmi o vzniku produktu, historkami a skúsenosťami z jeho užívania, návodmi, radami a pod., čo môže produkt urobiť zaujímavejším. Obsah musí poskytovať cenné informácie, byť atraktívny natoľko, aby dokázal nielen prilákať, ale aj zapojiť cieľové publikum do komunikačného procesu.

Podstatou obsahového marketingu je teda tvorba, šírenie i výmena kvalitného a cenného obsahu, ktorý sa priamo alebo sprostredkované týka produktu. Pritom dochádza k nenásilnej propagácii produktu či značky. Zmyslom obsahového marketingu je vytvárať viac-menej dôverný vzťah s cieľovým publikom, so zámerom získať potenciálnych zákazníkov, ktorí budú ochotní kupovať výrobky, služby atď. určitej spoločnosti v blízkej či vzdialenejšej budúcnosti.

Pojem obsahového marketingu sa do širšieho povedomia marketérov dostal začiatkom tohto tisícročia. Za jeho pôvodcu sa považuje Joe Pulizzi, zakladateľ Inštitútu obsahového marketingu – Content Marketing Institute – v New Yorku (Content Marketing Institute, 2018). Možno ho však považovať skôr za autora termínu *content marketing* a tvorca stratégie on-line obsahového marketingu. Princípy toho, čo dnes nazývame obsahový marketing, sa využívajú omnoho dlhšie.

Pôvodne sa na šírenie kvalitného a cenného komerčného obsahu pre zákazníka používali printové médiá. Za priekopníka v tomto zmysle sa považuje firma John Deere⁸, ktorá v roku 1895 začala vydávať pre svojich zákazníkov magazín The Furrow plný zaujímavého obsahu týkajúceho sa jej produktov, ich používania, vrátane rôznych rád na riešenie problémov, návodov a pod. (McCoy, 2017). Magazín bol i je veľmi úspešný⁹. Zanedlho sa objavili nasledovníci ako Michelinov sprievodca (Le Guide Michelin) po hoteloch a reštauráciách

⁸ Americká firma, ktorá začala produkciou samočistiacich pluhov a dnes vyrába traktory, kombajny a inú techniku na mechanizáciu poľnohospodárstva. Venuje sa aj výrobe záhradnej a komunálnej techniky, špeciálnych strojov na úpravu a kosenie golfových ihrísk i strojov pre stavebníctvo a lesníctvo.

⁹ Vychádza dodnes a jeho on-line verzia je už príkladom moderného on-line obsahového marketingu (The Furrow 2018).

v roku 1900¹⁰, katalóg Sears Roebuck & Co. na počiatku 20. storočia, vydávaný Johnom W. Searsom z USA (Crouch, 2014). Oba boli tiež naplnené zaujímavým obsahom pre zákazníkov.

Za typický príklad toho, čo dnes nazývame obsahovým marketingom, možno považovať aj časopisy pre zberateľov, modelárov, „psíčkárov“, záhradkárov či iných „koníčkárov“. Publikovali zaujímavý a pútavý obsah týkajúci sa predmetov zbierania, modelovania, chovu, pestovania, majstrovania a pod. Takí zberatelia modelov (vlakov, automobilov, lietadiel, lodí...) sa intenzívne zaujímajú o históriu, pôvod, legendy, príbehy, anekdoty spojené s predmetmi, ktoré zbierajú a sami tento obsah očakávajú a vyhľadávajú.

Internet priniesol nové možnosti, nástroje a technológie pre rozvoj tejto formy komunikácie so zákazníkom. Najvyužívanejšou formou získavania informácií o produktoch je dnes práve vyhľadávanie na internete. A zaujímavý obsah je tým kľúčovým prvkom, ktorý dokáže ľudí na internetových vyhľadávačoch a sociálnych sieťach primáť k aktivite voči produktu či značke. Za aktivitu možno považovať žiadosť o podrobnú špecifikáciu, registráciu na odber noviniek atď., ale hlavne nákup produktu či služby.

Cieľom obsahového marketingu je teda prilákať pozornosť publika zaujímavým obsahom, zvýšiť povedomie o značke a získať dôveryhodnosť, zapojiť do komunikácie čo najväčšiu on-line komunitu užívateľov, generovať tak potenciálnych zákazníkov, rozširovať zákaznícku základňu a samozrejme v konečnom dôsledku zvýšiť objem predaja.

Community Marketing

Community Marketing – marketing spoločenstiev / komunitný marketing – ide v podstate o obsahový marketing, v ktorom sa dôraz kladie na vytváranie a spravovanie komunít na sociálnych sieťach, ktoré sa formujú okolo riešenia nejakého spoločného problému. Jeho cieľom je vytvoriť komunikačnú komunitu, diskusné fórum, zapojiť účastníkov do aktívnej konverzácie o možnostiach riešenia a hlavne o produktoch a službách, ktoré sa pri tom dajú využiť. Má spájať účastníkov jednak navzájom a jednak s určitou značkou s cieľom podporiť interakciu založenú na lojalite a spokojnosti.

Realizuje sa ako organický (či prirodzený), teda spontánny, a ako sponzorovaný komunitný marketing.

Pri organickom komunitnom marketingu účastníci spolupracujú bez podpory značky, komunikujú prostredníctvom twitterových účtov či iných fór. Spontánne sa kontaktujú, kladú otázky, zdieľajú spätnú väzbu a vytvárajú si vlastný postoj k nejakému produktu či značke. Ak účastníci fóra nie sú spokojní s výrobkom, konkrétny produkt a značka môžu utrpieť.

Sponzorovaný komunitný marketing je spojený s tvorbou sociálnych mediálnych platforiem podporovaných určitou značkou, ktoré umožňujú účastníkom komunikovať navzájom i so značkou samotnou. Monitorovaním interakcie s účastníkmi, serióznym zaobchádzaním s nimi, odpovedaním na otázky, zmierňovaním či elimináciou ich obáv a poskytovaním cenových prvotných informácií účastníckej základni možno účastníkov konvertovať na lojálnych zákazníkov, ktorí vidia v značke svojho priateľa a spojenca.

Výhodou je obojsmerná komunikácia, spätná väzba s účastníkmi/zákazníkmi, identifikácia ich potrieb a možnosť vývoja produktov zodpovedajúcich ich želaniam. Bonusom je aj zníženie komunikačných bariér, získanie statusu dôveryhodného poradcu a zníženie skepsy voči značke.

¹⁰ Okrem informácií o možnostiach a úrovni ubytovania a stravovania, obsahoval aj zoznam benzínových púmp, garáží, autoopravovní a informácie o cenách paliva a otváracích dobách. Tiež vychádza dodnes aj ako sprievodca pre turistiku so zaujímavým obsahom pre cestovateľov. Jeho on-line verzia je tak isto príkladom moderného content marketingu a obsahuje informácie o temer všetkých krajinách sveta, samozrejme aj Slovensku (Michelin, 2018).

V rámci sponzorovaného komunitného marketingu sa uplatňujú metódy *brand bloggingu* – tvorba blogov o značke či produkte, *referral programs* – odporúčacie programy či *tvorba konverzácií* – conversation creation, conversation experiences/skill.

Buzzmarketing

Buzzmarketing (aj buzz marketing) – marketing chýru (šepkanda) – je tiež istým variantom obsahového marketingu, ktorý kladie dôraz na spôsob ako vzbudiť pozornosť a zviditeľniť značku. Je to forma marketingovej komunikácie, ktorá má vyvolať rozruch a šíriť marketingovú zvesť ako chýr. Nie je nevyhnutné aby to bol dobrý chýr, veď zlý chýr sa šíri rýchlejšie a ďalej ako dobrý. Hlavne aby to vyvolalo spomínaný rozruch (hoci aj škandál) a záujem, aby sa o tom hovorilo – a v rámci toho sa do povedomia dostane aj produkt či značka s tým spojená.

Buzzmarketing možno chápať aj ako nízkonákladovú formu spontánnej marketingovej komunikácie vyvolanú vhodne vybudným podnetom voči potenciálnym priaznivcom, zákazníkom, užívateľom a pod. (Rostecký, 2012).

Za súčasť buzzmarketingu sa často považuje aj *vírusový marketing*¹¹ a *astroturfing*¹², keďže tieto formy marketingovej komunikácie sú tiež spojené s vyvolávaním istého rozruchu.

Marketing zvestovateľov

Evangelist marketing – marketing zvestovateľov či marketingový evangelizmus – je pokročilá forma marketingu slovného podania, pri ktorej spoločnosti rozvíjajú u klientov takú silnú vieru vo výlučnosť produktu či služby, že klient-zvestovateľ horlivo a bezplatne radí iným klientom, aby si ten produkt kúpili a užívali. Klient-zvestovateľ sa dobrovoľne stáva stúpencom značky a koná v mene spoločnosti. Cieľom klientov-zvestovateľov však nie slúžiť konkrétnej spoločnosti, ale byť na ošoh ostatným ľuďom. Keďže konajú nezávisle od spoločnosti, dokážu mať veľmi veľký vplyv na potenciálnych zákazníkov. To, že zvestovateľ nie je platený a nespájajú ho profesijne so žiadnou spoločnosťou, robí jeho rady a odporúčania vysoko doreveryhodnými. (Golfayn, 2016).

ZÁVER

Dynamický rozvoj marketingových postupov spôsobuje aj nemalé terminologické problémy. Komunita marketingových specialistov je nesmierne široká, jazykovo, kultúrne i geograficky značne diferencovaná. Samozrejme, že komunikácia o rôznych inováciách je potom veľmi komplikovaná a často sa stáva, že sa vytvára viacero termínov pre v podstate analogickú novú formu či metódu marketingu, aj keď spojujúcim jazykom je angličtina. To značne komplikuje identifikáciu a rozlíšenie a následnú klasifikáciu nových podôb marketingu. Tak isto sa stáva problémom preklad nových termínov do národných jazykov, kde doslovný preklad často nevystihuje a niekedy dokonca zahmlieva podstatu. V našom príspevku je to zrejmé už z rozlíšenia inbound a outboud marketingu, kde doslovný preklad „prichádzajúci“ a „odchádzajúci“ marketing je dosť mätúci. Treba potom uvažovať o slovenských termínoch, ktoré by ich lepšie

¹¹ Vírusový marketing je marketingová komunikačná technika využívajúca najmä sociálne siete na šírenie komerčného posolstva zakomponovaného do určitého chýru, ktorý je natoľko „chytľavý“, že motivuje príjemcu na to, aby ho spontánne posielal ďalej.

¹² Astroturfing predstavuje jednu z foriem gerillového marketingu. Ide o nekalú praktiku PR, o vytváranie klamného dojmu, že určité spoločenstvo (verejnosť, odborníci, čitatelia, „ľudia z ulice“ a pod.) majú určitý názor, zastávajú určitý postoj, uprednostňujú niektoré produkty či služby. Často sa využíva v politickom marketingu.

vystihli. Napríklad v prípade pojmov *inbound* a *outbound* marketing by možno bolo výstižnejšie použiť výrazy charakterizujúce ich z hľadiska pôsobenia na zákazníka – *nevtieravý* a *vtieravý* marketing (?).

V našom príspevku sme sa snažili identifikovať, analyzovať a klasifikovať nové formy a metódy marketingovej komunikácie. Zamerali sme sa na formy a metódy v rámci inbound marketingu, špeciálne na varianty word-of-mouth marketingu. Tým sme chceli prispieť aj ku konsolidácii terminológie v tejto oblasti.

LITERATÚRA

- Bart, Y. (2017): "Product Seeding: Word-of-Mouth Effects For and Beyond the Focal Product", GfK Marketing Intelligence Review, Vol. 9, No. 1 (May), pp. 24 – 29. [online] [citované 2018-11-11]. Dostupné na: <https://www.gfk-verein.org/en/publications/gfk-marketing-intelligence-review/all-issues/connected-consumer/product-seeding-word-mouth-effects-and-beyond-focal-product>
- Content Marketing Institute. 2018. [on-line] [citované 2018-11-11]. Dostupné na: <https://contentmarketinginstitute.com>
- Crouch, R. 2014 "Fascinating" Content Marketing? In: *Trans*². [on-line] [citované 2018-11-11] Dostupné na: <http://trans-2.com/fascinating-content-marketing/>
- Golfayn, A. L. 2016. *Evangelist Marketing*. Audiobook. Audible Studios on Brilliance Audio; Unabridged edition. ISBN 978-1511383332
- McCarthy, J. E. – Perreault, W. D., Jr. 1995. *Základy marketingu*. Victoria publishing, Praha 1995, s. 540
- McCoy, J. 2017. Was John Deere the First Proponent of Content Marketing? The Story that Started in 1895. In: *Express Writers* [on-line] [citované 2018-11-11]. Dostupné na: <https://expresswriters.com/the-story-of-john-deere-and-content-marketing/>
- Michelin travel guide Slovakia 2018, [on-line] [citované 2018-11-11]. Dostupné na: <https://travelguide.michelin.com/europe/slovakia>
- Nytra, D. 2018. Marketing bez peněz: Inbound Marketing! In: Blog *HubSpot Academy*. [online] [citované 2018-11-11]. Dostupné na: <https://www.danielnytra.cz/marketing-bez-penez-inbound-marketing/>
- Rostecký, J. 2012. Buzz marketing: Chcete si pošuškát o tom, v čem to vlastně spočívá? In: *Mladý Podnikatel.cz* [online] [cit. 2018-11-11]. Dostupné na: <http://mladypodnikatel.cz/buzz-marketing-o-cem-je-t883>
- The Furrow 2018, [on-line] [citované 2018-11-11]. Dostupné na: (<https://www.johndeerefurrow.com/>)
- Vyskočil, T. 2013. Inbound marketing. In: *H1 blog* [online] [citované 2018-11-11]. Dostupné na: <http://blog.h1.cz/aktualne/inbound-marketing/>

Afiliácia k projektu: Príspevok je čiastkovým výstupom výskumnej úlohy KEGA č. 031STU-4/2018 „Inovácia výučby ekonomických a manažérskych predmetov na FCHPT STU v Bratislave“ riešenej na Ústave Manažmentu STU v Bratislave.

Autori:

Doc. PhDr. Dušan Špirko, PhD.

Slovenská Technická Univerzita

Ústav manažmentu

Vazovova 5

Bratislava

Tel.: 0918 669 112

e-mail: dusan.spirko@stuba.sk

Ing. Hana Janáková, PhD.

Slovenská Technická Univerzita

Ústav manažmentu

Vazovova 5

Bratislava

Tel.: 0918 669 028

e-mail: hana.janakova@stuba.sk

POKYNY PRE AUTOROV

1. Články predložené k publikovaniu musia byť zamerané na ekonomickú a manažérsku problematiku.
2. Príspevky sa uverejňujú v slovenskom, českom, ruskom a anglickom jazyku.
3. Podmienkou uverejnenia príspevku je jeho originalnosť (pôvodnosť). Odovzdaním príspevku autor prehlasuje, že príspevok nebol doteraz publikovaný alebo ponúknutý k publikácii inému vydavateľovi.
4. V časopise sa uplatňuje systém anonymného recenzovania (peer-review) pre overenie vedeckej kvalifikácie článkov, každý príspevok je posudzovaný dvoma nezávislými recenzentami. Príspevky boli schválené na publikovanie Vedeckou radou časopisu.
5. Vedecká rada a Redakčná rada časopisu rozhodujú o prijatí príspevku na uverejnenie na základe recenzných posudkov. Vydavateľ si vyhradzuje právo príspevok odmietnuť.
6. Príspevky nie sú honorované. Redakcia si vyhradzuje právo požadovať od autora, po rozhodnutí o prijatí jeho príspevku na uverejnenie, participáciu na nákladoch spojených s realizáciou tlačenej formy časopisu v sume 40,- €.
7. **Autori posielajú príspevky upravené po formálnej stránke podľa „Konceptu príspevku do časopisu“.** Za jazykovú úpravu príspevkov zodpovedajú autori. Tlač časopisu je čiernobiela. Autori uvádzajú v príspevku obrázky, grafy, diagramy v čierno-bielom prevedení.
8. Poznámky, ktoré patria pod čiaru sa čísloujú podľa poradia v texte. Tabuľky a ilustrácie (obrázky, schémy, grafy, diagramy) sa čísloujú samostatnými číselnými radmi podľa poradia v texte. Pod každou tabuľkou alebo ilustráciou je potrebné uviesť zdroj, z ktorého autor čerpal údaje. Na tabuľky a ilustrácie musia byť odkazy v texte príspevku.
9. Citácie literatúry sa uvádzajú podľa Metódy prvého údaju a dátumu (ISO 690) v nasledovnom formáte:
Jeden zdroj, jeden autor: (Autor, 2000)
Jeden zdroj, viac autorov: (Autor a kol., 2005)
Viac zdrojov: (Autor1, 2009; Autor2, 2010)
10. V zozname literatúry na konci príspevku sa jednotlivé položky uvádzajú v abecednom poradí (nečísľujú sa). Pre on-line dokumenty je povinný dátum citovania a dostupnosť.
11. Maximálny rozsah príspevku je 15 strán, vrátane príloh a zoznamu literatúry. Formát stránky A4 (210 x 297 mm), okraje: pravý 2,5 cm, ľavý 2,5 cm, horný 3 cm, dolný 2,5 cm. Riadkovanie je jednoduché. Stránky sa nečísľujú.
12. Štruktúra príspevku je uvedená v tabuľke č. 1.

Tabuľka 1: Štruktúra príspevku

Štruktúra	Písmo
NÁZOV PRÍSPEVKU V PÔVODNOM A ANGLICKOM JAZYKU	Times New Roman, veľ. 16 Zarovnanie na stred
Meno a priezvisko autora (ov) – bez titulov	Times New Roman, veľ. 12 Zarovnanie na stred
<i>Abstrakt v anglickom jazyku</i>	Text - Times New Roman, veľ. 10, Italic
<i>Kľúčové slová v anglickom jazyku (5-6 slov)</i>	Times New Roman, veľ. 10, Italic
JEL Classification	Times New Roman, veľ. 10, zarovnanie doľava, Italic. Vid' napr.: https://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php?view=econlit
ÚVOD CIEĽ A METODIKA VÝSLEDKY A DISKUSIA ZÁVER	Times New Roman, veľ. 14, Bold, všetky písmená veľké Kapitoly číslojte arabskými číslicami
Text príspevku	Times New Roman, veľ. 12 Odsadenie prvého riadku v odseku tabulátorom 1,25 cm
Tabuľka 1: Názov tabuľky Graf 1: Názov grafu Obrázok 1: Názov obrázku	Times New Roman, veľ. 12, Bold Umiestniť nadpis nad tabuľkou, zarovnať vľavo Umiestniť nadpis pod graf, centrovať Umiestniť nadpis pod obrázok, centrovať Zdroj umiestniť pod tabuľku, zarovnať vľavo Zdroj umiestniť pod graf, obrázok, centrovať (Times New Roman, veľ. 10, Italic)
LITERATÚRA	Times New Roman, veľ. 14, Bold, všetky písmená veľké Radiť v abecednom poradí, nečíslovať
Autor: Titul, meno a priezvisko Názov pracoviska Adresa pracoviska Tel.: 0000000000000 e-mail: some@who.com	Times New Roman, veľ. 12 Zarovnať doľava

Autori posielajú príspevky upravené po formálnej stránke podľa „Konceptu príspevku do časopisu“ uverejnenom na internetovej stránke časopisu www.maneko.sk.

Príspevky do čísla 1/2019 prijíma redakcia časopisu do 15. apríla 2019

MANEKO

časopis o ekonomike a manažmente priemyselných podnikov

MANEKO prináša vedecké články, diskusné príspevky a recenzie odborných prác zaoberajúce sa problematikou ekonomiky a manažmentu priemyselných podnikov z oblastí všeobecného manažmentu, finančného manažmentu, manažmentu kvality, environmentálneho manažmentu, manažmentu ľudských zdrojov, manažmentu malých a stredných podnikov, marketingu, controllingu, logistiky, strategického manažmentu podnikov a podobne. Umožňuje publikovanie vedeckých a odborných prác pre cieľovú skupinu vysokoškolských pedagógov a vedeckých pracovníkov, ale zároveň dáva príležitosť pre publikovanie príspevkov aj doktorandom a odborným pracovníkom z podnikovej praxe, verejnej správy a pod.

Vedecký časopis MANEKO (Manažment a ekonomika podniku) vydáva Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií Ústavu manažmentu STU v Bratislave vo Vydavateľstve SPEKTRUM STU Bratislava

Vychádza dvakrát do roka, ročník 10, 2018, č.2

Tlač: For Press NITRIANSKE TLAČIARNE, s.r.o.

Adresa redakcie: Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií

ÚM STU, Vazovova 5, 812 43 Bratislava

Za jazykovú úpravu príspevkov zodpovedajú autori

Registračné číslo MK SR EV 2908/09

Dátum vydania periodickej tlače: december 2018

© Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií Ústavu manažmentu
STU v Bratislave, Bratislava 2018

ISSN 1337-9488 (tlačené vydanie)

ISSN 1338-5127 (elektronické vydanie)