

PREFERENCIE VYSOKOŠKOLSKÝCH ŠTUDENTOV V PROFESIONÁLNO M ŽIVOTE A ICH PREDSTAVY O VLASTNOM PODNIKANÍ

E + M

Marta Flešková, Barbora Babiaková, Gabriela Nedelová

Úvod

Jedným z najväčších problémov krajín Európskej únie v súčasnosti je nezamestnanosť, a najmä jej vysoká miera medzi mladými ľuďmi. Riešením nie je snaha premeniť všetkých nezamestnaných na úspešných podnikateľov, napriek tomu, začať podnikáť je pre mladých ľudí jednou z možností a atraktívnych príležitostí. Podnikanie sa považuje tiež za cestu ako prekonať chudobu a diskrimináciu na trhu práce [6].

Ako uvádza renomovaný sociológ Kenneth Roberts [14, s. 38] „mladí nezamestnaní sú skupinou, ktorá pravdepodobne najmenej disponuje tým, čo robí podnikanie úspešným.“ Podľa K. Roberta je typickým podnikateľom – začiatočníkom muž vo veku okolo 30 rokov s pracovnými skúsenosťami a zručnosťami, ktoré mu umožňujú identifikovať sa s pracovným miestom, ktorý už pozná podmienky súťaže na trhu, pozná potenciálnych dodávateľov a zákazníkov, prípadne aj tých, ktorí môžu investovať pracovný kapitál. Tento hendikep zrejme spôsobuje, že aj v krajinách EÚ sú mladí začínajúci podnikatelia v menšine.

V roku 2007 uskutočnila Európska komisia prieskum podnikavosti v 28 krajinách (členské štáty EÚ, USA, Nórsko a Island). Cieľom tohto prieskumu bolo lepšie porozumieť podnikavosti skúmaním toho, čo poháňa podnikavého ducha, prečo sa ľudia stávajú podnikateľmi a akým prekážkam čelia (Európsky portál pre malé a stredné podniky – Podpora podnikania). Výsledky prieskumu preukázali, že v členských štátoch EÚ je v porovnaní s USA ešte vždy menší záujem o vlastné podnikanie – kým v USA sa chce stať podnikateľom a sám sebe šéfom 61 % obyvateľov, v krajinách EÚ je to len 45 %. Viac ako polovica Európanov (51 %) sa obáva bankrotu, 38 % sa bojí neistoty príjmov. V USA nikdy neuvažovalo o vlastnom podnikaní len 27 % občanov, v EÚ je ich takmer dvakrát toľko (49%). Pozitívnejšia situácia je v nových členských štátoch, kde len 40 %

obyvateľov nikdy nezamýšľalo založenie vlastného biznisu. Ďalšie výsledky preukázali optimistickjší výhľad do budúcnosti: viac ako polovica mladých Európanov (15–24 rokov) túži podnikáť. Tento záujem je ešte enormnejší medzi mladými ľuďmi v nových členských krajinách, kde sa túži stať podnikateľom až 62 % z nich [5].

Myšlienku podnikania mladých ľudí podporuje aj Európska komisia, podľa ktorej je podpora nového podnikania ústredným faktorom pri vytváraní pracovných príležitostí a zlepšovaní konkurencieschopnosti a rastu celej Európy. V máji 2009 preto zorganizovala prvý Európsky týždeň malého a stredného podnikania. Cieľom tohto podujatia bolo informovať malé a stredné podniky o dostupnej podpore na úrovni EÚ a národnej úrovni a povzbudiť viac ľudí, aby sa stali podnikateľmi.

Definícia Európskej komisie hovorí, že podnikanie sa vzťahuje na schopnosť jednotlivca zmeniť myšlienky na skutky. Zahŕňa kreativitu, inováciu a prijímanie rizika, ako aj schopnosť plánovať a riadiť projekty za účelom dosiahnuť ciele. Takéto charakteristiky podporujú človeka v každodennom živote doma a v spoločnosti, pracujúcich ľudí, aby si boli vedomí kontextu práce, a aby mohli využiť príležitosti. Sú aj základom pre špecifickejšie zručnosti a vedomosti, ktoré potrebujú podnikatelia zakladajúci podnik zameraný na spoločenskú alebo obchodnú činnosť. (Návrh odporúčania Európskeho parlamentu a Rady o kľúčových zručnostiach pre celoživotné vzdelávanie, KOM (2005) 548. Príloha bod 7).

Podnikanie v SR nemá dlhú tradíciu (ak neberieme do úvahy obdobie aj prvej československej republiky). Po jeho znovuoživení po roku 1989 ekonómovia i politici venujú pozornosť najmä úprave vonkajších podmienok pre podnikanie, vytváraniu podnikateľského prostredia, zákonom upravujúcim podnikateľskú činnosť. Takmer vôbec alebo len veľmi málo sa myslí na to, že realizátorom podnikania je človek so svojimi

predstavami, túžbami, motívmi, postojmi, ktoré ho vedú k tomu, aby podnikal, založil si firmu, stal sa sám sebe zamestnávateľom. Rozvoj podnikania a vzťahu k podnikaniu zdôrazňujú aj J. Marasová Z. Onderufová [13], považujú ho za prostriedok vytvárania nových pracovných miest, technického a technologického pokroku, ale aj plnšej sebarealizácie ľudí a ich potenciálu. Táto skutočnosť nás viedla k realizácii výskumu medzi mladými ľuďmi, ktorým sme chceli zistiť, aké sú ich predstavy o vlastnom profesionálnom živote, do akej miery uvažujú o využití možnosti podnikat' a čo od podnikania očakávajú.

1 Teoretické východiská skúmaného problému

V teórii manažmentu vyspelých krajín sa podnikanie chápe ako vlastnosť človeka, jeho umenie inovovať, motivovať, vytvárať a využívať príležitosti na rozvoj výrobnéj a hospodárskej činnosti, na zvýšenie prosperity podnikateľského subjektu [11].

Konkrétnejšiu definíciu ponúka Obchodný zákonník (§2, odst. 1) [18], v ktorom sa podnikaním rozumie sústavná činnosť vykonávaná samostatne podnikateľom vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku. Podnikanie sa vyznačuje nasledovnými znakmi: sústavnosť, samostatnosť, konanie vlastným menom a na vlastnú zodpovednosť, dosiahnutie zisku.

Úspešná podnikateľská činnosť si vyžaduje subjektívne a objektívne predpoklady, ktoré by mali v hospodárskej praxi tvoriť organicky súvisiaci celok. Podľa A. Čapeka (1990), k objektívnym predpokladom, ktoré stimulujú podnikanie v trhovej ekonomike patrí slobodná a otvorená ekonomika umožňujúca rovnaký prístup k využitiu podnikateľských príležitostí, právne záruky vlastníckych práv a dlhodobá stabilita takto charakterizovaného inštitucionálneho rámca [16].

Objektívne predpoklady sa prejavujú ako tzv. vonkajšia a vnútorná podnikavosť. Vonkajšia podnikavosť sa chápe ako schopnosť objasniť, či zámerne vytvoriť a v nadväznosti aj efektívne využiť príležitosti, ktoré vznikajú na základe interakcie podnikateľského subjektu a podnikateľského prostredia. Vnútorná podnikavosť sa vysvetľuje ako využívanie ekonomických príležitostí, ktoré v sebe skrýva vlastný podnikateľský subjekt. Vnútorná podnikavosť často vytvára predpoklady na využitie vonkajšej podnikavosti a naopak [16].

K subjektívnym predpokladom podnikania patria najmä individuálne vlastnosti, ktoré závisia od človeka, jeho schopnosti, pripravenosti, ale aj motivácie k podnikaniu. Jednotlivec – podnikateľ, má určitú osobnostnú charakteristiku, ktorá je odrazom jeho vlastných schopností na podnikanie. Každý podnikateľ by mal mať určité charakteristické črty, medzi ktoré patrí iniciatívnosť, nezávislosť a schopnosť podstupovať riziká. Mal by mať optimistický pohľad do budúcnosti, potrebu presadiť sa v kolektíve, prirodzenú autoritu a prevahu, pozitívnu predstavu o sebe. Mal by si stanovovať náročné ciele a následne sa snažiť ich realizovať [11].

Problematike podnikania a podnikavosti sa systematicky venuje americká a západoeurópska odborná literatúra viac ako 30 rokov. Existuje celý rad teórií a konceptov, ktoré sa snažia objasniť pojem podnikanie, podnikavosť, orientácia na podnikanie, ako aj snahy skonštruovať techniky na meranie tendencie, úmyslu resp. postoja k podnikaniu. Využívajú sa pritom všeobecnopsychologické poznatky a psychologické teórie o osobnostných črtách, postojoch, atribúciách, sebúčinnosti, plánovanom správaní a pod., so snahou o ich aplikáciu na podnikanie a zámer podnikat'.

Meranie vlastností potrebných pre podnikanie bol jeden z modelov, na základe ktorého S. Caird (1991) skonštruoval General Enterprise Tendency Test, merajúci päť kľúčových vlastností dôležitých pre podnikanie: kalkulovanie s rizikom, tvorivosť, vysoká potreba výkonu, vysoká potreba autonómie a vnútorné miesto kontroly [2, s. 482]. Teórie založené na črtovom modeli sa dnes už považujú za statické, pretože podnikateľské zručnosti podliehajú učeniu, dajú sa cez skúsenosť rozvíjať. Preto sa pozornosť výskumníkov obrátila na meranie postojov. Postoj sa definuje ako „naučená predispozícia reagovať konzistentným, hodnotiacim spôsobom voči psychologickému objektu“ [10, s. 263]. Je v ňom obsiahnutá zložka kognitívna, afektívna a konatívna. Dôležité je, že sa dajú meniť. Merací nástroj vychádzajúci z trojzložkového modelu postoja skonštruoval P. B. Robinson a kol. (1991), zisťoval ním postoje ľudí k štyrom dimenziám súvisiacich s podnikaním: úspech v podnikaní, sebaúcta v podnikaní, osobná kontrola podnikateľských prínosov a inovácie v podnikaní [2].

Ďalší intenzívny výskum postojov kognitívnymi psychologmi viedol k objasneniu vzťahu postojov

a správania. Najznámejší je model M. Fishbeina a I. Ajzena (1975), ktorí vo svojej teórii odôvodneného správania (Theory of reasoned behavior) rozlišujú medzi skutočným správaním a zámerom konať. Zámer konať (behavioral intention) je podľa nich indikátorom pripravenosti osoby prejavíť isté správanie a považujú ho za okamžitý antecedent správania. Je založený na postojoch k správaniu a subjektívnej norme. Postoje vedú k zámeru konať, nie priamo k správaniu. Súčasne upozorňujú na faktory, ktoré môžu zabrániť realizácii skutočného správania v súlade so zámerom konať, alebo môžu správanie modifikovať. Do svojho modelu začlenili novú kategóriu – subjektívne vnímaný tlak sociálneho prostredia na konanie istým spôsobom [10]. Neskôr I. Ajzen (1991) v teórii plánovaného správania (Theory of planned behaviour) rozšíril tento model o ďalší prediktor zámeru konať – vnímanú kontrolu správania, t.j. vnímanú mieru obťažnosti uskutočniť dané správanie. Prediktormi zámeru konať sú v tomto modeli: postoj k správaniu (sú to presvedčenia jednotlivca o tom, že správanie priniesie dané výsledky a ich hodnotenie), subjektívna norma (presvedčenia o očakávaníach iných ľudí a motivácia vyhovieť im) a vnímaná kontrola správania (presvedčenia o prítomnosti faktorov, ktoré môžu uľahčovať alebo sťažovať správanie) [1]. Ajzenovu teóriu plánovaného správania vo svojich výskumoch využívajú viacerí autori najmä pri vývoji techník na meranie zámeru podnikat' [17] [12].

Terminologická nejednotnosť, keď sa v súvislosti so zámerom podnikat' (entrepreneurial intent) používajú termíny ako profesionálna orientácia (career orientation), pracovné aspirácie (vocational aspirations), začínajúci podnikateľ (nascent entrepreneurs), výhľad samozamestnania (outlook on self-employment), túžba mať vlastný biznis (desire to own a business) viedla Edmunda R. Thompsona [17, s. 676] k objasneniu a definovaniu tohto pojmu. „Individuálny zámer podnikat' je sebaopotvrdzujúce presvedčenie osoby, že má úmysel začať nový podnikateľský pokus a vedome plánuje tak urobiť v istom okamihu v budúcnosti“. Ako ďalej uvádza citovaný autor, tento okamih v budúcnosti môže byť blízky alebo presne neurčený a tiež nemusí byť nikdy dosiahnutý. Tí, ktorí majú úmysel podnikat' v skutočnosti nemusia nikdy založiť vlastný podnik, pretože im to znemožnia osobné alebo vonkajšie okolnosti. Niektorí sa môžu stať začínajúcimi podnikateľmi tak, že formálne založia

firmu. Zatiaľ čo zámer podnikat' je nevyhnutnou podmienkou pre začínajúceho podnikateľa, aby sa niekto stal podnikateľom musí mať buď zámer podnikat' alebo je podnikateľský zámer nevyhnutným dôsledkom podnikania. Intenzita úmyslu podnikat' je u každého človeka iná a môže sa meniť aj u samotného jednotlivca v rôznych obdobiach a v závislosti od okolností.

2 Preferencie v pracovnom živote a zámer podnikat'

V zamestnaní strávi človek podstatnú časť svojho života. Aj keď profesionálny vývin sa začína oveľa skôr, reálnejší charakter nadobúdajú predstavy o svojom zamestnaní v období adolescence a ranej dospelosti. Čo považujú za dôležité mladí ľudia vo svojom budúcom profesionálnom živote, do akej miery uvažujú o vlastnom podnikaní a súvislostiach s ním spojených sme sa snažili zistiť v skupine vysokoškolských študentov.

2.1 Cieľ výskumu

Cieľom výskumu bolo zistiť preferencie vysokoškolských študentov v profesionálnom živote a ich úvahy nielen o možnosti uplatniť svoje schopnosti a vedomosti v pozícii zamestnanca, ale aj o možnosti vytvoriť si prácu založením vlastného podniku, spoločnosti a pod. Analyzovali sme tiež vybrané súvislosti (podnikanie rodičov a príbuzných, sebahodnotenie schopností potrebných pre podnikanie) ovplyvňujúce rozhodnutie vytvoriť si prácu za založením vlastného podniku. Sledovali sme rozdiely z hľadiska rodu, študijného zamerania a bydlička.

V súvislosti s cieľom výskumu sme sa snažili nájsť odpovede na tieto výskumné otázky:

1. Aké sú preferencie vysokoškolských študentov v profesionálnom živote, sú rozdielne z hľadiska rodu, bydlička a typu navštevovanej vysokej školy?
2. Koľko je tých študentov, ktorí uvažujú, resp. je im blízka myšlienka o vlastnom podnikaní?
3. Majú študenti, ktorí by po skončení školy volili vlastné podnikanie iné preferencie v pracovnej oblasti ako študenti, ktorí by volili prácu u niekoho ako zamestnanec?
4. Aké sú predstavy vysokoškolákov o vlastnom podnikaní a aké prínosy z vlastného podnikania očakávajú?

5. Majú študenti, ktorí by po skončení školy volili vlastné podnikanie iné očakávania od vlastného podnikania ako študenti, ktorí by volili prácu u niekoho ako zamestnanec?
6. Existuje vzťah medzi úvahami o uplatnení sa v rámci vlastného podnikania a hodnotením vlastných schopností potrebných pre podnikanie?
7. Existuje vzťah medzi podnikaním rodičov a tendenciou k vlastnému podnikaniu ich detí?

2.2 Hypotézy

- H1: Predpokladáme štatisticky významné rozdiely medzi preferenciami študentov v pracovnej oblasti z hľadiska rodu, bydliska a typu navštevovanej školy.
- H2: Predpokladáme rozdielne preferencie v pracovnej oblasti medzi študentmi, ktorí majú zámer podnikat a študentmi, ktorí chcú pracovať ako zamestnanci.
- H3: Predpokladáme, že študenti uvažujúci o podnikaní budú štatisticky významne viac preferovať samostatnosť v práci, zodpovednosť, možnosť využívať vlastnú tvorivosť, realizovať svoje sny, byť sám sebe šéfom.
- H4: Predpokladáme štatisticky významný vzťah medzi zámerom podnikat po skončení štúdia a hodnotením vlastných schopností potrebných pre podnikanie.
- H5: Predpokladáme, že medzi podnikaním rodičov a detí bude štatisticky významný korelačný vzťah.

2.3 Metódy výskumu

Údaje o postojoch a názoroch študentov na vlastné podnikanie sme získali prostredníctvom dotazníka. Ide o dotazník skonštruovaný v rámci výskumu CERAG (Centrum štúdií a výskumu v oblasti riadenia, Grenoble, Francúzsko). Väčšia časť dotazníka má podobu behaviorálnych výrokov, týkajúcich sa profesionálneho života, prínosov z vlastného podnikania, pravdepodobnosti, že po skončení štúdia začnú študenti vlastné podnikanie a otázky súvisiace s podnikaním, ku ktorým sa respondenti vyjadrujú na sedembodovej škále. Dotazník obsahuje aj základné demografické údaje o respondentoch. V príspevku analyzujeme odpovede na vybrané položky dotazníka.

Výsledky sme spracovali za celý súbor a pri vybraných problémoch bol triediacim kritériom rod, študijné zameranie, bydlisko a úmysel po skončení štúdia podnikat.

Na štatistické spracovanie údajov sme použili softvér SPSS. Využili sme viacero štatistických postupov: binomický test, Mann-Whitneyho U test, Wilcoxonov test párových hodnôt, Spearmanov korelačný koeficient a Friedmanov test. Výsledky sme analyzovali na hladine významnosti 0,05.

2.4 Výskumná vzorka

Výskumnú vzorku tvorilo spolu 298 vysokoškolských študentov slovenských vysokých škôl (ŽU v Žiline, TU vo Zvolene, EF UMB v Banskej Bystrici, FSEV TU v Trenčíne). Z celkového počtu bolo 148 študentov technického zamerania a 150 študentov ekonomického zamerania, 139 mužov a 159 žien, 190 študentov pochádzalo z mesta a 108 z vidieka. Priemerný vek študentov technického zamerania bol 22,4 rokov, ekonomického zamerania 21,8 rokov. Išlo o študentov predposledného a posledného ročníka štúdia, u ktorých sme predpokladali vyhranenejší názor na svoju profesionálnu budúcnosť. Pre výber výskumnej vzorky sme zvolili kritérium dostupnosti.

3 Analýza a interpretácia výsledkov výskumu

Výsledky realizovaného výskumu prezentujeme v poradí podľa stanovených problémov a výskumných hypotéz.

3.1 Preferencie vysokoškolských študentov v pracovnej oblasti

Obdobie vysokoškolského štúdia je časom, keď si mladí ľudia ujasňujú a stabilizujú svoje predstavy o budúcom povolani. Tieto predstavy sa zreálňujú najmä v dôsledku hlbšieho zoznamovania sa s predmetom štúdia, ale u mnohých aj s prvými skúsenosťami zo sveta práce.

Aké sú preferencie našich respondentov v pracovnej oblasti sme zisťovali otázkou, v ktorej sme im predložili 23 výrokov týkajúcich sa profesionálneho života a ich úlohou bolo na 7 bodovej škále vyznačiť mieru dôležitosti jednotlivých faktorov pre svoj profesionálny život. Výsledky uvádzame v tabuľke 1.

Tab. 1: Deskriptívna štatistika premenných dôležitých pre profesionálny život z pohľadu študentov (N=298)

Por.	Preferencie v pracovnom živote	Aritmetický priemer	Štandardná odchýlka	Min.	Max.
1.	Mať zaujímavú prácu	2,36	1,104	-1	9
2.	Mať príležitosť kariérneho rastu	2,26	1,183	-2	9
3.	Mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov	2,23	1,265	-2	9
4.	Realizovať svoje sny	2,07	0,937	-2	3
5.	Mať istotu zamestnania	2,01	1,187	-3	9
6.	Mať stály príjem	1,87	1,345	-2	9
7.	Mať vysoký zárobok	1,85	1,180	-3	9
8.	Využívať vlastnú tvorivosť	1,82	1,055	-2	3
9.	Dostávať odmeny	1,71	1,637	-2	9
10.	Mať podnetné zamestnanie	1,56	1,132	-2	3
11.	Nemať tresujúcu prácu	1,39	1,668	-3	9
12.	Robiť niečo užitočné pre spoločnosť	1,36	1,137	-3	3
13.	Byť samostatný v práci	1,31	1,178	-3	3
14.	Zúčastňovať sa na celom procese	1,21	1,202	-3	3
15.	Mať zodpovednosť	1,14	1,359	-2	9
16.	Byť sám sebe šéfom	1,11	1,584	-3	9
17.	Denne pracovať s ľuďmi	0,95	1,601	-3	9
18.	Mať moc	0,87	1,464	-3	9
19.	Patriť k uznávanej sociálnej vrstve	0,63	1,510	-3	9
20.	Preberať riziko	0,17	1,774	-3	9
21.	Nemať príliš veľa práce	0,01	1,861	-3	9
22.	Mať jednoduchú, nekomplikovanú prácu	-0,41	1,691	-3	9
23.	Nemať veľa zodpovednosti	-0,44	1,671	-3	9

Zdroj: vlastné spracovanie

Podľa poradia v tabuľke 1 je pre vysokoškolských študentov najdôležitejšie mať **zaujímavú prácu, príležitosť pre kariérny rast, možnosť realizovať svoje sny, využívať vlastnú tvorivosť**, ale aj **čas na oddych, rodinu a priateľov**. Popredné priečky patria **istote zamestnania a hmotnému zabezpečeniu** (vysoký a stály príjem, odmeny).

Hlbšia štatistická analýza pomocou Wilcoxonovho testu párových hodnôt ukázala, že položky na 1. až 9. mieste v tabuľke 1 sú pre profesionálny život respondentov rovnako dôležité (v ich dôležitosti

nie je štatisticky významný rozdiel), menej dôležité sú položky v poradí na 10. až 18. mieste a najmenej dôležité sú položky na 19. až 23. mieste.

V prvej hypotéze (H1) sme predpokladali, že budú rozdiely v tom, čo vysokoškolskí študenti preferujú vo svojom budúcom profesionálnom živote z hľadiska rodu, bydliska a študijného zamerania (ekonomický smer, technický smer).

Výsledky Mann-Whitneyho U testu pre všetky premenné tejto dotazníkovej položky uvádzame v tabuľke 2.

Štatistická analýza z hľadiska rodu ukázala, že pre študentov-mužov je štatisticky významne dôležitejšie: **mať istotu zamestnania, preberať riziko, denne pracovať s ľuďmi, patriť**

k uznávanej sociálnej vrstve, dostávať odmeny, mať príležitosť kariérneho rastu, mať zaujímavú prácu, realizovať svoje sny a robiť niečo užitočné pre spoločnosť. V ostatných

Tab. 2: Významné rozdiely v premenných dôležitých pre profesionálny život z hľadiska rodu, bydliska a študijného zamerania (ekonomické, technické) (N=298)

Premenné	Rod		Študijné zameranie		Bydlisko	
	M-W U test	p	M-W U test	p	M-W U test	p
Mať istotu zamestnania	9524,0	0,029	10450,0	0,407	8925,0	0,341
Mať stály príjem	10156,5	0,331	8600,5	0,001	8819,5	0,276
Nemať príliš veľa práce	9785,5	0,119	7781,0	0,000	6892,0	0,000
Nemať stresujúcu prácu	10180,5	0,210	8673,0	0,001	7860,0	0,026
Mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov	9979,0	0,150	8456,5	0,000	7880,5	0,024
Mať jednoduchú, nekomplikovanú prácu	10775,0	0,423	7808,5	0,000	6417,5	0,000
Nemať veľa zodpovednosti	10762,0	0,457	7685,0	0,000	6627,0	0,000
Preberať riziko	9186,5	0,025	10493,0	0,661	8351,5	0,149
Denne pracovať s ľuďmi	8771,0	0,002	9509,5	0,036	8600,5	0,190
Byť členom sociálneho prostredia	9139,5	0,007	8645,5	0,001	7470,0	0,004
Dostávať odmeny	8997,0	0,021	10051,5	0,438	7821,5	0,054
Mať vysoký zárobok	10601,0	0,374	10762,0	0,707	8533,0	0,168
Mať príležitosť kariérneho rastu	9630,0	0,045	8175,0	0,000	7258,5	0,001
Mať podnetné zamestnanie	10781,0	0,393	10325,0	0,238	9008,0	0,319
Mať zaujímavú prácu	9331,5	0,020	8997,0	0,005	8193,5	0,063
Byť samostatný v práci	10312,5	0,171	11149,5	0,972	9032,5	0,339
Byť si sám sebe šéfom	9771,5	0,084	8519,5	0,001	7356,5	0,002
Mať zodpovednosť	9993,0	0,135	9609,0	0,050	8639,5	0,230
Mať moc	10838,0	0,461	11099,5	0,999	9197,5	0,466
Realizovať svoje sny	9584,5	0,023	10556,0	0,378	8816,0	0,221
Využívať vlastnú tvorivosť	10707,5	0,345	10780,0	0,578	8780,5	0,203
Zúčastňovať sa v celom procese	10171,5	0,120	10632,5	0,450	9116,0	0,384
Robiť niečo užitočné pre spoločnosť	9037,5	0,003	10931,0	0,733	7044,5	0,000

Zdroj: vlastné spracovanie

premenných sa muži a ženy nelíšia. Uvedené rozdiely pripisujeme tradičnej predstave o role muža a role ženy, stále existujúcim stereotypom o ich fungovaní v profesionálnom živote.

Pri porovnaní študentov pochádzajúcich z mesta a z vidieka sme zistili, že pre študentov z vidieka je štatisticky významne dôležitejšie: **nemať príliš veľa práce, nemať stresujúcu prácu, mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov, mať jednoduchú prácu, nemať veľa zodpovednosti, byť sám sebe šéfom a robiť niečo užitočné pre spoločnosť.** Pre študentov z mesta je dôležité **zaradiť sa k uznávanej sociálnej vrstve a príležitosť kariérneho rastu.** Takéto preferencie študentov pochádzajúcich z vidieka nás prekvapili, nie sú v súlade s údajom, ktorý sme zistili a uvádzame v ďalšom texte, keď študenti z vidieka vyjadrili výraznejší záujem o vlastné podnikanie ako študenti z mesta. Zdá sa, že ich predstavy o pracovnom živote vôbec a podnikaní zvlášť, nie sú ešte ujasnené. Myslíme si, že v tomto prípade aj premenná „byť sám sebe šéfom“, ktorá súvisí s podnikaním bola v kontexte s ostatnými chápaná skôr ako možnosť sám si regulovať pracovné zaťaženie tak, ako to zodpovedá vlastným predstávam.

Štatistická analýza priniesla aj údaje o rozdieloch z hľadiska študijného zamerania. Pre študentov ekonomického zamerania je pre profesionálny život dôležité: **denne pracovať s ľuďmi, patriť k uznávanej sociálnej vrstve, mať príležitosť kariérneho rastu, mať zaujímavú prácu, mať zodpovednosť.** Študenti technického zamerania preferujú: **mať stály príjem, nemať príliš veľa práce, nemať stresujúcu prácu, mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov, mať jednoduchú, nekomplikanú prácu, nemať veľa zodpovednosti, byť sám sebe šéfom.** Z tohto pohľadu sa javia študenti, ktorí študujú ekonomické smery ako aktívnejší, ambicióznejší ako študenti technických smerov. Takýto, podľa nás pasívny prístup k budúcemu pracovnému životu sme od študentov-technikov neočakávali, najmä vzhľadom na oživenie strojárenského a elektrotechnického priemyslu, ktoré viedlo k nárastu pracovných príležitostí. V tejto súvislosti si kladieme otázku správnej voľby vysokoškolského štúdia, čo by si však vyžadovalo ďalší výskum.

Hypotézu 1 prijímame, konštatujeme, že existujú štatisticky významné rozdiely v tom, čo považujú vysokoškolskí študenti za dôležité vo svojej

budúcej pracovnej činnosti z hľadiska rodu, miesta bydliska a študijného zamerania.

3.2 Úvahy o vlastnom podnikaní

V súlade s cieľom výskumu nás predovšetkým zaujímalo, či vysokoškolskí študenti uvažujú po skončení štúdia o vlastnom podnikaní. V dotazníku sme sa pýtali: „Ak by ste sa na konci Vášho štúdia rozhodovali medzi vlastným podnikaním a zamestnaním sa u niekoho, čo by ste uprednostnili?“. Výsledky nás prekvapili, pretože pri ich spracovaní za celý súbor sme zistili, že rovnaký počet respondentov, t.j. 123 (41,3 %) chce byť skôr v role zamestnanca, 123 zvažuje skôr vlastné podnikanie a zvyšok, 52 (17,5 %) študentov sa vyjadriло, že chcú byť aj zamestnaní, aj podnikat. Posledný údaj, podľa ktorého chce 17,5 % študentov po skončení štúdia aj pracovať v zamestnaneckom pomere, ale aj podnikat súvisí pravdepodobne s trendom, ktorý je u nás dosť výrazný. Vzhľadom na nízke platové hodnotenie pracovníkov s vysokoškolským vzdelaním v niektorých profesiách, mnohí hľadajú možnosť zvýšiť svoj zárobok podnikaním, najčastejšie však ako živnostníci. Rovnaké, štatisticky nevýznamné rozdiely v počte tých, ktorí uvažujú o vlastnom podnikaní a tých, ktorí o tom neuvažujú sme získali aj v prípade, keď sme brali do úvahy len krajné hodnoty predloženej škály, ktoré vyjadrovali jednoznačný postoj. Z celkového počtu 298 respondentov 31 (10,4 %) jednoznačne preferuje vlastné podnikanie a 20 (6,7 %) chce byť zamestnaným u niekoho.

Vzhľadom na rozdiely v študijnom zameraní sme v tejto otázke porovnali študentov ekonomického zamerania so študentmi technického zamerania. Na základe výsledkov Mann-Whitneyho U testu konštatujeme, že neexistujú štatisticky významné rozdiely medzi skupinou ekonómov a technikov ($p=0,390$). Podobne sme nezaznamenali štatisticky významné rozdiely z hľadiska rodu ($p=0,740$). Rovnaké zistenia uvádzajú V. K. Gupta, D. B. Turban, S. A. Vasti, A. Sikbar [7, s. 408] – interpretujú ho ako prekvapivé vzhľadom na početné štúdie, uvádzajúce nižší záujem žien o podnikanie.

Výraznejší (aj keď nie štatisticky významný na hladine významnosti 0,05, $p=0,083$) je rozdiel medzi študentmi pochádzajúcimi z vidieka a z mesta, v zmysle väčšieho záujmu o vlastné podnikanie v skupine študentov z vidieka. Je to zrejme spôsobené tým, že mladí ľudia pochádzajúci z vidieka si uvedomujú, že v menších mestách a dedinách je

menej možností získať prácu, preto pravdepodobne častejšie uvažujú o vlastnom podnikaní.

3.3 Zámer podnikat' a preferencie v pracovnej oblasti

Aj keď v našom súbore je len 10,4% respondentov, ktorí sa jednoznačne vyjadrili, že po skončení štúdia budú podnikat' a 30,9% respondentov túto možnosť pripúšťa, zaujímalo nás, či sa ich preferencie v profesionálnom živote líšia od preferencií tých, ktorí o vlastnom podnikaní vôbec neuvažujú (H2). Štatisticky významné korelácie sme zaznamenali medzi tendenciou podnikat' a faktormi uvedenými v tabuľke 3.

Pre vysokoškolských študentov, ktorí plánujú po skončení štúdia podnikat' je dôležitá zaujímavá práca, samostatnosť, zodpovednosť, realizácia vlastných snov, ale aj moc, ktorú im podnikanie poskytne a možnosť byť sám sebe šéfom. Negatívna korelácia naznačuje, že si uvedomujú, že nebudú mať istotu zamestnania. Potvrdilo to i porovnanie skupiny, ktorá chce podnikat' so skupinou, ktorá neuvažuje o podnikateľskej kariére Mann-Whiteyho U testom. Študenti, ktorí neuvažujú o vlastnom podnikaní chcú **mať istotu zamestnania** ($p=0,010$), **nemáť veľa zodpovednosti** ($p=0,048$), pre študentov, ktorí naopak o vlastnom podnikaní uvažujú je dôležité: **mať zaujímavú prácu** ($p=0,014$), **byť samostatný v práci** ($p=0,002$), **byť sám sebe šéfom** ($p=0,000$), **mať moc** ($p=0,000$), realizovať svoje sny ($p=0,002$) a možno trochu paradoxne aj **mať čas na oddych, rodinu a priateľov** ($p=0,010$). Naše zistenia podporujú poznatky výskumníkov

(Bradley a Roberts, 2004, Kolvareid, 1996, Viarelli, 1991) z oblasti psychológie organizácie, podľa ktorých vysoký stupeň autonómie očakávaný od podnikania je považovaný za kľúčový motivačný faktor ovplyvňujúci rozhodnutie pre podnikateľskú prácu [15, s. 621-622].

Druhú hypotézu prijímame, preferencie študentov, ktorí uvažujú o podnikaní a tých, ktorí preferujú rolu zamestnanca sú štatisticky významne rozdielne.

3.4 Prínosy z vlastného podnikania z pohľadu študentov

Podnikanie prináša mnohé výhody, ale aj riziká. Podobne má zamestnanecký pomer nesporné výhody, ale aj obmedzenia. V čom vidia respondenti prínosy vlastného podnikania uvádzame v tabuľke 4. Predložené položky sú zoradené v poradí podľa ich dôležitosti pre respondentov.

Z tabuľky 4 je zrejme, že vo vlastnom podnikaní vidia študenti predovšetkým **možnosť sebarealizácie, využitie vlastnej tvorivosti, samostatnosti, aktivity, možnosť realizovať svoje sny a mať zaujímavú prácu**, ale predovšetkým **zodpovednosť**. Zo štatistickej analýzy pomocou Wilcoxonovho testu párových hodnôt sme zistili, že položky na 1. až 10. mieste v tabuľke 4 sú pre respondentov rovnako dôležité (v ich dôležitosti nie je štatisticky významný rozdiel), menej dôležité sú položky v poradí na 11. až 18. mieste a najmenej dôležité sú položky na 19. až 23. mieste.

Zaujímalo nás tiež, ako vidia prínos z podnikania študenti ekonomického zamerania a študenti technického zamerania. Vo všetkých predložených položkách, okrem piatich (mať istotu zamest-

Tab. 3: Štatisticky významné korelačné vzťahy medzi zámerom podnikat' a preferenciami v profesionálnom živote (N=298)

Preferencie v profesionálnom živote	r	p
mať istotu zamestnania	-0,128	0,027
mať zaujímavú prácu	0,115	0,047
byť samostatný v práci	0,186	0,001
byť sám sebe šéfom	0,342	0,000
mať zodpovednosť	0,142	0,014
mať moc	0,222	0,000
realizovať svoje sny	0,191	0,001

Zdroj: vlastné spracovanie

Tab. 4: Deskriptívna štatistika premenných – prínosov z vlastného podnikania z pohľadu študentov (N=298)

Por.	Očakávania	Aritmetický priemer	Štandardná odchýlka	Min.	Max.
1.	Mať zodpovednosť	1,803	1,460	-3	9
2.	Využívať vlastnú tvorivosť	1,686	1,327	-3	3
3.	Byť si sám sebe šéfom	1,559	1,681	-3	3
4.	Byť samostatný v práci	1,508	1,625	-3	9
5.	Zúčastňovať sa v celom procese	1,495	1,401	-3	3
6.	Realizovať svoje sny	1,492	1,432	-3	9
7.	Mať zaujímavú prácu	1,415	1,364	-3	9
8.	Mať moc	1,258	1,521	-3	9
9.	Denne pracovať s ľuďmi	1,201	1,624	-3	9
10.	Mať podnetné zamestnanie	1,137	1,478	-3	9
11.	Mať príležitosť kariérneho rastu	0,997	1,430	-3	3
12.	Robiť niečo užitočné pre spoločnosť	0,880	1,411	-3	3
13.	Dostávať odmeny	0,809	1,817	-3	9
14.	Mať vysoký zárobok	0,746	1,354	-3	3
15.	Patriť k uznávanej sociálnej vrstve	0,699	1,332	-3	3
16.	Mať istotu zamestnania	0,696	1,785	-3	9
17.	Preberať riziko	0,615	2,009	-3	9
18.	Mať stály príjem	0,502	1,674	-3	3
19.	Mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov	0,090	1,869	-3	9
20.	Nemať stresujúcu prácu	-0,542	1,951	-3	9
21.	Mať jednoduchú, nekomplikovanú prácu	-0,712	1,753	-3	9
22.	Nemať príliš veľa práce	-0,813	1,855	-3	9
23.	Nemať veľa zodpovednosti	-1,077	1,999	-3	9

Zdroj: vlastné spracovanie

nia, mať stály príjem, mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov, mať príležitosť kariérneho rastu, robiť niečo užitočné pre spoločnosť) sme zaznamenali štatisticky významné rozdiely medzi názormi študentov študujúcich ekonomické smery v porovnaní so študentmi technického zamerania. Ekonomovia sa na jednej strane javia ako realistickejší, uvedomujú si, že vlastné podnikanie prináša viac práce, stresu a komplikácií v práci, viac rizika, častejší kontakt s ľuďmi, ale na druhej strane očakávajú väčší zárobok, zaujímavejšiu a podnetnú prácu, využitie vlastnej tvorivosti, viac samostatnosti, moci a zodpovednosti.

Menšie rozdiely sa objavili pri porovnaní názorov mužov a žien. S použitím Mann-Whitneyho U testu sme zaznamenali štatisticky významné rozdiely v šiestich položkách. Ženy sú skeptickejšie, uvedomujú si množstvo práce v súvislosti s podnikaním, ale naopak, muži predpokladajú viac stresu. Ženy od podnikania očakávajú viac práce s ľuďmi, muži spájajú podnikanie skôr so zaradením do uznávanej sociálnej skupiny, prácou pre spoločnosť a realizáciou svojich snov.

Štatisticky významné rozdiely v názoroch na prínosy z vlastného podnikania sme zaznamenali aj pri porovnaní skupiny študentov pochádzajú-

Tab. 5: Významné rozdiely v premenných – prínos z podnikania z hľadiska rodu, bydliska a študijného zamerania (ekonomické, technické) (N=298)

Premenné	Rod		Študijné zameranie		Bydlisko	
	M-W U test	p	M-W U test	p	M-W U test	p
Mať istotu zamestnania	10933,5	0,948	10814,0	0,0624	9073,0	0,730
Mať stály príjem	10165,5	0,261	10796,5	0,606	8612,5	0,294
Nemať príliš veľa práce	8790,5	0,003	7852,5	0,000	7215,5	0,001
Nemať stresujúcu prácu	9310,0	0,022	9258,0	0,009	7650,5	0,012
Mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov	9985,5	0,173	10835,0	0,645	8397,5	0,171
Mať jednoduchú, nekomplikovanú prácu	9866,0	0,124	9433,5	0,018	8057,5	0,050
Nemať veľa zodpovednosti	10724,0	0,722	7814,0	0,000	7842,5	0,025
Preberať riziko	10178,5	0,270	9538,5	0,026	8884,5	0,528
Denne pracovať s ľuďmi	9408,0	0,028	8810,0	0,001	8480,0	0,206
Byť členom sociálneho prostredia	9582,0	0,050	9247,5	0,008	8970,5	0,610
Dostávať odmeny	10966,5	0,984	9435,0	0,017	7651,5	0,012
Mať vysoký zárobok	10566,0	0,564	9370,0	0,013	9054,5	0,706
Mať príležitosti kariérneho rastu	10347,5	0,380	9817,5	0,063	9051,5	0,703
Mať podnetné zamestnanie	10786,0	0,788	9069,0	0,004	8165,0	0,041
Mať zaujímavú prácu	10052,0	0,194	8594,0	0,000	8987,5	0,629
Byť samostatný v práci	10255,0	0,311	8816,0	0,001	7825,5	0,023
Byť si sám sebe šéfom	10222,0	0,282	8659,0	0,000	7748,0	0,015
Mať zodpovednosť	9964,5	0,149	8825,5	0,001	7973,5	0,037
Mať moc	9985,5	0,166	8342,5	0,000	8362,5	0,149
Realizovať svoje sny	8288,5	0,000	8999,0	0,003	7735,0	0,016
Využívať vlastnú tvorivosť	9843,5	0,109	8301,5	0,000	7162,0	0,001
Zúčastňovať sa v celom procese	9927,5	0,141	8473,5	0,000	6906,5	0,000
Robiť niečo užitočné pre spoločnosť	9560,0	0,048	10425,0	0,302	9101,5	0,760

Zdroj: vlastné spracovanie

cich z vidieka a skupiny z mesta. Študenti z mesta v súvislosti s podnikaním predpokladajú viac práce, stresu, náročnejšiu a zložitejšiu prácu, viac zodpovednosti, ale na druhej strane aj viac odmen, podnetnejšiu prácu, možnosť byť sám sebe šéfom, viac samostatnosti, možnosť realizovať svoje sny, využiť vlastnú tvorivosť a zúčastňovať

sa na celom procese. Výsledky Mann-Whitneyho U testu pre všetky premenné tejto dotazníkovej položky sú uvedené v tabuľke 5.

Súvislosť medzi zámerom podnikáť a očakávaným prínosom z podnikania sme štatisticky zisťovali aj pomocou Spearmanovho korelačného koeficientu. Korelovali sme odpovede na otázku

Tab. 6 Štatisticky významné korelačné vzťahy medzi prínosmi (očakávaniami) z vlastného podnikania a zámerom podnikat'

Očakávania z podnikania	r	p
mať stály príjem	0,185	0,001
nemať príliš veľa práce	0,192	0,001
nemať stresujúcu prácu	0,203	0,000
mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov	0,228	0,000
mať jednoduchú, nekomplikovanú prácu	0,131	0,023
nemať veľa zodpovednosti	0,151	0,009
mať príležitosť kariérneho rastu	0,143	0,013
mať zaujímavú prácu	0,115	0,048

Zdroj: vlastné spracovanie

„Ak by ste sa na konci štúdia rozhodovali medzi vlastným podnikaním a zamestnaním u niekoho, čo by ste uprednostnili?“ (respondenti odpovedali na 7 bodovej škále: -byť zamestnaný u niekoho, -skôr byť zamestnaný u niekoho, -asi byť zamestnaný u niekoho, -byť zamestnaný u niekoho, aj podnikat', -asi vlastné podnikanie, -skôr vlastné podnikanie, -vlastné podnikanie) s hodnotením prínosov z podnikania. V tretej hypotéze (H3) sme predpokladali iné očakávania od podnikania v skupine študentov, ktorí by volili vlastné podnikanie a skupinou, ktorá by volila prácu ako zamestnanec. Predpokladali sme štatisticky významné rozdiely najmä v položkách: byť samostatný v práci, mať zodpovednosť, využívať vlastnú tvorivosť, realizovať svoje sny a byť sám sebe šéfom. Korelačné koeficienty s vyznačením ich štatistickej významnosti uvádzame v tabuľke 6.

Z tabuľky 6 je zrejmé, že aj keď korelácie (podľa hodnoty korelačného koeficientu) nie sú veľmi silné, existuje súvislosť medzi zámerom podnikat' a príjmom, množstvom práce, stresom v práci, voľným časom na oddych, zložitostou práce, zodpovednosťou, možnosťou kariérneho rastu a zaujímavosťou práce. Pretože nás výsledky prekvapili, Mann-Whitneyho U testom sme zistovali štatistickú významnosť rozdielov medzi jednotlivými premennými položky, v ktorej sme sa pýtali, čo by respondentom podľa nich prinieslo vlastné podnikanie medzi skupinou uvažujúcou o podnikaní a skupinou, ktorá dáva prednosť zamestnaneckému pomeru. Zistili sme štatisticky významné rozdiely v rovnakých premenných ako sú uvedené v tabuľke 6. Respondenti uvažujúci o podnikaní síce očakávajú od podnikania **zaujímavú prácu**

a príležitosť pre kariérny rast, ale na druhej strane aj to, že budú mať **stály príjem, nebudú mať príliš veľa práce, práca nebude stresujúca, príliš komplikovaná, nebudú mať veľa zodpovednosti a budú mať čas na oddych, rodinu a priateľov**. Uvedené zistenia pripisujeme nepochopeniu otázky, resp. neujasnenosti cieľov respondentov, prípadne nedostatočného poznania podnikateľskej reality.

Hypotézu 3 neprijímame. Medzi očakávanými prínosmi z podnikania sú síce rozdiely medzi sledovanými skupinami, ale nie také, ako sme očakávali.

3.5 Zámer podnikat' a hodnotenie vlastných schopností pre podnikanie

Vytvoriť si vlastný podnik, organizáciu, si vyžaduje nielen vnútornú motiváciu, chuť podnikat', ale aj istú osobnostnú kapacitu. Existujú štúdie, ktoré aplikujú Bandurov koncept „sebaúčinnosti“ (self-efficacy) na zámer a rozhodnutie podnikat'. Sebaúčinnosť sa v psychológii chápe ako individuálna charakteristika a A. Bandura (1997) ho definuje ako úsudok človeka o svojich schopnostiach zorganizovať a uskutočniť sled aktivít, ktoré sú potrebné na dosiahnutie zamýšľaného výkonu [8]. V prípade podnikania ide o vieru vo vlastné schopnosti úspešne začať cestu vlastného podnikania. Vychádzajúc z tohto konceptu a početných výskumov [9], ktoré zistili, že vyššia podnikateľská sebaúčinnosť vedie k silnejším zámerom podnikat' sme chceli zistiť, do akej miery to platí aj pre našu

populáciu mladých ľudí a vyslovili sme predpoklad (H4) že existuje štatisticky významný vzťah medzi úmyslom podnikat' po skončení štúdia a hodnotením vlastných schopností potrebných k podnikaniu. Štatistická analýza (Spearmanov korelačný koeficient) preukázala pomerne tesný, štatisticky vysoko významný vzťah ($r=0,457$ $p=0,000$) medzi zámerom podnikat' a hodnotením vlastných schopností pre podnikanie t.j. študenti, ktorí s väčšou pravdepodobnosťou uvažujú o vlastnom podnikaní pozitívnejšie hodnotia svoje schopnosti pre podnikanie. Náš predpoklad sa potvrdil.

3.6 Podnikanie rodičov a podnikanie detí

Pri rozhodovaní o založení vlastného podnikania dôležitú úlohu hrá okrem vlastnej motivácie a predstáv aj vzor rodičov, priateľov, známych a príbuzných. Predpoklad (H5), že medzi podnikaním rodičov a detí bude významný korelačný vzťah sme vyslovili na základe údajov z literatúry a skúseností z bežného života. Napríklad V. L. Gupta a kol. [7, s. 408] uvádzajú, že zámer podnikat' súvisí s tým, či najbližší príbuzní (rodičia alebo súrodenci) majú vlastný biznis alebo nie. V našom výskumnom súbore sme však zistili, že nie je súvislosť medzi zámerom podnikat' a podnikaním rodičov, resp. ľudí, ktorých respondenti poznajú. Hypotézu 5 zamietame. Vzťah približujúci sa k štatistickej významnosti sme zistili len medzi tendenciou podnikat' a úspešnosťou v podnikaní rodičov a blízkych príbuzných ($r=0,151$ $p=0,09$). Inými slovami, študenti, ktorí majú zámer po skončení štúdia podnikat' nemajú štatisticky významne viac rodičov a známych, ktorí podnikajú, ale pokiaľ podnikajú, sú v podnikaní úspešní. To môže byť dôležitým motivačným impulzom pre úvahy a aj snahy študentov založiť si vlastné podnikanie a pokračovať v tradícii rodiny.

Zhrnutie výsledkov a diskusia

Výsledky výskumu, ktorý sme realizovali na vzorke vysokoškolských študentov priniesli zaujímavé informácie o preferenciách študentov v oblasti pracovnej činnosti, ako aj o ich zámeroch súvisiacich s ich vlastným podnikaním.

Pre vysokoškolských študentov je v profesionálnom živote dôležitá zaujímavá práca, možnosť kariérneho rastu, možnosť realizovať svoje sny, ale mať čas aj na oddych, rodinu a priateľov. Rovnako

dôležitá je istota práce a materiálne zabezpečenie, ktoré práca poskytuje (stály príjem, vysoký zárobok, odmeny).

Ukázalo sa, že iné požiadavky na budúci profesionálny život majú muži, iné je dôležité pre ženy. Pre mužov je štatisticky významne dôležitejšia istota zamestnania, preberanie rizika, práca s ľuďmi, prislusnosť k uznávanej sociálnej vrstve, príležitosť kariérneho rastu, odmeny, zaujímavosť práce a možnosť realizovať svoje sny.

Výsledky porovnania výpovedí študentov pochádzajúcich z mestského a z vidieckeho prostredia patria podľa nás k najprekvapivejším – podľa nich študenti z vidieka preferujú menej práce, prácu bez stresu, skôr jednoduchú prácu, chcú byť šéfom sami sebe a mať čas na oddych. Naopak, pre mestských študentov je dôležitá zodpovednosť, zaradenie sa do uznávanej sociálnej vrstvy a príležitosť pre kariérny postup. Uvedené rozdiely podľa nás súvisia s tradičnými rozdielmi v hodnotovom systéme ľudí žijúcich v meste a ľudí z vidieka, aj keď sa tieto v súčasnosti postupne stierajú.

Rozdielne sú aj požiadavky na pracovný život z hľadiska študijného zamerania. Študenti ekonomického zamerania viac uvažujú v súvislosti so zamestnaním o stálom príjme, kariérnom raste, sociálnom postavení, zodpovednosti, študenti technického zamerania preferujú istotu zamestnania a podobne ako študenti z vidieka skôr nekomplikovanú prácu, nie príliš veľa práce, prácu bez stresu a dostatok voľného času pre seba, rodinu a priateľov.

Zistili sme, že len 10,4 % študentov na predloženej škále vyjadrilo rozhodný záujem o vlastné podnikanie – tento počet sa nám javí ako nízky. Ešte viac nás prekvapilo, že o vlastné podnikanie majú len malý záujem študenti ekonomického zamerania. Tu vidíme rezervy v rámci vyučovacieho procesu na vysokých školách – viac motivovať študentov k tomu, aby uvažovali nielen o získaní zamestnania u niekoho, vo firme, podniku či organizácii, ale aj o vytvorení podmienok pre vlastné podnikanie. To si však vyžaduje, aby vysokoškolská príprava zahrňovala nielen teoretické informácie potrebné pre vlastné podnikanie, ale poskytovala aj priestor (na báze dobrovoľnosti) na získanie praktických zručností nevyhnutných pre podnikanie. Zistili sme sice, že preferencie študentov uvažujúcich o vlastnom podnikaní sú iné ako preferencie študentov neuvažujúcich o podnikaní, myslíme si však, že vo veku adolescence

je ešte možné ovplyvňovať a formovať niektoré postoje mladých ľudí. Postoje k práci a jej vykonávaniu k nim zaraďujeme. Podľa zistení E. Autio, R. H. Keeley, M. Klofsten, G. C. Parker, M. Hay [3, s. 153] postoje študentov k podnikaniu a vnímaná kontrola správania (podľa Ajzenovho modelu) najviac ovplyvňujú zámer podnikat'.

Ako ukázal náš výskum, vysokoškolskí študenti vidia a uvedomujú si výhody aj nevýhody vlastného podnikania. Vo vlastnom podnikaní vidia hlavne možnosť sebarealizácie, využitia vlastnej tvorivosti, samostatnosti, aktivity, možnosť realizovať svoje sny, ale najmä mať zodpovednosť. Aj tu sme zistili štatisticky významné rozdiely medzi názormi študentov ekonomického a technického zamerania, mužmi a ženami a respondentmi z mesta a vidieka. Študenti ekonomických fakúlt spájajú s podnikaním viac práce, stresu, rizika, ale na druhej strane majú aj výraznejšie očakávania pokiaľ ide o zárobok, samostatnosť, moc, využitie vlastnej tvorivosti a podnetnosti práce. Rozdielne hodnotia prínosy z podnikania aj ženy a muži. Ženy očakávajú najmä veľa práce, muži sa podnikaním snažia stať členom uznávanej sociálnej vrstvy, pracovať pre spoločnosť a realizovať svoje sny. Prínosy z podnikania hodnotia rozdielne aj študenti z mesta a z vidieka – mestskí študenti síce predpokladajú viac práce, stresu, náročnejšiu prácu, zodpovednosť, ale aj viac úžitkov z podnikania: odmeny, samostatnosť, možnosť využiť tvorivosť, realizovať svoje sny a na celom procese sa aktívne zúčastňovať.

Podnikanie nie je jednoduchou záležitosťou. Spája sa s mnohými aktivitami, ktoré si vyžadujú okrem vedomostí z oblasti podnikania aj istú osobnostnú výbavu. Medzi dôležitými osobnostnými vlastnosťami nemôže chýbať primeraná sebadôvera. Z nášho výskumu vyplynulo, že študenti, ktorí uvažujú o vlastnom podnikaní pozitívnejšie hodnotia svoje schopnosti pre podnikanie (Spearmanov korelačný koeficient $r=0,457$ $p=0,000$).

Prekvapilo nás, že sme nezistili súvislosť medzi podnikaním rodičov a detí, čo sme očakávali na základe zahraničných výskumov, podľa ktorých prvotné skúsenosti s rodinným podnikaním pozitívne asociujú s úmyslom podnikat' [4, s. 1095], [7, s. 408].

Tesnejší vzťah sme zistili medzi úspešnosťou rodičov-podnikateľov a tendenciou podnikat'. Vzor úspešného rodiča-podnikateľa je zrejme silným

stimulom k zamýšľaniu sa detí o svojej možnej podnikateľskej kariére.

Výskum, ktorý sme realizovali považujeme za sondu do problematiky podnikania mladých ľudí v našich podmienkach, impulz pre ďalší výskum faktorov (objektívnych aj subjektívnych), ktoré ovplyvňujú zámer človeka venovať sa podnikaniu.

Príspevok vznikol rámci projektu VEGA 1/0795/08 s názvom Potenciál mladých ľudí v podnikateľskom prostredí na Slovensku i v širšom európskom regióne a možnosti jeho využitia.

Literatúra

- [1] AJZEN, I. Theory of Planned Behaviour [online]. 2007. [cit. 2009-10-12]. Dostupné z: <www.people.unmass.edu/aizen/tpbdia.html>.
- [2] ATHAYDE, R. Measuring Enterprise Potential in Young People. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2009, roč. 33, č. 2, s. 481-500. ISSN 1540-6520.
- [3] AUTIO, E.; KEELEY, R. H.; KLOFSTEN, M.; PARKER, G. C.; HAY, M. Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*. 2001, roč. 2, č. 2, s. 145-160. ISSN 1463-2446.
- [4] CARR, J. C., SEQUEIRA, J. M. Prior Family Business Exposure as Intergenerational Influence and Entrepreneurial Intent: A Theory of Planned Behavior Approach. *Journal of Business Research*. 2007 roč. 60, č. 10, s. 1090-1098. ISSN 0148-2963.
- [5] *Entrepreneurship Survey of the EU* (25 Member States). United States, Iceland and Norway [online]. Eurobarometer, 2007. [cit. 2009-09-30]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_192_sum_en.pdf>.
- [6] FAIRLIE, R. W. Entrepreneurship and Earnings among Young Adults from Disadvantaged Families. *Small Business Economics*. 2005, roč. 25, č. 3, s. 223-236. ISSN 1573-0913.
- [7] GUPTA, V., K.; TURBAN, D., B.; WASTI, S., A.; SIKDAR, A. The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2009, roč. 33, č. 2, s. 397-417. ISSN 1540-6520.
- [8] HEWSTONE, M., STROEBE, W. *Sociální psychologie*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-092-5.
- [9] KICKUL, J.; GUNDRY, L. K.; BARBOSA, S. D.; WHITCANACK, L. Intuition Versus Analysis? Tes-

ting Differential Models of Cognitive Style on Entrepreneurial Self-Efficacy and the New Venture Creation Process. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2009, roč. 33, č. 2, s. 439-453. ISSN 1540-6520.

[10] KOLLÁRIK, T. a kol. *Sociálna psychológia*. Bratislava: UK, 2004. ISBN 80-223-1841-8.

[11] KUPKOVIČ, M. a kol. *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava: Sprint, 2001. ISBN 80-88848-77-6.

[12] LIŇAN, F., CHEN, Y. Development and Cross-Cultural Applications of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2009, roč. 33, č. 3, s. 593-617. ISSN 1540-6520.

[13] MARASOVÁ, J., ONDERUFOVÁ, Z. Intelektuálny kapitál ako predpoklad rozvoja podnikateľského potenciálu. *Współczesne Wyzwania Wobec Zarządzania*. Katowice: Uniwersytet Śląski w Katowicach, 2009, s. 399-405. ISBN 978-83-913962-6-1.

[14] ROBERTS, K. Mládež v procesoch európskej integrácie. Podnikanie a nezamestnanosť mládeže v štátoch Európskej únie a v asociovaných krajinách. *Sociológia*. 2002, roč. 34, č. 1, s. 37-46. ISSN 0049-1225.

[15] SCHJOEDT, L. Entrepreneurial Job Characteristics: An Examination of Their Effect on Entrepreneurial Satisfaction. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2009, roč. 33, č. 3, s. 619-644. ISSN 1540-6520.

[16] SEDLÁK, M. *Podniková ekonomika*. Bratislava: Elita, 1995. ISBN 80-85323-73-7.

[17] THOMPSON, E. R. Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2009, roč. 33, č. 3, s. 669-694. ISSN 1540-6520.

[18] Zákon č. 513/1991 Zb. z 5. novembra 1991 Obchodný zákonník.

doc. PhDr. Marta Flešková, CSc.

Univerzita M. Bela v Banskej Bystrici

Ekonomická fakulta

Katedra ekonómie

mfleskova@pdf.umb.sk

Ing. Barbora Babiaková, PhD.

Univerzita M. Bela v Banskej Bystrici

Ekonomická fakulta

Katedra ekonómie

barbora.babiakova@umb.sk

RNDr. Gabriela Nedelová, PhD.

Univerzita M. Bela v Banskej Bystrici

Ekonomická fakulta

Katedra kvantitatívnych metód a informačných systémov

gabriela.nedelova@umb.sk

Doručeno redakci: 11. 11. 2009

Recenzováno: 18. 1. 2010, 10. 3. 2010

Schváleno k publikovaniu: 18. 1. 2011

ABSTRACT**PREFERENCES OF UNIVERSITY STUDENTS IN PROFESSIONAL LIFE AND THEIR NOTIONS ABOUT OWN BUSINESS****Marta Flešková, Barbora Babiaková, Gabriela Nedelová**

The entrepreneurship of young people belongs among the priorities of present. It is supported also by European Commission – entrepreneurship is considered as one of the possibilities how to solve the problem of unemployment, poverty and social exclusion. The entrepreneurship has not long-term tradition in Slovak Republic; interest in it has increased since 1989, but the economists, politicians and others are focused especially on the external conditions of entrepreneurship. That was the motive to realize the research analyzed in this study. The aim of the research was to examine the preferences of university students in the work, especially their entrepreneurial intent. The research sample consists of 298 university students of four Slovak universities. The questionnaire composed by CERAG was used as the research method. We found out that in the work area it is important for students: interesting work, career growth, opportunity to realize own dreams, to have free time for relax, family and friends. We have observed the differences from the point of view of gender, domicile and branch of study. The main outcome of our research is the finding that only 10.4 percent of students manifested categorical intent to do own business - the statistic analyses did not supported assumption about differences between men and women, technique and economic students. Only rural students manifested stronger entrepreneurial intent. The university students realise the advantages and disadvantages of entrepreneurship. There are also differences from the point of view of gender, domicile and branch of study. The research showed, the students with entrepreneurial intent evaluate their own abilities for business more favourably ($r=0,457$ $p=0,000$). We did not investigate dependence between parents' entrepreneurship and entrepreneurial intent of their children.

Key Words: *Entrepreneurship, Entrepreneurial intent, University students, Professional preferences.*

JEL Classification: *J 23, J 24.*