

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Diplomová práce

**Podnikatelské vzdělávání v zemích Visegrádské
skupiny**

**Entrepreneurship Education in Visegrad
Countries**

Bc. Tereza Cábová

Plzeň 2015

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Tereza CÁBOVÁ**
Osobní číslo: **K12N0017P**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**
Název tématu: **Podnikatelské vzdělávání v zemích Visegrádské skupiny**
Zadávací katedra: **Katedra financí a účetnictví**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Charakterizujte podnikatelské vzdělávání a jeho význam.
2. Představte nástroje podnikatelského vzdělávání.
3. Analyzujte stav podnikatelského vzdělávání v zemích V4 pomocí vhodných metod.
4. Shrňte zjištěné výsledky a formulujte návrhy na zvýšení podnikatelské vzdělanosti ve vybraných zemích.



Rozsah grafických prací: **neuveden**
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**
Seznam odborné literatury:


- **HONIG, Benson.** *Entrepreneurship Education: Toward a Model of Contingency-based Business Planning.* Vol. 3, Iss. 3. **Academy of Management Learning & Education.** 2004. pp. 258-273. ISSN 1537-260X
- **HOROVÁ, Michaela; TAUŠL PROCHÁZKOVÁ, Petra.** *Entrepreneurship Development through Entrepreneurship Education with Special Emphasis on the Role of Business Incubators: Evidence from the Czech Republic.* In **Proceedings of the 6th European Conference on Innovation and Entrepreneurship.** Aberdeen: Academic Publishing Limited. 2011. pp. 737-741. ISBN 978-1-908272-14-0
- **KATZ, Jerome.** *The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education 1876-1999.* **Journal of Business Venturing.** Vol. 18, Iss. 2, 2003. pp. 283-300. ISSN 0883-9026
- **KURATKO, Donald F.** *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges.* **Entrepreneurship Theory and Practice.** Vol. 29, Iss. 5, 2005. pp. 577-598. ISSN 1042-2587

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.**
Katedra financí a účetnictví

Datum zadání diplomové práce: **25. října 2014**
Termín odevzdání diplomové práce: **24. dubna 2015**


Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan




Prof. Ing. Lilia Dvořáková, CSc.
vedoucí katedry

V Plzni dne 25. října 2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

„Podnikatelské vzdělávání v zemích Visegrádské skupiny“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň, dne 24. 04. 2015

.....

podpis autorky

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí této diplomové práce Ing. Michaele Krechovské Ph.D. za ochotu a pomoc při tvorbě celé práce a za poskytnutí cenných rad a připomínek.

Obsah

ÚVOD.....	7
1 PODNIKÁNÍ V EU A ČR.....	9
1.1 POJMY PODNIKÁNÍ A PODNIKATEL.....	9
1.2 CHARAKTERISTIKA MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	10
1.2.1 <i>MSP a jejich role v národních ekonomikách</i>	11
1.2.2 <i>Vybrané ekonomické ukazatele MSP v EU a ČR</i>	13
1.3 PODPORA PODNIKÁNÍ A PODNIKATELSKÉ KULTURY	15
1.3.1 <i>EU a podpora podnikání</i>	15
1.3.2 <i>Strategické priority v oblasti podnikání v ČR</i>	16
2 PODNIKATELSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ	18
2.1 CHARAKTERISTIKA PODNIKATELSKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ.....	18
2.1.1 <i>Proč rozvíjet podnikatelské vzdělávání</i>	19
2.1.2 <i>Fungující podnikatelský ekosystém</i>	20
2.2 VÝUKA PODNIKATELSKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ	22
2.3 POROVNÁNÍ PODNIKATELSKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ V EVROPĚ A USA	22
2.4 PODNIKATELSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ V EVROPĚ VE STATISTICKÝCH DATECH.....	25
2.5 STRATEGICKÉ PLÁNY EU V OBLASTI PODNIKATELSKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ	27
2.6 SOUČASNÁ SITUACE PODNIKATELSKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ VISEGRÁDSKÝCH ZEMÍ.....	30
2.6.1 <i>Maďarsko</i>	30
2.6.2 <i>Polsko</i>	31
2.6.3 <i>Slovenská republika</i>	32
2.6.4 <i>Česká republika</i>	33
3 ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ V ČR.....	36
3.1 PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU	36
3.2 METODIKA VÝZKUMU	36
3.2.1 <i>Charakteristika zkoumaného vzorku</i>	38
3.3 EKONOMICKÉ FAKULTY V ČR OBECNĚ.....	39
3.3.1 <i>Profil absolventů ekonomických fakult</i>	41
3.3.2 <i>Teorie vs. Praxe</i>	42
3.3.3 <i>Předměty dle počtu kreditů</i>	45
3.4 EKONOMICKÉ FAKULTY A PODNIKATELSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ	47
3.4.1 <i>Jednotlivé předměty v kategorii „entrepreneurship“</i>	50
3.5 PODNIKÁNÍ A PODNIKATELSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ Z POHLEDU STUDENTŮ	54
3.6 SHRNUTÍ ZÁKLADNÍCH POZNATKŮ ANALÝZY PODNIKATELSKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ	60

4	NÁVRHY A DOPORUČENÍ PRO ROZVOJ PODNIKATELSKÉHO VZDĚLÁVÁNÍ.....	62
4.1	ROLE EVROPSKÉ UNIE	62
4.2	PŘÍKLADY OSVĚDČENÝCH POSTUPŮ	64
4.2.1	<i>Propagace podnikatelského vzdělávání</i>	<i>65</i>
4.2.2	<i>Rozvoj interdisciplinárního přístupu v podnikatelském vzdělávání</i>	<i>66</i>
4.2.3	<i>Praktické projekty a simulace</i>	<i>66</i>
4.2.4	<i>Školení pedagogů.....</i>	<i>67</i>
4.3	SOUBOR DOPORUČENÍ PRO PODNIKATELSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ.....	68
4.3.1	<i>Orgány veřejné správy na národní i regionální úrovni</i>	<i>69</i>
4.3.2	<i>Vzdělávací systém – školy a univerzity.....</i>	<i>69</i>
4.3.3	<i>Ucelené vzdělávání pedagogů.....</i>	<i>71</i>
4.3.4	<i>Zapojení soukromých podniků</i>	<i>71</i>
	ZÁVĚR.....	73
5	SEZNAM TABULEK	76
6	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	77
7	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	78
8	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	79
9	SEZNAM PŘÍLOH	85

Úvod

Podnikatelské vzdělávání se v několika posledních letech dostává do popředí zájmu evropských vlád, organizací i Evropské unie jako celku. Jednou z hlavních příčin je potřeba Evropy podpořit rozvoj malých a středních podniků, které se významně podílejí na růstu národních ekonomik. Vzdělávání k podnikání je nezbytným nástrojem k dosažení strategických cílů EU. V rámci podnikatelského vzdělávání je důležité stimulovat podnikatelské smýšlení mladých lidí, podporovat inovativní nápady a start-upy a posílit podnikatelskou kulturu. Další klíčovou rolí vzdělávání je větší míra propagace podnikatelského chování a postojů. Pozitivní efekt podnikatelského vzdělávání nespočívá pouze ve vzniku nových podniků, živností a tedy i nových pracovních příležitostí, ale rovněž přispívá k individuálnímu rozvoji jednotlivců, kteří se dokážou lépe uplatnit ve všech oblastech pracovního života, jsou kreativnější a sebevědomější.

V současné době není podnikatelské vzdělávání integrováno do evropských vzdělávacích systémů v uspokojivé míře. Podnikatelské kurzy jsou dostupné na některých univerzitách ekonomického zaměření, naopak na základních a středních školách tento prvek výuky obvykle zcela chybí, stejně jako na vyšších odborných a vysokých školách jiného než ekonomického typu. Společným zájmem evropských zemí je postupné začleňování vzdělávání k podnikání do školních osnov a univerzitních programů, a to bez ohledu na zaměření studia. Podnikání je multi oborová disciplína a je tedy podstatné, aby se při jeho výuce propojovaly technické, ekonomické i humanitní poznatky.

Hlavním cílem této diplomové práce je zhodnotit současnou situaci podnikatelského vzdělávání na českých ekonomických fakultách a navrhnout doporučení pro oblast podnikatelského vzdělávání do budoucna.

Z důvodu úzké provázanosti podnikatelského vzdělávání s rozvojem malých a středních podniků bude první kapitola zaměřena právě na tyto ekonomické subjekty. Malé a střední podniky zde budou stručně charakterizovány včetně jejich role v národních ekonomikách. Dále zde budou nastíněny formy podpory podnikání a podnikatelské kultury v rámci Evropské unie a České republiky. Na to naváží strategické záměry rozvoje těchto subjektů.

Obsahem druhé kapitoly bude dílčí cíl této práce, tedy charakteristika pojmu podnikatelské vzdělávání. Kapitola se bude věnovat hlavním důvodům nezbytnosti rozvoje podnikatelského vzdělávání a představí fungování podnikatelského ekosystému. Dále se zde práce stručně dotkne problematiky výuky o podnikání a porovná situaci podnikatelského vzdělávání v Evropě a Spojených státech. Pomocí statistických dat bude stav v evropských zemích podrobněji specifikován, s detailnějším zaměřením na země Visegrádské skupiny. Důležitou částí této kapitoly budou také strategické plány EU.

Třetí kapitola plynule naváže na situaci podnikatelského vzdělávání v České republice. Jedná se o praktickou část práce, jejímž cílem je provést analýzu stavu podnikatelského vzdělávání na českých vysokoškolských institucích ekonomického zaměření. Nejprve zde bude představen standardní grant Visegrádského fondu, který je v současné době řešen na Fakultě ekonomické ZČU v Plzni a v rámci něhož je tato diplomová práce zpracována. Dále se kapitola zaměří na analýzu sylabů vybraných institucí a detailní rozbor získaných dat. V závěrečné části budou nastíněny výsledky z dotazníkového šetření týkající se rovněž podnikatelského vzdělávání.

Ve čtvrté kapitole se práce bude věnovat návrhům a doporučením ve spojitosti s rozvojem vzdělávání o podnikání. Dílčím cílem této kapitoly bude představit roli Evropské unie v tomto procesu a poté uvést příklady osvědčených postupů, které budou rozděleny do čtyř hlavních oblastí. Na závěr zde bude uveden soubor doporučení pro zlepšení situace podnikatelského vzdělávání, a to vůči jeho jednotlivým aktérům.

Teoretické aspekty této diplomové práce byly čerpány především z odborné literatury, dále práce vychází z dostupných dokumentů Evropské unie, především pak z nejrůznějších tematických reportů publikovaných Evropskou komisí. Rovněž hojně používané byly výzkumy nadnárodních organizací, jakož i vědecké články zabývající se podnikatelským vzděláváním. Praktická část práce byla vytvořena na základě veřejných dat jednotlivých českých vysokých škol, za využití metodiky výše zmíněného grantu.

1 Podnikání v EU a ČR

Pro podrobné objasnění pojmu podnikatelské vzdělávání a aspektů s ním spojených se nejprve tato kapitola bude věnovat vymezení podnikatelské činnosti jako takové, definicí malých a středních podniků včetně jejich role v národních ekonomikách ale i Evropské unii jako celku. Na to naváže několik statistických údajů a faktů. Rovněž zde budou stručně popsány strategické priority Ministerstva průmyslu a obchodu, které se rozvojem podnikání v ČR zabývá.

1.1 Pojmy podnikání a podnikatel

Podnikání je pojem, který je téměř nemožné jednoznačně popsat na základě jedné definice a každý z autorů řešící tuto problematiku nahlíží na podstatu podnikatelské aktivity z jiného úhlu. Podle Synka je podnikání „*snaha podnikatele zhodnotit kapitál, který byl do podnikání vložen.*“ (2002, str. 3).

Evropská komise (dále EK) definuje pojem podnikání jako využití kreativity a inovací. Podnikání je dle EK jakýsi stav mysli a zahrnuje individuální motivaci (samostatně či v rámci organizace) identifikovat příležitost za účelem vytvoření nové hodnoty a ekonomického úspěchu (Commission of the European Communities, 2003). Podnikání je především o lidech, jejich volbách a strategických rozhodnutích. Podnikatelé jsou heterogenní skupina, jež zasahuje do všech sektorů a typů podnikání.

Podnikání lze ale také chápat jako dynamický proces, který zahrnuje vizi, změnu a kreativitu. Podnikání vyžaduje zapojení energie a jistého nadšení k tvorbě a implementaci nových myšlenek a kreativních řešení. K tomu jsou nezbytné čtyři základní složky, jimiž jsou ochota podstoupit kalkulovanou míru rizika, schopnost vytvořit efektivní podnikatelský tým lidí, dále dovednost vybudovat konkurenceschopný podnikatelský plán a v neposlední řadě umět rozpoznat příležitost, tam, kde ostatní vidí jen chaos, rozpor a zmatek (Kuratko, Hodgetts, 2004). Podnikání v sobě zahrnuje mnohem více než jen realizaci obchodu, právě charakteristiky jako je hledání příležitostí, volba rizika před jistotou a také houževnatost podnikatele, jehož cílem je přenést svůj nápad do reality, vytváří kombinaci perspektiv, které náleží úspěšným podnikatelům (Kuratko, 2003).

S podnikáním přirozeně souvisí také pojem podnikatel, jež je provozovatelem této činnosti. V novém Občanském zákoníku je podnikatelem podle § 420 „*fyzická nebo*

právnícká osoba, která samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku“ (Zákon č. 89/2012 Sb., § 420).

K osobě podnikatele lze přiřadit několik dalších vlastností, mezi něž patří projevení vysoké míry osobní iniciativy, důvěra ve vlastní schopnosti, tolerance nejednoznačnosti, ochota převzít odpovědnost, schopnosti a dovednosti manažerské a komunikační (Kislingerová, Nový, 2005). Neméně důležité jsou i znalosti z ekonomických, ale i technických a právních oborů.

1.2 Charakteristika malých a středních podniků

Dalším pojmem, který se bude v této práci čteně vyskytovat a který je tudíž také nezbytné blíže definovat, jsou malé a střední podniky (MSP). Za malé a střední podniky se považují samostatné podnikatelské jednotky v rukou jednoho nebo několika podnikatelů, s malým počtem pracovníků, malým obratem a relativně malým kapitálem (Kislingerová, Nový, 2005). V České republice se přejímá definice používaná v EU, která vychází z nařízení Evropské komise č.800/2008 a rozlišuje malé a střední podniky do tří kategorií a to podle tří základních kritérií, které slouží k posouzení velikosti podniku. Kritérii jsou počet zaměstnanců, velikost ročního obratu a bilanční suma roční rozvahy, tedy výše aktiv. Zde jsou kritéria rozepsána (MPO, 2014):

- Za drobného, malého a **středního podnikatele** se považuje podnikatel, který zaměstnává méně než 250 zaměstnanců a jeho roční obrat/příjmy nepřesahují 50 milionů EUR a jeho aktiva nepřesahují 43 milionů EUR.
- V rámci kategorie malých a středních podnikatelů jsou **malí podnikatelé** vymezení jako podnikatelé, kteří zaměstnávají méně než 50 osob a jejichž roční obrat/příjmy nebo aktiva/majetek nepřesahují 10 milionů EUR.
- V rámci kategorie malých a středních podnikatelů jsou **drobní podnikatelé** vymezení jako podnikatelé, kteří zaměstnávají méně než 10 osob a jejichž roční obrat/příjmy nebo aktiva/majetek nepřesahují 2 miliony EUR.

Pod označení MSP lze zahrnout mikropodniky, rodinné firmy, osoby samostatně výdělečně činné, tedy živnostníky, ale i malé a střední podniky obchodující na burze a samozřejmě sem patří podniky, jejichž hlavním smyslem podnikání není zisk.

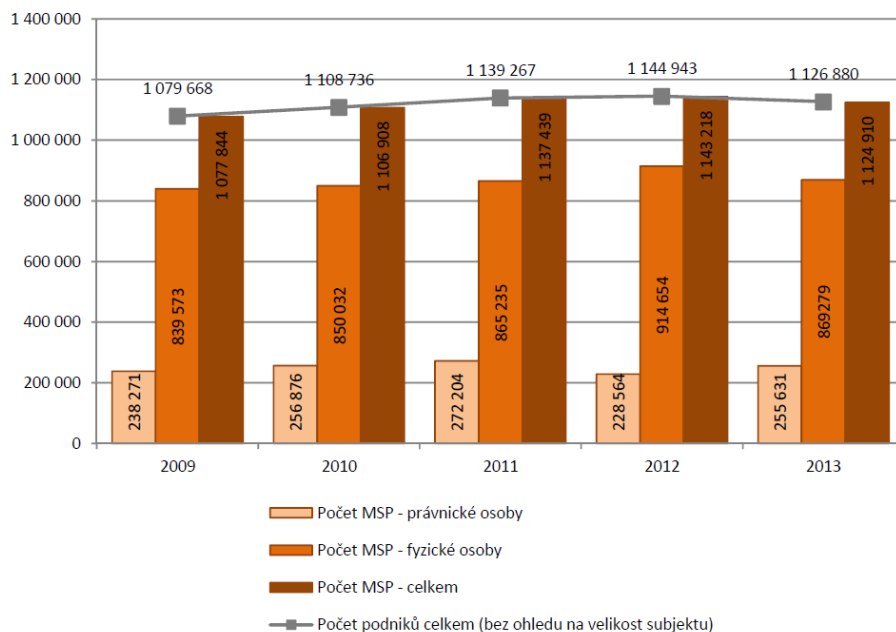
Dle metodiky ČSÚ (Českého statistického úřadu) jsou podniky v ČR děleny rovněž na drobné, malé a střední, ale výhradním kritériem je počet zaměstnanců. ČSÚ pravidelně zpracovává údaje o MSP pro Ministerstvo průmyslu a obchodu. Vyhlášky ČSÚ udávají podnikům zpravodajskou povinnost pro jednotlivé výkazy.

Malé a střední podniky mají obvykle jednoduchou organizační strukturu a jejich největší předností jsou vysoká míra flexibility a schopnost rychle reagovat na změny na trhu. Díky tomu se snadno přizpůsobí měnícím se požadavkům zákazníků. Změny a inovace se v těchto podnicích realizují snáze a rychleji než je tomu u velkých společností. Na druhou stranu se MSP potýkají s celou řadou problémů, jako je například nedostatečná kapitálová vybavenost, která je důsledkem časté neochoty bankovních institucí poskytnout potřebné zdroje, jelikož jsou tyto podniky považovány za rizikovou skupinu. Mezi další slabé stránky patří obvykle horší orientace ve správních, legislativních a daňových předpisech a jejich změnách, ztížené možnosti pro samostatné podnikání na zahraničních trzích, nebo také problémy se zapojováním do náročnějších výzkumných projektů (Synek, Kislingerová, 2010).

1.2.1 MSP a jejich role v národních ekonomikách

Ačkoliv o nesporném významu malých a středních podniků pro národní ekonomiku se zmiňují již jedny z prvních vydání učebnic a publikací podnikové ekonomiky, až v posledních letech tento fakt zdůrazňují instituce a orgány EU společně s vládami jednotlivých členských států. MSP představují v České republice jednoznačně nejpočetnější skupinu z hlediska počtu všech podnikatelských subjektů. Dle ČSÚ vykazovalo podnikatelskou činnost k 31. 12. 2013 v ČR celkem 1 124 910 právnických a fyzických osob (MPO, 2014). Vývoj počtu MSP typu právnických osob a typu fyzických osob udává následující obrázek.

Obr. č. 1: Vývoj počtu aktivních subjektů MSP v ČR v letech 2009 až 2013



Zdroj: MPO, 2014

Působení malých a středních podniků má pro národní ekonomiky celou řadu přínosů a zcela logicky je tento druh podniků označován za motor tržní ekonomiky. Jedna z nejdůležitějších funkcí MSP je **přispívání k tvorbě pracovních míst**. Především nové MSP vytvářejí nové pracovní pozice a tím se podílejí na snižování nezaměstnanosti v daném regionu, tedy i konkrétní zemi celkově. Byl vyzorován trend, který ukazuje, že v zemích, kde byl ve sledovaném období zaznamenán výraznější nárůst míry podnikání, se zároveň vykazoval pokles míry nezaměstnanosti. Dalším příznivým vlivem je **přispívání k hospodářskému růstu**, o který se zaslouhují především podniky rychle rostoucí. Řada výzkumů potvrzuje, že podnikatelská činnost má pozitivní efekt na růst HDP. Ministerstvo průmyslu a obchodu udává podíl na HDP České republiky ve výši 36,1% a to ke konci roku 2013 (MPO, 2014). Malé a střední podniky také **zajišťují zdravé konkurenční prostředí** na trhu, potlačují vznik monopolů a oligopolů a umožňují tím zákazníkům možnost volby a také optimalizaci cen. Díky konkurenčnímu tlaku, kterým na sebe firmy působí, musí reagovat stálým vylepšováním podnikových procesů a zaváděním inovací. Větší efektivnost v rámci firem zvětšuje konkurenční sílu i konkrétní ekonomiky celkově. MSP také mají **klíčovou roli v exportu** českých výrobků do zahraničí, k roku 2013 se například udává podíl na celkovém vývozu ve výši 51,5%, což znamená export v hodnotě 1 477 952 mil.

Kč (MPO, 2014). Dalším efektem, který se sice nepodílí na růstu ekonomiky, ale spíše přispívá ke spokojenosti obyvatelstva, je **využití lidského potenciálu** v podnikání. Podnikatelská činnost umožňuje řadě jedinců velkou míru seberealizace a vedle hmotné motivace je tento fakt důležitým aspektem při rozhodování o vlastním podniku. Celá řada malých a středních podniků se v posledních letech snaží o **odpovědné podnikání**. MSP napomáhají rozvoji regionů, obcí a menších měst. To je dáno především tím, že podnikání je často realizováno v místě či blízkosti bydliště podnikatele; podnikatel dobře zná dané prostředí, uvědomuje si nedostatky a má větší tendenci pomoci, než je tomu u velkých organizací a nadnárodních společností (Kislingerová, Nový, 2005). S posledníma dvěma přínosy souvisí i pozitivní vliv podnikání na **vytváření příležitostí pro menšiny**, jež mohou mít z různých důvodů problémy v běžném zaměstnání. Stát se živnostníkem či provozovat malý podnik může být zajímavou alternativou například pro ženy na mateřské dovolené, imigranty a další příslušníky národnostních a etnických menšinových skupin (Kuratko, 2003).

1.2.2 Vybrané ekonomické ukazatele MSP v EU a ČR

Pro konkrétní představu o důležitosti malých a středních podniků se nejčastěji využívají tyto ekonomické ukazatele: počet podnikatelských subjektů spadajících do této kategorie, účetní přidaná hodnota vyprodukovaná MSP a vývoj zaměstnanosti (Horová, Taušl Procházková, 2011a). Následující tabulka shrnuje tyto tři ukazatele v roce 2013 v rámci celé Evropské unie, tedy součet výsledků 28 členských států. Pro lepší srovnání figurují v tabulce i velké podniky. Je tedy patrné, že MSP mají pro hospodářskou situaci celé EU velký význam, protože tvoří přes 99 % veškerých podnikatelských subjektů, které se z 67 % podílejí na zaměstnávání osob a dokážou vyprodukovat přidanou hodnotu ve výši až 58 % (European Commission, 2014a).

Tab. č. 1: Základní ekonomické údaje podnikatelských subjektů v rámci EU (2013)

EU-28	Mikro	Malé	Střední	MSP celkem	Velké	CELKEM
Počet podnikatelských subjektů						
Počet	19 969 338	1 378 374	223 648	21 571 360	43 517	21 614 908
%	92,40%	6,40%	1,00%	99,80%	0,20%	100%
Zaměstnanost						
Počet	38 629 012	27 353 660	22 860 792	88 843 464	44 053 576	132 897 040
%	29,10%	20,60%	17,20%	66,90%	33,10%	100%
Přidaná hodnota						
V bilionech EUR	1 362	1 148	1 157	3 667	2 644	6 311
%	21,60%	18,20%	18,30%	58,10%	41,90%	100%

Zdroj: Vlastní zpracování dle European Commission – Enterprise and industry, 2015

Údaje v tabulce č. 2 zobrazují obdobné údaje tentokrát v České republice. Zde je možné si všimnout, že hodnoty v počtu MSP celkem reportované Evropskou komisí, se podstatně výrazně liší od těch uvedených v grafu vývoje z obrázku č. 1. To je dáno tím, že metodiky používané Českým statistickým úřadem se v některých aspektech odlišují od metod Eurostatu. Procentní hodnoty MSP v ČR přibližně kopírují situaci v celé EU. Malé a střední podniky rovněž představují více než 99 % podíl ze všech podnikatelských subjektů v zemi, zaměstnávají téměř 69% pracovníků a tvorba účetní přidané hodnoty MSP představuje necelých 46 %. Co se týká vývoje počtu MSP v ČR od roku 2008 až s odhadem pro rok 2015, existuje zde rostoucí trend ve všech letech. Vývoj zaměstnávání osob v MSP má spíše stagnující charakter, který zaznamenal mírný pokles v roce 2011, ale v roce 2015 se předpokládá růst. Přidaná hodnota výrazně poklesla v roce 2009, v následujících letech naopak rostla, nyní se předpokládá opět její mírný pokles (European Commission, 2014b).

Tab. č. 2: Základní ekonomické ukazatele podnikatelských subjektů v ČR (2013)

EU-28	Mikro	Malé	Střední	MSP celkem	Velké	CELKEM
Počet podnikatelských subjektů						
Počet	968 998	31 850	6 273	1 007 121	1 406	1 008 527
%	96,10%	3,20%	0,60%	99,90%	0,10%	100%
Zaměstnanost						
Počet	1 132 769	637 865	654 056	2 424 690	1 100 327	3 525 017
%	32,10%	18,10%	18,60%	68,80%	31,20%	100%
Přidaná hodnota						
V bilionech EUR	16	12	16	45	38	83
%	19,80%	14,50%	19,90%	54,10%	45,90%	100%

Zdroj: Vlastní zpracování dle European Commission – Enterprise and industry, 2015

1.3 Podpora podnikání a podnikatelské kultury

Hodnoty v předchozích tabulkách dokazují důležitost malých a středních podniků pro ČR ale i celou Evropu. Proto se podporou podnikání a vytvářením vhodného podnikatelského klimatu nyní zabývají všechny evropské vlády. Rozvoj koncepce podpory podnikatelské kultury a vytvoření tzv. podnikatelské společnosti závisí na úrovni třech oblastí: podnikatelské motivace, příležitostí a znalostí v dané společnosti. Tyto oblasti jsou spolu úzce provázány a lze je dále rozdělit do šesti podbodů: podnikatelské vzdělávání ve školách, propagace podnikatelské kultury, snižování bariér vstupu na trh včetně eliminace administrativních překážek, financování začínajících podniků, podpora začínajících podnikatelů ve formě poradenství, mentoringu apod., zaměření na inovativní podnikání (high-tech) a zvýšení podnikatelských aktivit u určitých skupin populace (Horová, Taušl Procházková, 2011a).

1.3.1 EU a podpora podnikání

Na problematiku podnikání a působení malých a středních podniků se rovněž v posledních letech velmi intenzivně zaměřuje Evropská unie, hlavní důvody jsou obdobné jako ve výše uvedeném textu - rozvoj podnikání ovlivňuje růst ekonomik členských států a tím zvýšení blahobytu, ekonomické i životní úrovně celé Evropy. Především Evropská komise pravidelně reportuje výzkumy prováděné v členských státech, na jejichž základě vydává akční plány pro nadcházející období, obvykle s horizontem 5-10 let. V současné době existuje několik strategických plánů, které se přímo či nepřímo týkají podnikatelských aktivit v EU. Například strategie „Evropa

2020“ také hovoří a nezbytnosti rozvoje podnikání a odstraňování bariér v tomto směru. Konkrétnějším dokumentem je sdělení EK „Evropský akt pro malé podniky“ (Small Business Act; „SBA“), ten navrhuje soubor nových opatření a rozvíjení stávajících opatření v těchto pěti oblastech: učinit inteligentní regulaci realitou pro evropské MSP, zaměřit se na oblast financování MSP, výrazně se zaměřit na zlepšení přístupu MSP na trh, podpořit MSP v efektivním využívání zdrojů a na závěr podporovat podnikání jako takové, především pak ve smyslu vytváření nových pracovních míst. Rovněž důležitým strategickým dokumentem je sdělení EK Unie Inovací, který si klade za hlavní cíle usnadnit zavádění nových nápadů na trh, posílení znalostní základny, maximalizace sociální a územní soudržnosti a také vytváření evropských inovačních partnerství (MPO, 2014).

Evropská komise úzce spolupracuje například s mezinárodním projektem Global Entrepreneurship Monitor (dále GEM), který se zaměřuje na problematiku podnikání a podnikatelských aktivit po celém světě. V tomto projektu jsou posuzovány komplexní vztahy mezi zakládáním firem a ekonomickým růstem, jakož i faktory, jež ovlivňují podnikavost v jednotlivých státech, zároveň jsou monitorovány rozdíly mezi zeměmi v míře podnikatelské aktivity. Od roku 2006 je v tomto projektu zapojena i Česká republika (MPO, 2014).

Vedení EU si uvědomuje, že úspěšnost Lisabonské strategie pro růst a zaměstnanost závisí na správné stimulaci podnikatelského smýšlení nejen mezi mladými lidmi, podpoře inovativního zakládání podniků a prosazování kultury, jež je přátelštější k podnikání a tím k růstu MSP.

1.3.2 Strategické priority v oblasti podnikání v ČR

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR se problematikou podpory a rozvoje podnikatelství zabývá v rámci své Koncepce MSP 2014+, jež je nejaktuálnějším dokumentem s časovou orientací až do roku 2020. V této koncepci jsou vymezeny čtyři strategické priority, které vycházejí ze základních strategických dokumentů EU a ČR, byly naformulovány na základě analýz a studií MPO a dalších resortů, konzultací se širokou odbornou veřejností a také tyto priority reagují na zpracovanou analýzu názorů MSP v ČR. Zde je výčet strategických priorit (MPO, 2014):

Strategická priorita č. 1 – Kultivace podnikatelského prostředí, rozvoj poradenských služeb a vzdělávání pro podniky. Jedním z podbodů této priority je zlepšování

podnikatelského prostředí ČR jako celku, to by mělo být transparentní, stabilní a motivační, včetně uvědomělé regulace a jednoduché administrování (na to navazuje především projekt snižování administrativní zátěže podnikatelů). Dále je důležité zefektivnit poradenské služby pro podnikatele, které mohou mít různou formu: mentoring, technologický scouting, koučing či market intelligence. Posledním strategickou oblastí, která je klíčová nejen z pohledu této práce, je vzdělávání pro podnikání. MPO bude usilovat o rozvoj dalšího profesního vzdělávání zaměstnavatelů i zaměstnanců MSP a to formou prohloubení, zvýšení a rozšíření kvalifikace. Proškolení podnikatelů se bude zaměřovat i na zvýšení přehledu v nových specifických právních předpisech. Další sekce podnikatelského vzdělávání se orientuje na studenty středních a vysokých škol, především pak na ty z technických oborů. Podrobněji bude tato oblast rozebrána v dalších kapitolách.

Strategická priorita č. 2 – Rozvoj podnikání založeného na podpoře výzkumu, vývoje a inovací, včetně inovační a podnikatelské infrastruktury. Podpora inovačních aktivit je rovněž velmi důležitým bodem, který zahrnuje celou řadu dílčích priorit. Důraz je kladem na navázání užší spolupráce s výzkumnými organizacemi a vylepšení inovační a podnikatelské infrastruktury.

Strategická priorita č. 3 – Podpora internacionalizace MSP. Zaměřuje se na odstranění bariér při pronikání MSP na zahraniční trhy. Za cíl si klade poskytování informací o zahraničních trzích, možnostech financování a pojištění exportu a pomoc s vyhledáváním obchodních partnerů za hranicemi ČR.

Strategická priorita č. 4 – Udržitelné hospodaření a rozvoj inovací v energetice. Jejím cílem je především poskytnout takovou podporu, jež povede ke snížení energetické náročnosti na jednotku produkce. To zahrnuje modernizaci stávajících zařízení, efektivnější využívání zdrojů a vyšší využívání druhotných surovin.

2 Podnikatelské vzdělávání

Co je to podnikatelské vzdělávání? Jaké existují vazby podnikatelského vzdělávání na rozvoj malých a středních podniků, ale i na růst národní ekonomiky? Může být tak mnohostranná a těžko uchopitelná disciplína, jakým podnikání je, vyučována? Na tyto otázky se bude snažit odpovědět text v této kapitole. Část bude také věnována zhodnocení současné situace v Evropě v porovnání s USA. Nebudou zde samozřejmě chybět statistické údaje a fakta o úrovni podnikatelského vzdělávání v jednotlivých členských státech EU včetně detailnějšího popisu situace v zemích Visegrádské skupiny. V neposlední řadě zde budou objasněny přístupy organizací EU či jiných institucí zabývajících se touto tematikou.

V souvislosti s touto problematikou se používá celá řada pojmů jako například podnikavost, podnikatelské smýšlení, podnikatelské kompetence, vzdělávání k podnikatelským postojům a dovednostem a mnohé další. Některé terminologické nepřesnosti jsou způsobeny rozdíly v překladech dokumentů EU do češtiny, především pak slova „entrepreneurship“ a s ním související „entrepreneurial spirit“ či „entrepreneurial education“.

2.1 Charakteristika podnikatelského vzdělávání

Pojem podnikatelské vzdělávání vychází z definic podnikání uvedených v předchozí kapitole a Evropská komise k nim ještě dodává, že předpoklady, jakými jsou tvořivost, inovativní přístup, schopnost riskovat, plánovat a řídit projekty, jsou přínosné pro každého v běžném životě doma i ve společnosti. Také zaměstnancům umožňuje lépe si uvědomovat souvislosti své práce a napomáhá jim chopit se příležitostí. Z toho vyplývá, že přínos podnikatelského vzdělávání nespočívá pouze v zakládání nových podniků, inovativním podnikání či nově vytvořených pracovních místech, ale podnikatelské kompetence jsou důležité pro všechny, protože vedou lidi k většímu sebevědomí ve všem, co dělají (Evropská komise, 2009).

V posledních letech převládá názor, že podnikání a jeho jednotlivé aspekty je možné efektivně vyučovat. Pedagogové a odborníci na toto téma vyvrátili dlouho panující mýtus, že podnikatelem se člověk zkrátka narodí (Kuratko, 2003). Drucker (1985) k tomu dodává: „*Podnikatelský mýtus? Není to kouzlo, ani nic mystického a nemá to*

rozhodně nic společného s geny. Je to disciplína. A jako každá disciplína, i podnikání se lze naučit.“

Je nezbytné zdůraznit, že podnikatelské vzdělávání by nemělo být zaměřováno s obecným obchodním či hospodářským studiem. Jeho cílem je totiž spíše podpora, motivace a poukázání směru, kterým se studenti mohou při realizaci samostatně výdělečné činnosti vydat. Stávající činnosti a programy lze považovat za vzdělávání k podnikání, jestliže zahrnují nejméně dva z následujících prvků (Evropská komise, 2009):

1. Rozvoj takových osobních předpokladů a dovedností, jež tvoří základ podnikatelského smýšlení a chování;
2. Zvyšování povědomí žáků a samostatně výdělečné činnosti a podnikání jako o profesních možnostech;
3. Práce na praktických podnikatelských projektech a aktivitách;
4. Poskytování specifických podnikatelských znalostí a dovedností, které objasňují, jak založit a úspěšně řídit podnik.

Podnikatelské programy, obory a moduly by měly žákům nabízet nástroje pro tvůrčí myšlení a účinné řešení problémů, dále také objektivní zhodnocení podnikatelského nápadu, efektivní komunikaci, vedení a hodnocení široké škály projektů. Není překvapivé, že studenti si při zakládání svých vlastních podniků více věří, pokud mají možnost si nejprve vyzkoušet své nápady ve vzdělávacím prostředí, které takový přístup podporuje.

Nezbytné je také podotknout, že podnikatelské vzdělávání nemusí být jen doménou vysokoškolských programů, ale jednotlivé aspekty tohoto typu vzdělávání lze postupně začleňovat do osnov základních i středních škol. Evropská komise se ve svých strategických dokumentech rovněž zabývá problematikou vzdělávání k podnikání pro děti a mladistvé (European Commission, 2012). Nicméně tato práce se bude zaměřovat především na výuku podnikání na úrovni vysokých škol, základní a střední školství zde bude rozebráno pouze okrajově.

2.1.1 Proč rozvíjet podnikatelské vzdělávání

Nyní je na místě otázka: Dokáže podnikatelské vzdělávání podpořit rozvoj podnikání v Evropě? Odpověď se snažil nalézt výzkum pod záštitou Evropské komise probíhající

ve všech evropských státech z roku 2012, který přímo sledoval efekty a vlivy podnikatelských programů v rámci vysokoškolského vzdělávání. Tyto vlivy byly rozděleny do čtyř dimenzí: klíčové podnikatelské kompetence, iniciativa k podnikání, individuální schopnost najít si práci či stát se živnostníkem, vliv na společnost a ekonomiku. Závěry z dotazníku, jehož respondenty byly jak absolventi vysokoškolských podnikatelských programů (s celkovým počtem 851), tak ti absolventi, kteří se těchto programů neúčastnili (s celkovým počtem 1 482), přinášejí jednoznačně kladný výsledek. EK z tohoto výzkumu vyvodila, že podnikatelské vzdělávání má pozitivní vliv na podnikatelské smýšlení mladých lidí. Konkrétnější výsledky šetření jsou rozděleny dle jednotlivých dimenzí. Bylo prokázáno, že absolventi podnikatelských programů disponují kvalitnějšími podnikatelskými dovednostmi i znalostmi, tito absolventi také skórovali ve více než deseti charakteristikách klíčových kompetencí podnikatele a to z možných dvanácti. Relativně více absolventů podnikatelství mají silnější touhu podnikat a být živnostníkem. Dotazník také poukazuje na snazší nalezení práce po konci studia pro absolventy vzdělané v programech o podnikání. Navíc je taková práce více kreativní a předpokládají se u ní nové nápady. Co se týká přínosů pro společnost a ekonomiku, podnikatelské vzdělávání nemá vliv na účast absolventů v dobrovolnických pracích, ale podporuje iniciativu jedinců začít realizovat nekomerční projekty (European Commission, 2012).

Statistické průzkum instituce GEM se zaměřilo na zkoumání podnikatelské aktivity u začínajících podniků (s dobou existence kratší než 42 měsíců). Na základě šetření v 38 zemích světa dospěl k názoru, že podnikatelské vzdělávání výrazně přispívá k vyšší aktivitě stávajících podnikatelů a zároveň motivuje studenty či lidi uvažující o založení vlastního podniku (GEM, 2008).

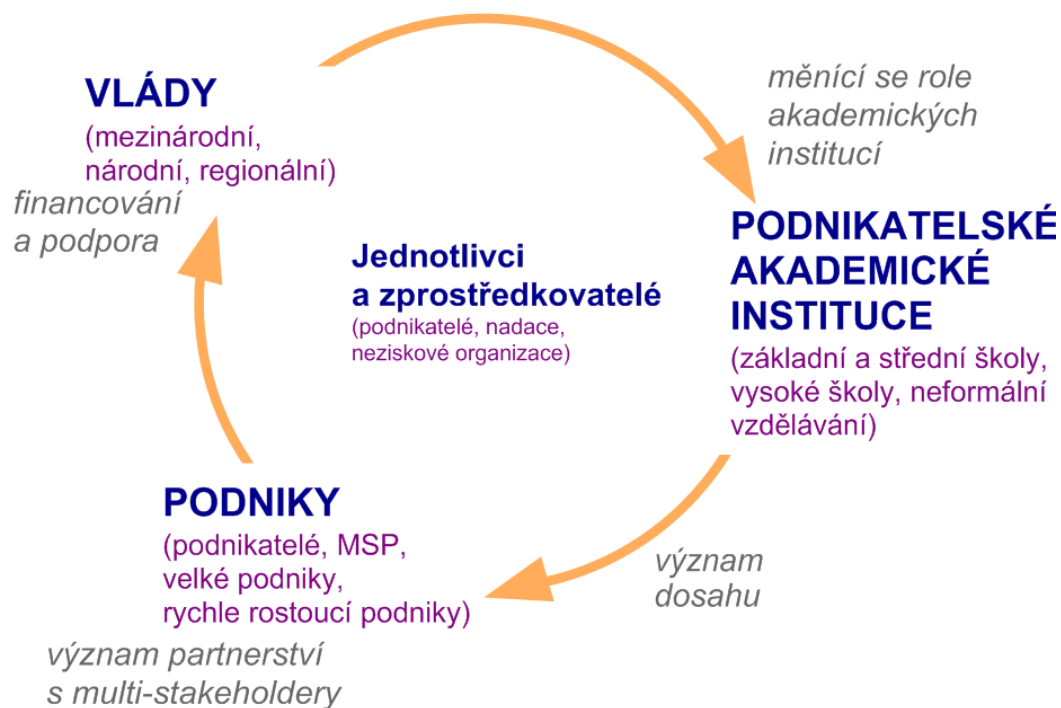
2.1.2 Fungující podnikatelský ekosystém

K vytváření podnikatelské kultury je nezbytný fungující a úplný podnikatelský ekosystém zahrnující rozmanité okruhy stakeholderů, kteří hrají klíčovou roli. Mezi ně lze zařadit podniky všech velikostí a struktur, živnostníky, neziskové organizace a nadace, ale také nadnárodní instituce, národní vlády a územní samosprávy. Akademické instituce jsou pak centrem pro utváření přístupu, dovedností a chování mladých lidí. Vysokoškolské vzdělávání plní funkci inkubátoru pro inovace a výzkum. Je nezbytné navázání těsné kooperace mezi školami a subjekty stojící mimo vzdělávací

system. Takové partnerství se stává nutným při vytváření vzdělávacích programů na formální i neformální bázi. Političtí činitelé na nadnárodní, národní i regionální úrovni se v rámci podnikatelského ekosystému podílejí na vytvoření efektivních zákonů a fiskálních opatření, která podpoří podnikání a zaplní mezery na trhu. Níže uvedený obrázek č. 2 zachycuje provázanost a role podnikatelských vzdělávacích institucí a jejich stakeholderů, mezi těmito skupinami by měl na základě úzké spolupráce vznikat portfoliový přístup k podnikatelskému vzdělávání nikoli ojedinelé iniciativy jednotlivců (World Economic Forum, 2009).

Pro lepší představu fungování modelu podnikatelského ekosystému je třeba ho začlenit do prostředí konkrétních zemí. Například význam širokého spektra stakeholderů je výrazný v oblasti Silicon Valley či města Boston v USA, kde vysoká koncentrace úspěšných firem má pozitivní vliv na podnikatelské vzdělávání v daných regionech. Podobně rychle rostoucí ekosystémy lze v Evropě nalézt ve Velké Británii (speciálně v Cambridge), v Německu (obzvláště v okolí Mnichova) či na pomezí Dánska a jižního Švédska v oblasti zvané Medicon Valley (World Economic Forum, 2011).

Obr. č. 2: Podnikatelský ekosystém



Zdroj: vlastní zpracování dle World Economic Forum, 2015

2.2 Výuka podnikatelského vzdělávání

V současné době již není ústřední otázkou, zda podnikatelské kompetence vyučovat, ale podstatnější je, jakým způsobem k výuce přistupovat. Je nezbytné vnímat podnikatelské vzdělávání v širší perspektivě a v aktuálním kontextu podnikatelské sféry. Při výuce by se pedagog měl zaměřit na osobnost mladých lidí a podporovat v nich tvořivost, smysl pro iniciativu a další obecné vlastnosti a dovednosti budoucích podnikatelů. Stále však existuje propastný rozdíl mezi výukovými metodami považovanými za nejúčinnější pro vzdělávání k podnikání a těmi metodami, které jsou v současnosti používány. Mezi doporučované metody patří například kombinování klasické výuky s přednáškou lektora z konkrétního oboru, zadávání případových studií pro studenty či vytvoření kompletního podnikatelského plánu. Velmi tvůrčí způsob výuky je nechat studenty přemýšlet o možných formách start-upů a vyčlenit část učebního plánu pro tzv. business hry. Důležité je i zaměření na komunikační dovednosti studentů jako jsou prezentační techniky a interpersonální komunikace. Tyto metody by pak měly být zastřešeny spoluprací škol a univerzit s konkrétními podniky, ve kterých by měla být umožněna praxe (OECD, 2008).

Obsahem kurzů podnikatelského vzdělávání na univerzitách a porovnáváním tradiční výuky sestavování podnikatelského plánu s experimentálními přístupy typu simulace a tzv. pohotovostním přístupem se zabývá např. Honig (2004). Dle výzkumu amerických univerzit vyplývá, že většina kurzů se věnuje business plánu (v Evropě je tento trend obdobný). Ačkoliv vytvoření kvalitního plánu je pro budoucí podnikatele důležitým začátkem, nelze v něm spatřovat recept na celou podnikatelskou činnost. Například z toho důvodu, že podnikání není jen o plánování, ale také o nepředvídatelných situacích. Proto je klíčové začlenit do výuky kurzů různé simulace, které se snaží připravit studenty na neočekávané jevy a učí je dynamicky využívat analytických nástrojů v kombinaci s pohotovostním modelem „problém-řešení“ dle konkrétního prostředí.

2.3 Porovnání podnikatelského vzdělávání v Evropě a USA

Pomocí porovnání minulých i stávajících situací v oblasti podnikatelského vzdělávání těchto dvou ekonomik lze odhalit řadu zajímavých skutečností, které usnadní pochopení dané problematiky. Je všeobecně známým faktem, že ve Spojených

Státech má podnikání svou historicky klíčovou roli pro rozvoj ekonomického růstu. Tento fenomén je však stále aktuální a podnikání je v posledních několika desítkách let ještě dynamičtější. To dokazuje například údaj, že většina firem, které jsou nyní v první stovce vedoucích podniků na americkém trhu, ještě před 20 až 30 lety vůbec neexistovaly. Ve Spojených státech dochází k neustálé obměně podnikatelské sféry, kdy podniky, jež na několik let ustrnou ve svém vývoji, jsou ihned nahrazeny těmi dynamičtějšími. Díky tomu je celý podnikatelský sektor vitálnější, než je tomu v Evropě, kde celá řada významných podniků existuje téměř jedno století (OECD, 2008).

Evropa tedy potřebuje mnohem větší zaměření na podnikání a inovace, které mají pomoci ve vyšší míře mezinárodní konkurenceschopnosti, ekonomickému růstu a vytváření pracovních pozic. Ačkoliv v současné době existuje několik různých iniciativ a programů na podporu v tomto směru, Evropa stále zaostává za cíli, které si předsevzala. Především nízká expozice podnikatelství, jež je kombinovaná s nedostatkem vhodných vzorů ve formě nových podnikatelských úspěchů, vytváří bariéry pro vstup do podnikání výrazně větší než je tomu v Severní Americe. S tím souvisí i nedostatečná podpora současných evropských podniků k mezinárodní expanzi, administrativa a finanční aspekty jsou stále zaměřeny pouze na podnikatelské aktivity v rámci Evropy (OECD, 2008).

Podnikání má ve Spojených Státech silnou tradici nejen na reálném trhu, ale rovněž je součástí vzdělávání přes více než 50 let. První kurz podnikatelství (typu MBA) byl otevřen na Harvardské Univerzitě již v roce 1947. Od té doby vznikla v Americe infrastruktura čítající více než 2 200 podnikatelských kurzů na přibližně 1 600 školách (Katz, 2003). Podle Katze (2003), autora nejucelenější chronologie podnikatelského vzdělávání v USA, bylo dosaženo vrcholu v tomto směru vzdělávání a vývoj spatřuje především mimo prostředí ekonomických škol. Důvod dosavadního růstu byl především samotný velký zájem uchazečů o studium, kteří byli dychtiví účastnit se podnikatelských kurzů a to od těch o podnikatelském plánování, rozvoji start-upů až po podnikatelské finance a management technologií (OECD, 2008).

Naopak v Evropě se nauky o podnikání začleňují do vysokoškolských oborů velmi pozvolna až v posledních deseti letech, ačkoliv samozřejmě na některých ekonomických fakultách existovaly dříve, jedná se ale spíše o výjimky. To je dáno samotným vývojem

obou ekonomik, kdy v USA odvětví rizikového kapitálu (angl. venture capital), které úzce souvisí s podnikáním, začalo růst před přibližně 40 lety. V Evropě nastal výraznější růst teprve před jednou dekádou v polovině 90. let. Další výraznou odlišností USA a Evropy je celkové ladění společnosti, kdy ve Spojených státech je stále živý pojem „americký sen“, tedy možnost vybudovat z malého nápadu velký business. Naopak evropský, velmi propracovaný sociální systém spíše odrazuje lidi od podstoupení podnikatelského rizika (či rizika celkově). Zkrátka motivace Američanů je daleko vyšší, než je tomu u Evropanů. To je ještě posilováno přístupem evropských univerzit, které se tradičně zaměřují na zajištění stabilní pracovní pozice v budoucnosti studenta. Tedy opět upřednostnění jistoty před rizikem (OECD, 2008).

Také postavení podnikatelských vzdělávacích kurzů a programů se v USA a Evropě liší. Mnoho amerických univerzit má přímo akademické oddělení zabývající se pouze podnikáním. Oproti tomu v Evropě si podnikatelské vzdělávání stále hledá své pevné místo v univerzitních systémech. Rovněž evropští profesori se zaměřují převážně na výuku tradičních disciplín jakou je ekonomie nebo obchodní správa. Navíc jsou profesori v Evropě spíše zastánci konvenčních postupů a dlouhotrvajících zásad. V USA mají vyučující podnikatelských kurzů na univerzitách obvykle zkušenosti z praxe, především pak zkušenosti se start-upy. Také bývalí absolventi dané univerzity, kteří jsou nyní podnikateli, jsou zvaní na hodiny, aby sdíleli své zkušenosti se studenty a zapojili je do případů z reálné situace. Většina podnikatelských kurzů v Evropě je naopak stále vyučována prostřednictvím přednášek.

Ve Spojených státech existuje také celkově jiný pohled na vzdělávání a na univerzitách je velmi běžné uplatňován multi disciplinární způsob výuky. Ten propojuje klasické ekonomické či podnikatelské kurzy s těmi, které jsou nabízeny v rámci vědeckých oborů. Díky tomu dokážou studenti zkombinovat své znalosti z podnikání a managementu s novými poznatky v oblasti technologie. Tento trend se však nyní začíná šířit také v Evropě a dobře funguje například na Univerzitě v Cambridgi (OECD, 2008).

Jedním z cílů podnikatelského vzdělávání v Evropě tak je propagace podnikatelské a inovativní kultury, která povede ke změně smýšlení ohledně této sféry. V prostředí globalizace, ve kterém dochází k prudkému vývoji technologií a snížení nákladů na cestování, se mění i povaha práce jako takové. Z toho důvodu by univerzity (i jiné

vzdělávací instituce) měly přeorientovat svou výuku k tomu, aby připravily své studenty na práci v dynamickém, rychle se měnícím globálním prostředí. Má-li být Evropa v budoucnu konkurenceschopná a má-li si zachovat pozici důležitého globálního hráče, měla by nyní využít příležitost, poučit se a inspirovat se ze zkušeností Spojených Států, Kanady či jiných zemí v oblasti podnikání a podnikatelského vzdělávání a na základě toho sestavit optimální model vhodný pro evropské trhy. Nikoliv přejímat modely, které by v tomto prostředí fungovat mohly. Při hodnocení modelů podnikatelského vzdělávání v různých zemích světa je důležité porozumět nejen tomu, jak dané programy fungují v praxi, ale také proč jsou či nejsou efektivní. Jak dále nabádá OECD, nejedná se pouze o záležitost vytvoření vhodné infrastruktury, ale o implementaci takových programů, které musí vycházet z potřeb trhu a musí být rovněž adaptabilní na lokální ekosystém (2008).

2.4 Podnikatelské vzdělávání v Evropě ve statistických datech

Předchozí text nastínil současnou situaci v Evropě ve srovnání se Spojenými státy, které mají podnikatelské vzdělávání úspěšně začleněné nejen ve vysokoškolských programech. Nyní je na řadě zaměřit se na vzdělávání k podnikání v jednotlivých evropských státech i Evropě celkově s podporou statistických údajů. Data budou vycházet výzkumu prováděného organizací GEM, která zde již byla představena. Dále z analýz veřejného mínění s názvem „Flash Eurobarometer“, který je jednou ze sekcí Evropské komise a od roku 1974 pravidelně informuje o nejrůznějších tématech týkajících se EU, v posledních letech se rozšířila působnost Eurobarometru i do nečlenských států. Dalším cenným zdrojem dat je statistický orgán Evropské unie Eurostat, jehož jeden z programů se soustřeďuje na indikátory z podnikatelské sféry („Entrepreneurship Indicators Programme“).

Vývojem podnikatelského vzdělávání se rovněž zabývá organizace European Foundation for Entrepreneurship Research (EFER, 2015), která ve svém dotazníku z 25 evropských zemí, 164 škol a celkem 240 respondentů sledovala podnikatelské výukové programy. Závěry výzkumu EFER hovoří o rychlém růstu počtu programů a předmětů zaměřených na podnikání, ačkoliv stále většina jich je pouze volitelných, a to ze 73 % na bakalářském studiu a 69 % na navazujícím studiu. To souvisí s faktem, že v Evropě je podnikatelství vyučováno jako předmět stojící mimo, bez patřičné integrace

v školních osnovách. Dotazník také potvrzuje výše zmíněný předpoklad, že podnikatelské předměty jsou nejčastěji vyučovány pomocí přednášek (OECD, 2005).

Důležitým předpokladem pro rozvoj podnikatelského vzdělávání je samotný přístup a smýšlení o podnikání mezi obyvatelstvem. Jaká je touha Evropanů být osobou samostatně výdělečně činnou a založit vlastní podnik zkoumal dotazník Flash Eurobarometeru. Otázka zněla: „*Jak je pro vás osobně přitažlivé stát se v rámci následujících pěti let osobou samostatně výdělečně činnou?*“ Jen 30 % dotázaných z 25 členských států EU považuje samostatnou živnost za spíše přitažlivou, 66 % se přiklání k názoru, že je pro ně práce živnostníků spíše nepřitažlivá (zbylé 4 % respondentů nemělo vyhraněný názor). Nejatraktivnější je samostatné podnikání pro občany Lotyšska, kteří se vyslovili kladně z 50 % a pro obyvatele Polska a Litvy (s výsledkem 48 %). Názor občanů České republiky je shodný, jako výsledek EU-25 celkem, tedy 30 % (European Commission, 2010).

S předchozí otázkou souvisí i stupeň proveditelnosti stát se osobou výdělečně činnou. Respondenti odpovídali na otázku: „*Bylo by pro vás snadno proveditelné stát se v rámci následujících pěti let osobou samostatně výdělečně činnou (bez ohledu na to, jestli o to jevíte zájem)?*“ Dotázaní z 25 evropských zemí shledávají založení si vlastní živnosti za velmi či docela snadno proveditelné z 31 %, zbylí tvrdí opak. Nejsnadnější je otevření si vlastního podniku pro obyvatele Islandu s 62 % a Švédska s 54 %. Čeští občané odpověděli pouze z 25 %, že je založení snadné (European Commission, 2010).

Flash Eurobarometer (European Commission, 2014) také zkoumal účast studentů na podnikatelských kurzech či jiných aktivitách spojených s podnikáním a zakládáním podniku v rámci jejich studia (bez ohledu na stupeň vzdělávání). Nejvyšší účast studentů byla zaznamenána v Polsku (55 %) a Francii (51 %), v těchto zemích se tedy více než polovina studentů zapojí do podnikatelských kurzů. Česká republika v tomto směru dosahuje velmi nízkých hodnot a to pouhých 16%. Respondenti se také měli vyjádřit k následujícím tvrzením, zda rozhodně souhlasí nebo jen souhlasí či rozhodně nesouhlasí nebo jen nesouhlasí: „*Moje školní vzdělání mi pomáhá vytvářet schopnost být iniciativní jako součást podnikatelského postoje.*“ Nejvíce kladně v tomto směru skórovalo Norsko (74 % respondentů souhlasilo s tvrzením) a Portugalsko (71 %). V ČR se kladně vyjádřilo 66 %. S tímto tvrzením nesouhlasili dotázaní například z Maďarska, kteří dosáhli 34 % kladných odpovědí. „*Moje školní vzdělání mi pomohlo*

lépe porozumět roli podnikatele ve společnosti“ bylo dalším tvrzením, se kterým se nejvíce ztotožnili občané Portugalska (75 % dotázaných souhlasilo), opakem bylo Dánsko s pouhými 31 %. ČR souhlasila celá polovina oslovených (50 %). Posledním tvrzením, k němuž se měli Evropané vyjádřit, znělo: *„Moje školní vzdělání mě přivádí k většímu zájmu o to stát se podnikatelem.“* Obecně lze říct, že v tomto ohledu dosahují všechny země EU-27 nízkých hodnot, tedy, že s tvrzením spíše či rozhodně nesouhlasí. Nejlépe opět skórovalo Portugalsko s 50 %, naopak Dánové odpověděli kladně pouze z 20 %. Také Česká republika se řadí k nižším hodnotám se svými 25 % respondentů, kteří souhlasili (European Commission, 2010). Ucelené výsledky tohoto dotazníkového šetření jsou obsahem přílohy A diplomové práce. Velmi slabý vliv vzdělávání na zájem o podnikání mezi českými studenty potvrdilo také dotazníkové šetření autorek Horové a Taušl Procházkové (2011b).

Další šetření Evropské Komise provedené ve spojení s GEM se zaměřilo pouze na vysoké školy a dle jejich výsledků více než 87% vysokoškolských institucí ze 14 evropských států má nějaký typ aktivity, kterou lze považovat za podnikatelské vzdělávání. Rovněž bylo zjištěno, že 22 %, 27 % a 21 % absolventů (ve věku 18 – 64 let) bakalářského, magisterského a doktorského studia těchto institucí si zvolilo některý z podnikatelských kurzů. Je nutné podotknout, že v rámci Evropy existují výrazné asymetrie v tomto ohledu (Rizza, Amorim, 2010).

2.5 Strategické plány EU v oblasti podnikatelského vzdělávání

Tak jako se v posledních letech Evropská unie zaměřila na podporu podnikání a rozvoj malých a středních podniků, neopomíná ani zkvalitnění vzdělávání jako jeden z nástrojů pro dosažení tohoto cíle. Pravděpodobně nejdůležitějším dokumentem v této oblasti je tzv. Boloňská deklarace, která byla podepsána 47 státy (evropskými i mimoevropskými) již v červnu roku 1999, tím se odstartoval Boloňský proces. Jeho hlavním cílem bylo zavést kompatibilní systém studia v evropských zemích (rozdělení na bakalářské, magisterské a doktorské studium) a s tím související jednotný kreditní systém (ECTS). Boloňský proces nebyl doposud ukončen, evropské instituce ve spolupráci s Evropskou komisí stále pracují na vytvoření standardů napříč všemi univerzitami. Pro celou řadu evropských vysokých škol je tento proces příležitostí k realizaci reform, které zajistí větší zaměření na inovace a také výuku podnikání. Vzdělávací systém by se tak měl

přesunout od tradičních výukových metod k těm kreativnějším a interaktivnějším (European Commission, 2013).

Z hlediska podnikatelského vzdělávání v Evropě byla zásadní Evropská konference v Oslu v říjnu roku 2006, ze které následně Evropská Komise zveřejnila „*Agendu z Osla týkající se podnikatelského vzdělávání v Evropě*“ (angl. Oslo Agenda for Entrepreneurship Education). Cílem této agendy je systematicky a efektivně urychlit vývoj podpory podnikatelského smýšlení v celé společnosti. Obsahem agendy je velké množství příkladů osvědčených postupů a návrhů, z nichž si země mohou vybírat takové činnosti, jež odpovídají jejich aktuální situaci. Agenda je rozdělena do šesti rámců dle oblastí, ve kterých je nutné prosadit změny od politické sféry, přes školy a univerzity samotné včetně pedagogů na nich vyučujících až po podnikatelské aktivity na všech úrovních vzdělávacího systému (European Commission, 2013). V příloze B této práce je pro přehlednost tabulka všech zásadních dokumentů na nadnárodní úrovni, které se problematikou podnikatelského vzdělávání zabývají.

Nejaktuálnějším strategickým dokumentem EK je Akční plán podnikání v roce 2020 (angl. Entrepreneurship 2020 Action Plan), který se podnikatelskému vzdělávání věnuje v jednom ze svých tří základních pilířů. Dle EK je investice do podnikatelského vzdělávání investicí s nejvyšší návratností, kterou Evropa může uskutečnit. Mladí lidé, kteří využijí benefitů podnikatelského vzdělávání, mohou snáze rozvinout obchodní znalosti, základní dovednosti a přístupy v podnikatelské praxi. Kreativita, inovativnost, houževnatost, týmová práce, pochopení rizika a smysl pro zodpovědnost vytváří podnikatelského ducha, díky němuž mohou budoucí podnikatelé přetvořit nápady do reality. Několik členských států EU již úspěšně začlenily podnikatelské vzdělávání do národních strategií a také zapojily výuku o podnikání do školních osnov či studijních programů. Podle Evropské Komise je ale potřeba učinit mnohem víc. Vzdělávání by mělo být přeneseno do běžného života prostřednictvím praktických učebních modelů, jejichž základem jsou reálné zážitky a zkušenosti úspěšných podnikatelů. Neméně důležité je vytváření partnerství mezi školami a podniky, které má mimo jiné za cíl zajistit takový obsah a formu výuky, který bude velmi blízký realitě. Evropský institut pro technologii (EIT) jako jeden z prvních upozornil na důležitou roli podnikání jako aktivátoru inovací, který může být pomyslným mostem mezi vzděláváním a inovacemi v průmyslu (European Commission, 2013).

Evropská Komise ve spolupráci s OECD vytvořila rámec pro univerzity mající zájem začlenit či zdokonalit podnikatelské vzdělávání ve svých studijních programech. EK bude v následujícím horizontu pěti let usilovat o (European Commission, 2013):

- Vytvoření pan-evropské iniciativy pro podnikatelské vzdělávání, která bude přinášet ucelené expertízy zaměřené na sdílení informací, analýzy vlivu a vývoj metodologií pro členské státy;
- Posílení kooperace mezi členskými státy a hodnocení úspěšnosti začlenění podnikatelského vzdělávání do národních programů;
- Ve spolupráci s OECD založit systém poradenství, který bude podporovat rozvoj podnikatelských škol a tzv. VET institucemi (zkratka anglického sousloví „vocational education and training“);
- Propagování všeobecného povědomí o důležitosti vzdělávání k podnikání a to na formální i neformální úrovni vzdělávacího prostředí
- Šíření vysokoškolského poradního rámce a zajištění výměny zkušeností mezi univerzitami;
- Podporování podnikatelských projektů, které vzešly z iniciativ univerzit (např. spin-off)

Členské státy jsou Evropskou komisí přizvaní k plnění následujících bodů (European Commission, 2013):

- Zajistit, aby klíčové aspekty podnikatelského vzdělávání byly začleněny do školních osnov a univerzitních programů a to do konce roku 2015. To se týká základních, středních vyšších odborných i vysokých škol;
- Nabídnout mladým lidem příležitost k vyzkoušení alespoň jedné podnikatelské zkušenosti před tím, než opustí vzdělávací systém. Zkušeností je myšlen například provoz mini-společnosti nebo odpovědnost za podnikatelský projekt v reálné firmě;
- Stimulovat vznik podnikatelských training programů pro mladé lidi a dospělé, ať už pod záštitou EU nebo národních iniciativ. Následně je důležité plně těchto programů využívat;
- Propagovat podnikatelské vzdělávací moduly pro mladé lidi, jež jsou začleněny v národních tzv. „Youth Guarantee“ schématech. (European Commission, 2013)

2.6 Současná situace podnikatelského vzdělávání Visegrádských zemí

2.6.1 Maďarsko

V Maďarsku v současné době neexistuje specifická národní strategie pro podnikatelské vzdělávání, mimo té na terciární úrovni vzdělání. Prvky rozvoje klíčových kompetencí, mezi které patří např. schopnost být iniciativní v podnikání, je obsažena ve strategii pro celoživotní vzdělávání z roku 2005 (European Commission, 2012). Rozvoj podnikatelského vzdělávání v Maďarsku se tedy soustřeďuje na střední školy a univerzity. Mezi první iniciativy, které se v zemi rychle rozšířily, byly dva mezinárodně úspěšné programy: Junior Achievement a Young Enterprise. Cílem obou těchto programů je posílení a zlepšení postoje středoškolských studentů k podnikání. Nadace Junior Achievement funguje v Maďarsku již od roku 1992 a později došlo k jejímu sloučení právě s maďarskou větví programu Young Enterprise. V současné době je tento program vyučován na přibližně 320 středních školách a více než 57 000 žáků je zapojeno. Nejrozšířenější aktivitou v rámci programu (pod zkratkou JA-YE) je jedno roční vedení mini podniků ve školách. Samostatnou aktivitou určenou pro maďarské žáky ekonomických a obchodních středních škol jsou výukové hodiny ve speciálních třídách, které jsou vybaveny jako kancelář podnikatele. Díky tomu se studenti prakticky seznamují s každodenním chodem firmy v co nejautentičtějším prostředí (European Entrepreneurship Education, 2008).

Co se týká maďarských osnov středních odborných škol, je podnikání základní schopností, ale obsah těchto osnov má v 21 odborných oborových skupinách maďarského národního rejstříku kvalifikací různou váhu. V Maďarsku existuje tzv. modulární systém odborné přípravy, který zahrnuje 422 různých kvalifikací, z nichž několik modulů zahrnuje podnikatelské programy. Řada škol vyučuje podnikání nad rámec povinných osnov (Evropská komise, 2009).

Po poměrně dlouhou dobu se Maďarsko potýkalo s absencí studijních programů na univerzitách zaměřující se na podnikatelské vzdělávání, ale chyběl rovněž celkový systém kvalitních ekonomických fakult. Situace se začala výrazněji zlepšovat až koncem 90. let 20. století. Nejprve začaly vznikat kurzy managementu, které v sobě nesly také prvky podnikatelské nauky a následně se vymeziply samostatné kompletní studijní programy zaměřené na podnikání. V současnosti téměř každá větší univerzita v Maďarsku nabízí obdobný program pro studenty. Vysokoškolského vzdělávacího

systemu se také dotkla bolognská reforma, která vedla k sjednocení v rámci Evropy ve školním roce 2006/2007. Jedním z příkladů iniciativy na podporu podnikatelského vzdělávání v rámci VŠ je Corvinus University v Budapešti, která založila v srpnu 2000 specializované centrum Small Business Research Group. Činnost tohoto centra spočívá ve vyhledávání konkrétních cílů a výzev pro vysokoškolské vzdělávání v oblasti podnikání, dále realizuje různé výzkumy a aktivně vytváří strukturu podnikatelských kurzů na dané univerzitě (European Entrepreneurship Education, 2008).

2.6.2 Polsko

Podnikatelské vzdělávání je zmíněno ve strategickém dokumentu z roku 2010 v perspektivách celoživotního vzdělávání, jež si klade za cíl zvýšit úroveň klíčových schopností potřebných při podnikání. V současnosti je v Polsku vzdělávání k podnikání jednou z priorit koncepce vzdělávání, což je obsaženo v nových učebních osnovách, které mají být implementovány do roku 2016 (European Commission, 2012). V Polsku začíná vzdělávání k podnikání na nižším stupni středních škol, kde žáci ve věku 13 a 14 let mají povinný předmět týkající se humanitních věd (angl. social studies). Tento předmět zahrnuje 76 hodin a má tři tematické moduly, jeden z nich se zabývá ekonomikou a podnikáním (25 hodin). Podnikání jako samostatný povinný předmět „základní podnikání“ je zahrnut do osnov vyšších stupňů středních škol pro žáky mezi 16 až 18 lety (European Entrepreneurship Education, 2008). Tento předmět má plných 76 vyučovacích hodin, ale může být i rozšířen z iniciativy konkrétní školy. Navíc všechny zkušební standardy pro odborné kvalifikace v Polsku zahrnují aspekty podnikání. Podnikatelské vzdělávání na polských středních školách je velmi teoretického charakteru a proto Ministerstvo školství připravuje reformu odborného vzdělávání, jež by výuku podnikání orientovala více prakticky (Evropská komise, 2009). Ani Polsko není výjimkou ve fungování mezinárodních organizací podporující podnikatelské vzdělávání typu Junior Achievement a dalších, záleží jen na individuálním zájmu středních škol.

Na řadě univerzit (pouze na těch se zaměřením na ekonomii) existují oddělení zabývající se podnikáním a zde jsou také vyučovány samostatné předměty týkající se problematiky podnikatelství. Toto však není úplnou samozřejmostí a některé polské VŠ podnikání separátně nezahrnují do studijních plánů. Předmět typu

„entrepreneurship“ je povinný na oborech v oblasti managementu to na navazujícím magisterském stupni studia (European Entrepreneurship Education, 2008).

2.6.3 Slovenská republika

Slovenská republika zahrnuje podnikatelské vzdělávání do širší strategie v rámci programu národní reformy z let 2008-2010 („Národný program reforiem Slovenskej republiky na roky 2008 – 2010“). Jedním z důležitých cílů je podpora podnikatelských dovedností a zajištění studentům osvojení si základních ekonomických znalostí. Tato integrace podnikatelského vzdělávání do školních osnov probíhá na všech úrovních slovenského vzdělávacího systému (European Commission, 2012). Na prvním a druhém stupni základních škol neexistuje samostatný předmět, který by se podnikáním zabýval, avšak některé znalosti a dovednosti jsou obsahem výuky předmětů týkající se budoucího pracovního života. Na úrovni středních odborných škol a středních odborných učilišť je podnikání zařazeno do vnitrostátních osnov jako povinný, nebo jako volitelný předmět. Existuje zde však velký rozdíl mezi gymnázii a středními odbornými školami. První zmíněná kategorie škol nemá v osnovách vyčleněn žádný povinný předmět věnující se podnikání, naopak střední odborné školy jsou důležitým aktérem v oblasti vzdělávání k podnikání. Díky standardu Ekonomické vzdělávání a konkrétně rámce Výchova k podnikání se tyto střední školy věnují podnikatelství hlouběji. Fiktivní firmy se využívají na všech zmíněných typech škol, celkový počet účastníků se škol je přibližně 170 (Evropská komise, 2009). Rovněž slovenské střední školy spolupracují s organizací Junior Achievement (JASR), které v zemi pořádá řadu zážitkových vzdělávacích programů.

V současné době výrazně roste poptávka po vzdělávání v oblasti podnikání na slovenských vysokých školách, které se snaží rychle reagovat vytvářením specializovaných fakult, oborů a v některých případech také specializovaných pracovišť působících na fakultách jiného než ekonomického zaměření. Díky tomu se za posledních pět let podařilo tuto oblast vzdělávání výrazně prohloubit. Nyní se počet fakult zaměřených na podnikání pohybuje kolem 15. Také studenti technických oborů si mohou vybírat z řady podnikatelských kurzů (European Commission, 2008).

2.6.4 Česká republika

Podnikatelské vzdělávání zaznamenalo významný rozvoj v posledních třech letech a aktivity mimo rozsah školních osnov jsou stále častější záležitostí. Přesto zde stále chybí obecně akceptovaný systém vzdělávání k podnikání. Strategie celoživotního vzdělávání vytvořená Ministerstvem školství (MŠMT, 2015) usiluje především o funkční gramotnost, která v sobě zahrnuje především kompetence k finanční gramotnosti. Podnikatelské vzdělávání však není ve strategii konkrétně zmíněno. V plánu vzdělávání v ČR v období 2009-2015 („Implementační plán Strategie celoživotního učení“) je kladen důraz na reformy ve školních osnovách a vysokoškolských programech. Zvýšení funkční gramotnosti má být dosaženo pomocí rozvoje klíčových schopností prostřednictvím podpory větších studentských projektů, jakými je například zakládání fiktivních společností. Podnikatelské vzdělávání je jednoznačně obsaženo v řadě průřezových témat, které jsou v osnovách zařazeny a jsou povinné (European Commission, 2012). Rozvojem podnikatelské vzdělávání se zabývají především dva programy, které jsou založeny na praktických zkušenostech. Prvním jsou cvičné firmy a druhým je program studentských podniků organizace Junior Achievement (studentské minipodniky). Oba programy jsou zajímavým nástrojem k získání praxe, nejsou však povinné (Evropská komise, 2009). Stejně jako u ostatních zemí Visegrádské skupiny, podnikatelské vzdělávání v ČR závisí ve velké míře na ochotě samotných škol se do těchto programů zapojit (Horová, Taušl Procházková, 2011b).

Také experti organizace GEM se zabývali vývojem podnikatelského vzdělávání v ČR a mezi jejich hlavní poznatky patří nedostatečný rozvoj podnikatelských kompetencí a celkové povědomí a podnikání na českých základních školách. Kladně hodnoceno bylo rozšíření alternativních výukových přístupů (projektová výuka, slovní hodnocení, interaktivní výuka), jež více napomáhají při podněcování motivace a utváření podnikatelských postojů. Obdobně nízká koncentrace látky zaměřující se na podnikatelství byla konstatována u českých středních škol, zde úroveň mírně zvyšuje již zmíněný projekt fiktivních firem. Na mezinárodním žebříčku podnikatelského vzdělávání na základních a středních školách se Česká republika umístila až jako 6. od konce z celkového počtu 69 zemí zúčastněných šetření, rozvoj podnikatelských

kompetencí na nižších stupních vzdělávání tak stále zůstává velkou výzvou (GEM, 2014).

Názory expertů se různily v oblasti vysokoškolského vzdělávání. Vyzdvihováno bylo zlepšení ve výuce praktických kurzů zaměřených na podnikání, kterých je v ČR stále více. Také stále častěji probíhají soutěže studentských podnikatelských plánů. Výrazný prostor ke zlepšení však GEM vidí v provázání univerzit s podnikatelským prostředím a soukromým kapitálem. S tím také souvisí stále přetrvávající odtržení kurzů od praxe a akademičnost výuky, studentům jsou dle odborníků předkládány hotové poznatky (často ne zcela aktuální); mnohem efektivnější by bylo naučit studenty si informace vyhledávat a kriticky zkoumat, což je obzvlášť důležité v podnikatelském vzdělávání. Co se týká umístění v mezinárodním žebříčku, dopadla ČR mírně lépe u podnikatelského vzdělávání na vysokoškolském stupni s výsledkem 8. od konce rovněž ze 69 států (GEM, 2014). Grafické zobrazení úrovně podnikatelského vzdělávání v ČR z roku 2014 provedenou experty GEM je uvedeno v příloze C.

Rovněž dle poznatků dalších zahraničních odborníků, české univerzity stále nabízejí velmi omezený výběr podnikatelských studijních programů a podnikatelské kurzy nemají ucelený systém výuky a tím převážně závisejí na individuálním přístupu pedagogů. Stále jsou v ČR postrádány podnikatelské předměty, které by si mohli do svých studijních plánů zařadit studenti technických fakult (Riviezzo, De Nisco, 2012). Důležitým faktem je také naprostá absence kurzů zaměřujících se na vzdělávání budoucích vyučujících podnikatelského vzdělávání na pedagogických fakultách. To zpomaluje rozvoj podnikatelských kompetencí napříč celým vzdělávacím systémem.

Díky dotacím EU plánuje MŠMT od roku 2015 rozvíjet výuku dílčích kompetencí podnikatelského vzdělávání na základních a středních školách a to pomocí spolupráce s konkrétními podniky v daných regionech. (MŠMT, 2014) Na nezbytnost podnikatelského vzdělávání v oblasti vědy a výzkumu nově reagovala i Zelená kniha výzkumu, vývoje a inovací v České republice z ledna roku 2008. V tomto dokumentu vytvořeném Technologickým centrem Akademie věd ČR je mimo jiné apelováno na zlepšení podnikatelského vzdělávání, které přispívá ke snížení kulturních rozdílů mezi veřejným výzkumem a podnikatelskou sférou. Zelená kniha na základě uceleného výzkumu situace v ČR klade zásadní otázky a formuje témata, jež řeší také problematiku výchovy k podnikání. Bílá kniha terciárního vzdělávání z roku 2008 svým

obsahem navazuje na zprávu o stavu českého vysokého školství zpracovanou experty OECD. Tato zpráva identifikovala hlavní problémy, před kterými nyní české univerzity stojí. Mezi tyto hlavní překážky patří jistá těžkopádnost centrální správy a neschopnost jednotlivých institucí reagovat na změny vnějšího prostředí (Malach, 2008).

Jedním ze zásadních projektů, jenž výrazněji přispěl ke zkvalitnění výukového procesu českých vysokých škol prostřednictvím spolupráce s podniky, byl projekt Centra pro studium vysokého školství. Projekt nesl název Analýza spolupráce vysokých škol s výrobními a servisními podniky a byl vytvořen v letech 2002 až 2004. V rámci výstupu z projektu byly načrtnuty potenciální vývojové cesty této spolupráce a rovněž nové náměty pro inovace studijních programů, tak, aby reagovaly na trh práce v ČR. Projekt jasně ukázal, že určité dovednosti a kompetence mohou studenti získat jen po absolvování konkrétní praxe (Malach, 2008).

V následující kapitole bude současný stav podnikatelského vzdělávání na českých vysokých školách podrobně analyzován.

3 Analýza podnikatelského vzdělávání v ČR

3.1 Představení projektu

Praktická část této diplomové práce představuje provedenou analýzu podnikatelského vzdělávání vybraných vysokoškolských institucí v ČR, která byla realizována v rámci mezinárodního výzkumného projektu „*V4 Scientific Centres for the Enhancement of Financial Literacy and Entrepreneurship Education*“. Jedná se o standardní grant podpořený Visegrádským fondem, jehož koordinátorem je Fakulta ekonomická Západočeské univerzity v Plzni. Jak zkratka V4 napovídá, partnerské univerzity jsou ze zemí Visegrádské skupiny, tedy Slovenské republiky, Polska, Maďarska a České republiky. Ačkoliv z politického úhlu pohledu již uskupení Visegrádské čtyřky zaniklo, díky existenci Visegrádského fondu jsou určité činnosti těchto zemí stále úzce propojeny. Bližší informace o projektu jsou k dispozici na webových stránkách projektu (ZČU, 2015a).

3.2 Metodika výzkumu

Podnikatelské vzdělávání na VŠ institucích bylo posuzováno na základě provedené analýzy sylabů v rámci projektu „*V4 Scientific Centres for the Enhancement of Financial Literacy and Entrepreneurship Education*“ (ZČU, 2015a). Cílem této analýzy bylo podat ucelený pohled na strukturu vysokoškolského vzdělávání, konkrétně ekonomické fakulty, a to v kontextu podnikatelského vzdělávání. Tento výzkum si klade za cíl sumarizovat data z jednotlivých zemí a hlavním výstupem bude odpověď na otázku: *Je podnikatelské vzdělávání součástí studijních programů fakult s ekonomickým zaměřením? Pokud ano, tak v jak velkém rozsahu a na co se výuka zaměřuje.* Tato diplomová práce se zaměřuje na analýzu sylabů českých ekonomických fakult.

U jednotlivých institucí byla provedena analýza sylabů na všech jejich studijních programech zahrnující všechny studijní obory. Výzkum byl zaměřen na obory bakalářského a magisterského stupně prezenční formy studia a vyučovaných v českém jazyce. Některé fakulty samozřejmě nabízejí studijní programy v anglickém jazyce, tyto však do analýzy nebyly zahrnuty z důvodu jednotnosti výzkumu zmíněného projektu, ve kterém jsou zpracovány jen informace studijních oborů vyučovaných v národním jazyce. Pro ucelený obraz o struktuře českých ekonomických fakult bylo nezbytné

detailně prostudovat studijní plán každého dílčího oboru zvlášť. Pro potřeby projektu byla data zpracovávána v anglickém jazyce. Data byla zanášena do tabulky MS Excel.

Prvním krokem této analýzy bylo vyhledávání jednotlivých studijních programů zvolených univerzit a následně oborů do nich spadajících. Dle informací na oficiálních stránkách konkrétních oborů byl následně vybrán profil studentů úspěšně absolvujících toto studium, možnosti výběru byly: podnikatel, zaměstnanec (specialista pro ekonomické pozice, ale nikoliv top manažer), top manažer, analytik národní ekonomiky a pro profily nezařaditelné do předchozích skupin byla možnost „ostatní“. Rovněž podle popisu byly zařazeny studijní obory do profilů typu vzdělávání na ty více teoretické, více praktické a kombinace obojího (50:50).

V další fázi byl prozkoumán každý studijní plán na všech oborech dle jednotlivých semestrů. V úvahu byly brány povinné předměty (typu A) a povinně volitelné předměty (typu B). Pro následnou srovnatelnost bylo nutné, aby součet ECTS kreditů předmětů v studijním plánu bakalářského studia dával 180 a na magisterské úrovni součet 120, pro případný dopočet byly výjimečně použity volitelné předměty (typu C). Ačkoliv si v dnešní době mohou studenti z velké části poskládat svůj studijní plán dle individuálních potřeb, univerzity mají zveřejněn vzorový studijní plán, ze kterého tento výzkum vycházel. Každý předmět obsažený ve studijním plánu byl poté zařazen dle obsahu, tedy vyučované látky do jedné z 12 kategorií. Pro přesné určení kategorie bylo nezbytné prostudovat sylabus konkrétního předmětu, a až poté byl jeho počet kreditů začleněn do skupiny: podnikatelství; management; výroba; marketing a „měkké“ dovednosti; prodej, nákup a zásoby; personalistika a lidské zdroje (HR); finance a účetnictví; obecná podniková ekonomika; cizí jazyk; praxe; závěrečné předměty (bakalářská/diplomová práce, státní zkoušky apod.); ostatní předměty. Toto rozdělení bylo konstituováno tak, aby podchycovalo znalosti a dovednosti, jež podnikatel zužitkuje v reálném vedení podniku.

Pečlivě sledovaná je však zejména první kategorie předmětů – podnikatelství, které bylo nutné rozlišit od obecné podnikové ekonomiky. Jen předměty, jejichž obsahem je z více než 50% problematika zahájení podnikání, vytvoření podnikatelského plánu a zakladatelského rozpočtu, posouzení konkurenceschopnosti podnikatelského nápadu, rizika a důvody podnikání, profil podnikatele a mnohé další prvky podnikatelského know-how, byly zařazeny do kategorie předmětů „entrepreneurship“. Navíc u těchto

předmětů byla vytvořena zvláštní tabulka, jež blíže charakterizuje daný předmět, a to z hlediska detailního popisu jeho obsahu včetně cílů kurzu a vyučovacích technik.

Do sekce ostatních předmětů byly zařazovány předměty zabývající se právem, matematikou, informatikou, statistikou, cestovním ruchem, ekologií, sociologií, politologií a další.

V posledním kroku byla sumarizovaná data statisticky zpracována, tak aby poskytla srozumitelné informace pro všechny uživatele výzkumu. Byly vytvořeny přehledné grafy a schémata podávající obraz o podnikatelském vzdělávání na českých vysokoškolských institucích ekonomického zaměření a následně doplněny o stručný komentář.

3.2.1 Charakteristika zkoumaného vzorku

Pro snadné porovnání výsledků ze zemí Visegrádské čtyřky bylo ujednáno, že analýza sylabů bude provedena na 10ti univerzitách z daných států dle zvoleného žebříčku, jejichž součástí je ekonomická fakulta a systém podléhá kreditovému principu dle evropských ECTS. Mezi 10 univerzitami musí figurovat i řešitelská VŠ, pokud tedy není v hodnocení v první desítce, bylo vybráno 9 nejlepších univerzit a univerzita podílející se na výzkumu. V případě ČR byl využit žebříček univerzit dle mezinárodního srovnávacího webu Ranking Web of Universities, který je iniciativou Cybermetrics Lab – výzkumnou skupinou patřící pod jednu z největších výzkumných organizací ve Španělsku CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) (Webometrics, 2015). České univerzity nemají svůj oficiální žebříček dle kvality a obecně jsou hojně používány každoroční hodnocení, jež zpracovávají média (např. Hospodářské noviny či MF Dnes). Pro větší objektivitu bylo však vybráno nestranné pořadí VŠ ze zahraničního zdroje, které udává následující tabulka. Na první pohled se může zdát, že zde řada významných českých univerzit chybí, např. Univerzita Karlova či České vysoké učení technické v Praze, to je dáno tím, že jejich součástí není ekonomická fakulta.

Tab. č. 3: Žebříček VŠ v ČR

Pořadí	Název VŠ	Název fakulty
1.	Masarykova univerzita	Ekonomicko-správní fakulta
2.	Vysoké učení technické v Brně	Fakulta podnikatelská
3.	Západočeská univerzita v Plzni	Fakulta ekonomická
4.	Vysoká škola Báňská - Technická univerzita Ostrava	Ekonomická fakulta
5.	Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích	Ekonomická fakulta
6.	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně	Fakulta managementu a ekonomiky
7.	Mendelova univerzita v Brně	Provozně ekonomická fakulta
8.	Česká zemědělská univerzita v Praze	Provozně ekonomická fakulta
9.	Vysoká škola ekonomická v Praze	Fakulta podnikohospodářská
10.	Univerzita Pardubice	Fakulta ekonomicko-správní

Zdroj: Vlastní zpracování dle Webometrics, 2015

V ČR nyní existuje 26 veřejných vysokých škol, 2 státní a 52 soukromých VŠ. Veřejné vysoké školy nabízejí 145 různých druhů fakult, ze kterých lze 23 fakult zařadit do skupiny ekonomického typu, což znamená 15,9 % podíl z celkové nabídky univerzit. Pro ještě přesnější znázornění je zde tabulka počtu přijatých studentů do studijních programů spadajících pod označení ekonomické vědy a nauky v letošním roce a dvou předcházejících letech. Procenta přijatých uchazečů do ekonomických oborů jsou mírně vyšší než podíl ekonomických fakult, což je dáno poměrně velikou kapacitou těchto fakult (MŠMT, 2015).

Tab. č. 4: Struktura přijatých studentů na VŠ v ČR

počet přijatých	ROK		
	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Ekonomické vědy a nauky	24 211	22 464	19 136
celkem VŠ	98 261	93 714	84 764
v %	24,6%	24,0%	22,6%

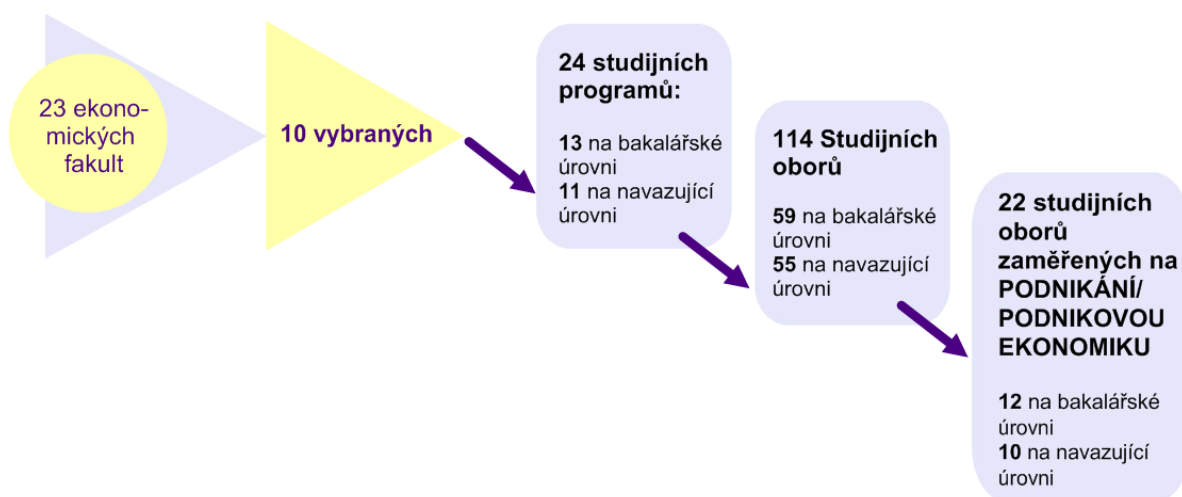
Zdroj: Vlastní zpracování dle MŠMT, 2015

3.3 Ekonomické fakulty v ČR obecně

Následující obrázek sumarizuje údaje o zkoumaném vzorku českých ekonomických fakult. Z již zmíněného celkového počtu 23 ekonomických fakult, bylo vybráno 10 nejlepších dle zvoleného žebříčku, které nabízejí 24 různých studijních programů dle řazení Ministerstva školství (kódování VŠ vycházející ze soustavy KKO), 13 z nich

odpovídá bakalářskému typu studia a 11 se řadí do magisterského stupně. Některé studijní programy jsou vyučovány na více různých školách, například Ekonomika a management se objevuje na 9 školách a to jak na bakalářské úrovni tak na magisterské, dalšími častými programy jsou Hospodářská politika a správa a Systémové inženýrství a informatika. Studijní programy dále zahrnují skupiny oborů, kterých je ve vzorku deseti fakult celkem 114 různých druhů (celkově 132 oborů, z nichž některé se vyskytují vícekrát), z čehož 59 na bakalářském studiu a 55 na navazujícím studiu. Také zde existují frekventovanější obory zaměřené na hospodářskou politiku, veřejnou správu, finance a účetnictví, management podniku či obory zaměřující se na informatiku. Ekonomické fakulty se rovněž snaží nabídnout méně tradiční obory od těch zaměřených na cestovní ruch (Ekonomická a regionální geografie na ZČU v Plzni) a politiku Evropské unie (Strukturální politika EU pro veřejnou správu na JČU v Českých Budějovicích), přes aspekty řízení v kulturním sektoru (Arts Management na VŠE v Praze) či žurnalistiku v ekonomii (Ekonomická žurnalistika na VSB v Ostravě), až po techničtější obory jako například Průmyslové inženýrství na UTB ve Zlíně.

Obr. č. 3: Struktura studijních programů a oborů na vybraných VŠ



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

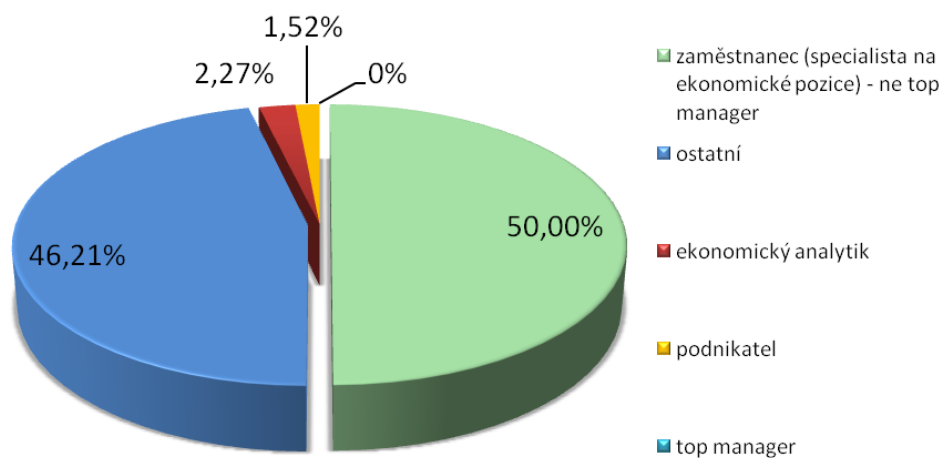
Poslední údaj v obrázku se zabývá počtem studijních oborů, které se ve svém názvu odkazují na podnikání či podnikovou ekonomiku, jejich celkový počet je 22 ze 114, z toho 12 oborů tohoto typu se řadí na bakalářský stupeň studia a 10 na magisterskou úroveň. S tímto poznatkem budeme dále pracovat v jedné z následujících kapitol.

3.3.1 Profil absolventů ekonomických fakult

Nezbytnou součástí analýzy je výsledný profil studentů absolvujících konkrétní studijní obor. Informace této povahy uvádí fakulty v obecném popisu daného oboru a finální profil by měl vycházet ze struktury předmětů studijního plánu. Jak je patrné z výšečového grafu v obrázku č. 4, celá polovina bakalářských i magisterských oborů se zaměřuje na takovou výuku, jež studentům zajišťuje potřebné znalosti k povolání specialisty v některém z ekonomických odvětví od financí po řízení dílčích úseků. Jedná se obvykle o pozici v nižším a středním managementu. Žádná z českých ekonomických fakult neuvádí, že čerstvý absolvent některého z jejich oborů má profil top manažera. To je však velmi logické, protože řídicí pozice na nejvyšší úrovni vyžadují několik let praktických zkušeností v oboru na úrovni středního managementu. Další skupinou profilu studentů je složka „ostatní“, která ukrývá takové profesní zaměření, jež nelze označit jako čistě ekonomické. Jedná se především o budoucí pracovníky v IT sektoru, zaměstnance státní správy, cestovního ruchu a regionálního rozvoje a dalších specifických odvětví od kultury po zemědělství. Pouze dva obory uvádí, že profil absolventů odpovídá podnikateli, konkrétně obor Podniková ekonomika na Podnikatelské fakultě Vysokého učení technického v Brně a Management podniku na Fakultě ekonomicko-správní Univerzity Pardubice. Zbývající tři obory se dle popisu profilu absolventa řadí do sekce analytik národní ekonomiky.

Jako příklad jednoho z popisů, který se z velké části podobá řadě dalších oborů, je zde uveden profil absolventů oboru Podniková ekonomika a management na Vysoké škole ekonomické v Praze. *„Absolventi budou schopni se podílet na vykonávání ekonomických a manažerských funkcích na nižších či středních úrovních řízení podniku a dalších institucí, které znalost managementu podnikatelských subjektů předpokládají. Uplatnění naleznou zejména v průmyslových podnicích, v podnicích působících v odvětví energetiky, dopravy a skladování, obchodu a služeb či v poradenských firmách.“* (VŠE, 2015).

Obr. č. 4: Profil absolventů oborů ekonomických fakult



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Zde je však na místě dodat, že samotný popis profilu na několik řádků nedokáže přesně specifikovat budoucího absolventa, mnohem více o charakteru znalostí a dovedností studenta napoví samotné složení předmětů na jednotlivých oborech, které bude podrobně rozebráno níže.

3.3.2 Teorie vs. Praxe

Další položkou v analýzy je výběr profilu studijního oboru, tedy jeho zaměření a výstupy výuky na spíše praktické, spíše teoretické, či obojí ve stejném poměru. Po prostudování charakteru studia zveřejněného na oficiálních webových stránkách VŠ institucí v souladu s požadavky systému ECTS bylo u všech oborů vyhodnoceno, že studium je spíše zaměřeno na teoretické poznatky z daných ekonomických disciplín. Tento jednoznačný trend tak potvrdil obecné vnímání profilu českých univerzit jako institucí orientujících se na výuku prostřednictvím odborných publikací a přednášek vysokoškolských pedagogů.

Vymezení zaměření studijního oboru na většině univerzit se nese v následujícím duchu: „Program je koncipován jako akademický, je tvořen bloky teoretických předmětů z různých ekonomických oblastí, dále bloky cizích jazyků a předmětů zaměřených na využití teoretických poznatků v praxi a na získání dovedností, které absolvent uplatní v profesi jako odborný pracovník pro ekonomické funkce podniků, manažer pro podniky a instituce v oblasti výroby a služeb, manažer pro neziskové organizace. Do programu je zařazena praxe. Absolvent je zároveň připravován k přímému vstupu do praxe a může

vykonávat ekonomické a manažerské funkce v podnicích i neziskových organizacích.“ (ZČU, 2015b).

Jelikož samotné informace o profilu studijních oborů zveřejněných na oficiálních stránkách fakult nepřinesly hodnotný výsledek, byla míra praktického zaměření oborů odvozena dle počtu kreditů, jež studenti získají v průběhu studia za odbornou praxi. Také zde bylo nutnou podmínkou, aby praxe vystupovala ve studijním plánu jako povinný předmět či povinně volitelný. Absolvování odborné praxe v jakémkoliv ekonomickém odvětví je pro studenta cennou zkušeností a významně utváří jeho budoucí kariérní rozvoj. Ačkoliv následující obrázek ukazuje, že obory s povinnou či povinně volitelnou praxí převládají jak na bakalářské, tak na navazující úrovni, stále celých 31 % oborů nemá účast na odborné praxi zařazenou ve svém studijním plánu. Na bakalářském typu studia obory zahrnující praxi jasně převyšují ty bez praxe a to ze 78 %. Naopak obory magisterského studia dosahují vyrovnanější bilance a obory s praxí převládají jen z 59 %.

Obr. č. 5: Odborné praxe na bakalářském a navazujícím studiu

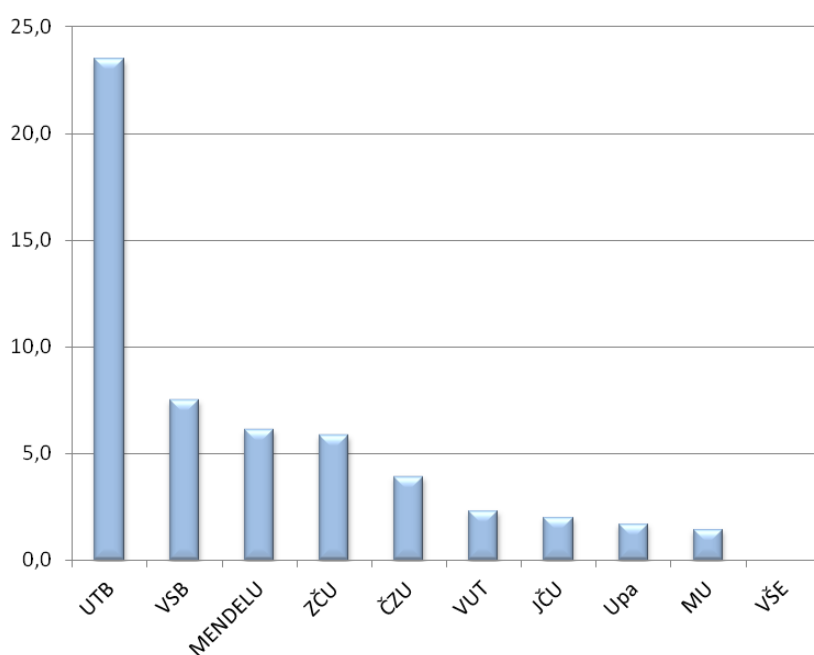


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Kreditové rozpětí jednotlivých předmětů ve formě praxe v konkrétním podniku či instituci veřejné správy je poměrně široké od 2 do 30 ECTS kreditů. To je dáno především odlišnou hodinovou dotací, kdy v některých případech se jedná o týdenní praxi se 40 hodinami nebo až dvou měsíční praxí s 320 hodinami. V níže uvedeném

grafu z obrázku č. 6 je zachyceno pořadí škol dle průměrného počtu kreditů přidělených na odbornou praxi. Jednoznačně nejlépe v tomto směru dopadla Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, která zahrnuje odbornou praxi do studia bakalářského i magisterského stupně a to v každém z oborů. Všechny bakalářské obory jsou dotovány 10 ECTS kredity za odbornou praxi a magisterské obory dokonce přiřazují praxi 30 kreditů a tím tvoří čtvrtinu všech kreditů potřebných k absolvování navazujícího studia. Konkrétně nejvíce má obor Management a marketing se specializací na design management, který má povinnou praxi s 32 kredity. Hodnot mezi 6-7 ECTS kredity v průměru dosahují Vysoká škola Báňská v Ostravě, Západočeská univerzita v Plzni a Mendelova univerzita v Brně. Tyto univerzity řadí praxi do studijního plánu jen na některých oborech nebo jen na bakalářské formě studia. Ostatní vysoké školy dosahují velmi nízkých výsledků, například Masarykova univerzita v Brně, která zařazuje praxi jen do třech oborů z celkových 20, nabízí studentům možnost letní stáže za 20 ECTS kreditů, ale jedná se pouze o volitelný předmět. Velmi specifický přístup k zajištění praktických zkušeností pro své studenty zaujímá Vysoká škola ekonomická v Praze, jež praxi přímo nezačleňuje do struktury studia, ale úzce spolupracuje s řadou podniků při výuce bloku vedlejší specializace a jejích předmětů. Studenti tak mají možnost praxi získat, nicméně je také nepovinného charakteru.

Obr. č. 6: Průměrný počet ECTS kreditů za odbornou praxi

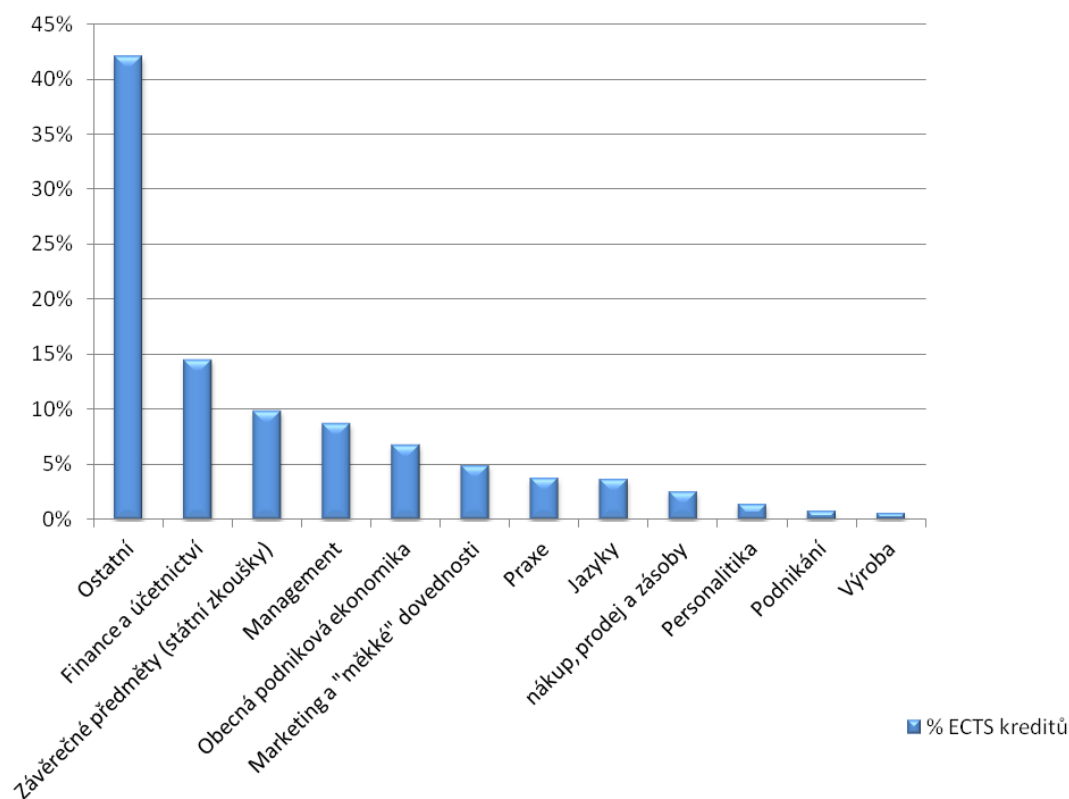


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

3.3.3 Předměty dle počtu kreditů

Následující část výzkumu je věnována struktuře studijních plánů oborů dle zastoupení jednotlivých skupin předmětů z hlediska jejich kreditové dotace. Níže uvedený obrázek zachycuje pořadí tematicky rozdělených předmětů do 12 skupin a to oborů bakalářského a magisterského studia dohromady. Není příliš překvapivé, že nejpočetnější skupinou jsou předměty spadající do kategorie „ostatní“ s 42,1 % celkového počtu ECTS kreditů. Z pohledu celých čísel je počet všech kreditů z vybraných 10 fakult 19 980 ECTS a zmíněná skupina „ostatní“ zahrnuje 8 419 ECTS. Tento vysoký počet kreditů je dán rozsahem této kategorie, jež pokrývá všechny takové předměty, které nelze zařadit do zbývajících 11 skupin. Jedná se o předměty z oblastí mikroekonomie a makroekonomie, matematiky a statistiky, různých druhů práv na úrovni EU a národní úrovni, předměty s problematikou informatiky a IT odvětví, humanitní předměty (psychologie, sociologie, etika, kultura, atd.).

Obr. č. 7: Pořadí vyučovaných kategorií předmětů na vybraných ekonomických fakultách (dle jejich podílu na celkové výši ECTS kreditů)



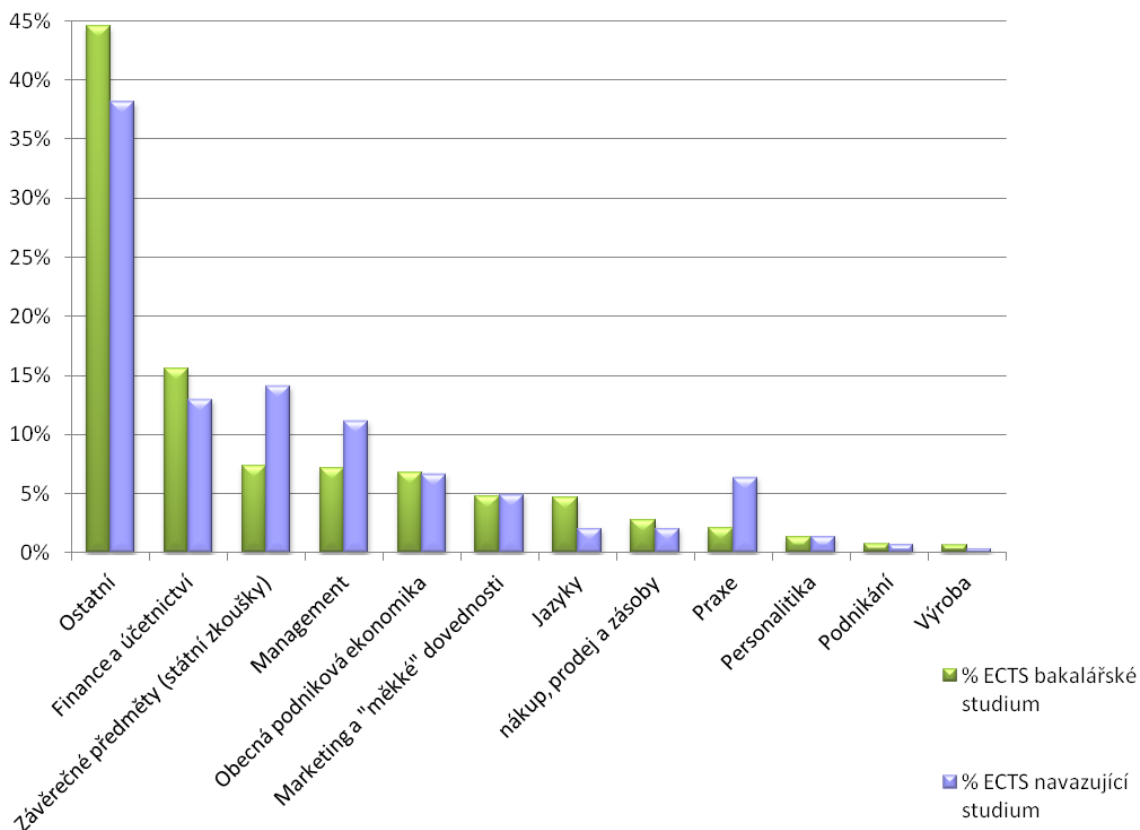
Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Druhou největší skupinou jsou předměty zabývající se financemi a účetnictvím, ta tvoří 14,6 % z celkového počtu kreditů. České ekonomické fakulty věnují poměrně značnou část vyučovaných předmětů tématům financí obecně, dále podnikovým i veřejným financím, daním, finanční analýze a oceňování podniků, vedení účetnictví dle českých i mezinárodních standardů, manažerskému účetnictví a celé řadě dalších předmětů. Další početnou kategorií jsou předměty státních závěrečných zkoušek, které se svým počtem ECTS kreditů obor od oboru liší, avšak existují na všech studijních oborech. Především předměty typu bakalářský/diplomový seminář mají vysoké kreditové ohodnocení. Následují předměty zařazené do kategorie managementu s celkovou výší 8,7 %, zde figurují různé druhy předmětů zabývající se problematikou řízení podniku od toho operativního až po strategické. Mezi méně početné skupiny se řadí obecná podniková ekonomika (6,8 %), marketing a tzv. „soft“ dovednosti (5 %), praxe (3,8 %), cizí jazyky (3,7 %) a předměty zahrnující problematiku nákupu, prodeje a zásob (2,6 %). Kategorie předmětů, které se ve studijních plánech oborů vyskytují jen zřídka, jsou personalistika (1,4 %), podnikání (0,8 %) a výroba (0,7 %).

Sloupcový graf na obrázku níže podrobněji zobrazuje skladbu kategorií předmětů pomocí rozdělení celkového počtu kreditů na bakalářský (12 420 ECTS) a magisterský (7 560 ECTS) stupeň studia. Hlavní trend poměrného zastoupení jednotlivých skupin předmětů se nemění, je zde však několik drobných odlišností. Kategorie předmětů „ostatní“ je nižší u navazujícího magisterského studia, což je dáno přirozeně užší specializací na předměty ekonomického charakteru; již se zde neobjevují předměty jako je matematika, statistika či psychologie. Nepatrně nižší zastoupení na magisterském stupni mají také předměty o financích a účetnictví s 13 % oproti 15,5 % na bakaláři a výuka cizích jazyků s 2,1 % oproti 4,7 %. Naopak kreditová dotace předmětů vedoucích k zakončení studia je výrazněji vyšší na navazující úrovni a to s 14,2 % v porovnání se 7,3 % na tříletém bakalářském stupni. Rovněž předměty zabývající se managementem jsou na magisterském studiu častější (11,3 % oproti 7,2 %). Zavádějící se může zdát údaj ohledně praxe, kde tento graf ukazuje na větší výskyt praxe ve studijním plánu navazujícího studia (6,5 %) nežli je tomu u bakalářské studijní struktury (2,1 %). Tento jev je dán dvěma pohledy na hodnocení četnosti praxe: ve výšečovém grafu v kapitole 3.4.2. je zobrazeno vyjádření počtu oborů, které praxi do studia zahrnují, naopak zde je řešen její počet ECTS kreditů a ten je vyšší právě v magisterské formě. Zbývající předměty jako je obecná podniková ekonomika, marketing a „měkké“

dovednosti, personalistika a podnikání jsou svým poměrem totožné v obou formách studia.

Obr. č. 8: Porovnání pořadí předmětů dle ECTS na bakalářském a navazujícím studiu



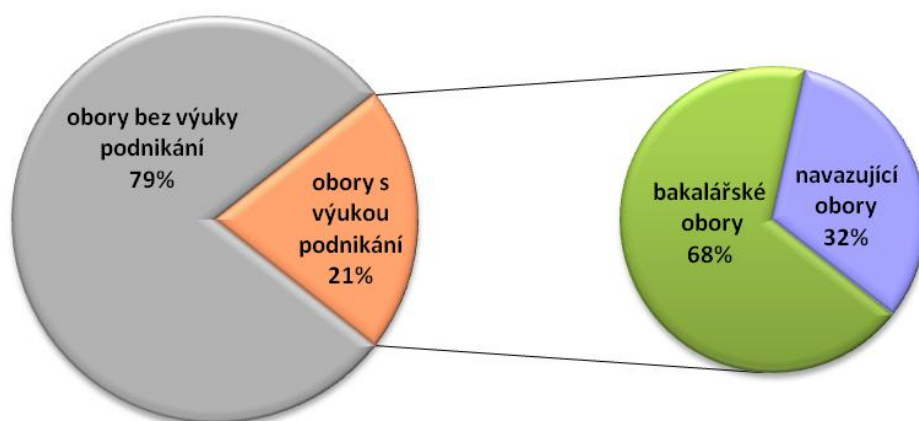
Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

3.4 Ekonomické fakulty a podnikatelské vzdělávání

Po všeobecných informacích o vybraných deseti ekonomických fakultách a skladbě jejich studijních programů následuje podrobnější zkoumání výuky podnikání. Již předchozí grafy naznačily, že podnikatelské vzdělávání je v České republice velmi opomíjeno, přesto jsou na některých oborech předměty týkající se podnikatelství obsaženy ve studijních plánech. Obrázek č. 9 udává procentní poměr oborů, jež zahrnují alespoň jeden předmět o podnikání mezi povinné či povinně volitelné. Z celkového počtu 132 oborů vyučuje podnikatelské předměty pouze 28 z nich (21 %), z tohoto počtu je 19 (68 %) oborů bakalářských a 9 (32 %) magisterských. Řada ekonomických oborů samozřejmě nabízí zajímavé předměty zabývající se aspekty podnikání, ale ve studijních plánech figurují jen jako volitelné a proto se jim tato práce dále nevěnuje.

Mezi těmito 28 obory jsou však i takové, které se jako podniková ekonomika neprofilují, např. Veřejná správa a regionální rozvoj na UTB ve Zlíně a stejnojmenný obor na ČZU v Praze. Téměř na každém bakalářském oboru akreditovaném na VSB v Ostravě je předmět podnikání vyučován, tedy i na takových týkající se národní ekonomiky, informatiky či evropské integraci.

Obr. č. 9: Poměr studijních oborů dle zahrnutí podnikání ve studijním plánu



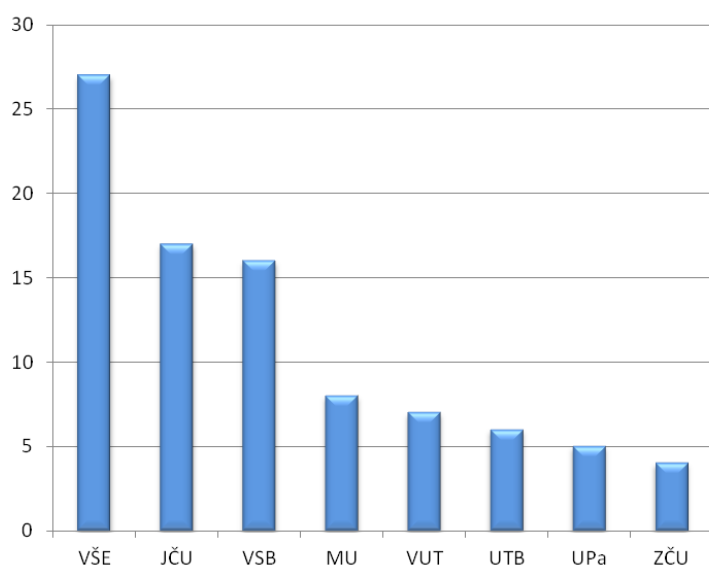
Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Mnohem důležitějším výstupem z výzkumu je ale počet takových oborů, které se dle svého názvu a stručné charakteristiky jeví jako podniková ekonomika/podnikání. Těchto oborů bylo označeno 22 z celkových 132, z toho 12 je bakalářského typu a 10 magisterského. Je nutné dodat, že mezi těmito obory jsou takové, které nefigurují ve výše uvedeném grafu, tzn., nevyučují ani jeden předmět o podnikání. Počet oborů, jež se profilují na zaměření podniková ekonomika, ale zároveň výuku podnikatelství zcela opomíjejí je 9 ze zmíněných 22, to je 41 %, tedy poměrně vysoké číslo vzhledem k faktu, že i samotných oborů typu podniková ekonomika je v českém vysokém školství malý počet. Ani zbývajících 13 studijních oborů, které jsou svou charakteristikou podnikatelské a rovněž podnikání vyučují, nevymezují předmětům podnikatelského vzdělávání velké množství kreditů a u většiny se jedná pouze o jeden povinný/povinně volitelný předmět v rámci tří let bakalářského studia či dvou let navazujícího stupně.

Následující obrázek sloupcového grafu zobrazuje pořadí univerzit dle součtu ECTS kreditů předmětů týkající se problematiky podnikání v bakalářském i navazujícím stupni studia. V hodnocení chybí Mendelova univerzita v Brně, u které žádný ze studijních plánů neobsahuje předmět o podnikání, a Česká zemědělská univerzita

v Praze, jež zahrnuje jediný předmět typu „entrepreneurship“ do studijního plánu oboru nezaměřujícího se na podnikovou ekonomiku. Nejlépe v tomto hodnocení dopadla Podnikohospodářská fakulta VŠE v Praze s celkovým počtem 27 ECTS kreditů celkem. Ve všech jejích oborech v obou formách studia je alespoň jeden podnikatelský předmět a průměr výrazně zvyšuje blok předmětů vedlejší specializace. Právě volba vedlejší specializace na magisterské formě studia je pro tuto univerzitu typická. V rámci všech šesti fakult si studenty mohou vybírat nejrůznější zaměření vedlejší specializace, pro studenty podnikohospodářské fakulty je doporučený výběr ze 14 zaměření. Jedním ze zaměření jsou i Malé a střední podniky, jež zahrnuje blok Malé a střední podniky v tržním prostředí. Ačkoliv si studenti navazujícího oboru Podniková ekonomika a management mohou vybírat i ze specializací, které tematicky zasahují do jiných ekonomických disciplín, v tomto výzkumu bylo předpokládáno, že studenti jeví zájem o prohloubení znalostí z již absolvovaných předmětů a zajímá je studium podnikatelství. Prvenství v tomto hodnocení ještě podtrhuje fakt, že v lednu 2015 vznikla na Podnikohospodářské fakultě samostatná Katedra podnikání, jež je jediná svého druhu v ČR. Její vznik byl reakcí na stále sílící tlak rozvoje podnikatelského vzdělávání a jejím posláním je pomáhat začínajícím podnikatelům, napomáhat rozvoji a růstu již existujícím podnikatelům a organizacím a v neposlední řadě prosazovat trvale udržitelné podnikání. (VŠE, 2015)

Obr. č. 10: Celkový součet ECTS kreditů předmětů kategorie „entrepreneurship“ na podnikatelských oborech



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

V pořadí druhá, se umístila ekonomická fakulta JČU v Českých Budějovicích, která na oboru Řízení a ekonomika podniku zahrnuje do studijního plánu 17 ECTS kreditů na předměty podnikatelství (čtyři předměty za tři roky studia). V těsném závěsu skončila VŠB v Ostravě, u které součet kreditů předmětů o podnikání dává 16 ECTS. Podnikatelské předměty jsou vyučovány na třech oborech: Ekonomika podniku bakalářského i navazujícího studia a Ekonomika podniku – obchodní právo. Dále jsou již v tabulce univerzity, které nabízí dva či jeden předmět zaměřený na podnikání v rámci svých podnikových oborů.

3.4.1 Jednotlivé předměty v kategorii „entrepreneurship“

Vzhledem k celkově nízkému počtu předmětů věnující se aspektům podnikání byla vytvořena souhrnná tabulka dle univerzit, názvů daných předmětů, typu studia, ve kterém jsou vyučovány, a jejich kreditová dotace. Následný text poté podrobně rozebere obsah těchto předmětů a vyučovací techniky, jež jsou využívány.

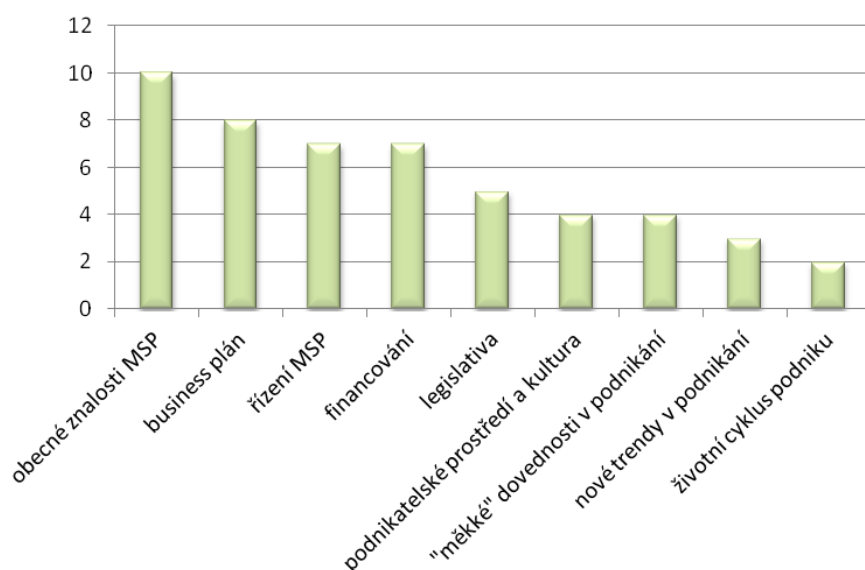
Tab. č. 5: Seznam předmětů zaměřených na podnikání

Název VŠ	Název předmětu	Studium	ECTS
Masarykova univerzita	Projekt systému řízení podniku	magisterské	8
	Rozvoj a podpora podnikání	magisterské	10
Vysoké učení technické v Brně	Procesy rodinných podniků	bakalářské	4
	Drobné podnikání	magisterské	3
Západočeská univerzita v Plzni	Specifika MSP	bakalářské	4
Vysoká škola Báňská - Technická univerzita Ostrava	Podnikání malé a střední firmy	bakalářské	4
	Podpora podnikání v EU	bakalářské	3
	Malé a střední podnikání	bakalářské	4
	Rozvoj podnikání A	magisterské	3
Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích	Semestrální projekt - firma I	bakalářské	4
	Semestrální projekt - firma II	bakalářské	4
	Semestrální projekt - firma III	bakalářské	4
	Malé a střední podnikání	bakalářské	5
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně	Základy podnikání	bakalářské	3
	Základy podnikání II	magisterské	3
Česká zemědělská univerzita v Praze	Malé a střední podnikání na venkově	magisterské	5
Vysoká škola ekonomická v Praze	Podnikání v malé a střední firmě	bakalářské	3
	Základy podnikání se zaměřením na kulturu	bakalářské	6
	Podnikatelské praktikum	magisterské	6
	Podnikání malých a středních firem 1	magisterské	6
	Podnikání malých a středních firem 2	magisterské	6
	Malé a střední podnikání v nových oborech	magisterské	6
Univerzita Pardubice	Malé a střední podnikání	bakalářské	5

Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Z tabulky vyplývá, že na vybraných deseti ekonomických fakultách je 23 různých předmětů zabývajících se tématy spojených s podnikatelskou činností, z toho 13 je vyučováno na bakalářské úrovni a 10 na navazující magisterské. Součet jejich ECTS kreditů je 109 a průměr vycházející na jeden takový předmět je 4,7. Všechny tyto předměty splňují podmínky kladené na jejich zařazení do kategorie „entrepreneurship“, tzn., že z více než 50 % jsou jejich obsahem praktické náležitosti podnikání, které student může v budoucnu při zahájení vlastního podnikání využít. Níže uvedený obrázek grafu sumarizuje obsah jednotlivých podnikatelských kurzů dle četnosti výskytu jednotlivých témat, jež jsou uvedeny ve studijních sylabech. Bylo vymezeno devět okruhů učebních látek, do nichž se následně rozřazovala témata probíraná na přednáškách a cvičeních konkrétního předmětu. Některé předměty měly širší tematický záběr a pokrývaly až pět okruhů látky, jiné naopak zasahovali jen do dvou okruhů.

Obr. č. 11: Obsah předmětů spadajících do kategorie „entrepreneurship“



Zdroj: vlastní zpracování, 2015

Na základě provedené analýzy můžeme konstatovat, že nejčastěji vyučovanou problematikou jsou všeobecné znalosti o fungování malých a středních podniků, zahrnující jejich charakteristiku, podnikové funkce, informace o jejich roli v národních ekonomikách, příčiny neúspěchu či předpoklady úspěchu, formy podpory MSP atd. Další hojně zařazovanou náplní podnikatelských kurzů je business plán, jeho konstrukce před samotným založením podniku, jeho nezbytné součásti a úskalí konstrukce. Vytvoření business plánu je často součástí individuálních nebo skupinových

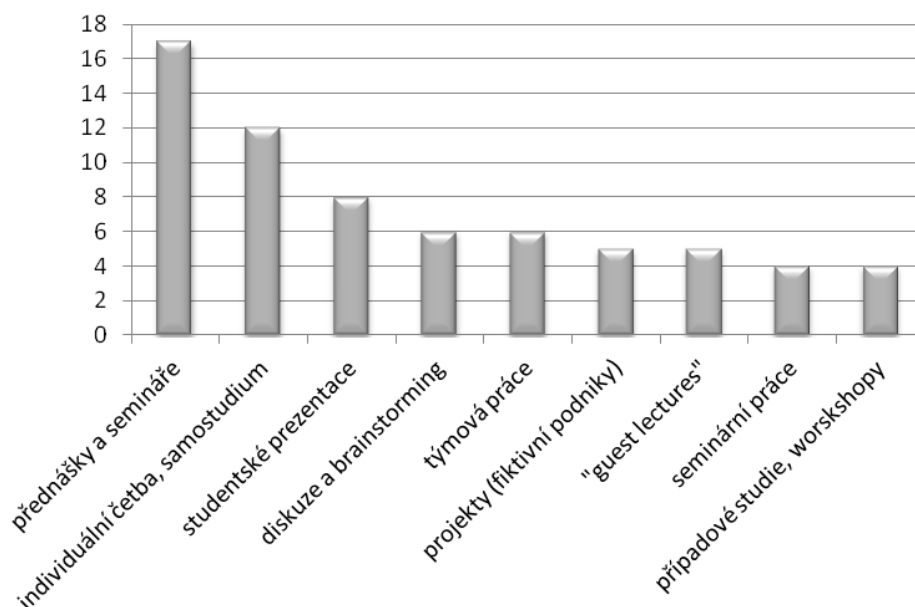
projektů/seminárních prací studentů. V několika předmětech se rovněž část obsahu věnuje řízení podniku a formám managementu, včetně různých druhů podnikových strategií (marketingové, obchodní, inovační, personální, projektové či environmentální). Do této kategorie lze zařadit o řízení rizik a metody vedoucí ke zvyšování výkonnosti podniku. Některé kurzy neopomíjejí ani finanční aspekty chodu podniku, řeší se zde zakladatelský rozpočet, finanční řízení jako takové, zdroje financování a jejich specifika, rizikový kapitál, zdanění apod. Méně časté jsou témata z oblasti legislativy (volba vhodné právní formy, právní postup při založení živnosti/podniku), podnikatelské prostředí a kultura (politika EU a ČR v oblasti podnikání, informační portály pro podnikatele, spolupráce s dalšími institucemi) a „měkkých“ dovedností v podnikání, pod které lze zahrnout kreativní myšlení a nápady na podnikatelský záměr, rozvoj komunikace, motivace, kompetence. Pouze ve třech podnikatelských kurzech se část látky věnuje novým trendům v podnikání, čímž jsou myšleny trendy v oblasti managementu, vývoje produktů a služeb se zaměřením na high-tech, ICT a high-touch. Zbývající oblastí je životní cyklus podniku, kterým se zabývají jen dva předměty.

Samotná struktura obsahu zmíněných 23 předmětů se na fakultách značně liší, některé jsou stále pojímány spíše konzervativně a nepříliš prakticky; řeší základní vymezení MSP, aspekty legislativy a financí. Naopak jiné kurzy nabízejí svým studentům pestřejší obsah, který reaguje na měnící se tržní prostředí. Za progresivnější lze např. považovat kurz Základy podnikání na UTB ve Zlíně, kde se výuka zaměřuje na aspekty rozhodující o úspěchu v podnikání, součástí je i tzv. burza podnikatelských nápadů. Dalším zajímavým příkladem jsou podnikatelské předměty v bloku vedlejší specializace na magisterském stupni Podnikohospodářské fakulty. Například kurz Malé a střední podnikání v nových oborech a službách klade důraz na nové trendy v podnikání, čímž studentům umožňuje snazší orientaci v oboru a vhodný výběr podnikatelského záměru.

Stejně jako je důležitý obsah podnikatelských předmětů, hraje i klíčovou roli způsob jeho výuky. Výzkum sylabů potvrdil, že i kurzy podnikání jsou na univerzitách vyučovány především v teoretické rovině. Postup sestavení následujícího obrázku č. 12 sloupcového grafu byl obdobný jako u toho řešícího obsah kurzů, tedy dle informací v sylabech byly zaznamenávány všechny zmíněné učební metody, z čehož některé předměty se zaměřují pouze na dvě metody ze seznamu, naopak jiné kombinují více výukových technik dohromady. Nejčastěji uváděnou metodou jsou klasické přednášky

a semináře vedené univerzitním pedagogem. Na druhé příčce se umístilo samostudium ve formě četby odborných publikací či materiálů na e-learningu. Časté jsou rovněž prezentace studentských prací a výstupů, jež se objevují na sedmi podnikatelských kurzech. Především na cvičeních podnikatelských předmětů pak vyučující volí otevřenou diskuzi mezi studenty o dané problematice a také brainstorming, který má za cíl podnítit kreativní myšlení a nové nápady. S tím souvisí další poměrně častá výuková metoda, kterou je týmová práce a společné řešení úkolů. Součástí pěti podnikatelských předmětů je práce na konkrétních projektech a v některých případech se jedná o formu fiktivních podniků. Stejně četnosti dosahují i přednášky, na nichž hostují úspěšní podnikatelé z oboru (angl. guest lectures). Méně časté jsou ve výuce případové studie a různé workshopy, stejně jako tvorba seminárních prací (ty jsou někdy spojené s výstupem práce v týmech).

Obr. č. 12: Metody výuky používané v podnikatelských předmětech



Zdroj: vlastní zpracování, 2015

Také v problematice využívaných učebních metod existují mezi jednotlivými kurzy rozdíly. Většina z nich je stále postavena na přednáškách, samostudiu a vypracování teoretické seminární práce; jiné se ale snaží nabourat klasickou výuku prostřednictvím projektů, případových studií z praxe či pozváním odborníka z reálného podniku. Velkou roli v tomto ohledu hraje samotná osoba vyučujícího a jeho schopnost vytvořit zajímavý kurz s kreativní atmosférou. Samotné předměty o podnikání totiž nabízejí velmi pestré možnosti jeho výuky, oproti takovému předmětu jakým je např. statistika.

Inovativnější způsob výuky nabízí např. předmět Podnikatelské praktikum, který je rovněž součástí vedlejší specializace na VŠE. V rámci tohoto předmětu studenti reálně podnikají formou studentských společností. Také v předmětu Podnikání malých a středních podniků na Ekonomické fakultě VŠB v Ostravě je nosnou součástí vedení virtuální firmy. Externí přednášející z oblasti podnikání jsou využíváni v předmětech Podnikání v malé a střední firmě, Podnikání malých a středních firem 1 a 2 (VŠE), Základy podnikání I a II (UTB).

3.5 Podnikání a podnikatelské vzdělávání z pohledu studentů

Předchozí analýza sylabů zmapovala strukturu studijních plánů na českých ekonomických fakultách a blíže rozebrala jednotlivé podnikatelské kurzy. Nyní je však na místě nahlédnout do postojů a názorů samotných studentů vysokých škol. Klíčová otázka zní: *Jak studenti vnímají podnikatelskou činnost?*

V rámci zmíněného projektu „*V4 Scientific Centres for the Enhancement of Financial Literacy and Entrepreneurship Education*“ (ZČU, 2015a) bylo provedeno dotazníkové šetření zaměřující se na podnikatelské vzdělávání a finanční gramotnost. První část otázek se zaměřovala právě na názory studentů na podnikání, jak vnímají osobu podnikatele, co je pro ně v profesním životě důležité, či jaká je jejich účast v projektech na rozvoj podnikatelských kompetencí včetně otázek zaměřených přímo na podnikatelské vzdělávání. Otázky byly položeny tak, aby mohly být výsledky následně srovnatelné s dotazníkovým šetřením Flash Eurobarometeru, tedy s ostatními evropskými státy. Druhá část otázek měla za cíl prošetřit finanční gramotnost studentů prostřednictvím jednoduchých početních/úvahových úkolů. Závěrečné otázky sumarizovaly demografické údaje respondentů, mimo věk a pohlaví, bylo pro výsledné zpracování dotazníků důležité rozdělení studentů dle typu studia na ekonomické či neekonomické a dále poté na úroveň dosaženého vzdělání.

Počet respondentů dosáhl plánovaného počtu 600 vyplněných dotazníků. Převážná část byla zodpovězena studenty Fakulty ekonomické ZČU v Plzni, dále studenty technických oborů stejné univerzity (Fakulta aplikovaných věd, Fakulta elektrotechnická, Fakulta strojní). Mezi další respondenty patřili studenti Fakulty právnické a filozofické ZČU. Pro ještě širší spektrum oslovených studentů, byly

dotazníky distribuovány na České vysoké učení technické a Vysokou školu ekonomickou v Praze.

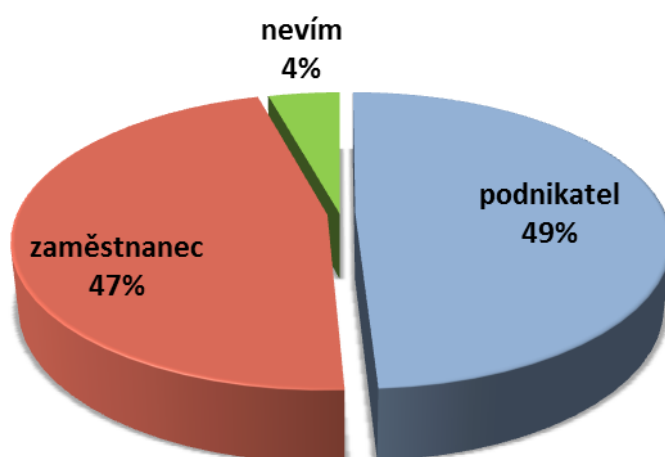
Vybrané výstupy dotazníkového šetření

Vstupní otázka celého dotazníku se zaměřuje na budoucí záměr studentů při volbě charakteru svého povolání. Otázka zněla: „*Pokud byste si mohli vybrat mezi různými druhy zaměstnání, které byste preferovali*“:

- Zaměstnanec
- Podnikatel
- Nevím

Celkové odpovědi respondentů jsou poměrně vyvážené. Necelých 50 % studentů z celkových 600 by preferovali podnikatelskou činnost, 47 % by upřednostnili roli zaměstnance a pouze 4 % dotázaných nemá zatím v této otázce jasno. Je tedy evidentní, že mladí lidé jeví o podnikání zájem, což je důležitý poznatek při dalším rozvoji podnikatelského vzdělávání. Bez poptávky ze strany studentů po studijních oborech se zaměřením na podnikání nemá v budoucnu smysl nové vytvářet. Zde je však jasný důkaz, že v České republice, kde panuje obecně spíše snaha vyhýbat se nejistotě (The Hofstede Centre, 2015), mají studenti zájem směřovat svou kariéru k samostatnému podnikání.

Obr. č. 13: Preference studentů mezi druhy zaměstnání

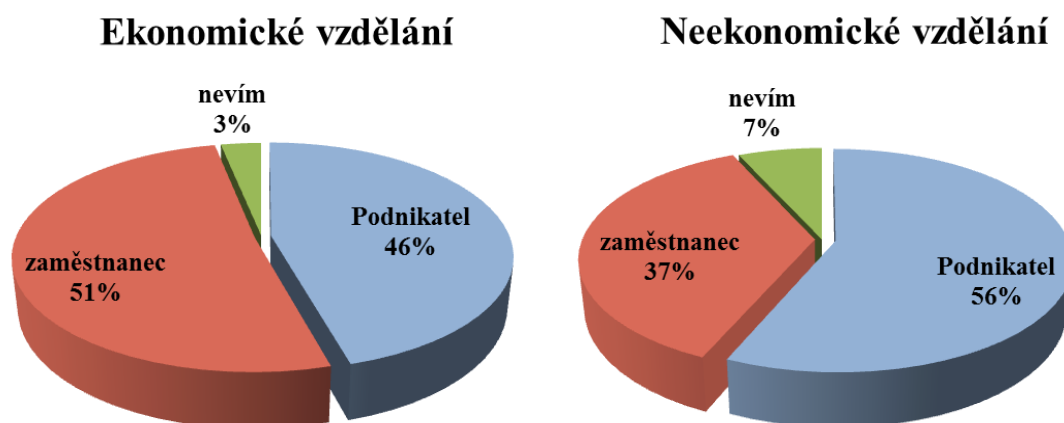


Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Pro porovnání výsledků u této konkrétní otázky v rámci Evropy jsou zde uvedeny výsledky zmíněného Flash Eurobarometru. Většina Evropanů (58 %) by preferovala možnost pracovat jako zaměstnanec, 37 % by zvolili práci podnikatele a zbylí respondenti otázku nezodpověděli. V 18 zemích z celkových 27 členských států EU dominovala možnost práce jako zaměstnanec. Dle dat z předešlých průzkumů bylo dále zjištěno, že kariéra podnikatele je pro obyvatele Evropy méně atraktivní, než tomu bylo u dotazníkového šetření z roku 2009 (European Commission, 2012). Je na místě podotknout, že respondenti dotazníků Flash Eurobarometru byli široké věkové skupiny, naopak dotazník námi realizovaný dotazník se v rámci visegrádkého projektu zaměřoval na mladé lidi, kteří mají o něco větší odvahu riskovat, tedy i začít podnikat.

Většina předmětů věnující se svým obsahem znalostem a dovednostem uplatnitelných v podnikání je realizována pod záštitou ekonomických fakult a tím také studenti ekonomických oborů mají nejvyšší šanci si dané kurzy zahrnout do individuálních studijních plánů. Otázkou tedy je, zda studenti ekonomických programů mají větší zájem a samostatnou podnikatelskou činnost než studenti technických či humanitních vysokých škol. Odpověď se nachází na následujícím obrázku dvou výsečových grafů.

Obr. č. 14: Preference zaměstnání u studentů ekonomického a neekonomického zaměření



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

Je poněkud překvapivým výsledkem, že studenti s ekonomickým vzděláním se spíše přiklání k možnosti pracovat jako zaměstnanec a naopak studenti jiných než ekonomických oborů by z 56 % zvolili kariéru podnikatele. Nemělo by tomu být spíše naopak? Co je příčinou tohoto výsledku? Vysvětlení mohou být různá, v první řadě záleží na celkové atmosféře konkrétní fakulty a vyučujících, kteří ji utvářejí. Konzervativně laděný pedagogický sbor bude s velkou pravděpodobností odrážet na

studenty touhu po jistotě, pracovní pozici s jistou výší platu i času v zaměstnání stráveném. Takové prostředí příliš studenty nepovzbudí v jejich seberealizaci prostřednictvím podnikání.

Dalším faktorem, který ovlivňuje vyšší preference podnikání u studentů s neekonomickým vzděláním, je nepochybně vyšší koncentrace nápadů na zajímavý podnikatelský záměr a to především u studentů technických fakult. Studenti absolvující některé z oborů orientujících se na inovace v elektrotechnice, průmyslovém inženýrství či výpočetní technice dokážou snadněji využít nových poznatků k samostatnému úspěchu na trhu. Naopak pro studenty ekonomických fakult může být často problém objevit jedinečný podnikatelský nápad, který by se následně mohl zrealizovat v praxi. K rozšíření znalostí tohoto typu a k odlišnému pohledu na tržní příležitosti by měl být zaveden samostatný předmět ve studijních plánech ekonomických fakult.

Další otázka, jež úzce souvisí s podnikatelským vzděláváním na VŠ, zní následovně: *„Účastnili jste se někdy na univerzitě nějakého kurzu či aktivity týkající se oblasti podnikání, který by pracoval s přetvářením nápadů v realitu a rozvíjel Vaše vlastní projekty?“* Možnosti odpovědí byly ano/ne.

Z 600 respondentů celých 518 uvedlo, že se v rámci univerzity nikdy neúčastnili podnikatelského kurzu či aktivity, jež by napomohla při rozvoji individuálních podnikatelských projektů. Pouze 12,8 % dotázaných podobnou zkušenost mají. Z těch, co na otázku odpověděli kladně, bylo 57 % studentů ekonomického směru a 43 % ostatních oborů. Nelze tedy jasně doložit, že by se studenti s ekonomickým vzděláním zapojovali do podnikatelských kurzů podporující přetváření nápadů do reality výrazně častěji, než je tomu u studentů neekonomických směrů. Výsledky z této otázky naznačují obecný nedostatek kurzů a aktivit podobného charakteru, či jejich nedostatečnou propagaci mezi studenty, dalším důvodem může být i samotný nezájem ze strany studentů. Výsledky analýzy sylabů však spíše podporují první zmíněnou variantu.

Obr. č. 15: Účast studentů na kurzu/aktivity týkající se podnikání



Zdroj: Vlastní zpracování, 2015

V porovnání se zeměmi EU jsou výsledky dotazníku V4 spíše podprůměrné. Dle Flash Eurobarometeru téměř čtvrtina dotázaných (23 %) uvedla, že se podobných aktivit a kurzů podnikání zúčastnila, naopak 76 % respondentů s tím nemá žádné zkušenosti. Procentní rozpětí kladného zodpovězení této otázky se pohybovalo od 15 % (Velká Británie a Malta) až k 39 % (Finsko). Také zde byla prokázána souvislost s předešlou otázkou, tedy, že respondenti preferující možnost stát se podnikatelem se účastnili podnikatelských kurzů ze 34 % (European Commission, 2012).

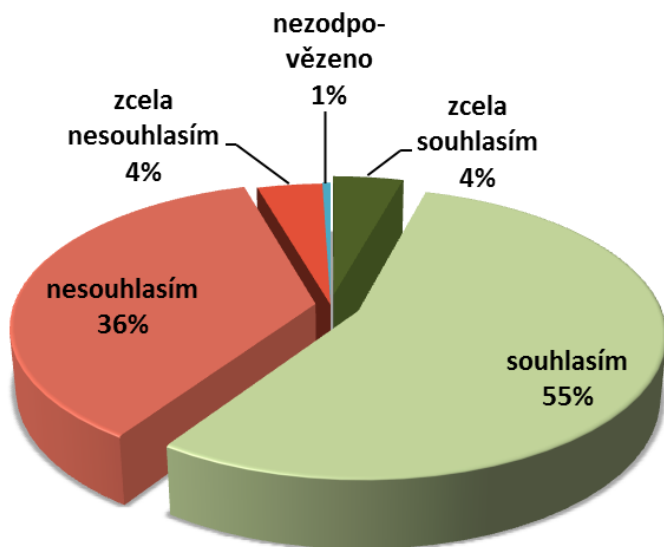
Na předchozí otázku navazuje další, jež se přímo zaměřuje na názor studentů ohledně možnosti získání elementárních podnikatelských kompetencí. Celá otázka zní takto: „*Myslíte si, že současná tvorba univerzitních sylabů Vám umožňuje získat základní znalosti a dovednosti o podnikání a podnikatelských procesech?*“ S možnostmi odpovědí:

- Zcela souhlasím
- Souhlasím
- Nesouhlasím
- Zcela nesouhlasím

Studenti se vyjadřovali převážně kladně, 55 % respondentů souhlasilo, že univerzitní sylaby poskytují studentům možnosti základní nauky o podnikání a 4 % s tímto zcela souhlasilo. Naopak 36 % respondentů se vyjádřilo svým nesouhlasem a další 4 %

dotázaných zcela nesouhlasilo s výrokem. Pouze tři respondenti z celkových 600 nezodpověděli tuto otázku.

Obr. č. 16: Univerzitní sylaby a možnost získat základní podnikatelské znalosti



Zdroj: vlastní zpracování, 2015

Z pohledu studentů s ekonomickým vzděláním se výsledky jen nepatrně liší. S tím, že jim univerzitní sylaby umožňují získat potřebné podnikatelské znalosti a dovednosti souhlasí 64 % z nich a 5 % respondentů zcela souhlasí. Naopak pouze 29 % respondentů navštěvujících či absolvujících ekonomické typy fakult nesouhlasí s daným tvrzením a 3 % zcela nesouhlasí. Tato procenta u kladných odpovědí potvrzují, že studenti ekonomických fakult mají více příležitostí si předměty s podnikatelskou tematikou zahrnout do svého studia.

Výsledky dotazníkového šetření V4 projektu se ohledně této otázky příliš neliší od těch zpracovaných Flash Eurobarometerem. Přesně polovina evropských respondentů souhlasí, že jejich školní vzdělávání jim pomohlo vytvořit smysl pro iniciativu a částečně i podnikatelský přístup. Dále 41 % dotázaných uvedlo, že jejich vzdělání jim dalo potřebné dovednosti a znalosti potřebné k založení vlastního podniku. Ale jen 28 % respondentů souhlasí, že jejich školní vzdělávání je přiměřeno více se zajímat o možnost stát se podnikatelem (European Commission, 2012).

3.6 Shrnutí základních poznatků analýzy podnikatelského vzdělávání

Analýza sylabů ze 132 oborů poukazuje na velmi nízký počet podnikatelů jako profilů absolventů a naopak je zde početná skupina ekonomických specialistů a jiných profesí se zaměřením především na veřejný sektor a informatiku. Všechny obory jsou strukturovány jako více teoretické než praktické a rovněž povinné absolvování praxe není na řadě oborů samozřejmostí. Nejčastěji vyskytující se předměty ve studijních plánech jsou z kategorie „ostatní“ (spíše neekonomického typu), dále takové zabývající se financemi a účetnictvím, managementem, obecnou podnikovou ekonomikou a marketingem.

Z výzkumu dále jasně vyplývá, že na českých ekonomických fakultách neexistuje mnoho oborů, které by se zaměřovaly na výuku budoucích podnikatelů. Navíc těchto 22 oborů nevěnuje výuce podnikání velký prostor ve studijních plánech. Například i fakulta na VUT v Brně, která se nazývá Podnikatelská, nabízí pouze dva předměty typu „entrepreneurship“. Je tedy více než zřejmé, že v České republice existují velké mezery v oblasti podnikatelského vzdělávání na univerzitách a to jak v počtu podnikatelských předmětů, tak v jejich obsahu a volbě učebních technik. Většina předmětů neposkytuje svým studentům to, co je pro budoucí podnikání a rozvoj MSP klíčové, tím je především získání nového přístupu a pohledu na tuto problematiku a nezbytnou sebedůvěru. Pomocí přednášek a samostudia se zřejmě nikdy nepodaří probudit ve studentech kreativitu, touhu realizovat své nápady a odvahu uspět v tvrdém konkurenčním prostředí.

Dotazníkové šetření s celkovým počtem 600 respondentů, z nichž byly vybrány některé otázky zaměřené na postoj studentů k podnikání a vnímání jeho výuky na univerzitách, přinesl řadu zajímavých výsledků, ale i dalších otázek. Preference studentů v budoucím typu povolání jsou poměrně vyvážené, tedy polovina respondentů se přiklání k variantě stát se podnikatelem, druzí naopak volí možnost zaměstnance. Výsledky se však liší u mladých lidí s ekonomickým vzděláním a těch se vzděláním jiného než ekonomického charakteru. Prvních zmínění mají též vyrovnanější preference, avšak nepatrně více z nich by zvolili kariéru v pozici zaměstnance, naopak studenti s neekonomickým vzděláním překvapivě inklinují k možnosti podnikat.

Téměř 90% všech dotázaných uvedlo, že se nikdy během svého studia nezapojili do kurzu či aktivity, která by rozvíjela jejich podnikatelské kompetence a napomohla

přetvořit nápad ve skutečnost. Více než polovina dotázaných se domnívá, že jim univerzitní sylaby nabízejí dostatek možností naučit se základním podnikatelským znalostem a dovednostem. Jen o několik procent více se liší tento výsledek u dotázaných s ekonomickým typem vzdělání.

Z dotazníků tedy vyplývá, že studenti o podnikání zájem mají na všech typech univerzitních fakult. Podnikatelské vzdělávání by ve svém studijním plánu uvítali především studenti neekonomických fakult. Dále je evidentní, že podstatná většina respondentů se nikdy do podnikatelských kurzů nezapojila, což je velkým apelem na vedení fakult, obzvláště těch ekonomických.

4 Návrhy a doporučení pro rozvoj podnikatelského vzdělávání

Současná situace v oblasti podnikatelského vzdělávání v Evropě byla stručně rozebrána v předchozích kapitolách a je zřejmé, že je nutné podniknout řadu kroků, které zajistí žádoucí rozvoj. Pozitivním jevem je nárůst publikací vydaných Evropskou unií a jinými institucemi, odborných článků a výstupů z konferencí zabývajících se problematikou vzdělávání k podnikání. V této kapitole budou shrnuty příklady osvědčených postupů, na jejichž základě byly sestaveny návrhy a doporučení, jak postupovat do budoucna a to v různých aspektech podnikatelského vzdělávání. Také zde budou rozebrány role, které by EU měla zastat jako klíčový aktér tohoto procesu změny. Pokud tedy cíle uvedené v Akčním plánu na rok 2020 mohou být považovány za seznam toho, **čeho** chce Evropská unie dosáhnout, následující text obsahuje přibližný návod, **jak** toho dosáhnout.

4.1 Role Evropské unie

Na základě projektu Evropské komise s názvem „High Level Reflection Panels on Entrepreneurship Education“ bylo mimo jiné sestaveno několik způsobů a oblastí, ve kterých se EU může aktivně podílet na podpoře podnikatelského vzdělávání (European Commission, 2010). Ačkoliv samotná Evropská unie nemá statutární roli v oblasti vzdělávání (tato oblast náleží plně členským státům), disponuje několika různými nástroji, kterými může výrazně pomoci rozvoji podnikatelského vzdělávání. Obecně řečeno, hlavním hybným mechanismem EU je koordinace, díky které utváří vývoj členských zemí. Tato koordinace spočívá především v programech zaměřujících se na financování konkrétních činností. Účastníci zmíněného panelu kladou důraz na tyto role EU: shromažďování a šíření osvědčených postupů (angl. best/good practices); podpora rozvoje pedagogů a jejich proškolení; zajištění kvalitního didaktického materiálu; realizace výzkumu a šíření jeho závěrů; usnadnění rozvoje nejrůznějších platforem a sítí pro společnou kooperaci a výměnu zkušeností expertů a pedagogů (European Commission, 2010).

Dále byly identifikovány tři hlavní funkce Evropské komise v oblasti podnikatelského vzdělávání:

1. **Funkce tzv. katalyzátoru**, která stimuluje aktivity zaměřujících se na sběr osvědčených postupů a utváření rámců, jež monitorují a hodnotí výsledky výzkumů;
2. **Funkce platformy**, která zajistí propojení stakeholderů oblasti podnikatelského vzdělávání (podniky, pedagogové, odborníci, politici atd.). EK by měla vytvářet vhodné prostředí pro diskuze a debaty dané problematiky;
3. **Funkce aktivátoru**, jež zahrnuje především mobilizaci dostupných zdrojů. Tato mobilizace by poté měla probíhat skrze programy na úrovni EU i samotných členských států

K tomu, aby bylo možné plnit tyto funkce je žádoucí zřízení Evropského centra pro podnikatelské vzdělávání. Jen specializované centrum napojené na dílčí centra obdobného typu ve členských zemích, může efektivně plnit cíle, které si EU v tomto směru předsevzala.

Jednotlivé funkce zahrnují řadu dílčích aktivit, jež by měla Evropská komise v budoucnu zajistit:

Ad 1. Ačkoliv EU v posledních letech usiluje o shromažďování osvědčených postupů vedoucích k rozvoji podnikatelského vzdělávání, tato databáze zdaleka není kompletní a je nutná její neustálá aktualizace. Je nezbytné, aby byl zajištěn nejen sběr současných praktik, ale rovněž vytvořen mechanismus, jenž usnadní objevení nových postupů. Ty poté musí být představeny širokému okruhu uživatelů. Je také nezbytné sestavit rámec hodnocení a identifikace toho, co lze považovat za osvědčený postup vzdělávání k podnikání. Na základě vyhodnocených kvalitních praktik by poté měly být vytvořeny učební materiály a odborné publikace na dané téma.

Další nezbytnou aktivitou je provádění výzkumů a statistických šetření. Bez podrobné znalosti minulé a současné situace podnikatelského vzdělávání v Evropě je nemožné vytváření strategií a plánů. Výzkumy by se měly zaměřovat na akademické instituce, podniky zapojené do výuky, studenty i pedagogy jednotlivých vzdělávacích stupňů. Samozřejmostí je i měření efektivnosti přijatých opatření a úspěšnost plnění cílů. Tato výzkumná činnost by měla být přenesena na úroveň států, které zajistí podrobnější a přesnější informace o vývoji.

Ad 2. Vytvoření vhodného prostoru pro komunikaci dílčích aktérů podnikatelského vzdělávání na úrovni EU úzce souvisí s předchozí funkcí, konkrétně sdílení

osvědčených metod. Právě pravidelné diskusní panely, workshopy a konference na toto téma napomáhají rychlému šíření nových nápadů, výsledků analýz a inovací. V tomto směru je doporučována užší spolupráce menší skupinky jen několika států dle geografické polohy či kulturní podobnosti a poté pravidelné (např. roční) celokontinentální konference.

Další aktivitou je mobilizace a motivace podnikatelských subjektů, aby se zapojily do podnikatelského vzdělávání. Jako vhodný prostředek je navrhováno pořádání různých akcí dle typu sektoru, například v podobě každoročního udělování cen za činnost v podnikatelském vzdělávání. Důležitá je i propagace podnikatelského vzdělávání jakou součástí společenské odpovědnosti. Mimo motivování podnikatelů je však také důležitá motivace pedagogů, kteří by měli být dobře informováni o této problematice a měli by mít možnost odborných školení ve vzdělávání k podnikání. Přístup učitelů je totiž klíčový při utváření osnov a vzdělávacích programů.

Ad 3. Tato funkce se zaměřuje především na založení center a projektů, které se budou úzce specializovat pouze na podnikatelské vzdělávání. Klíčové je již zmíněné Evropské centrum pro podnikatelské vzdělávání, nezbytné je ale rovněž vytvoření týmu zabývající se výzkumem a projekty, jehož cílem bude zvýšení celkového povědomí, tedy propagace podnikatelského vzdělávání. Nezbytnou aktivitou je také podpora již vytvořených programů a projektů (např. Youth in Action, the Lifelong Learning Programme, apod.). Další aktivita v rámci této funkce je podpora užší spolupráce členských států a sjednocení vzdělávání v EU. Klíčové je samozřejmě správné nastavení evropských fondů, které pokryjí finanční výdaje spojené s rozvojem podnikatelského vzdělávání (European Commission, 2010).

4.2 Příklady osvědčených postupů

Osvědčené postupy představují cenný zdroj informací pro všechny evropské státy a sdílení těchto efektivních praktik rozvoje podnikatelského vzdělávání usnadňuje a výrazně urychluje zavádění obdobných projektů, programů a iniciací do vzdělávacího systému konkrétních zemí. Inspirování se u zavedených a dobře fungujících metod podnikatelského vzdělávání je účinný způsob jeho šíření. Je na místě podotknout, že je vhodnější inspiraci hledat v rámci Evropy a také důkladně prozkoumat okolnosti a pozadí daného osvědčeného postupu. (World Economic Forum,

2010) Ačkoliv zde Evropa byla představena jako kontinent, kde je podnikatelské vzdělávání teprve v zárodku, existuje celá řada good practices napříč všemi jejími státy. Následující text uvede jen některé osvědčené metody tak, aby pokryly nejrůznější cíle, kterých je třeba v rámci podnikatelského vzdělávání dosáhnout. Zaměřovat se budou na programy a projekty evropských univerzit.

4.2.1 Propagace podnikatelského vzdělávání

V rámci university

Jedním ze zajímavých příkladů cíleného zvyšování povědomí o podnikatelském vzdělávání je „Enterprise Initiative Centre“ (CIADE), jež funguje v rámci Autonomous University of Madrid ve Španělsku. Již od roku 1998 se centrum snaží o úzkou spolupráci s podniky, hlubší informovanost a kurzy pro studenty. Centrum rovněž slouží jako základna pro výzkumy a je nápomocné při přeměně nápadů studentů k start-upům, stejně tak fundraisingu a řešení každodenních problémů začínajících podnikatelů. Díky tomu, že CIADE funguje v rámci humanitně zaměřené univerzity, se úsilí tohoto centra zaměřuje na netechnologické podniky (oblast sociálních programů a neziskových organizací, životního prostředí, archeologie a historie či psychologie), čímž vyplňují pomyslnou mezeru na trhu (European Commission, 2008).

V rámci regionu

O jednotnou strategii ve vzdělávání k podnikání v rámci svého regionu usiluje „The Entrepreneurship House“ na čtyřech univerzitách v Grenoblu ve Francii. Hlavními cíli jsou: zvýšení informovanosti tamních studentů o podnikatelských programech vyučovaných na univerzitách a zajištění podpory v rámci podnikatelské sítě. Propagace podnikatelství probíhá v širokém smyslu tohoto termínu, tedy od malých podniků, venture business, trh, služby, živnostenská činnost až po sociální sféru podnikání. Mezi používané metody patří samotná výuka podnikatelských kurzů, konference a semináře organizované pro studenty včetně těch speciálních pro studenty na doktorském stupni, každoroční soutěž nejlepšího podnikatelského plánu a poradenská činnost pro studenty a jejich podnikatelské projekty. Podnikatelské kurzy jsou nedílnou součástí akademických sylabů a to nejen pro studenty managementu a podnikání, ale i jiných studijních oborů. Pod záštitou „The Entrepreneurship House“ byla založena i studentská asociace zabývající se podnikáním (European Commission, 2008).

V rámci celého státu

Mimořádně dobře přijatý model fungující celostátně představuje společný projekt Ministerstva hospodářství a energetiky a sítě Junior Achievement v Bulharsku. Tento projekt cílí na rozvoj Center pro podnikání na odborných školách, podporu podnikatelského smýšlení a dovedností mezi žáky. V současnosti existují čtyři taková centra a to ve čtyřech různých odvětvích (architektura a stavebnictví, potravinářství, textilní a oděvní průmysl, lesnictví a dřevozpracující průmysl). Projekt spočívá ve volitelném kurzu pro žáky od 11. ročníku, kteří zakládají minipodniky a ty po dobu jednoho roku řídí a provozují. Právě zapojení studentů zvyšuje jejich povědomí o podnikání a podporuje ho v regionálních komunitách po celém Bulharsku. Důležitým aspektem je i kvalitní nastavení propojení reálného pracoviště se vzděláváním, které je pak více orientováno na trh. Pedagog zde vystupuje jako poradce a používá netradiční metody výuky (Evropská komise, 2009).

4.2.2 Rozvoj interdisciplinárního přístupu v podnikatelském vzdělávání

Jedním z projektů, které se zaměřují na prohlubování spolupráce různých oborů, je „Innovation Lab“ na Kepler University Linz v Rakousku. Tato akademická „laboratoř“ usiluje o rozvoj technologických inovací, které lze následně převést do podnikatelského nápadu. Také je kladem důraz na růst motivace studentů k podnikání. Specifickým cílem je provádění studií proveditelnosti technických inovací v akademickém a podnikatelském kontextu. K tomuto záměru byly sestaveny týmy studentů z technických a ekonomických oborů. Celý proces vývoje nového produktu je tak koordinován manažerským i technickým úhlem pohledu, čímž je následně zajištěna lepší pozice produktu na trhu. „Innovation Lab“ obsahuje tři moduly v rámci semestrálního kurzu: první se zaměřuje na studenty technických oborů, jejichž úkolem je vymyslet nový inovativní produkt; v druhém modulu absolvují studenti kurz na institutu pro podnikání, kde jsou jejich nápady podrobeny analýze z obchodního hlediska a kde spolupracují se studenty podnikového oboru; třetí modul se navrácí k technologickému vývoji výrobku a studenti mají možnost vytvořit první prototyp (European Commission, 2008).

4.2.3 Praktické projekty a simulace

Příkladem projektu, jenž podporuje praktický (nikoli teoretický) způsob výuky podnikatelského vzdělávání, je „Practice Enterprise Project“ existující na Turku

University of Applied Science ve Finsku. Všeobecným cílem projektu je poskytnout studentům znalost o základních procesech v podniku od start-upu až po denní operace. Toho je dosahováno pomocí simulovaných podniků, které jsou vytvořeny a řízeny týmy studentů z různých studijních oborů, ale i z odlišných kulturních prostředí. Díky ucelené koncepci se univerzita může pochlubit více než 200 studenty, kteří každoročně absolvují „Practice Enterprise Project“. Projekt trvá 25-30 týdnů a zahrnuje tři fáze: fáze start-upu, obchodní fáze, hodnotící závěrečná fáze. Důraz je kladem především na plánování, řešení problémů z praxe, týmovou práci a přístup tzv. „learning-by-doing“ (učení se prostřednictvím vytváření projektu). Pro co nejvyšší úroveň realističnosti projektů, univerzita spolupracuje s místními společnostmi, bankami a veřejnými institucemi (European Commission, 2008).

Fiktivní firmy, které mohou fungovat v rámci škol a univerzit či pod záštitou jiných organizací, jsou v Evropě hojně rozšířeny. Například ve Slovinsku jsou fiktivní firmy součástí osnov na obchodních školách. V Norsku velmi dobře funguje projekt JA-YE, který zapojuje přes 20 % všech žáků vyššího sekundárního vzdělání (Evropská komise, 2009). Také v České republice fungují virtuální firmy díky organizace CEFIF, která rozvoj fiktivních podniků podporuje a zaštituje (Národní ústav pro vzdělání, 2015).

4.2.4 Školení pedagogů

Jedním z dílčích cílů rozvoje podnikatelského vzdělávání je i samotné vzdělávání a školení pedagogů. Dobrým příkladem může být „Initiative for Teaching Entrepreneurship“ (IFTE) fungující v Rakousku. Tato iniciativa byla vytvořena za účelem poskytování školení pro učitele v podobě týdenního letního kurzu každoročně pořádaného School for Entrepreneurship v Kitzbühlu. Do tohoto trainee programu se mohou zapojit učitelé středních i vysokých škol. Obsah kurzu je poměrně široce zaměřen, obsahuje například témata jako podnikání v kontextu vzdělávací filozofie, podniková etika, tvorba nových nápadů, které jsou spojeny s praktickou prací a implementací. Důraz je kladem především na tzv. zkušenostní učení. IFTE je sponzorováno celou řadou soukromých i veřejných organizací (European Commission, 2010).

Na závěr této části věnující se osvědčeným postupům je nezbytné zmínit také jeden celoevropský projekt a to výměnný program Erasmus pro mladé podnikatele („Erasmus for Young Entrepreneurs“). Tento projekt vznikl v roce 2009 pod záštitou Evropské

komise, která reagovala na iniciativu Evropského parlamentu. Cílem Erasmu pro mladé podnikatele je umožnit nadějným podnikatelům získat dovednosti potřebné k rozběhnutí jejich vlastních podnikatelských plánů pomocí stáže v zahraniční firmě. Délka těchto stáží se pohybuje od jednoho do šesti měsíců. Mladí podnikatelé účastníci se těchto zahraničních zkušeností získají potřebné know-how v jejich oboru, naváží mezinárodní kontakty a jsou také více stimulováni k inovacím. Doposud se tento projekt může pyšnit 2 500 výměnami, které zapojily 5 000 podnikatelů (Erasmus for Young Entrepreneurs, 2015).

4.3 Soubor doporučení pro podnikatelské vzdělávání

Návrhy a doporučení pro budoucí rozvoj podnikatelského vzdělávání jsou obsahem téměř každého článku a publikace, a ačkoliv každý autor/tým autorů nahlíží na toto téma z různých úhlů, v zásadních aspektech převládá shoda. Zde je přehled deseti nejdůležitějších směrů, na které je nutné zacílit snahy, pro dosažení maximálního výsledku (OECD, 2008):

- Obecné zviditelnění podnikatelství, změna přístupu a smýšlení o něm;
- Rozvoj vhodných měřítek pro hodnocení vlivu (nikoli pouze výsledků) podnikatelských programů;
- Integrace podnikatelství do osnov a programů a vytvoření multi disciplinárního studijního prostředí;
- Sestavení vysoce kvalitních standardů pro podnikatelské výukové obory;
- Vytvoření silné sítě evropských učitelů a profesorů podnikatelského vzdělávání;
- Podpora používání interaktivních výukových metod;
- Zajištění konzistentní a adekvátní úrovně financování aktivit podnikatelského vzdělávání;
- Podpora mezinárodní spolupráce mezi univerzitami a kooperace při výzkumech;
- Zajištění prostředků pro spin-outy technických a vědeckých institucí;
- Profilování evropských podnikatelských vzorů.

Následující text bude obsahovat syntézu nejružnějších názorů, poznatků a oblastí vyžadujících změny, jež budou uspořádány do tematických okruhů.

4.3.1 Orgány veřejné správy na národní i regionální úrovni

Vytvoření soudržného rámce pro podnikatelské vzdělávání na vnitrostátní či regionální úrovni je prvním krokem k rozvoji podnikání. Evropská komise v celé řadě svých dokumentů doporučuje **zřízení řídicího či koordinačního výboru pro podnikatelské vzdělávání**, které bude úzce spolupracovat s ministerstvem školství a ministerstvem hospodářství v konkrétních zemích. Jen orgány státní správy mohou systematicky přispět k strukturovanému přístupu ve vzdělávání k podnikání. (European Commission, 2010) Musí existovat jasná vnitrostátní strategie včetně stanovených měřítek úspěchu a odpovědných orgánů či osob. Je klíčové začlenit podnikatelské vzdělávání do vzdělávací politiky jako celku, ale rovněž specificky do osnov škol. Podnikatelské vzdělávání by nadále nemělo záviset na osobní iniciativě pedagoga, ale mělo by být plošně dostupné všem žákům. (Evropská komise, 2009) Příslušný koordinační výbor by se měl také zaměřovat na sledování vývoje podnikatelského vzdělávání a jeho pravidelné vyhodnocování. K tomu je doporučován třístupňový přístup, který nejprve hodnotí okamžitý vliv jednotlivých změn ve vzdělávacím systému na zúčastněné studenty, poté je nutné sledovat dlouhodobější dopad na následné chování studentů a poslední část evaluace se má zaměřovat na to, zda studenti zakládají nové podniky a živnosti a zda jsou v dlouhodobém měřítku úspěšní (Rizza, Amorim, 2010).

Dalším důležitým úkolem je celková propagace důležitosti podnikatelského vzdělávání, jejíž součástí mohou být různé informační kampaně pro vedení škol, pedagogy a studenty. Také média, která hrají důležitou roli v utváření veřejného mínění, by se obecně měla více věnovat úspěšným podnikatelům (World Economic Forum, 2011).

Mezi další přijatá opatření by mělo patřit zavedení povinného průzkumu kariérních příležitostí a zahrnutí podnikání do profesního poradenství, pomoc učitelům při zlepšení kvalifikace v oblasti podnikání, podpora takových nevládních a neziskových organizací, které se podílí na rozvoji podnikatelského vzdělávání. Zajímavým návrhem je i poskytování stipendií velmi nadaným studentům, kteří mají konkurenceschopný podnikatelský nápad a chtějí ho rozvinout v praxi (Evropská komise, 2009).

4.3.2 Vzdělávací systém – školy a univerzity

Jak již bylo naznačeno, nezbytnou akcí je změna v přístupu škol k podnikatelskému vzdělávání. Jako hlavní cíl této oblasti je výuka podnikatelského vzdělávání na každé škole na všech úrovních vzdělávacího systému a to s jasnými vazbami mezi těmito

úrovněmi. Další vazby musí existovat mezi vzdělávacími institucemi a lokálním podnikatelským ekosystémem. Tento souhrnný cíl však vyžaduje mnoho úsilí v celé řadě dílčích aktivit (European Commission, 2010).

Mezi dílčí cíle na úrovni univerzit lze zcela jistě zahrnout zvýšení počtu škol, které nabízejí podnikatelské kurzy a studijní programy, a ty následně zpřístupnit široké skupině studentů. Vytvořit základní podnikatelské kurzy povinnými a to nejen pro studenty ekonomických fakult. Dále je navrhováno integrovat prvky podnikatelského vzdělávání do jiných kurzů a v neposlední řadě je nezbytné vytvářet v rámci vysokých škol takové projekty a programy, které budou zasahovat do více oborů současně, především pak do technických. Vedení škol si musí být vědomi faktu, že k výuce podnikatelského vzdělávání je nutné přistupovat moderně a otevřeně (World Economic Forum, 2011). Z toho důvodu by měl být napříč všemi školami propagován projektový styl výuky, přístup k výuce „learnin-by-doing“, možnost stáží a odborných konzultací. Dále by se měla zvýšit četnost využívání případových studií v hodinách podnikatelství. Toho ovšem nelze dosáhnout bez správné motivace samotných vyučujících, kteří musí být podpořeni (vedením školy či jinými institucemi) k vyzkoušení progresivních metod (OECD, 2008).

Úspěšné implementaci změn v osnovách, struktuře studijních programů a přístupu k výuce může výrazně napomoci kooperace mezi školami a univerzitami navzájem prostřednictvím sdílení informací a efektivních metod a vytváření společných projektů. Začlenění podnikatelských předmětů do výukového schématu a změny v přístupu k výuce jsou náročnými cíli, jež vyžadují zapojení celé řady aktérů. Například ve Finsku se na tomto procesu podílelo vedení škol spolu s pedagogy ale i studenty a tím bylo dosaženo efektivního podnikatelského vzdělávání na tamních školách (European Commission, 2010).

Mezi další klíčové elementy zlepšení situace na školách patří vytvoření funkce vedoucího pro spolupráci s podniky, který bude odpovědný za partnerství mezi školou a soukromou sférou; poskytnout podporu studentů, jež projeví zájem založit vlastní podnik; organizovat diskuse a semináře vedené konkrétními podnikateli; umožnit pedagogům odborné stáže v podnicích a to i v zahraničí; prezentovat podnikání prakticky prostřednictvím fiktivních podniků apod. (Evropská komise, 2009).

4.3.3 Ucelené vzdělávání pedagogů

I když mohou být předchozí oblasti perfektně nastaveny, klíčovým faktorem k úspěchu jsou samotní vyučující podnikatelských předmětů a kurzů. Pedagogové vyučující podnikatelství musí mít stejně vysokou míru inovativního nadšení jaké je očekáváno od studentů podnikání (Kuratko, 2003). Nejprve je nezbytné zaměřit se na vzdělávání budoucích učitelů v rámci pedagogických fakult, kde by měli být s prvky podnikatelského vzdělávání seznámeni stejně jako s moderními metodami výuky. Právě kvalita výuky na pedagogických fakultách se z velké části následně podílí na kvalitě učitelů. Důraz by ovšem měl být kladen i na kontinuální vzdělávání pedagogů během celého jejich působení na školách. Pro dosažení vysoké úrovně podnikatelského povědomí mezi vyučujícími musí být zajištěny čtyři faktory: již zmíněné počáteční pedagogické vzdělání, jednotný národní systém podporující vzdělanost učitelů v podnikání, pokračující profesionální rozvoj dle individuálních potřeb pedagogů a samozřejmě podpora vedení školy (European Commission, 2011).

Pro všeobecné zlepšení situace na univerzitách po pedagogické stránce je nezbytné zaměstnat více učitelů a profesorů, kteří jsou plně zaměřeni na oblast podnikání a také těch, kteří mají osobní zkušenost s podnikáním. Velmi žádoucí je situace, kdy profesor stále udržuje silné osobní vazby na soukromý sektor. Naopak pro ty učitele, kteří neabsolvovali praktickou zkušenost v konkrétním podniku, by zde měly existovat specifické výukové moduly doplňující alespoň z části některé znalosti z praxe (European Commission, 2008). Nutností je pořádání workshopů a training programů pro učitele vyučující podnikatelství. V budoucnu by se univerzity také měly zaměřit na podporu rozvoje specializovaných doktorských programů se zaměřením na podnikatelskou činnost a aspekty s ní spojených (OECD, 2008).

4.3.4 Zapojení soukromých podniků

Spolupráce škol a podniků je naprosto nezbytnou složkou v podnikatelském vzdělávání, protože soukromé firmy představují cenný zdroj reálných zkušeností z praxe, čímž výrazně napomáhají studentům při výuce (World Economic Forum, 2011). Zapojování podniků a jednotlivých podnikatelů do výuky musí být jednotné a strukturované a musí být brány v potaz i bariéry této spolupráce jakými je především nedostatek času businessmanů a neporozumění jejich role ve výukové hodině. Tomu by měla napomoci lepší propagace podnikatelského vzdělávání jako součást společenské odpovědnosti

firem, tak aby podnikům bylo zřejmé, že jejich čas a snaha mají hlubší smysl. Účastníkům tato forma spolupráce přinese nejen benefity v podobě pozitivní publicity, ale také v podobě snadnějšího najímání nových pracovníků. Firmy si tak mohou „vychovávat“ své budoucí zaměstnance již během jejich studií. Kooperace vzdělávacích institucí a podniků by se měla zaměřit na následující: návštěvy a přednášky (angl. guest lectures), spolupráce při případových studií a vzorových příkladů; podílení se na fungování minipodniků a virtuálních firmách ve školách; ustálení soukromých asociací a podniků v roli prostředníků mezi světem vzdělávání a podnikání (European Commission, 2010).

Je také vhodné usilovat o to, aby se soukromé firmy staly významným finančním podporovatelem podnikatelského vzdělávání a jeho výzkumu. (OECD, 2008) Významnou formou spolupráce v rámci univerzit je zprostředkování stáží a praxí v daném studijním oboru, cílovou skupinou však mohou být, mimo studentů, i samotní učitelé (pro ně může být stáž v podobě tzv. sabbatical). Podniky by rovněž měly být nápomocné při přípravě studijních programů z hlediska jejich obsahu a tvorbě námětů na zajímavé projekty pro studenty (Evropská Komise, 2009)

Závěr

V úvodní části předložené diplomové práce byla vysvětlena hlavní role malých a středních podniků, jež se významně podílejí na ekonomickém růstu národních ekonomik. Jedná se o sféru, která by měla mít v každém státě silnou základnu, a rozvoj těchto subjektů by měl být obsahem všech národních strategických plánů. MSP však nejsou jen generátory zisku, inovací a technického pokroku v konkrétních státech, zároveň disponují schopností pozitivně ovlivňovat sociální aspekty v rámci obyvatelstva. Malé a střední podnikání představuje nenahraditelnou příležitost k seberealizaci jedinců, začlenění menšinových skupin a vyrovnávání regionálních rozdílů. Rozvoj MSP závisí na celé řadě aspektů, mezi které patří systém legislativy, různé formy podpory ze strany státu či tradice a úroveň v konkrétních odvětvích. Nejdůležitějším faktorem jsou ale samotní podnikatelé, úroveň jejich znalostí a dovedností, síla jejich motivace a komplexní způsob uvažování.

Na tento fakt navázala druhá kapitola práce, v níž byla objasněna souvislost rozvoje malých a středních podniků s podnikatelským vzděláváním včetně vymezení tohoto pojmu. Část kapitoly byla věnována i samotné výuce podnikatelského vzdělávání a volbě vhodných metod. Lze konstatovat, že výuka podnikatelských kompetencí vyžaduje stejně otevřený, dynamický a inspirativní přístup pedagoga, jako je samotné téma podnikatelství. Pro úplné pochopení aspektů podnikatelského vzdělávání zde byla porovnána probíraná problematika v Evropě a Spojených státech, kde odlišné ladění celé společnosti ovlivňuje přístup k podnikání a podnikatelskému vzdělávání. Práce se poté detailněji zaměřila na situaci v evropských státech a nechyběla zde ani strategie Evropské unie k podpoře tohoto typu vzdělávání, jemuž se v posledních letech EU intenzivně věnuje.

Dále zde byla nastíněna situace v oblasti podnikatelského vzdělávání v zemích Visegrádské skupiny, tedy v Maďarsku, Polsku, Slovenské republice a samozřejmě v České republice. Bylo zjištěno, že úroveň tohoto typu vzdělávání je v těchto státech přibližně stejná. Podnikatelské vzdělávání není pevně zakotveno v národních vzdělávacích systémech všech základních a středních škol, stále zde chybí předměty zaměřené na nauku o podnikání, které by byly pro žáky povinné. Drobnou výjimku tvoří Polsko se svým povinným předmětem „základní podnikání“ vyučovaným plošně na vyšších stupních středních škol. Obdobný je i stav na vysokoškolském stupni

vzdělávání, kde si podnikatelské kurzy a programy stále hledají své stálé místo v sylabech a to rovněž ve všech čtyřech zmíněných zemích. Součástí je i nezbytný propracovaný plán, jak v budoucnu podpořit rozvoj podnikatelského vzdělávání.

Stěžejní částí diplomové práce bylo zpracování analýzy sylabů, která byla podrobně rozebrána ve třetí kapitole. Pomocí této analýzy společně s dotazníkovým šetřením v oblasti podnikatelského vzdělávání a finanční gramotnosti bylo možné přinést podrobné výsledky o českých fakultách ekonomického směru ve vztahu k podnikatelskému vzdělávání. Poznatky z analýzy potvrzují obecné informace zmíněné v předchozí kapitole, tedy, že podnikatelské vzdělávání není na českých ekonomických fakultách hojně vyučováno. V profilech absolventů není status podnikatele téměř vůbec zastoupen, převažují profily zaměstnanců na ekonomických pozicích či pracovníků státní správy a IT oborů.

Samotná struktura vyučovaných předmětů zařazených do vysokoškolských sylabů ekonomických fakult nejvíce napověděla, s jakým charakterem znalostí a dovedností absolventi vybraných fakult opouštějí české vysokoškolské instituce. Překvapivě nejpočetnější skupinou předmětů jsou ty zaměřené na neekonomické disciplíny (např. matematika, statistika, právo apod.), následovány kategorií předmětů z oblasti financí a účetnictví spolu s dalšími formami managementu podniku. Předměty o podnikání jako takovém představují pouze zlomek obsahu studijních sylabů. Samotný obsah a metody výuky podnikatelských kurzů jsou převážně konzervativní a až na výjimky nereagují na změny a nové trendy v podnikatelské sféře. Ačkoliv dotazníkové šetření potvrdilo velmi malou četnost zkušeností s předměty založených na rozvoji podnikatelských kompetencí, mladí lidé zde projeví zájem o to stát se v budoucnu podnikatelem.

Závěrečná kapitola se věnovala syntéze návrhů a doporučení týkající se rozvoje podnikatelského vzdělávání v rámci Evropy. Nejprve zde byla objasněna role Evropské unie, která se snaží být hlavním aktérem ve stimulaci aktivit podporující podnikatelské vzdělávání, dále v propojení jednotlivých účastníků podstupovaných změn jakož i v získávání potřebných zdrojů v tomto procesu. Za klíčové je Evropská unie považuje zřízení Evropského centra pro podnikatelské vzdělávání, které by všechny zmíněné funkce plnilo. V následující části kapitoly bylo uvedeno několik příkladů osvědčených postupů z různých evropských států a to dle charakteru jejich pomoci v rozvoji, jakými je propagace vzdělávání k podnikání, podpora interdisciplinárního přístupu či školení pedagogů.

Samotná doporučení byla poté rozdělena do čtyř dimenzí, v jejichž rámci má být růst úrovně podnikatelského vzdělávání v evropských zemích zajištěn. Jedná se o veřejnou správu a její orgány na národní i regionální úrovni, dále vzdělávací systém včetně škol a univerzit, oblast vzdělávání pedagogů a v neposlední řadě zapojení soukromých subjektů.

Návrhy a doporučení uvedené v této kapitole jsou aplikovatelné na všechny evropské státy, tedy i na situaci v České republice. Ze zmíněné analýzy sylabů zřetelně vyplynulo, že stav podnikatelského vzdělávání v ČR není uspokojivý a v budoucnu bude potřeba podstoupit řadu kroků, jež budou vyplývat z uceleného konceptu. Právě na něm by mělo Ministerstvo školství ve spolupráci s dalšími institucemi usilovně pracovat. Velmi efektivní variantou by bylo zřízení koordinačního výboru pro podnikatelské vzdělávání, který by fungoval autonomně, avšak v těsné součinnosti s Ministerstvem školství a Ministerstvem průmyslu a obchodu.

Na závěr je důležité dodat, že rozvoj podnikatelského vzdělávání neznamená jen zahrnout nauku o aspektech podnikání do školních osnov a vysokoškolských studijních programů, jedná se změnu přístupu a specifickou formu výuky, jejímž cílem je podpořit a odkrýt dovednosti a individuální schopnosti studentů. Nejde tedy tolik o to, předat znalosti, ale spíše podnítit děti a mladé lidi ke kreativitě a iniciativě, zkrátka je inspirovat. Je nezbytné učinit řadu změn vedoucí k tomu, že se podnikatelské vzdělávání stane jakousi samozřejmostí pro žáky základních a středních škol a zároveň výzvou pro studenty vysokých škol.

5 Seznam tabulek

Tab. č. 1: Základní ekonomické údaje podnikatelských subjektů v rámci EU (2013) ...	14
Tab. č. 2: Základní ekonomické ukazatele podnikatelských subjektů v ČR (2013).....	15
Tab. č. 3: Žebříček VŠ v ČR.....	39
Tab. č. 4: Struktura přijatých studentů na VŠ v ČR	39
Tab. č. 5: Seznam předmětů zaměřených na podnikání	50

6 Seznam obrázků

Obr. č. 1: Vývoj počtu aktivních subjektů MSP v ČR v letech 2009 až 2013.....	12
Obr. č. 2: Podnikatelský ekosystém.....	21
Obr. č. 3: Struktura studijních programů a oborů na vybraných VŠ	40
Obr. č. 4: Profil absolventů oborů ekonomických fakult.....	42
Obr. č. 5: Odborné praxe na bakalářském a navazujícím studiu	43
Obr. č. 6: Průměrný počet ECTS kreditů za odbornou praxi.....	44
Obr. č. 7: Pořadí vyučovaných kategorií předmětů na vybraných ekonomických fakultách (dle jejich podílu na celkové výši ECTS kreditů).....	45
Obr. č. 8: Porovnání pořadí předmětů dle ECTS na bakalářském a navazujícím studiu	47
Obr. č. 9: Poměr studijních oborů dle zahrnutí podnikání ve studijním plánu	48
Obr. č. 10: Celkový součet ECTS kreditů předmětů kategorie „entrepreneurship“ na podnikatelských oborech	49
Obr. č. 11: Obsah předmětů spadajících do kategorie „entrepreneurship“	51
Obr. č. 12: Metody výuky používané v podnikatelských předmětech.....	53
Obr. č. 13: Preference studentů mezi druhy zaměstnání.....	55
Obr. č. 14: Preference zaměstnání u studentů ekonomického a neekonomického zaměření.....	56
Obr. č. 15: Účast studentů na kurzu/aktivity týkající se podnikání	58
Obr. č. 16: Univerzitní sylaby a možnost získat základní podnikatelské znalosti.....	59

7 Seznam použitých zkratk

CIADE	Enterprise Initiative Centre
ČSÚ	Český statistický úřad
ČZU	Česká zemědělská univerzita v Praze
ECTS	European Credit Transfer System
EFER	European Foundation for Entrepreneurship Research
EIT	Evropský institut pro technologie
EK	Evropská komise
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IFTE	Initiative for Teaching Entrepreneurship
JA-YE	Junior Achievement and Young Enterprise
JASR	Junior Achievement Slovenská republika
JČU	Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
MENDELU	Mendelova univerzita v Brně
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	malé a střední podniky
MUNI	Masarykova univerzita
MŠMT	Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
UPa	Univerzita Pardubice
UTB	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
VET	Vocational Education Training
VSb	Vysoká škola Báňská – Technická univerzita Ostrava
VŠE	Vysoká škola ekonomická
VUT	Vysoké učení technické v Brně
ZČU	Západočeská univerzita v Plzni

8 Seznam použité literatury

Literatura:

DRUCKER, F. Peter. *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. 6. vydání, Harper & Row, 1985. ISBN 0060913606

HONIG, Benson. *Entrepreneurship Education: Toward a Model of Contingency-based Business Planning*. Vol. 3, Iss. 3, Academy of Management Learning & Education. 2004, pp. 258-273. ISSN 1537-260X

HOROVÁ, Michaela, TAUŠL PROCHÁZKOVÁ, Petra. *Podnikatelská kultura, image podnikatele a jejich řízení*. Západočeská univerzita v Plzni, 2011a. ISBN 978-80-261-0012-6

HOROVÁ, Michaela, TAUŠL PROCHÁZKOVÁ, Petra. *Entrepreneurship Development through Entrepreneurship Education with Special Emphasis on the Role of Business Incubators: Evidence from the Czech Republic*. In *Proceedings of the 6th European Conference on Innovation and Entrepreneurship*. Aberdeen: Academic Publishing Limited. 2011b, pp. 737-741. ISBN 978-1-908272-14-0

KATZ, Jerome. *The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education 1876-1999*. Journal of Business Venturing. Vol. 18, Iss. 2, 2003, pp. 283-300. ISSN 0883-9026

KISLINGEROVÁ, Eva, NOVÝ, Ivan. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí*. Praha: C.H.Beck, 2005. ISBN 80-7179-847-9

KURATKO, Donald F. *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges*. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 29, Iss. 5, 2005, pp. 577-598. ISSN 1042-2587

KURATKO, Donald F., HODGETTS, Richard M. *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Thomson/South-Western, 2004. ISBN 10: 0324258267

SYNEK, Miloslav a kol., *Podniková ekonomika*. 3. vydání, Praha: C.H.Beck, 2002. ISBN 80-7179-736-7

SYNEK, Miloslav, KISLINGEROVÁ, Eva a kol., *Podniková ekonomika*. 5. vydání, Praha: C.H.Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-336-3

Elektronické zdroje:

Commission of the European Communities. *Green Paper: Entrepreneurship in Europe*. [online] 2003. [cit. 5. 2. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/entrepreneurship_europe.pdf

Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. *Informace pro zájemce o studium*. [online] České Budějovice: JČU, Aktualizace 2015. [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.ef.jcu.cz/studium/informace-pro-zajemce-o-studium>

Ekonomická fakulta Vysoké školy báňské - Technická univerzita Ostrava. *Studijní obory*. [online] Ostrava: VSB, Aktualizace 2015. [cit. 15. 2. 2015]. Dostupné z: http://www.ekf.vsb.cz/cs/_uchazeci/studijni-obory/

Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity. *Studium na ESF*. [online] Brno: MU, Aktualizace 2015. [cit. 10. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.studujnaesf.cz/bc/>

Erasmus for Young Entrepreneurs. *Program a jeho výhody*. [online] Aktualizace 2015. [cit. 7. 3. 2015] Dostupné z: <http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?cid=2#.VPyyEJZ0zIU>

European Commission. European Commission – Enterprise and industry. *Annual Report on European SME's 2013/2014*. [online] 2014a. [cit. 8. 2. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2014/annual-report-smes-2014_en.pdf

European Commission. European Commission – Enterprise and industry. *Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*. [online] 2012. [cit. 12. 2. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects_impact_high_edu_final_report_en.pdf

European Commission. European Commission – Enterprise and industry. *SBA Fact Sheet – Czech Republic* [online] 2014b. [cit. 10. 2. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2014/czechrepublic_en.pdf

European Commission. European Commission – Enterprise and industry. *Towards Greater Cooperation and Coherence in Entrepreneurship Education*. [online] 2010.

[cit. 12. 2. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/education-training-entrepreneurship/reflection-panels/files/entr_education_panel_en.pdf

European Commission. *Entrepreneurship 2020 Action Plan*. [online] 2013. [cit. 25. 2. 2015] Dostupné z: <http://www.unescochair.uns.ac.rs/sr/docs/entrepreneurship2020ActionPlan.pdf>

European Commission. *Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies*. [online] 2008. [cit. 6. 3. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf

European Commission. *Entrepreneurship Education: A road to success*. [online] 2015. [cit. 10. 3. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8056&lang=en

European Commission. *Entrepreneurship Education: Enabling Teachers as a Critical Success Factor*. [online] 2011. [cit. 7. 3. 2015] Dostupné z: <http://www.copie.eu/node/381>

European Commission. *Flash Eurobarometer*. [online] Brusel: EC, Aktualizováno 2015. [cit. 10. 3. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/flash_arch_en.htm

European Commission. *Flash Eurobarometer: Entrepreneurship in the EU and beyond*. [online] 2012. [cit. 12. 4. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf

European Foundation for Entrepreneurship Research. *Research and Case Writing* [online] Brusel: EFER, Aktualizace 2015. [cit. 10. 3. 2015] Dostupné z: <http://www.efer.eu/research/>

Evropská komise. Generální ředitelství pro podniky a průmysl. *Podnikání jako součást odborného vzdělávání a přípravy*. [online] 2009. [cit. 16. 2. 2015] Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/smes/vocational/entr_voca_cs.pdf

Fakulta ekonomiky a managementu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. *Co chci studovat*. [online] Zlín: UTB, Aktualizace 2015. [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.utb.cz/fame/chci-studovat/co-chci-studovat>

Fakulta ekonomická Západočeské univerzity v Plzni. *Studijní programy* [online] Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, Aktualizace 2015b, [cit. 15. 3. 2015] Dostupné z: http://fek.zcu.cz/static/studijni_programy.php#prezenci

Fakulta ekonomická Západočeské univerzity v Plzni. *V4 Scientific Centers for the Enhancement of Financial Literacy and Entrepreneurship Education* [online] Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, Aktualizace 2015a, [cit. 15. 3. 2015] Dostupné z: <http://www.fek.zcu.cz/en/flee/>

Fakulta ekonomicko-správní Univerzity Pardubice. *Pro uchazeče*. [online] Pardubice: Upa, Aktualizace 2015. [cit. 19. 2. 2015]. Dostupné z: <https://www.upce.cz/fes/pro-uchazece/>

Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně. *Zájemci o studium*. [online] Brno: VUT, Aktualizace 2015. [cit. 16. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.fbm.vutbr.cz/cs/zajemci-o-studium/>

Fakulta podnikohospodářská Vysoká škola ekonomická v Praze. *Pro zájemce o studium*. [online] Praha: VŠE, Aktualizace 2015. [cit. 19. 2. 2015]. Dostupné z: <http://fph.vse.cz/zajemci-o-studium/>

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. *A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training*. [online] 2008. [cit. 16. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/276>

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. *Podnikatelská aktivita v České republice*. [online] 2014. [cit. 3. 4. 2015]. Dostupné z: download.mpo.cz/get/50478/57277/612398/priloha001.pdf

MALACH, Josef. *Výchova k podnikavosti a vysoké školy*. [online] Centrum pro studium vysokého školství 2008. [cit. 14. 4. 2015]. Dostupné z: <http://www.csvs.cz/aula/clanky/2008-2-vychova-k-podnikavosti.pdf>

Ministerstvo průmyslu a obchodu. *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2013*. [Online] 2014. [cit. 7. 2. 2015] Dostupné z: http://www.mpo.cz/assets/cz/podpora-podnikani/msp/2015/1/Zprava_o_vyvoji_MSP_2013.pdf

Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy. *Tiskové zprávy: Podpora zdravého životního stylu a odborného vzdělávání*. [Online] Praha: MŠMT, Aktualizováno 2014. [cit. 16. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.msmt.cz/ministerstvo/novinar/chladek-msmt-bude-z-prostredku-eu-podporovat-zdravy-zivotni?highlightWords=M%C5%A0MT+bude+prost%C5%99edk%C5%AF+podporovat+zdrav%C3%BD+%C5%BEivotn%C3%AD+styl>

Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy. *Strategie celoživotního vzdělávání* [Online] Praha: MŠMT, Aktualizováno 2015. [cit. 22. 3. 2015] Dostupné z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/dalsi-vzdelavani/strategie-celozivotniho-uceni-cr>

Národní ústav pro vzdělání. *Co je to fiktivní firma*. [Online] 2015. [cit. 7. 3. 2015] Dostupné z: <http://www.nuv.cz/cinnosti/kurikulum-vseobecne-a-odborne-vzdelavani-a-evaluace/centrum-fiktivnich-firem/co-je-to-fiktivni-firma>

OECD. *Entrepreneurship Education at European Universities and Business Schools. Results of a Joint Pilot Survey*. [Online] 2005. [cit. 25. 2. 2015] Dostupné z: <http://www.oecd.org/regional/leed/37126727.pdf>

OECD. *Entrepreneurship in higher education*. [Online] 2008. [cit. 20. 2. 2015] Dostupné z: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/education/entrepreneurship-and-higher-education_9789264044104-en#page1

Provozně ekonomická fakulta České zemědělské univerzity v Praze. *Přehled oborů*. [online] Praha: ČZU, Aktualizace 2015. [cit. 19. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.pef.czu.cz/cs/?r=6566>

Provozně ekonomická fakulta Mendelovy univerzity v Brně. *Provozně ekonomická fakulta: studium*. [online] Brno: MENDELU, Aktualizace 2015. [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.pef.mendelu.cz/cz/studium/>

RIVIEZZO Angelo, DE NISCO, Alessandro. *Entrepreneurship Higher Education in Europe*. [Online] 2012. [cit. 4. 3. 2015] Dostupné z: <http://www.grin.com/en/e-book/204563/entrepreneurship-higher-education-in-europe>

RIZZA, Caroline, AMORIM Celeste. *Directions in entrepreneurship education (EE) in Europe*. [Online] 2010. [cit. 27. 2. 2015] Dostupné z: <http://repec.economicsofeducation.com/2011malaga/06-32.pdf>

The Hofstede Centre. *Cultural Dimensions – Czech Republic*. [online] 2015. [cit. 4. 4. 2015]. Dostupné z: <http://geert-hofstede.com/czech-republic.html>

World Economic Forum. *Education the Next Wave of Entrepreneurs: A Report of the Global Education Initiative*. [online] 2009. [cit. 19. 2. 2015]. Dostupné z: http://web.stanford.edu/class/e140/e140a/handouts/Educ_Next_Wave_Entrepreneurs.pdf

World Economic Forum. *Final report on the entrepreneurship education workstream*. [online] 2011. [cit. 19. 2. 2015]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GEI_UnlockingEntrepreneurialCapabilities_Report_2011.pdf

Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník. Oddíl 5. § 420. [online] 2014. [cit. 11. 2. 2015] Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/>

9 Seznam příloh

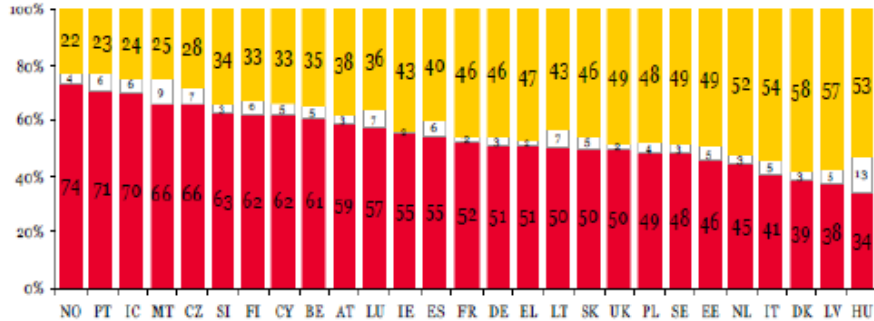
Příloha A: Výsledky dotazníku podnikatelského vzdělávání v evropských zemích

Příloha B: Seznam nadnárodních dokumentů věnující se podnikatelskému vzdělávání

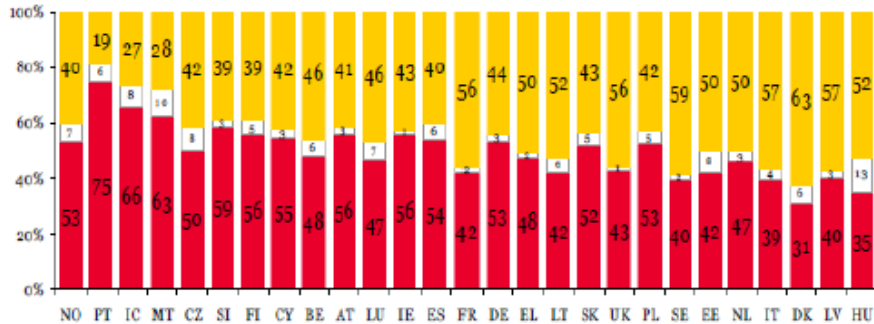
Příloha C: Podnikatelské vzdělávání v ČR – vnímání expertů GEM

Příloha A: Výsledky dotazníku podnikatelského vzdělávání v evropských zemích

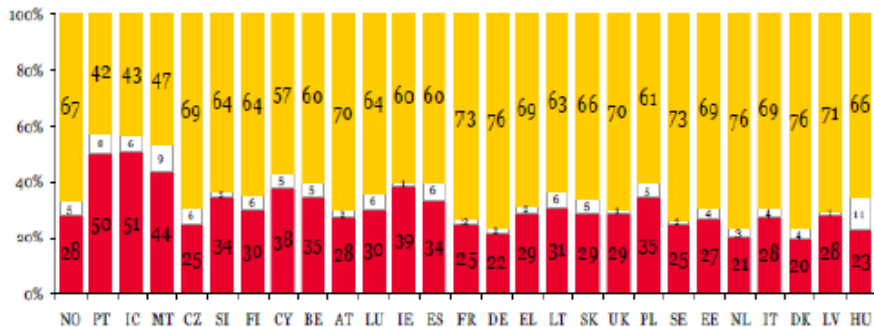
„My school education helped me to develop my sense of initiative - a sort of entrepreneurial attitude”



„My school education helped me to better understand the role of entrepreneurs in society”



„My school education made me interested to become an entrepreneur”



■ Strongly agree and agree □ DK/NA ■ Strongly disagree and disagree

Source: FLASH EB 192
December 2006 - January 2007

Q9. I will read you a list of statements. Please tell me, do you strongly agree, agree, disagree or strongly disagree with the following statements?
% by country

Zdroj: European Commission, 2010

Příloha B: Seznam nadnárodních dokumentů věnující se podnikatelskému vzdělávání

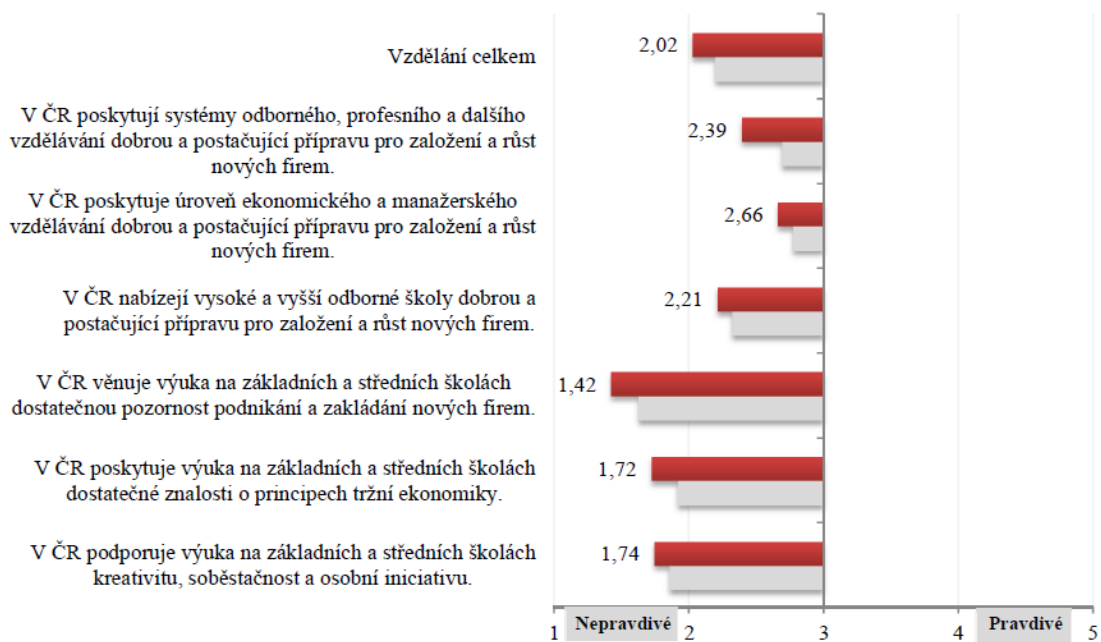
Název instituce/autora	Rok vydání	Název dokumentu	Oblast zaměření dokumentu
European Commission	2015	Entrepreneurship Education: A road to Access <i>A compilation of evidence on the impact entrepreneurship education strategies and measures</i>	Objasnění role podnikatelského vzdělávání v ekonomickém rozvoji Evropy. Dokument řeší především, jaký se očekává od podnikatelského vzdělávání vliv na situaci v budoucnu, jaký je dopad národních a regionálních strategií řešící otázku podnikatelského vzdělávání, jak institucionální změny ovlivňují upřednostnění podnikatelského vzdělávání. Další oblastí je problematika měření vlivu a úspěšnosti podnikatelského vzdělávání.
Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	2014 březen	Podnikatelská aktivita v České republice	Aktuální dokument organizace GEM se zaměřuje na podnikatelskou činnost v ČR obecně. Jsou zde analyzovány různé parametry např. podnikatelské charakteristiky obyvatel, formy podpory podnikání, rámcové podmínky pro podnikání apod. Část dokumentu se věnuje současnému stavu podnikatelského vzdělávání na všech úrovních českého školství. Jsou zde hodnoceny aspekty tohoto vzdělávání.
European Commission	2013 leden	ENTREPRENEURSHIP 2020 ACTION PLAN Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe	Rozvoj podnikání v Evropě na následující roky ve třech hlavních pilířích: podnikatelské vzdělávání, příznivé podnikatelské prostředí, vzory v podnikatelské činnosti a zacílení na specifické skupiny potenciálních podnikatelů.
European Commission (Enterprise and Industry)	2013 červen	Entrepreneurship education: A Guide for Educators	Charakteristika vyučujícího podnikatelského vzdělávání, příklady programů pro učitele, metody výuky, forem spolupráce. Příklady z praxe organizací ITE (Initial teacher Education) a CPD (Continuing Professional Development).
European Commission (Enterprise and Industry)	2012 březen	Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education	Studie hodnotící vliv podnikatelského vzdělávání na úroveň podnikání v Evropě na základě výzkumu a dotazníků mezi absolventy evropských vysokoškolských programů se zaměřením na podnikatelství.
European Commission	2012 březen	Entrepreneurship Education at School in Europe <i>National Strategies, Curricula and Learning Outcomes</i>	Představení strategií a akčních plánů jednotlivých evropských států, integrace podnikatelského vzdělávání do vzdělávacího systému (od základních škol, přes střední až po univerzity), požadované výsledky studentů a postupy pro učitele, současné iniciativy v této oblasti a probíhající reformy.
European Commission	2011 listopad	Entrepreneurship Education: Enabling Teachers as a Critical Success Factor	Kvalitní vzdělání a školení pedagogů jako jeden z klíčových faktorů k efektivní a dostupné výuce podnikatelského vzdělávání. Zaměření na osvědčené postupy vzdělávacích programů pro učitele včetně nových výukových technik.
European	2010	Towards Greater Cooperation and	Popis cílů v rozvoji podnikatelského vzdělávání a současná situace v Evropě, příklady

Commission (Enterprise and Industry & ECOTEC)	březen	Coherence in Entrepreneurship Education	osvědčených postupů vedoucích ke zkvalitnění vzdělávání k podnikání, klíčové komponenty národních strategií, doporučené postupy pro tvorbu národních vzdělávacích rámců.
World Economic Forum (Global Education Initiative)	2010 květen	European Roundtable on Entrepreneurship Education	Úvodem řeší podnikání a podnikatelský ekosystém v Evropě, následně se zaměřuje na přehled podnikatelského vzdělávání rovněž v Evropě. Dále se zaměřuje na politiku, současné praktiky a partnerství v oblasti podnikatelského vzdělávání. Také řeší následné kroky v tomto směru.
Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	2010	A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training	Statistická data o podnikatelském vzdělávání v různých jeho aspektech v rámci zemí celosvětově. Současná situace dle jednotlivých států i regionů, vliv podnikatelského vzdělávání na úroveň podnikání, využití poradců, jevy a závislosti u osob absolvujících podnikatelské kurzy.
World Economic Forum (Global Education Initiative)	2009 duben	Educating the Next Wave of Entrepreneurs <i>Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century</i>	Report řeší podnikatelství mezi mladými lidmi, a v rámci vyšších vzdělávacích institucí a zahrnuje i sociální aspekty. Dále se zaměřuje na různé přístupy k podnikatelskému vzdělávání, vyjmenovává klíčové faktory úspěchu včetně výzev v této oblasti. Obsahuje o doporučení pro vlády, akademické instituce, podniky a další stakeholdery mající vliv na rozvoj podnikatelského vzdělávání.
European Commission (Enterprise and Industry)	2008 březen	Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies	Objasnění důležitosti Podnikatelského vzdělávání, popis současné situace, cíle. Co přesně vyučovat v rámci podnikatelského vzdělávání a jakým způsobem. Hlavní překážky a faktory úspěchu rozvoje podnikatelského vzdělávání. Návrhy na budoucí strategii v této oblasti.
European Commission	2008 říjen	Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe	Report výsledků dotazníkového šetření zabývající se situací a rolí podnikatelského vzdělávání na evropských institucích vyššího vzdělávání. Příklady podnikatelského vzdělávání vhodných pro inspiraci, benchmarking osvědčených postupů. Doporučení v oblastech: strategie, institucionální infrastruktury, výuka a studium. Rozsah, zdroje a bariéry podnikatelského vzdělávání.
OECD (Jonathan Potter)	2008 říjen	Entrepreneurship and Higher Education	Ohodnocení současné role vyšších vzdělávacích institucí v podnikatelském vzdělávání. Řeší se zde výuka podnikatelského vzdělávání a přenos znalostí a inovací k podnikům. Je zde diskutována role vzdělávacích institucí v budoucnu a jí rozvíjet z hlediska podnikatelského vzdělávání. Například kapitola č. 5, který se zabývá současnou situací podnikatelského vzdělávání v Evropě, porovnání s USA. Naznačuje oblasti

			pro nutné změny včetně návrhů a doporučení na úrovni národních strategií, vzdělávacích institucí, učitelů, soukromých podniků, neziskových organizací.
European Commission	2006 říjen	Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning	Shrnutí a závěry z jednotlivých workshopů týkající se: podnikatelského vzdělávání na základních školách, středních školách, vyšším vzdělávání, minipodniky a studentské aktivity založené na projektové práci, posílení kvality a vlivu hodnocení, zavedení politiky měření a hodnocení.

Zdroj: vlastní zpracování, 2015

Příloha C: Podnikatelské vzdělávání v ČR – vnímání expertů GEM



Zdroj: GEM, 2014

Abstrakt

CÁBOVÁ, Tereza. *Podnikatelské vzdělávání v zemích Visegrádské skupiny*. Diplomová práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 92 s., 2015

Klíčová slova: podnikatelské vzdělávání, podnikání, podnikatelské kompetence, malé a střední podniky

Diplomová práce je zaměřena na problematiku podnikatelského vzdělávání a především na jeho význam v národním i evropském kontextu. V úvodní části práce je vymezena role malého a středního podnikání v národních ekonomikách včetně strategických plánů na jeho rozvoj. Dále je práce věnována samotné charakteristice podnikatelského vzdělávání, jeho vlivu na rozvoj malých a středních podniků a také modelu podnikatelského ekosystému. Je zde představena situace v Evropě v porovnání s USA a podrobněji se daná část zabývá stavem podnikatelského vzdělávání v zemích Visegrádské skupiny. Na popis situace této problematiky v České republice navazuje praktická část diplomové práce, jejímž obsahem je analýza sylabů vybraných vysokoškolských fakult ekonomického typu. Je zde detailně rozebrána struktura bakalářského a magisterského studia s důrazem na předměty zaměřené na podnikání. Praktická část je zakončena vybranými otázkami z dotazníkového šetření. Poslední kapitola této práce je věnována návrhům a doporučením na zvýšení podnikatelského vzdělání v rámci celé Evropy a tím v jednotlivých státech.

Abstract

CÁBOVÁ, Tereza. *Entrepreneurship education in Visegrad countries*. Diploma thesis. Plzeň: Faculty of Economics, University of West Bohemia. 92 p., 2014

Key words: entrepreneurship education, entrepreneurship, entrepreneurial competences, small and medium enterprises

The diploma thesis is focused on entrepreneurship education and especially its importance in the national and European context. In the introductory part the role of small and medium enterprises in national economies is defined including strategic plans for its development. Furthermore, this work is devoted to the characteristics of entrepreneurship education, its influence on the development of small and medium-sized enterprises and entrepreneurial ecosystem model. The situation in Europe compared to the US is also presented; moreover this part specifies the state of entrepreneurship education in the countries of the Visegrad Group. After description of the situation in Czech Republic, the text is followed by a practical part of the thesis which contains an analysis of abstracts of selected faculties of economics study type. The analysis of the structure of bachelor's and master's degree with an emphasis on courses focused on entrepreneurship was made as well. The practical part ends with chosen questions from the conducted survey. The last chapter of this thesis engages in the proposals and recommendations to enhance entrepreneurship education across Europe and the countries as well.