

PODNIKATEĽSKÁ KOMPETENCIA AKO KĹÚČOVÁ KOMPETENCIA 21. STOROČIA A MOŽNOSTI JEJ ROZVÍJANIA

ZUZANA KOŽÁROVÁ

Abstrakt: Prehľadová štúdia približuje koncept podnikateľskej kompetencie z užšieho aj širšieho hľadiska, na ktorú nahliadame ako na kľúčovú kompetenciu potrebnú pre úspešný pracovný, ale aj osobný život v 21. storočí. V úvode je prezentovaný vývoj skúmania podnikateľskej kompetencie s dôrazom na aktuálne trendy vo výskume. Uvádzame aj štúdie mapujúce úroveň podnikateľskej kompetencie slovenských študentov, predovšetkým vysokých škôl. Druhá časť je venovaná možnostiam a spôsobom rozvíjania podnikateľskej kompetencie mladých ľudí prostredníctvom podnikateľského vzdelávania. Uvádzame najčastejšie využívané metódy, efekt vzdelávania a jeho limity. V závere sa zamýšľame nad potrebou zlepšenia aktuálneho stavu podnikateľského vzdelávania na Slovensku, ktorý je možné hodnotiť ako nevyhovujúci. Štúdia môže byť prínosná predovšetkým pre teoretikov i praktikov v oblasti kariérového poradenstva, a tiež pre tvorcov politík v oblasti vzdelávania.

Kľúčové slová: podnikateľská kompetencia; podnikateľské vzdelávanie; študenti; Slovensko

Entrepreneurship competence as one the key competencies in the 21st century and the possibilities of its development

Abstract: A theoretical study focuses on the concept of entrepreneurship competence as one the key competencies needed for a successful work and personal life in the 21st century. We present the development of research of entrepreneurship competence with emphasis on the current research trends, as well as the findings about the competence of Slovak students of secondary schools and universities. The second part provides theoretical and empirical findings about the possibilities of development entrepreneurship competence among young people through entrepreneurial education. Finally, we are considering the need to improve the current state of entrepreneurial education in the Slovak Republic, which can be assessed as unsatisfactory. The study may be of particular benefit to career guidance professionals and also policy makers to help design curricula and cross-curricular interventions aimed at promoting entrepreneurial education.

Keywords: entrepreneurship competence; entrepreneurship education; students; Slovakia
<https://doi.org/10.14712/23366486.2019.6>

Úvod

Podnikateľská kompetencia (entrepreneurship competence), označovaná aj ako podnikavosť (entrepreneurship), podnikateľské myslenie (entrepreneurial thinking / mindset), podnikateľský duch (entrepreneurial spirit) či zmysel pre iniciatívu a podnikanie (sense of

initiative and entrepreneurship) sa vo vedeckej literatúre skloňuje pomerne často. V snahe vyhnúť sa pojmovej nejednoznačnosti, sme sa rozhodli pre používanie varianty **podnikateľská kompetencia**. I keď sa táto téma na prvý pohľad javí ako výsostná problematika ekonómie, čoraz väčšej pozornosti sa jej vzhľadom na aktuálnu vlnu podpory malého a stredného podnikania dostáva aj z iných vedných disciplín, napr. sociológie či psychológie (Frese, Gielnik, 2014). Kým ekonomicky orientované prístupy sa zameriavajú na štúdium role podnikateľa v ekonomickom rozvoji; sociálne orientované prístupy na hľadanie vplyvu sociálno-ekonomického prostredia na podnikanie a podnikateľa, psychologicky orientované prístupy sú zamerané na hľadanie typických vlastností podnikateľa a behaviorálnych prediktorov úspešného podnikania (Deakin, Freel, 2003).

Vymedzenie pojmu podnikateľská kompetencia

V Európskom referenčnom rámci z roku 2018 je podnikateľská kompetencia zaradená medzi 8 kľúčových kompetencií súčasnosti a v širšom kontexte je chápaná ako prostriedok k sebanaplneniu, aktívnemu občianstvu a kariérovým príležitostiam v časoch neistoty a rapidných zmien. Podnikateľská kompetencia zahŕňa špecifické znalosti, schopnosti a postoje a „*vzťahuje sa na schopnosť využívať príležitosti a myšlienky a meniť ich na hodnoty pre ostatných. Je založená na tvorivosti, kritickom myslení a riešení problémov, iniciatívnosti, vytrvalosti, ako aj schopnosti spolupracovať s cieľom plánovať a riadiť projekty s kultúrnou, sociálnou alebo finančnou hodnotou.*“ (Odporúčanie rady o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie, 2018, str. 11).

Užšie ponímanie podnikateľskej kompetencie Driessera a Zwarta (2006) je viac viazané na podnikanie a tvoria ju 4 komponenty: vedomosti, motivácia, schopnosti a osobnostné charakteristiky (Obrázok 1). *Motivácia* sa vzťahuje k ambíciám, motívom a hodnotám jednotlivca. Existujú rôzne motívy pre začatie podnikania, najčastejšie sa hovorí o push (externých) a pull (interných) motívoch. V kontexte *osobnostných vlastností* môžeme hovoriť o človeku viac či menej spôsobilom na podnikanie. Ide o charakteristiky ako potreba úspechu, tolerancia k neurčitosti, vnútorné miesto kontroly a mnohé ďalšie. Tretí komponent, a to *schopnosti* (capabilities) sú chápané v zmysle „byť schopný/á niečo

<p>VEDOMOSTI</p> <p>trh, podnikateľské prostredie, zamestnanci, výroba, financie</p>	<p>MOTIVÁCIA</p> <p>interná (autonómia, výkonnosť, úspech) externá (nezamestnanosť, diera na trhu, záujem o danú oblasť, istota zákazníkov)</p>
<p>SCHOPNOSTI</p> <p>fáza vzniku: orientácia na trhu, kreativita, flexibilita fáza rastu a stabilizácie: manažment, motivovanie, organizovanie/ plánovanie, účtovníctvo</p>	<p>OSOBNOSTNÉ CHARAKTERISTIKY</p> <p>autonómia, efektívnosť, ochota podstupovať riziko, vytrvalosť, výkonnosť</p>

Obrázok 1 Štruktúra podnikateľskej kompetencie (Driessen, Zwart, 2006)

urobiť“ a od osobnostných vlastností sa líšia v tom, že ich základom je schopnosť učiť sa a sú ľahšie meniteľné (ovplyvniteľné). Viazu sa ku konkrétnej fáze podnikania. V začiatkoch podnikania ide predovšetkým o schopnosť orientovať sa na trhu, kreativitu a flexibilitu. V neskorších fázach o leadership, organizovanie, plánovanie, motivovanie a iné. *Vedomosti* sú posledným komponentom a rozumie sa nimi znalosť princípov administratívy, marketingu, financií, právnych aspektov a pod.

Podnikateľská kompetencia ako predmet psychologického výskumu

Psychologický výskum sa najskôr zameriaval na skúmanie osobnosti podnikateľa, na zisťovanie osobnostných charakteristík, ktoré odlišujú úspešných podnikateľov od neúspešných, resp. podnikateľov od nepodnikateľov. Schumpeter (1934), jeden z priekopníkov výskumu v tejto oblasti, popisoval podnikateľa ako človeka individualistického, sebariadiaceho, s vnútorným dravcom k inováciám. O tridsať rokov neskôr predstavil McClelland v súčasnosti azda jednu z najznámejších motivačných teórií – Teóriu o potrebe úspešného výkonu – need for achievement theory (1967). McClelland v rámci nej definoval základné znaky podnikavej osobnosti: proaktivita, iniciatíva, asertivita, orientácia na úspech, schopnosť rozpoznať a využiť príležitosti a citlivosť k potrebám iných. Najčastejšie sa zisťovali charakteristiky ako vnútorné miesto kontroly, sebaistota, kompetitívnosť, autonómia, proaktivita, ochota podstupovať riziko, inovatívnosť, orientácia na úspech, sebaúčinnosť (Omoredde, Thorgren, Wincen, 2015). Na tieto výskumy nadviazali ďalšie, ktoré skúmali osobnosť podnikateľa z hľadiska modelu BIG5, či MBTI – Myers-Briggs Type Indicator (Driessen, Zwart, 1999; Reynierse, 1997). Doteraz sa však nepodarilo určiť presný osobnostný profil podnikateľa (Lukeš, Nový, 2005). Navyše, preukázané boli len veľmi slabé korelácie medzi istým typom osobnosti podnikateľa a podnikateľským úspechom (Frese, Gielnik, 2014).

Aj to bol dôvod prečo sa výskumníci začali orientovať skôr na podnikateľskú kompetenciu, chápanú ako súhrn atribútov podnikateľov: ich postoje, presvedčenia, vedomosti, schopnosti, osobnosť, múdrosť, sociálnu, technickú a manažérsku expertízu, nastavenie mysle a behaviorálne tendencie potrebné pre úspešné a udržateľné podnikanie (Dej, Šemla, 2008). Tieto kompetencie sú úzko napojené na podnikateľský proces a prispievajú k porozumeniu toho, prečo sú niektorí podnikatelia úspešní a iní nie. Sú síce menej stabilné, avšak jednoduchšie naučiteľné a rozvíjateľné. V prehľadovom článku (Robles, Rodríguez, 2015) je uvedený zoznam celkovo 20 kľúčových kompetencií podnikateľa, vrátane inovatívnosti, komunikácie, sebavedomia, iniciatívy, integrity, vyhodnocovanie rizika a iných. V tzv. EntreComp – Európskeho rámca kompetencie k podnikavosti (2016), je podnikateľská kompetencia rozčlenená do ďalších 15 čiastkových kompetencií, a to v troch oblastiach: *myšlienky a príležitosti* (ideas and opportunities), *zdroje* (resources) a *realizácia* (into action).

V súčasnosti sa v kontexte zmien na trhu práce a súčasných prístupov ku kariére, napr. proteovská kariéra, kariéra bez hraníc, či inteligentná kariéra, stáva podnikateľská kompetencia predmetom výskumu aj z hľadiska možností jej rozvíjania ako kľúčovej meta-kompetencie pre život v novej informačnej spoločnosti. Medzi znaky súčasných koncepcií kariéry reflektujúcich globálne zmeny na trhu práce, patrí: dôraz na aktivitu, flexibilitu, profesionálny a osobný rozvoj, samostatnosť jednotlivca, individuálna zodpovednosť za plánovanie a riadenie kariéry, prevaha horizontálnych nelineárnych kariérnych dráh,

častejšie zmeny v kariére, a v neposlednom rade častejší výskyt podnikateľských kariér (Kirovová, 2011). Podnikanie vyžaduje vysokú úroveň flexibility a adaptability, preto je proteovská kariéra, či kariéra bez hraníc typickejšia práve pre samozamestnávateľov, resp. ľudí s podnikateľskými ambíciami. Vzťah medzi kariérovou adaptabilitou, podnikateľskou sebaúčinnosťou a podnikavosťou overili vo svojom výskume Rudolph a kolektív (2017), či Tolentino a kolektív (2014). Kariérová adaptabilita pozitívne predikuje podnikateľskú sebaúčinnosť a intenciu podnikateľ. Zvedavosť, ako jedna zo štyroch dimenzií kariérovej adaptability, je zároveň najsilnejším prediktorom podnikavosti, čo znamená, že u ľudí, ktorí aktívne pátrajú, objavujú a hodnotia budúce pracovné príležitosti, a ktorí sú pripravení podniknúť riskantné správanie, aby využili príležitosti, je zámer podnikateľ vyšší. Vo všeobecnosti teda vyššia miera podnikateľskej kompetencie podnecuje jednotlivcov k tomu, aby neostali len pasívnymi čakateľmi na voľnú pracovnú pozíciu, ale sami ich proaktívne vytvárali prostredníctvom samozamestnávania, resp. založenia firmy. Viacerí autori preto podnikateľskú kompetenciu označujú za kritickú metakompetenciu potrebnú pre úspešný pracovný, ale aj osobný život v 21. storočí (Obschonka et al., 2013; Odporúčanie rady o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie, 2018; Uy et al. 2015; Voogt et al., 2013). Vnímaná je totiž ako prostriedok k efektívnemu profesnému, ale aj osobnému životu, sebauplatneniu, sebarealizácii a lepšiemu využitiu vlastného potenciálu (Turek, 2005). Rozhodujúce pri tom nie je, či si jednotlivec zvolí kariéru podnikateľa alebo zamestnanca. Proaktivita a motivácia k úspechu charakteristická pre podnikateľov signifikantne zvyšuje pravdepodobnosť uplatnenia sa (zamestnania sa) absolventov do šiestich mesiacov od ukončenia štúdia (Bell, 2016).

Výskumné zistenia o úrovni podnikateľskej kompetencie mladých ľudí na Slovensku

Úroveň podnikateľskej kompetencie mladých ľudí na Slovensku, prevažne stredoškolských a vysokoškolských študentov, zisťovali viacerí výskumníci (Flešková, Babiaková, 2010; Mesároš, Mesárošová, 2013; Štúr, Vaničková, Kmecová, 2014). Vo výskumoch využívali vlastné metodiky alebo zahraničné dotazníky preložené do slovenského jazyka, napr. Škálu všeobecnej podnikateľskej tendencie (General Enterprising Tendency, GET) (Caird, 1991), ktorou je možné zistiť úroveň podnikateľskej tendencie a prostredníctvom 5 subškál: ochota a schopnosť prevziať riziko, tvorivosť, vysoká potreba výkonu a autonómie a vnútorné miesto kontroly. Podnikateľskú kompetenciu tak zachytáva predovšetkým z hľadiska osobnosti.

Komplexnejšie dotazníky okrem zisťovania osobnostných charakteristík zahŕňajú i hodnotenie schopností, vedomostí, sebadôvery či postoj k podnikaniu. Napríklad *E-scan – Are You Ready to be an Entrepreneur?* (Driessen, Zwart, 1999), pôvodne prevzatého z eurobarometra preložil do slovenského jazyka Turek (2005). Tento typ dotazníka umožňuje merať podnikateľský potenciál prostredníctvom otázok zisťujúcich adaptabilitu, samostatnosť, potrebu úspechu, rozhodnosť, životný elán, intuíciu, vyhladávanie šancí, riešenie problémov, toleranciu risku, vytrvalosť, sebadôveru, sociálne zručnosti, záľubu v predávaní, kupovaní, vyjednávaní (Turek, 2005). Rovnako sa využíva i Dotazník vlôh k podnikaniu, preložený Sarmány-Schullerom. Ďalšou z možností ako zisťovať podnikateľskú kompetenciu je merať úroveň jednotlivých čiastkových

kompetencií, tak ako sú uvedené v dokumente EntreComp (2016). Prehľad iných zahraničných metodík na zisťovanie podnikateľskej kompetencie spísali Lichtenstein a Monroe-White (2017).

Z prieskumu realizovaného v rokoch 2009–2012 na slovenských a českých stredných a vysokých školách (N = 1792), práve dotazníkom E-scan vyplynulo, že iba 0,33 % študentov má všetky predpoklady pre podnikanie, 12,7 % opýtaných má talent a schopnosti, ktoré im dávajú dobrú šancu stať sa úspešným podnikateľom a 35,04 % respondentov môže byť v podnikaní dosiahnuť úspech, ak si osvojí potrebné zručnosti a bude sa v oblasti podnikania vzdelávať (Štúr, Vaníčková, Kmecová, 2014).

Vo výsledkoch iného slovenského výskumu zisťujúceho podnikateľský potenciál vysokoškolských študentov Univerzity Pavla Jozefa Šafárika sa uvádza, že „*medzi najvyššie rozvinuté u seba študenti popisujú dimenziu vnútorné miesto kontroly a potrebu úspešného výkonu. Na druhej strane, tvorivosť a inovácia, ako aj ochota prevziať riziko predstavujú najmenej rozvinuté atribúty podnikateľskej tendencie študentov.*“ (Mesárošová, Mesároš, 2013, s. 96). Práve tie sa však ukazujú ako kľúčové pri posudzovaní osobnosti podnikateľa. Úroveň daných charakteristík sa však líši u študentov s nižším, resp. vyšším zámerom podnikat', kedy najvyššiu potrebu autonómie a ochotu prevziať riziko prejavili práve tí študenti, ktorí vyjadrili zámer začať podnikat' po skončení štúdia. Najaktuálnejší celosvetový prieskum ohľadne podnikania a podnikateľských zámerov vysokoškolských študentov GUESSS, na ktorom participovalo aj Slovensko (Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2016) potvrdil, že „podnikavci“ sa v istých kompetenciách taktiež hodnotia vyššie, napr. v leadershipu a manažmente, komunikácii, networkovaní, identifikovaní podnikateľských príležitostí či inovatívnosti, ako tí, čo sa plánujú zamestnať. Rovnaké závery uvádza výskum Fleškovej, Babiakovovej a Nedelovej (2011).

V Analýze získavania prierezových kompetencií (Vančo, 2014) bolo dôkladne zmapované rozvíjanie vybraných kľúčových kompetencií (digitálna kompetencia, spoločenské a občianske kompetencie a iniciatívnosť a podnikavosť) na slovenských vysokých školách. V závere stojí jasné konštatovanie: „... *na základe dodaných podkladov môžeme konštatovať, že rozvoj prierezových kompetencií nie je dostatočný, a to najmä vzhľadom na ich stúpajúcu dôležitosť pri uplatnení na pracovnom trhu. ... samotné formálne vzdelávanie nie je na rozvoj prierezových kompetencií postačujúce*“ (str. 35). Najmenej rozvíjanými sú sociálne a občianske kompetencie a len na niektorých vysokých školách sa rozvíja aj kompetencia „zmysel pre podnikanie a iniciatívu“ (starší názov pre podnikateľskú kompetenciu). Navyše, vzhľadom na to, že najčastejšie sa rozvíjajú výučbou v samostatných predmetoch v relevantných študijných odboroch, kompetencie nie sú rozvíjanie celoplošne u všetkých študentov. Dôsledkom sú významné rozdiely v úrovni hodnotenia podnikateľskej kompetencie medzi študentmi rôznych odborov, kedy sa najvyššie hodnotia študenti podnikového manažmentu a najnižšie budúci pedagógovia a psychológovia (Holienka, Holienková, Gál, 2015). Na základe spomínanej analýzy autori navrhujú vytvárať príležitosti pre rozvoj zmyslu pre iniciatívu a podnikanie v rámci aktivít informálneho učenia sa, ako sú startupové inkubátory alebo aktivity rôznych študentských a mimovládnych organizácií či zamestnávateľov, pričom vysoké školy by mali vznik takýchto iniciatív podporovať.

Dôležitosť a potreba realizácie rozvoja podnikateľskej kompetencie je ukotvená v dokumentoch Európskej únie a prijatých bolo viacero opatrení. Stručný prehľad míľnikov v podnikateľskom vzdelávaní (Yar, 2017):

- 2003** – Zelený dokument o podnikaní v Európe – prvý podnikateľský akčný plán pre Európu, v ktorom sa za kľúčový faktor progresu považuje vzdelávanie.
- 2006** – Program z Osla o vzdelaní v oblasti podnikania v Európe – podrobný rad opatrení, ktoré mohli prijať rôzne zainteresované strany.
- 2006** – Európsky referenčný rámec – Kľúčové zručnosti pre celoživotné vzdelávanie – zmysel pre iniciatívu a podnikanie je zaradený medzi osem hlavných kompetencií.
- 2012** – Akčný plán 2020 pre podnikanie – podnikateľské vzdelávanie je identifikované ako jeden z troch pilierov na podporu rastu podnikania v Európe.
- 2014** – Závery Európskej rady o podnikateľskom vzdelávaní a výchove – vyzývajú Európsku komisiu a členské štáty k podpore a integrovaniu podnikateľského vzdelávania v systémoch vzdelávania a odbornej prípravy.
- 2015** – Rozhodnutie Európskeho parlamentu o podpore podnikania mladých ľudí prostredníctvom vzdelávania a odbornej prípravy.
- 2016** – Vytvorenie tzv. EntreComp – Európsky rámec kompetencie k podnikavosti, ktorý slúži ako nástroj k všeobecnému porozumeniu tejto kompetencie a možnostiam jej rozvíjania.
- 2018** – Aktualizované vydanie Odporúčanie rady Európskej únie z 22. mája 2018 o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie, v ktorom sa pôvodne „zmysel pre iniciatívu a podnikanie“ uvádza a vymedzuje ako podnikateľská kompetencia tvorená špecifickými vedomosťami, schopnosťami a postojmi.

Napriek týmto odporúčaniam a benefitom plynúcim z rozvíjania podnikateľskej kompetencie ako pre jednotlivcov, tak pre spoločnosť, na Slovensku momentálne nie je vybudovaný ucelený systém jej rozvíjania, ktorý by bol stabilnou súčasťou formálneho vzdelávania naprieč rôznymi stupňami a odbormi. Badať môžeme skôr krátkodobé či dlhodobejšie projekty realizované pod záštitou organizácii ako napr. Ja Slovensko, LEAF Academy, Sokratov inštitút, či Future Generation Europe, ktoré sa orientujú na študentov základných či stredných škôl. Čo sa týka iniciatívy na vysokých školách a univerzitách, príklad dobrej praxe predstavuje vytvorenie predmetu Základy podnikateľských zručností pre neekonómov na TUKE v Košiciach (Jenčová, Hrehová, 2013, 2016). Podobný postup formou zavedenia predmetu „Vedenie k podnikavosti“ do študijného programu Učiteľstvo technických profesijných predmetov II. stupeň zvolila MTF STU v Trnave (Krelová, Krištofiaková, 2009). Napriek týmto snahám sa podnikateľské vzdelávanie z hľadiska rozvíjania podnikateľskej kompetencie ako kľúčovej kompetencie na vysokých školách môže hodnotiť ako nedostatočné, na niektorých dokonca úplne absentuje (Vančo, 2014). A to i napriek faktu, že záujem o rozvíjanie podnikateľských schopností (Olexová, Bosáková, 2009), a rovnako záujem o podnikanie medzi mladými ľuďmi je (Pilková et al., 2016; Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2016).

Možnosti rozvíjania podnikateľskej kompetencie študentov

Podnikateľskú kompetenciu je možné rozvíjať (Hisrich, Peters, 1995), a to napríklad skrz podnikateľské vzdelávanie, ktoré Kamovich a Foss (2017, s. 1) v širšom zmysle popisujú ako: „*formovanie ľudí viac na príležitosti orientovaných, samostatnejších, kreatívnejších, proaktívnejších a inovatívnejších.*“ Ide o tzv. výchovu k podnikavosti

(enterprising education) v zmysle rozvoja podnikateľskej kompetencie, a jej výsledkom je aplikácia kreatívnych nápadov a inovácií do praktického života. Jej cieľom je vybaviť jedinca myslením a schopnosťami, ktoré mu budú umožňovať efektívnejšie reagovať na príležitosti.

V užšom význame je podnikateľské vzdelávanie (entrepreneurship education): „*podnecovanie jedincov k rozbehnutiu vlastného podnikania*“ (tamtiež). Jeho cieľom je rozvoj podnikateľského myslenia a schopností, ktoré jedinci využijú v špecifickom kontexte, a to na zakladanie nových firiem, rozvoj a rast už existujúceho biznisu alebo kreovanie podnikateľskej organizácie.

Typy podnikateľského vzdelávania ešte viac štrukturuje a spresňuje Gibb (2002), ktorý rozlišuje:

- vzdelávanie o podnikaní (education about entrepreneurship),
- vzdelávanie pre podnikanie (education for entrepreneurship),
- výchovu podnikavého jedinca (enterprising education, education of enterprising person).

Je dôležité uvedomiť si rozdielnosť týchto prístupov, ktorá sa odvíja od ich cieľov a toho čo je reálne nimi dosiahnuť. Obsahom vzdelávania o podnikaní sú predovšetkým vedomosti o ekonomických, právnych či administratívnych aspektoch podnikania. Vzdelávanie pre podnikanie sa zameriava aj na rozvoj schopností potrebných k podnikaniu, vzťahujúcich sa k jednotlivým rolám podnikateľa v podnikateľskej činnosti (predajné zručnosti, leadership, management...). V publikácii *Teaching psychology of entrepreneurship* (2008) autori Linan a Moriano upozorňujú, že obsahová náplň predmetov škôl s ekonomickým/biznis zameraním pokrývajú vzdelávanie o podnikaní a pre podnikanie. Absolvovaním týchto predmetov síce študenti získajú vedomosti, avšak podnikateľská kompetencia ako kľúčová kompetencia (soft skill) nemusí byť nevyhnutne rozvíjaná. To je cieľom výchovy podnikavého jedinca, ktorá zahŕňa rozvoj podnikateľskej kompetencie ako osobnej kvality, ktorá ovplyvňuje životný štýl. Vo všeobecnosti sa za cieľ výchovy k podnikavosti, špecificky u študentov, považuje:

- „*rozvíjanie vlastnej tvorivosti,*
- *osvojovanie schopnosti vyhľadávať a využívať príležitosti a niesť s tým spojené riziká,*
- *osvojovanie si inovatívneho prístupu k riešeniu životných úloh a využívanie znalostí projektového riadenia,*
- *naučenie sa práci v tíme a pre tím,*
- *zvyšovanie zodpovednosti za vlastný život i pracovnú kariéru,*
- *osvojovanie si špecifických znalostí o podnikaní.*“ (Malach, Durda, 2007, s. 25–26)

Z týchto definícií je zrejmé, že podnikateľskú kompetenciu v širšom zmysle slova je možné rozvíjať práve výchovou k podnikavosti a podnikateľskú kompetenciu v užšom zmysle slova podnikateľským vzdelávaním.

Publikované boli viaceré prehľadové štúdie zahŕňajúce niekoľko desiatok empirických štúdií o podnikateľskom vzdelávaní (Duval-Couetil, 2013; Kamovich, Foss, 2017; McNally, Kay, 2012; Rideout, Gray, 2013). Ich cieľom bolo zmapovať množstvo, pokrytie a kvalitu výskumu v tejto oblasti, rovnako tak hodnotenie výsledkov. V uvedených prehľadových štúdiách nie je vždy explicitne definované o aký typ intervencii ide, či výchovu k podnikavosti alebo podnikateľské vzdelávanie. Jedným z dôvodov môže byť nejednotné používanie pojmov, resp. existencia viacerých delení podnikateľského vzdelávania. Istý podiel zohráva fakt, že z hľadiska dosiahnutia komplexnosti rozvoja

podnikateľskej kompetencie (v užšom aj širšom zmysle), sa jednotlivé typy podnikateľského vzdelávania prepájajú v jeden celok. Svedčí o tom napríklad prehľadová štúdia, kde niektoré z popisovaných intervencií spadajú do viacerých typov podnikateľského vzdelávania (Hytti, O’Gorman, 2004). Dominujú však intervencie pripravujúce jednotlivcov špecificky na podnikanie. Vzhľadom na uvedené dôvody sme sa rozhodli sledovať efekt vzdelávania v 4 komponentoch podnikateľskej kompetencie – vedomosti, schopnosti, osobnosť, motivácia. Potvrdená bola ich účinnosť v zvyšovaní úrovne vedomostí – napríklad v pochopení role podnikateľa a podnikania všeobecne, či poznania zdrojov pre rozbehnutie projektu alebo firmy z hľadiska kapitálu (European Commission, 2012). Čo sa týka schopností, preukázaná bola zvýšená úroveň divergentného myslenia, rozpoznávania príležitostí (Gaylen, 2004; Karimi et al., 2014), a tiež schopnosti vytvoriť podnikateľský plán (Van Georg, Harhoff, Weber, 2010). Popisované sú aj pozitívne zmeny vo všeobecnejších schopnostiach, ako schopnosť dosiahnuť svoj cieľ, riešiť problémy alebo poradiť si so zmenou (Young Enterprise, 2012). Pomerne často je v literatúre uvádzané i zvýšenie sebaúčinnosti (Lucas, Cooper; 2006; Sanchez, 2011) alebo kontroly nad vlastným správaním (Karimi et al., 2014, 2016). Zmena v motivácii sa najčastejšie demonštruje v zámere podnikateľ, kedy podnikateľské vzdelávanie vytvára, resp. posilňuje pozitívny postoj k podnikaniu ako novej kariérovej voľbe, čo následne ovplyvňuje počiatočnú podnikateľskú aktivitu (Dickson, Solomon, Weaver, 2008; Jones et al., 2008, 2011; Pilková et al., 2016; Schröder, Schmitt-Rodermund, 2006; Wilson, Kickul, Marlino, 2007). Alebo naopak, dochádza k zníženiu zámeru podnikateľ (DeTienne, Chandler, 2004; Oosterbeek, van Praag, Jsselstein, 2007) v dôsledku uvedomenia si, že podnikanie nie je „to pravé“ pre nich.

K istým zmenám dochádza aj v oblasti osobnosti, kedy sú účastníci vplyvom vzdelávania viac ochotnejší riskovať a sú tiež proaktívnejší. Práve tieto charakteristiky sú kľúčové v procese započatia aktivity k získaniu zamestnania alebo rozbehnutiu podnikania (Padilla-Melendez, Fernandez-Gamez, Molina-Gomez, 2014). Z prieskumu Európskej komisie na 9 rôznych univerzitách vyplýva, že zo študentov, ktorí si rozvíjali podnikateľskú kompetenciu, si väčšina (76 %) našla platené zamestnanie ihneď po ukončení vysokoškolského štúdia, 16 % podnikalo a len 12 % zažilo krátke obdobie nezamestnanosti. V kontrolnej skupine si ihneď prácu našlo o čosi nižšie percento (60 %), 10 % podnikalo a výrazne viac študentov, približne tretina, bolo isté obdobie bez práce (European Commission, 2012). V kontexte podnikania sú zaujímavé výsledky longitudinálneho výskumu Matlaya (2008), ktorý na základe dlhodobého sledovania 64 absolventov univerzity vo Veľkej Británii preukázal pozitívny vplyv výchovy k podnikavosti na začatie a udržanie podnikania. Za desať rokov od ukončenia štúdia nebolo u žiadneho z absolventov zaznamenané obdobie nezamestnanosti. Práve naopak, všetci podnikali, a u niektorých bol zaznamenaný i pozitívny rozvoj podnikania od samozamestnávania k založeniu malej firmy, resp. od malej firmy k väčšej, s väčším počtom zamestnancov. Podrobný prehľad efektu podnikateľského vzdelávania uvádzame v Tabuľke 1.

V súvislosti s realizáciou podnikateľského vzdelávania sa vynára otázka ako ho realizovať účinne a efektívne? Ak chceme docieľiť rozvoj podnikateľskej kompetencie, tradičný prístup k vzdelávaniu by mal byť využívaný vyvážené s aktívnym prístupom, kde učiteľ vystupuje ako facilitátor učenia a hlavný dôraz je kladený na proces, spoločné ciele, prax, učenie sa z chýb, problémové multidisciplinárne zameranie a aktivitu študentov (Kirby, 2005, cit. podľa Malach, Durda, 2007). Ako najvhodnejšie sa v rámci aktívneho

Tabuľka 1 *Výsledky zahraničných štúdií o efekte podnikateľského vzdelávania*

Štúdiá	Počet účastníkov	Trvanie kurzu	Sledované premenné a efekt
DeTienne, Chandler (2004)	Experimentálna skupina (N = 71)	1 semester	Vyššia produkcia inovatívnych príležitostí, zníženie zámeru podnikat'
Fayolle, Gailly (2015)	N = 275	3 dni	Žiadna zmena v zámere podnikat', ovplyvnenie vnímanej behaviorálnej kontroly (Ajzenova TPB) a postoja k podnikaniu
Jones et al. (2008), (2011)	N = 109 (2008); N = 122 (2011)	—	Zvýšenie zámeru podnikat', postoja k podnikaniu ako kariérovej voľbe
Karimi et al. (2014), (2016)	Experimentálna skupina (n = 33) Kontrolná skupina (n = 35), (2014); N = 320 (2016)	4 mesiace	Zvýšenie divergentného myslenia, produkcia nápadov Zvýšenie zámeru podnikat', subjektívnej normy a vnímanej behaviorálnej kontroly (Ajzenova TPB)
Lucas, Cooper (2006)	N = 218	6 mesiacov	Žiadna zmena v zámere podnikat' z dlhodobého hľadiska, zvýšenie sebaúčinnosti
Padilla-Melendez, Fernandez-Gamez, Molina-Gomez (2014)	Experimentálna skupina (n = 74) Kontrolná skupina (n = 80)	2 mesiace	Zvýšenie podnikavosti (ochota podstupovať riziko, inovatívnosť, proaktivita) a zámeru podnikat'
Matlay (2008)	N = 64	—	Zvýšenie úrovne podnikateľských schopností a vedomostí, začatie a udržanie podnikania po dobu 10 rokov
Munoz, Mosey, Binks (2011)	N = 15	—	Zvýšenie schopnosti identifikovať podnikateľskú príležitosť
Rauch, Hulsink (2015)	N = 74	12 mesiacov	Zmena v postoji k podnikaniu, zvýšenie zámeru podnikat', ovplyvnenie vnímanej behaviorálnej kontroly (Ajzenova TPB)
Oosterbeek, van Praag, Jsselstein (2007)	Experimentálna skupina (n = 104) Kontrolná skupina (n = 146)	1 školský rok	Zníženie zámeru podnikat'
Sanchez (2011)	Experimentálna skupina (n = 404) Kontrolná skupina (n = 460)	8 mesiacov	Zvýšenie sebaúčinnosti, proaktivity, ochoty podstúpiť riziko, zámeru podnikat'
Schroder, Schmitt-Rodermund (2006)	Experimentálna skupina (n = 321) Kontrolná skupina (n = 302)	10 modulov	Zníženie/zvýšenie záujmu podnikat'

Štúdia	Počet účastníkov	Trvanie kurzu	Sledované premenné a efekt
Solesvik, Westhead, Matlay, Parsyak (2013)	N = 189	–	Zvýšenie podnikavosti
Souitaris, Zerbiniati, Al-Laham (2007)	Experimentálna skupina (n = 124) Kontrolná skupina (n = 126)	5 mesiacov	Žiadna zmena v zámere podnikat'
Van Georg, Harhoff, Weber (2010)	N = 196	1 semester	Pozitívnejšie hodnotenie podnikateľských schopností (tvorba podnikateľského plánu), zvýšenie sebavedomia

prístupu javí využitie aktivizačných metód – problémové metódy, prípadové metódy, inscenačné metódy (simulácie, hranie rolí, dramatizácia), metódy hier (manažérske, ekonomické, rozhodovacie) a projektové metódy (Malach, Durda, 2007). Využitie jednotlivých didaktických metód by sa však malo odvíjať od stanovených cieľov. Napríklad pri zvyšovaní úrovne vedomostí (právne či ekonomické aspekty podnikania) by mohol byť využitý tradičný výklad, avšak pri rozvíjaní schopnosti vytvárať a rozpoznávať príležitostí, je vhodnejšie využiť brainstorming alebo hranie hier v skupinách. Pre zvyšovanie motivácie k proaktívnemu vyhľadávaniu možností uplatnenia sa na trhu práce, resp. podnikaniu, by zas boli ideálne motivačné rozhovory s podnikateľmi, či úspešnými ľuďmi, ktorí sú súčasťou úspešného projektu.

Empirické dôkazy ukazujú, že najfrekvencovanejšie sú v rozvoji podnikateľskej kompetencie využívané tradičné metódy (prednášky, skúšky, eseje), na druhom mieste je to tvorba fiktívnej firmy/startupu, prípadové štúdie. Často ide aj o prácu v tíme, diskusie. O čosi menej je využívaný mentoring a poradenstvo, či návšteva firmy. Skôr zriedkavé je hranie hier alebo stáž vo firme (Hytti, O’Gorman, 2004). Podobné výsledky uvádzajú aj Sirelkhatim a Gangi (2015) – najčastejšie je súčasťou programov a tréningov písanie podnikateľského plánu, vzdelávanie v oblasti marketingu, financií a manažmentu vyučované skôr tradičnou formou výkladu. Nasledujú simulácie, prípadové štúdie, networking, a tiež učenie rozpoznávaniu príležitostí. Výnimočne ide aj o stáže vo firme, mentoring alebo hranie rolí. Z hľadiska rozvíjania podnikateľskej kompetencie sa posledné uvedené ukazujú byť najefektívnejšie, pretože jedinca najviac aktivizujú. Ich využitie je však skôr výnimkou ako pravidlom. Špecificky vo výchove k podnikavosti sa odporúča nesústrediť sa len na kontext podnikania a simulovanie založenia firmy, ale rozšíriť obsah vzdelávania o širší kontext. Tento typ vzdelávania by mal byť dostupný pre všetkých študentov, bez ohľadu na študijné zameranie, čo je možné dosiahnuť začlenením výchovy formou povinného predmetu. V rámci formálneho vzdelávania by bolo vhodné pozmeniť rolu učiteľov z expertov sprostredkujúcich jednostranný prenos informácií, na rolu koučov, resp. mentorov, ktorí svojich študentov vedú k samostatnosti a zodpovednosti v procese vzdelávania a využívajú metódy vyžadujúce vysokú zaangažovanosť a aktivitu študentov. Vhodnou alternatívou je podnecovanie študentov k rozvíjaniu podnikateľskej kompetencie aj neformálnym alebo informálnym (neinštitucionálnym) učením.

Záver

Na podnikateľskú kompetenciu sa pôvodne nahliadalo skôr z užšieho hľadiska ako na špecifické vedomosti, schopnosti, motiváciu a osobnostné charakteristiky, ktoré jedincom umožňujú úspešnú realizáciu podnikateľskej činnosti. V súčasnosti sa v literatúre spomína aj v širšom kontexte, a to ako metakompetencia, ktorá človeka aktivizuje, umožňuje mu realizovať svoje plány a flexibilnejšie a adaptabilnejšie reagovať na zmeny. Na trhu práce, ktorý je poznačený celosvetovými sociálnymi, ekonomickými a technologickými zmenami ho tak môže značne zvýhodniť. Podnikateľom umožňuje úspešné započatie a realizovanie podnikateľskej aktivity, a zamestnancom proaktívny a kreatívny prístup k pracovným úlohám. Aj z toho dôvodu sa objavuje v zoznamoch kľúčových kompetencií a viacerými je dokonca považovaná za kritickú metakompetenciu potrebnú pre úspešný pracovný, ale aj osobný život v 21. storočí (Európska komisia, 2018; Obschonka et al., 2013; Uy et al., 2015; Voogt et al., 2013). Výskumu podnikavosti mladých ľudí a možnostiam jej rozvíjania sa v súčasnosti na Slovensku systematicky venuje len málo autorov. V minulosti to boli napríklad Flešková a Babjaková, Hrehová a Jenčová a niekoľko ďalších štúdií (Holienka, Holienková, Gál, 2015; Mesárošová, Mesároš, 2013; Štúr, Vaníčková, Kmecová, 2014). Najčastejšie bola zisťovaná intencia podnikateľ, sebahodnotenie podnikateľských schopností a úroveň podnikavosti, resp. podnikateľské tendencie študentov. Na základe výskumných zistení konštatujeme, že je potrebné v oveľa väčšej miere rozvíjať podnikateľskú kompetenciu mladých ľudí. V širšom zmysle výchovou k podnikavosti, ktoré pripravuje ľudí manažovať svoju kariéru a život viac podnikavejšie, a v užšom podnikateľskom vzdelávaní, ktoré ľudí pripravuje na podnikanie (Hytti, O’Gorman, 2004). Zahraničné prehľadové štúdie priniesli bohaté dôkazy o efektívnosti tohto typu vzdelávania (Hytti, O’Gorman, 2004; Kamovich, Foss, 2017; Sirelkhatim, Gangi, 2015). Na slovenských vysokých školách je rozvíjanie podnikateľskej kompetencie ako kľúčovej kompetencie nepostačujúce (Vančo, 2014). Výnimkou sú iniciatívy na niektorých školách (Jenčová, Hrehová, 2013; Krellová, Krištofiaková, 2009), alebo aktivity neziskových organizácií. Účinnosť takéhoto vzdelávania z dlhodobého hľadiska nebola zisťovaná. Táto situácia je alarmujúca aj vzhľadom nato, že Európska rada o podnikateľskom vzdelávaní a výchove dlhodobo vyzýva členské štáty k podpore a integrovaniu podnikateľského vzdelávania v systémoch vzdelávania a odbornej prípravy (Správa o podpore podnikania mladých ľudí prostredníctvom vzdelávania a odbornej prípravy, 2015). Potrebné by preto bolo v oveľa väčšej miere realizovať podobné programy, a overovať ich účinnosť v našich podmienkach. Myslíme si, že pozornosť by mali problematike rozvoja tejto kompetencie, a to v rámci formálneho vzdelávania, venovať tiež tvorcovia politik, didaktici a metodici v oblasti vzdelávania. Dôvodov je hneď niekoľko: vyššia miera podnikavosti jednotlivcom umožňuje flexibilnejší pohyb v rámci pracovného trhu, rovnako zvyšuje možnosti ich uplatniteľnosti, vrátane absolventov na trhu práce (Bell, 2016). Práve v dobe rýchlych zmien a neistoty je potrebné, aby si ľudia rozvíjali vedomosti, schopnosti a postoje podnecujúce aktívne občianstvo a nachádzanie takých kariérových príležitostí, ktoré budú viesť k sebanaplneniu, či už ako zamestnancov organizácie alebo ako podnikateľov.

LITERATÚRA

- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union; EUR 27939 EN. Cit. 15.02.2019. Dostupné na Internet: <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101581/lfn27939enn.pdf>
- Bell, R. (2016). Unpacking the link between entrepreneurialism and employability: An assessment of the relationship between entrepreneurial attitudes and likelihood of graduate employment in a professional field. *EDUCATION + TRAINING*, 58(1), s. 2–17.
- Caird, S. (1991). Testing Enterprising Tendency In Occupational Groups. *British Journal of Management*, 2(4), 177–186.
- De Tienne, D. R., Chandler, G. N. (2004). Opportunity Identification and Its Role in the Entrepreneurial Classroom: A Pedagogical Approach and Empirical Test. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 242–257.
- Deakin, D., Freel, M. (2003). *Entrepreneurship and Business planning*. London: McGraw Hill.
- Dej, D., Shemla, M. (2008). Entrepreneurial Profile: Personality and Competencies. In J. A. León, M. Gorgievski, & M. Lukes, *Teaching Psychology of Entrepreneurship*. Madrid.
- Dickson, P. H., Solomon, G. T., Weaver, K. M. (2008). Entrepreneurial Selection and Success: Does Education Matter? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, (15), 239–258.
- Driessen, M. P., Zwart, P. S. (2006). The Entrepreneur Scan Measuring Characteristics and Traits of Entrepreneurs. *working paper*. University of Groningen. Cit. 18. 04 2018. Dostupné na Internet: <https://entrepreneurscan.com/wp-content/uploads/2016/09/E-Scan-MAB-Article-UK.pdf>
- Duval-Couetil, N. (2013). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programs: Challenges and Approaches. *Journal of Small Business Management*, 394–409.
- Európsky parlament. (2015). *Správa o podpore podnikania mladých ľudí prostredníctvom vzdelávania a odbornej prípravy*. Cit. 1. 4 2018. Dostupné na Internet: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A8-2015-0239+0+DOC+XML+V0//SK>
- European Commission. (2012). *Effects and impact of entrepreneurship programmes in Higher Education*, European Commission – DG Enterprise and Industry by EIM Business & Policy Research.
- Fayolle, A., Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Flešková, M., Babjaková, B. (2011). Podnikanie vo vzťahu k osobnostným dimenziám Big Five. In D. Fedáková, & M. Kentoš (Ed.), *Sociálne procesy a osobnosť 2010: zborník príspevkov. Stará Lesná, 20–22 September* (s. 100–107). Košice: Spoločenskovedný ústav SAV.
- Flešková, M., Babiaková, M., Nedelová, G. (2011). Predstavy vysokoškolských študentov o vlastnom podnikaní. *Ekonomika a management*, 97–110.
- Frese, M., Gielnik, M. M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 413–438.
- Gaylen, C. N. (2004). Opportunity Identification and Its Role in the Entrepreneurial Classroom: A Pedagogical Approach and Empirical Test. *Academy of Management Learning and Education*, 3 (3), 242–257.
- Gibb, A. A. (2002). In pursuit of a new ‘enterprise’ and ‘entrepreneurship’ paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. (1995). *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a new enterprise*. Irwin/McGraw-Hill.
- Holienka, M., Holienková, J., Gál, P. (2015). Entrepreneurial Characteristics of Students in Different Fields of Study: a View from Entrepreneurship Education Perspective. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 63(6), 1879–1889.
- Hrehová, D., Jenčová, A. (2016). Podnikateľské zručnosti – preferované potreby na trhu práce. *GRANT Journal*, 27–31. Cit. 1. 20 2018. Dostupné na Internet: <http://www.grantjournal.com/issue/0501/PDF/0501hrehova.pdf>
- Hytti, U., O’Gorman, C. (2004). What is “enterprise education”? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. *Education + training*, 46(1), 11–23.
- Jenčová, A., Hrehová, D. (2013). Podnecovanie osobnostného potenciálu v mladej dospelosti. *Grant Journal*, 31–34.

- Jones, P., Jones, A., Packham, G., Miller, C. (2008). Student Attitudes Towards Enterprise Education in Poland: A Positive Impact. *Education and Training*, 50(7), 597–613.
- Jones, P., Miller, C., Jones, A., Packham, G., Pickernell, D. (2011). Attitudes and motivations Polish students towards entrepreneurial activity. *Education + Training*, 53(5), 416–432.
- Kamovich, U., Foss, L. (2017). In Search of Alignment: A Review of Impact Studies in Entrepreneurship Education. *Education Research International*, 1–15.
- Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Azami, M., Mulder, M. (2014). Fostering students' competence in identifying business opportunities in entrepreneurship education. *Innovations in Education and Teaching International*, 1–15.
- Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., Mulder, M. (2016). The impact of entrepreneurship education: a study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187–209.
- Kirovová, I. (2011). Od tradičnej kariéry k súčasným kariérnym koncepciám. *Československá psychologie*, 55(5), 316–331.
- Krellová, K. K., Krištofiaková, L. (2009). Kompetencie začínajúceho podnikateľa. *Quo vadis cvičná firma. Nové trendy v cvičných firmách: Medzinárodná vedecká konferencia*. Bratislava: Ekonomická univerzita.
- León, J. A., Gorgievski, M., Lukes, M. (2008). *Teaching Psychology of Entrepreneurship*. Spain.
- Lichtenstein, G., Monroe-White, T. (2017). *Entrepreneurial mindset. Assessment reviews*. Cit. 05. 03 2018. Dostupné na Internet: <https://venturewell.org/wp-content/uploads/EMAR-v1-1.pdf>
- Lucas, W. A., Cooper, S. Y. (2006). Developing self-efficacy for innovation and entrepreneurship: an educational approach. *International Journal of Entrepreneurship Education* (4), 141–162.
- Lukeš, M., Nový, I. (2005). *Psychologie podnikání: osobnost podnikatele a rozvoj podnikatelských dovedností*. (Zv. 1). Praha: Management Press.
- Malach, J., Durda, L. (2007). *Didaktika podnikatelské výchovy*. Ostrava: Pedagogická fakulta, Ostravská univerzita.
- McClelland, D. C. (1967). *The Achieving Society*. London: Free Press.
- Mesárošová, M., Mesároš, P. (2013). Podnikateľská tendencia študentov a podnikateľov. *Psychológia práce a organizácie 2012: zborník z medzinárodnej konferencie*, (s. 89–101). Košice.
- Munoz, C. A., Mosey, S., Binks, M. (2011). Developing Opportunity- Identification Capabilities in the Classroom: Visual Evidence the Classroom: Visual Evidence. *Academy of Management Learning & Education*, 10(2), 277–295.
- Obschonka, M., Schmitt-Rodermund, E., Silbereisen, R. K., Gosling, S. D., Potter, J. (2013). The regional distribution and correlates of an entrepreneurship-prone personality profile in the United States, Germany, and the United Kingdom: A socioecological perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(1), 104–122.
- Odporúčanie rady z 22. mája 2018 o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie. *Úradný vestník Európskej únie*. (2018/C 189/01). Cit. 15.02.2019. Dostupné na internete: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=EN)
- Olexová, C., Bosáková, M. (2009). Podnikateľ a jeho kvalifikačný potenciál. *SEMAFOR '09 – Slovenská ekonomika, mýty a fakty o realite: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. (s. 324–330). Košice: EKONÓM.
- Omored, A., Thorgren, S., Wincent, J. (2015). Entrepreneurship psychology: a review. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 743–768.
- Padilla-Melendez, A., Fernandez-Gamez, M. A., Molina-Gomez, J. (2014). Feeling the risks: effects of the development of emotional competences with outdoor training on the entrepreneurial intent of university students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 861–884.
- Pilková, A., Holienka, M., Kovačičová, Z., Reháč, J. (2016). *Komerčné, sociálne a inkluzívne podnikanie na Slovensku*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta management. Dostupné na Internet: https://www.fm.uniba.sk/fileadmin/fm/Veda/projekty/GEM_2015_kniha.pdf
- Rauch, A., Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to Act lies: an investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning and Education*, 14(2), 187–204.
- Reynierse, J. H. (1997). An MBTI model of entrepreneurship and bureaucracy: The psychological types of business entrepreneurs compared to business managers and executives. *Journal of Psychological Type*, 40, 3–19.

- Rideout, E. C., Gray, D. O. (2013). Does Entrepreneurship Education Really Work? A Review and Methodological Critique of the Empirical Literature on the Effects of University-Based Entrepreneurship Education. *Journal of Small Business Management*, 329–351.
- Robles, L., Rodríguez, M. Z. (2015). Key Competencies for Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, (23), 828–832.
- Rudolph, C. W., Lavigne, K. N., Katz, I. M., Zacherb, H. (2017). Linking dimensions of career adaptability to adaptation results: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, (102), 151–173.
- Sanchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239–254.
- Schröder, E., Schmitt-Rodermund, E. (2006). Crystallizing enterprising interests among adolescents through a career development program: The role of personality and family background. *Journal of Vocational Behavior*, (69), 494–509.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: MA: Harvard Univ. Press.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. (2016). *Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Sirelkhatim, F., Gangi, Y. (2015). Entrepreneurship education: A systematic literature review of curricula contents and teaching methods. *Cogent Business & Management*, 1–11.
- Solesvik, M. Z., Westhead, P., Matlay, H., Parsyak, V. N. (2013). Entrepreneurial assets and mindsets: benefit from university entrepreneurship education investment. *Education and Training*, 55(8–9), 748–762.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591.
- Štúr, M., Vaničková, R., Kmecová, I. (2014). Podnikateľský potenciál a vlohy pre podnikanie u žiakov a študentů vysokých škôl. *Konkurencia: zborník príspevků*. (s. 254–263). Jihlava: Vysoká škola Polytechnická, Katedra ekonomie.
- Tolentino, L. R., Sedoglavich, V., Lu, V. N., Raymund, P., Garcia, J. G., Lloyd, S. (2014). The role of career adaptability in predicting entrepreneurial intentions: A moderated mediation model. *Journal of Vocational Behavior*, (85), 403–412.
- Turek, I. (2005). Formovanie podnikavosti žiakov a študentov – jeden z hlavných cieľov vzdelávacej politiky EÚ. *Pedagogické rozhľady – Príloha*, (4), 2–8.
- Uy, M. A., Chan, K. Y., Sam, Y. L., Ho, M.-H. R., Chernyshenko, O. S. (2015). Proactivity, adaptability and boundaryless career attitudes: The mediating role of entrepreneurial alertness. *Journal of Vocational Behavior*, 86(1), 115–123.
- Vančo, M. (2014). *Analýza rozvoja prierezových kompetencií na slovenských vysokých školách*. CVTI SR, Oddelenie vysokých škôl, Bratislava.
- Voogt, J., Erstad, O., Dede, C., Mishra, P. (2013). Challenges to learning and schooling in the digital networked world of the 21st century. *Journal of Computer Assisted Learning*, 29(5), 403–413.
- Wilson, F., Kickul, J., Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4), 387–406.
- Yar, L. (2017). *Podnikateľské vzdelávanie na Slovensku a v Európe*. Dostupné na Internet: Euractiv: <https://euractiv.sk/section/sekcie/linksdossier/podnikatelske-vzdelavanie-na-slovensku-a-v-europe/>
- Young Enterprise. (2012). *Impact: 50 Years of Young Enterprise, Kingston University study into the effectiveness of the UK's leading enterprise education charity*.

Mgr. Zuzana Kožárová – autorka je internou doktorandkou Centra spoločenských a psychologických vied SAV. V dizertačnej práci zisťuje efektívnosť tréningového programu zameraného na zvyšovanie kariérovej adaptability študentov a rozvoj ich podnikavosti. Pracuje tiež ako kariérová poradkyňa v Univerzitnom poradenskom centre Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, kde sa venuje kariérovému rozvoju študentov univerzity. E-mail: kozarova@saske.sk