

Význam podnikavosti a finančnej gramotnosti v socioekonomickom a osobnom rozvoji mladých ľudí v Slovenskej republike¹

Darina Orbánová – Ľudmila Velichová²
Ekonomická univerzita v Bratislave

Importance of Entrepreneurship and Financial Literacy in the Socio-Economic Progress and Personal Growth of Young People in the Slovak Republic. Entrepreneurial capacity of the economy is determined by the abilities and motivation of individuals to start business activity, as well as by positive social perceptions of the business. People are not born as entrepreneurs, but thanks to the social climate and a favourable business environment they are becoming ones. They live in the economics that is a part of the external environment; hence the living environment, which affects their behaviour. The means of implementation of economic behaviour are essential, thus questions of decision-making, selection process and the relationship between what people say and how they actually behave, as well as the purpose their behaviour leads to. The present society puts great emphasis on knowledge and ability to utilize its potential in practise. The issue of entrepreneurship training, supporting the spirit of enterprise, business potential, the related financial education and raising financial literacy are nowadays frequently discussed topics in our society. They are object of attention to the European institutions, governments, ministries and other institutions, as well as to providers of formal and informal education. Entrepreneurship education and financial literacy support are all-European and global trends that are also enforced in the Slovak Republic. The aim of all support activities is to teach young people, as early as in the process of learning, the ability to see business opportunities, to make use of them after graduation and to apply them in a business, to show them how to manage the risks and to help them to dispose of the necessary financial knowledge and skills. Contemporary theoretical approaches regard entrepreneurship and financial literacy of young people in wider context as important assumptions of individual success, personal initiative and autonomy of individuals, taking in consideration the indisputable role of business environment.
Sociológia 2013, Vol 45 (No. 5: 470-488)

Key words: *unemployment of young people; entrepreneurship; intrapreneurship; financial literacy; support programmes of entrepreneurship and financial literacy; business environment*

Úvod

Slovenská republika, tak ako ostatné krajiny Európy, trpí dôsledkami svetovej hospodárskej krízy, ktoré sa prejavujú najmä v spomalení ekonomického rastu a zvyšovaní nezamestnanosti. V modernej spoločnosti je práca a zamestnanosť ústredným rysom každodenného života a hlavným zdrojom finančnej nezávislosti, sociálneho statusu, prestíže, identity a sociálnej participácie

¹ Príspevok je výstupom riešenia výskumných projektov KEGA č. 3/6027/08 a KEGA č. 121-026EU-4/2010.

² Korešpondencia: Ing. Darina Orbánová, PhD., Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta, Katedra pedagogiky, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava. Tel.: +421-2-67291-1410, e-mail: darina.orbanova@euba.sk, Ing. Ľudmila Velichová, PhD., Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta, Katedra pedagogiky, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava. Tel.: +421-2-67291-1488, e-mail: ludmila.velichova@euba.sk

jedinca. Súčasné poznatky v oblasti zamestnatel'nosti nabádajú k jej chápaniu ako dvojrozmerného konceptu, ktorý zachytáva interaktívnu povahu vzájomnej individuálnej i celospoločenskej zodpovednosti za dlhodobé začlenenie jednotlivcov na pracovný trh. Zamestnatel'nosť v tomto diskurze je spájaná najmä s flexibilitou pracovnej sily ako odpoveďou na rastúce neistoty pracovného trhu a slúži k adekvátnej reakcii jednotlivcov na stále častejšiu potrebu vyrovnať sa so stratou zamestnania a následne účinne hľadať a nachádzať nové pracovné uplatnenie. (Horáková – Horák 2013: 128, 145) Najviac ohrozenou skupinou na trhu práce sú mladí ľudia, ktorí majú v pozícii absolventov škôl problém nájsť si svoje prvé stabilnejšie zamestnanie. Jednou z možností ich uplatnenia je začať vlastnú podnikateľskú činnosť. Podpora podnikavosti a s tým úzko spojenej finančnej gramotnosti predstavujú aktivity, ktoré zohrávajú významnú rolu v rozhodovacích procesoch v podnikaní.

Stimulovanie podnikateľského ducha je vysoko aktuálnou témou a predstavuje ústredný cieľ novej výzvy Európskej komisie „Viac podnikateľov pre Európu“, ktorá je súčasťou Akčného plánu pre podnikanie 2020. Všetky plánované opatrenia vo vzdelávaní a odbornej príprave v oblasti podnikania, vytvorení správneho podnikateľského prostredia, prezentovaní vzorov a oslovení špecifických skupín, by mali viesť k vzniku nových malých a stredných podnikov, ktoré sú najdôležitejším zdrojom tvorby nových pracovných miest.³ Rozvíjanie spolupráce v ekonomikách štátov Európskej únie sa stalo významným impulzom nielen pre našu národnú ekonomiku, ale tiež pre individuálne životné cesty občanov Slovenska. Možno povedať, že spoločenské zmeny sú v pozitívnom i negatívnom smere inkorporované do modelu života všetkých spoločenských skupín obyvateľov. Tak sociálno-politickými orientáciami, ako aj hodnotami a konkrétnymi aktivitami v oblasti sveta práce smerujú občania k zmenám v životnom štýle. (Plávková 2009: 41)

1. Ekonomické, psychologické a sociologické aspekty podnikania, podnikavosti a finančnej gramotnosti

V časoch klasickej ekonómie bola ekonómia úzko spojená so psychológiou. Psychologické princípy individuálneho správania opísal vo svojom diele *The Theory of Moral Sentiments* už Adam Smith, zakladateľ ekonómie ako vedy. S vývojom neoklasickej ekonomickej teórie sa jej predstavitelia začali dištancovať od psychológie a snažili sa poňať ekonómiu ako vedu, založenú na ekonomickom správaní sa jedincov. V tomto období vzniká koncept „homo economicus“, ktorý považuje ekonomické subjekty za prísne racionálne.⁴ Až do

³ Akčný plán pre podnikanie 2020. Dostupné na internete [online]
<<http://eur.lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:SK:PDF>>.

⁴ Šumerz, R., 2013: *Behaviorálna ekonómia a financie 1: Úvod*. [cit. 2013-05-10]. Dostupné na internete [online]
<<http://behavioralnaekonomia.blogspot.sk/2012/04/behavioralna-ekonomia-financie-1-uvod.html>>.

40. rokov 20. storočia bola ekonómia chápaná tak, že pojednáva o rozmiestnení vzácnych, nedostatkových zdrojov (ropy, uhlia, ocele a i.), ale úplne sa zabúdalo na to, že tieto nedostatky sú spojené s možnými konfliktmi, drámami v ľudských osudoch. Pritom nedostatkovými zdrojmi nie sú len vyššie uvedené, ale patrí sem aj čas, citové vzťahy, myšlienky, sloboda, zdravie a v podstate i človek sám. Vďaka ekonomicko-spoločenskému vývoju sa začala venovať pozornosť ekonomickej psychológii, ktorá ako interdisciplinárny odbor spolupracuje s mnohými vednými disciplínami, najmä sociológiou, atropológiou, štatistikou, podnikovým hospodárstvom a i. Do oblastí jej záujmu patria napríklad všeobecné vzťahy medzi stavom hospodárstva a možnosťami domácností a firiem, ako ľudia vnímajú a interpretujú existujúce hospodárske podmienky, správanie a náladu spotrebiteľov a podnikateľov a i. (Hubinková a kol. 2008: 67) Opätovný návrat psychológie do ekonomickej vedy mal na svedomí paradoxne aj veľký rozmach neoklasickej ekonómie a jej modelov o racionálnom správaní ľudí. Čím širšie sa tieto modely aplikovali, tým viac sa ukazovalo, že nedokážu vysvetliť všetky formy správania ľudských individuí na trhu. Ukázalo sa, že skutočné rozhodnutia ľudí sa líšia od tých očakávaných. (Baláž 2006: 12-13)

Pokiaľ ide o vzťah sociológie a ekonómie, O. Plávková poukazuje na to, že pre súčasnú ekonomickú prax je stále dôležitejšie mať poznatky sociologického charakteru vo všetkom, čo súvisí s presadzovaním sa ľudského faktora, a tým aj sociálnej dimenzie výroby, podnikania a práce. (Plávková 2009: 8)

Príkladom rozdielneho pohľadu na niektoré ekonomické otázky zo strany ekonómov, sociológov a psychológov je ich odlišné chápanie podnikania, podnikavosti a finančnej gramotnosti. Vyplýva to zo skutočnosti, že tieto pojmy môžeme posudzovať z rôznych aspektov. V ekonómii najčastejšie nazeráme na podnikanie ako na kombináciu ekonomických zdrojov a aktivít s cieľom zvýšiť pôvodnú hodnotu, t. j. dynamický proces vytvárania určitej pridanej hodnoty (Jünger 2001: 43), ktorá môže mať finančnú alebo nefinančnú formu, napríklad v prípade sociálneho podnikania. Významný predstaviteľ marketingu P. Drucker označuje podnikanie za „tvorivé rozvíjanie podniku v konkurenčných podmienkach trhovej ekonomiky“, ... „za umenie prežiť a byť úspešným“ a v inej súvislosti „ako využívanie príležitosti na kombináciu a premiestnenie zdrojov, bez ohľadu na vlastníctvo alebo kontrolu týchto zdrojov“. (Drucker 1993: 168-175) V súlade s témou článku je zaujímavé vnímanie podnikania združením GERA (Global Entrepreneurship Research Association), podľa ktorého je „podnikanie akýmkoľvek pokusom o vytvorenie nového biznisu, ako je samozamestnanie, nová spoločnosť alebo rozvoj už existujúcej spoločnosti.“ (Pilková a kol. 2012: 36) Toto chápanie podnikania môžeme vidieť v širších súvislostiach, keď z hľadiska podpory podnikavosti a podnika-

nia nepôjde len o novo registrované podnikateľské subjekty, ale aj ďalšie aktivity, ktoré majú súvislosť s behaviorálnymi perspektívami podnikania.

V psychológii je podnikanie chápané ako činnosť, ktorá je motivovaná potrebou niečo získať, niečo dosiahnuť, vyskúšať si niečo, niečo splniť. (Veber – Srpová a kol. 2008: 15) V tomto ponímaní súvisí s prirodzenou túžbou ľudí bez rozdielu veku, vzdelania a povolania po aktivite, ktorá sa spája s využívaním ich schopností, súťažením a v konečnom dôsledku s ich úspešnosťou. Takéto širšie chápanie podnikania podporuje aj názor ekonómov, že ho nemožno zúžiť len na činnosť vykonávanú výlučne podnikateľskými subjektmi, ale je aktivitou, ktorá je založená na využití poznatkov a skúseností každého zamestnanca, ktorý aktívne prispieva k tvorbe produktu. (Majdúchová – Neumannová 2006: 16) Na základe takéhoto nazerania na podnikanie zo strany akademikov vznikla nová oblasť, ktorou je podnikanie v rámci zamestnania – tzv. závislé podnikanie. Stretávame sa s ním vo forme korporátneho podnikania a intrapodnikania. Napriek tomu, že podnikanie v rámci zamestnania je jeho špecifickým druhom, vyžaduje rovnaké osobnostné charakteristiky ako individuálne podnikanie, napríklad schopnosť vnímať príležitosti, generovať nové nápady, osobnú iniciatívu a i. Podnikateľská aktivita zamestnancov sa v súčasnosti považuje za jeden z významných zdrojov inovácií. Globálny monitor podnikania (ďalej GEM) ju vníma ako „zamestnancov vyvíjajúcich aktivity pre svojho hlavného zamestnávateľa, ako vývoj a spúšťanie nových produktov alebo služieb, zakladanie nových podnikateľských jednotiek alebo nových pobočiek.“ (Pilková a kol. 2012: 40-43) Zároveň je dôležité poznať, že skupina „podnikateľských“ zamestnancov je potenciálnym zdrojom budúcich nezávislých podnikateľov.

V kontexte nášho skúmania je významné aj sociologické chápanie podnikania, ktoré vyzdvihuje jeho celospoločenský význam ako procesu vytvárania blahobytu pre všetkých zainteresovaných a hľadania cesty k dokonalejšiemu využívaniu zdrojov, vytváraniu pracovných príležitostí a pracovných miest. Pri hľadaní vzťahu medzi ekonomickým a sociologickým chápaním podnikania budeme vnímať podnikanie ako nepretržitý proces objavovania príležitostí vytvoriť niečo čo má hodnotu, čo prinesie podnikateľovi odmenu v podobe peňažného a osobného uspokojenia a prinesie prospech i celej spoločnosti. (Velichová 2012: 19) Zároveň je dôležité zdôrazniť, že súčasné nazeranie na podnikanie odráža aktuálne trendy v spoločnosti. Menia sa role a pozície podnikateľov, formy podnikania i kvalita podnikateľského prostredia. Narastá význam etiky, morálky i legislatívnej úpravy podnikania. Jeho sociálna úloha môže dokonca svojím významom v určitom čase alebo v určitom regióne prerásť úlohu ekonomickú. Tak sa konštituovalo sociálne podnikanie, kde sú kľúčové sociálne hodnoty a zisk je len podporný.

K sociálnym efektom podnikania patria sociálna zodpovednosť podnikateľov a podnikania, rovné príležitosti, vytváranie nových pracovných miest a príležitosti na uplatnenie žien. Podnikanie tiež predstavuje prostriedok k integrácii sociálnych skupín. Dôležitú úlohu má aj v personálnom rozvoji, kedy je tzv. „podnikateľská kariéra“ možnosťou celoživotnej kariéry, ako aj pri riešení negatívnych životných situácií, napr. nezamestnanosti. (Krajčík a kol. 2010: 11)

Pri vymedzení pojmu podnikavosť sa stretávame s jeho stotožňovaním s podnikateľským myslením, zmyslom pre podnikanie alebo schopnosťou podnikat'. Pritom podnikavosť ako dispozícia podnikat' predstavuje súbor schopností, ktoré môžeme v užšom chápaní charakterizovať ako schopnosti jednotlivca vyvíjať iniciatívu, objavovať a prinášať nápady, viesť ich premeniť na reálne aktivity a preberať za ne zodpovednosť. Podnikavosť ako celostnú charakteristiku možno vymedziť ako dispozície, ktoré označujú výkonový potenciál jednotlivca a osobné vlastnosti, ktoré charakterizujú jeho osobnosť. (Srpková – Řehoř a kol. 2010: 34) Vo vzťahu k podnikaniu je podnikavosť schopnosť jednotlivca včas objaviť a identifikovať podnikateľskú príležitosť alebo ju zámerne vytvoriť, a účelne a účinne využiť v konkrétnom podnikateľskom prostredí. V takomto prípade môžeme hovoriť o tzv. vonkajšej podnikavosti (entrepreneurship), ako o schopnosti nájsť, prípadne účelne vytvoriť podnikateľskú príležitosť. Z hľadiska postojov je podnikavosť podmienená aktivitou, nezávislosťou a inovatívnosťou jednotlivca v osobnom i spoločenskom živote. Má charakter kompetencie ako určitej dimenzie správania jednotlivca. V tomto chápaní sa prejavuje v štruktúre jeho hodnôt a postojov a môžeme hovoriť o tzv. vnútornej podnikavosti (intrapreneurship). Jednotlivec, ktorý je podnikavý, rád vyhľadáva príležitosti a výzvy, ktoré ho posúvajú vpred. Staví si ciele, hľadá riešenia problémov a je ochotný vynaložiť všetko úsilie na dosiahnutie cieľov.

Psychológia skúma podnikavosť z viacerých aspektov. V prvom rade ju vymedzuje ako vnútornú vlastnosť jednotlivca, ako trvalejšiu charakteristiku, ktorá sa spája s inovatívnosťou, proaktivitou, tvorivosťou, ochotou riskovať a motiváciou k výkonu. (Macková 2010: 23) V tejto súvislosti je dôležité upozorniť, že vymedzenie vnútorných vlastností osobností jednotlivca, ktorý sa vyznačuje podnikavosťou, je nejednotné. Väčšiu vypovedaciu schopnosť má podľa nášho názoru charakterizovanie podnikavosti prostredníctvom kompetencií, ktoré sú významné pre podnikateľa. Ide o celý rad obchodných, marketingových, finančných, ako aj sociálnych kompetencií. Prejavujú sa nielen pri objavovaní medzery na trhu ako podnikateľskej príležitosti, ale aj pri plánovaní, zabezpečení potrebných finančných i personálnych zdrojov, schopnosti organizovať, viesť a kontrolovať ľudí. V tejto súvislosti poukazujeme najmä na finančné vedomosti a zručnosti a ďalej charakterizovanú finančnú gramotnosť,

nakol'ko táto kompetencia výrazne ovplyvňuje využitie podnikavosti v praxi. Ďalším psychologickým aspektom podnikavosti je vonkajšie prostredie, v ktorom jednotlivec podniká. Dôležité je posúdiť, ako vníma podnikateľské prostredie, t. j. ekonomické, právne, sociálne a psychologické prostredie, ktoré potrebuje na podnikanie.

Sociologické nazeranie na podnikavosť súvisí s chápaním podnikania ako nástroja sociálnej integrácie a sebarealizácie sociálnych vrstiev. Podnikavý človek dokáže vyhľadávať a využívať príležitosti a nieť s tým spojené riziká, inovatívne pristupuje k riešeniu životných úloh, nesie zodpovednosť za vlastný život a uvedomuje si možnosť prispieť svojou činnosťou k prosperite spoločnosti. Sociologické aspekty problému skúmania podnikavosti sa zameriavajú na posudzovanie možnosti uplatnenia podnikateľskej iniciatívy ako výrazu podnikavosti v danej spoločnosti. Sledovanie a podpora individuálnych kompetencií jednotlivcov vo vzťahu k podnikavosti však nestačí. V tomto kontexte upriamujeme pozornosť na stanovisko nemeckého sociológa N. Luhmanna, ako ho uvádza J. Schenk „Človek nie je základným prvkom sociálneho systému, ľudia sú len prostredím tohto systému. Najdôležitejším sociálnym systémom je spoločnosť. Je to sociálny systém, ktorý „v sebe zahŕňa všetko sociálne“: spoločnosť konštituuje elementárne prvky (komunikácie), z ktorých sa skladá, a čokoľvek sa takto konštituuje, stáva sa spoločnosťou, momentom konštitučného procesu“. (Schenk 2011: 469) Sociálny systém nie je statický, je premenlivý a je charakterizovaný svojimi hranicami voči prostrediu, ako aj určitými vnútornými vzťahmi.

Podnetným pre naše skúmanie je názor prezentovaný v ekonomickej sociológii, ktorý poukazuje na sociálny a kultúrny kontext ekonomických aktivít jednotlivcov, pričom zdôrazňuje, že toto konanie je vždy umiestnené v konkrétnom systéme sociálnych vzťahov. (Hofreiter 2011: 530) Dôležitým aktérom nie sú len samotné podnikateľské subjekty (vo vzťahu k téme podnikavosti konkurenti a finančný sektor), ale aj štát, ktorý určuje základný rámec ekonomických aktivít prostredníctvom legislatívnych pravidiel. V oblasti ekonómie si musíme uvedomiť, že „sociálne determinovaný človek sa rozhoduje v spoločnosti a tiež naráža na štruktúru individuálnych a skupinových záujmov. Jeho aktivita neprebíha v priestore, definovanom neohraničenými možnosťami pre všetky subjekty. Naopak, ich vzájomné pôsobenie vytvára množstvo protichodných procesov, pričom niektoré z nich nie sú zjavné na prvý pohľad.“ (Varadzin a kol. 2011: 40)

Aktuálne trendy v skúmaní podnikavosti ako predpokladu podnikania sa zameriavajú na ambicióznosť, inovatívnosť a motiváciu v podnikaní. V tejto súvislosti je potrebné upozorniť aj na tzv. neambiciózne podnikanie a podnikanie z nutnosti, pri ktorom jednotlivec začína podnikáť, lebo nenachádza alternatívu zamestnania a iný spôsob obživy. Podnikanie sa tu javí ako

alternatíva k nezamestnanosti. Zatiaľ čo pre väčšinu podnikateľov je hlavnou motiváciou na začatie podnikania príležitosť využiť medzeru na trhu a získať finančnú i osobnú nezávislosť, podnikateľ „z nutnosti“ je najčastejšie motivovaný nezamestnanosťou alebo jej hrozbou.

S podnikavosťou úzko súvisí ďalší dôležitý fenomén – finančná gramotnosť. Odvetvie finančných služieb sa rýchlo rozvíja a inovácie a globalizácia poskytujú jednotlivcom na výber čoraz väčší počet produktov a služieb navrhnutých tak, aby vyhovovali rôznym potrebám a okolnostiam. Technologický pokrok, nové elektronické doručovacie kanály a integrácia finančného trhu rozšírili rozsah ponúkaných služieb a spôsobov, pomocou ktorých sú dostupné. Pre mnohých mladých ľudí sú však produkty zložité a nedokážu posúdiť budúci vývoj ich hodnoty. Pretrvávajú značná informačná asymetria. Dokonca aj relatívne jednoduché finančné produkty sa môžu zdať pomerne zložité, najmä pre človeka, ktorý má síce teoretické vedomosti, ale chýbajú mu praktické skúsenosti vo finančnej oblasti.⁵ Finančne gramotný človek sa orientuje v problematike peňazí a cien, je schopný zodpovedne spravovať osobný alebo rodinný rozpočet vrátane správy jeho finančných aktív a finančných záväzkov s ohľadom na meniace sa životné situácie. (Dvořáková – Tuvora 2009: 61)

Finančnú gramotnosť môžeme z ekonomického hľadiska vymedziť ako schopnosť využívať poznatky, zručnosti a skúsenosti na efektívne riadenie vlastných finančných zdrojov s cieľom zaistiť celoživotné finančné zabezpečenie seba a svojej domácnosti. Ide o schopnosť porozumieť základným finančným produktom, s ktorými sa bežne v živote stretávame a ktoré významne ovplyvňujú našu finančnú situáciu. (Orbánová 2011: 1)

Zo sociologického hľadiska je finančná gramotnosť špecifickou súčasťou funkčnej gramotnosti, ktorú môžeme charakterizovať ako „schopnosť čítať a písať na úrovni zabezpečujúcej plné zapojenie do sociálneho a ekonomického života“. (Brooks – Burton 2008: 6) Funkčná gramotnosť je v podstate spracovanie informácií uvedených v určitom texte spôsobom nápomocným na riešenie špecifických životných situácií. Spočíva v schopnosti spracovať text alebo v prípade potreby iba niektorých jeho častí, a následne v ich využití na riešenie konkrétneho problému. (Jones 1990: 1) Komplexnejšie rozdelenie funkčnej gramotnosti je možné nájsť v jeho konštituovanom modeli. Pri jeho využití sa vzťahuje k daným oblastiam a schopnostiam, a to:

- k spotrebiteľskej ekonomike alebo spôsobilosti k zodpovednému spotrebiteľskému správaniu, a tiež k zodpovednej správe rozpočtu domácnosti,
- k zdraviu, čiže schopnosti a znalosti potrebnej na to, aby bolo zabezpečené dostatočné zdravie pre jednotlivca a jeho rodinu,

⁵ Komisia Európskych spoločností. Správa komisie Finančné vzdelávanie. Brusel. 18. 12. 2007. s. 3-4. [cit. 2013-05-10]. Dostupné na internete [online] <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0808:FIN:SK:PDF>>.

- k vláde a zákonom, čiže schopnosti a znalosti potrebnej na pochopenie občianskych práv a občianskych povinností, taktiež schopnosti pochopiť pôsobnosť rôznych orgánov štátu,
- k pracovnej gramotnosti, t. j. gramotnosti špecifickej na to, aby bolo možné splniť nároky na pracovisku a ciele zamestnanca a zamestnávateľa,
- ku komunitným zdrojom, t. j. schopnosti a zručnosti potrebnej na pochopenie a využívanie zdrojov dostupných pre jednotlivca s cieľom podporovať a zlepšovať život a životný štýl. (Holme 2004: 30)

Finančná gramotnosť má tri základné zložky (Sivák a kol. 2011: 86), ktorými sú:

- peňažná gramotnosť, ktorá predstavuje kompetencie na spravovanie hotovostných a bezhotovostných peňazí a transakcií s nimi a na spravovanie potrebných nástrojov,
- cenová gramotnosť, ktorá predstavuje kompetencie na porozumenie cenovým mechanizmom a inflácii,
- rozpočtová gramotnosť, ktorá predstavuje kompetencie na spravovanie osobného (resp. rodinného) rozpočtu, finančných aktív (vkladov, investícií a i.) a finančných záväzkov (úveru, lízingu a i.).

Psychologické aspekty finančnej gramotnosti môžeme nájsť v oblasti behaviorálnej ekonómie, ktorá v širšom zmysle predstavuje kombináciu psychológie a ekonómie. V užšom zmysle odborná literatúra považuje za dôležitú súčasť tejto kombinovanej disciplíny aj sociológiu a antropológiu. Nezanedbateľné sú aj poznatky iných vied, medzi ktoré možno zaradiť napríklad históriu alebo politológiu. Základnou úlohou spolupráce odborníkov z týchto vedných disciplín je odhalenie faktorov pôsobiacich na chybné alebo neefektívne rozhodnutia ľudí a s nimi spojené negatíva v ekonomickej oblasti. Behaviorálne prístupy uplatňované pri riešení rôznorodých finančných problémov označujeme pojmom behaviorálne financie. Väčšina odbornej literatúry uvádza ako hlavné úlohy behaviorálnych financií výskum a definovanie toho, prečo robia manažéri a investori systematické chyby a nesprávne rozhodnutia, ktoré sú v rozpore s racionálnymi očakávaniami, teóriou užitočnosti a princípmi rizika, pričom cieľom, resp. výstupom skúmaní by mali byť metódy, ako chybám a nedostatkom predchádzať.⁶

Behaviorálna ekonómia a financie priniesli veľa dôkazov o obmedzenej schopnosti väčšiny subjektov zhromažďovať relevantné informácie, racionálne ich analyzovať a následne prijať správne investičné rozhodnutia. Preto niektoré politické iniciatívy (napr. OECD Financial Education Project) využívajú alternatívne cesty na zvýšenie úrovne finančnej gramotnosti a finančného vzdelania, ktoré nie sú totožné len s nadobúdaním informácií. Finančne

⁶ Šumecz, R., 2013: *Behaviorálna ekonómia a financie 1: Úvod*. [cit. 2013-05-10]. Dostupné na internete [online]<<http://behavioralnaekonomia.blogspot.sk/2012/04/behavioralna-ekonomia-finance-1-uvod.html>>.

gramotní jednotlivci musia byť schopní aj modifikovať svoje správanie, a to najmä také, ktoré negatívne ovplyvňuje ich budúce finančné zabezpečenie. (Baláž 2009: 228) Podľa teórie behaviorálnych financií dokážeme niektoré finančné otázky a javy lepšie opísať a pochopiť vtedy, keď použijeme modely, v ktorých sa subjekty nemusia zákonite správať racionálne. Je dokázané a overené praxou, že pri komplexných rozhodnutiach a v rýchlo sa meniacom prostredí ľudia namiesto racionálnych úvah používajú rôzne mentálne skratky a intuitívne riešenia. Ľudské správanie je často emocionálne určené a nemôže byť vysvetlené racionálnymi ekonomickými vedami. Ekonomické dianie sa neriadi mechanickými zákonmi. Ekonomika nemá vlastný život v zmysle bezduchého automatu, ale jej nositeľmi sú ľudia a ľudia ju aj formujú. Ak tomu tak je – a to sa naozaj nedá spochybniť, potom sa táto črta, t. j. štruktúra a obraz ekonomiky bude podľa nášho konania a správania zreteľne a citeľne meniť, dokonca sa meniť musí. (Erhard 1957: 235-236)

2. Stav finančnej gramotnosti v Slovenskej republike

Samotné finančné vzdelávanie nestačí na to, aby jednotlivci modifikovali svoje finančné správanie vhodným spôsobom. Musia sa vyvinúť štandardizované techniky merania odchýlok od racionality, ktoré umožnia určiť úroveň chápania kľúčových finančných pojmov a postupov ľudí. Tieto nástroje zároveň umožnia posudzovať efektívnosť programov finančného vzdelávania a poradenstva pre rôzne sociálne vrstvy a merať zmenu ich finančného správania v čase. (Baláž 2009: 228) Pri posudzovaní stavu finančnej gramotnosti na Slovensku vychádzame najmä z informácií získaných z prieskumu Slovenskej bankovej asociácie, ktorý sa uskutočnil v roku 2007. Pri určení výberovej vzorky sa použili ako kvótne znaky pohlavie, vzdelanie, región a veľkostná kategória sídla. Okrem toho sa uplatnilo kritérium, aby boli respondenti klientmi bankových inštitúcií, t. j. aby využívali aspoň jeden bankový produkt. Terénny zber dát sa uskutočnil technikou face-to-face interview v domácnostiach respondentov. Celkovo bolo distribuovaných 1 150 dotazníkov, z nich sa vrátilo a bolo zaradených na spracovanie 1 107, čo predstavuje 96,3 %. Otázky v dotazníku boli rozdelené do štyroch častí, a to: zistenie finančnej gramotnosti, problematika finančného vzdelávania, blok finančnej praxe a postojov a sociodemografický blok.

V časti zameranej na zisťovanie finančnej gramotnosti, ktorá obsahovala 10 položiek, sa na prvých troch miestach podľa percenta správnych odpovedí respondentov umiestnili odpovede týkajúce sa otázok zodpovednosti za škodu pri bankových kartách (82,0 %), kontokorentného úveru (81,6 %) a rizikovosti investícií (73,6 %). Naopak, najnižšiu mieru správnych odpovedí mali otázky zamerané na ukazovatele úverových nákladov (19,0 %) a výhodnosti úverových podmienok (16,6 %). Pre potreby vytvorenia indexu bola všetkým

položkám priradená rovnaká váha a hodnoty indexu sa pohybovali v rozpätí od 0 po 1 s intervalom 0.1. Priemerná hodnota indexu finančnej gramotnosti dosiahla úroveň 0.56 – čo predstavuje priemernú finančnú gramotnosť. Priamoúmerne ovplyvňuje hodnotu indexu finančnej gramotnosti najmä vzdelanie a výška príjmu a nepriamoúmerne vek a zamestnanie. Pri skúmaní sociodemografických skupín dosiahli najvyššiu hodnotu indexu finančnej gramotnosti ľudia s vysokoškolským vzdelaním (0.66) a na druhom mieste sa umiestnili podnikatelia, živnostníci (0.65). Naopak, najnižšia hodnota indexu finančnej gramotnosti bola zaznamenaná pri skupine ľudí so základným vzdelaním (0.43).⁷

Blok zameraný na problematiku finančného vzdelávania priniesol základný poznatok, že existuje relatívne tesný vzťah medzi reálnou úrovňou finančnej gramotnosti a sebahodnotením respondentov. Čím nižšia je finančná gramotnosť, tým negatívnejšie je sebahodnotenie (a naopak). Len necelá pätina účastníkov prieskumu ohodnotila svoju finančnú vzdelanosť lepšie ako priemerne, kým viac ako dve pätiny respondentov hodnotí svoje znalosti tejto problematiky ako podpriemerné (resp. ich vôbec nedokáže zhodnotiť). S tým súvisí aj vysoký podiel opýtaných, ktorí považujú za potrebné ďalšie vzdelávanie v oblasti finančných produktov a služieb. V skúmanej vzorke predstavovali takmer dve tretiny respondentov. Ešte viac, vyše 70 % respondentov sa domnieva, že každý človek by mal poznať pojmy z finančnej oblasti, že finančné vzdelávanie by malo byť zaradené už v školských osnovách, ale potrebné je pre všetky vekové kategórie.⁸

V roku 2012 sa po prvýkrát uskutočnilo medzinárodné meranie finančnej gramotnosti v rámci programu PISA (Programme for International Students Assessment), ktorý koordinuje na medzinárodnej úrovni OECD a do testovania sa zapojilo 18 krajín, vrátane Slovenska. Testovanie finančnej gramotnosti špecifikuje Rámec pre testovanie finančnej gramotnosti PISA 2012, v ktorom je uvedený jej význam a predpokladané prínosy i aktivity vo finančnej gramotnosti. Výsledky merania a riešenia problémov budú zverejnené až v júni 2014.

3. Vzťah podnikavosti, finančnej gramotnosti, zamestnatel'nosti a nezamestnanosti

Veková inklúzia, t. j. zapojenie jednotlivých vekových skupín do podnikania, je dôležitým kritériom pri posudzovaní celkovej podnikateľskej aktivity krajiny. V roku 2011 bolo podľa údajov Štatistického úradu SR evidovaných

⁷ SBA. 2007. Prieskum finančnej gramotnosti. Bratislava: Slovenská banková asociácia. 2007, s. 3-5. [cit. 2013-05-12]. Dostupné na internete [online] <<http://www.sbaonline.sk/files/subory/analyzy/verejne/fingram-IFIG.pdf>>.

⁸ Tamtiež, s. 5-6.

v Slovenskej republike 402 325 podnikateľov – fyzických osôb, z toho 99 % mikropodnikateľov (s počtom 0 až 9 zamestnancov) a 1 % malých podnikateľov (s počtom 10 až 49 zamestnancov). V kategórii menej ako 30 rokov bolo aktívnych 14,7 % podnikateľov (v absolútnom vyjadrení 59 140 osôb). Podiel mladých podnikateľov zaznamenal od roku 2007 pokles o 1,8 p. b., čo čiastočne súvisí aj s nepriaznivým demografickým vývojom v Slovenskej republike, keď sa každoročne znižuje podiel mladých ľudí vo veku od 18 do 30 rokov na celkovom počte obyvateľov, pričom od roku 2007 tento podiel poklesol o 2,3 p. b.⁹

Výsledky celosvetového výskumu medzinárodného akademického združenia GERA, ktoré každoročne uskutočňuje výskum GEM (Globálny monitor podnikania), a do ktorého je od roku 2011 zapojená aj Slovenská republika, potvrdzujú vysoký podiel mladých ľudí v počiatočnej podnikateľskej aktivite, ktorá v Slovenskej republike predstavovala podľa výsledkov GEM v roku 2011 14,4 % dospeléj populácie vo vekovej skupine 18 – 24 rokov a 18,4 % vo vekovej skupine 25 – 34 rokov. Podiel mladých ľudí v Slovenskej republike v kategórii od 25 – 34 rokov na celkovej počiatočnej podnikateľskej aktivite v Európe dosiahol dokonca 32,6 % a možno ho považovať za nadpriemerný aj v medzinárodnom porovnávaní, nakoľko je vyšší ako priemer sveta, Európy a krajín V4. (Pilková a kol. 2012: 114) Podľa údajov Eurostatu bol podiel obyvateľov vo vekovej kategórii od 15 do 24 rokov vykonávajúcich podnikateľskú aktivitu z celkového počtu obyvateľov 4,3 %, čo je o 1,8 p. b. viac ako v ostatných krajinách EÚ. Na druhej strane v medziročnom porovnaní poklesol podiel mladých podnikateľov o 0,5 p. b. a v dlhšom časovom horizonte nevykazuje pozitívny vývoj.¹⁰

Tabuľka č. 1: Podiel mladých podnikateľov vo veku menej ako 30 rokov na celkovom počte podnikateľov – fyzických osôb

2007	2008	2009	2010	2011
16,5 %	16,9 %	16,1 %	15,2 %	14,7 %

Zdroj: spracované podľa Analýza rodového a vekového zloženia fyzických osôb podnikateľov v roku 2011. Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania. Bratislava, s. 11. [cit. 2013-03-20]. Dostupné na internete [online] <http://www.nadsme.sk/files/RodoveavekovetzlozenieFO2011-fin.pdf>.

Prieskum Európskej komisie „Entrepreneurship in the EU and beyond“, ktorého výsledky boli prezentované v roku 2013, priniesol zaujímavý výsledok. Ak by mali obyvatelia Slovenska možnosť výberu stať sa podnikateľmi alebo

⁹ Analýza rodového a vekového zloženia fyzických osôb podnikateľov v roku 2011. Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania. Bratislava, s. 22. [cit. 2013-03]. Dostupné na internete [online] <<http://www.nadsme.sk/files/RodoveavekovetzlozenieFO2011-fin.pdf>>.

¹⁰ Tamtiež.

zamestnancami, 61 % respondentov vo veku viac ako 15 rokov volili možnosť zamestnania a 33 % preferovali možnosť stať sa podnikateľmi, čo je o 4 p. b. menej ako v prípade respondentov EÚ-27.¹¹ Uvedené východiskové zistenia potvrdzujú významnosť cieľovej skupiny nášho záujmu – mladých ľudí a správnosť súčasného trendu, venovať tejto skupine zvýšenú pozornosť v rámci podpory podnikavosti a podnikania a s tým spojeného zvyšovania finančnej gramotnosti najmä v etape začínajúcej podnikateľskej aktivity.

Dalšou problematikou, ktorej sa venujeme, je zamestnateľnosť mladých ľudí. Ako uvádzajú Horáková – Horák, niektorí autori stotožňujú vo všeobecnej rovine zamestnateľnosť s tzv. capabilities (schopnosťami jednotlivca) tak, ako ich chápe Sen (1992). Podľa neho závisí úroveň capabilities na zdrojoch človeka (ľudský a sociálny kapitál) a na jeho možnostiach voľby, ktoré sú determinované prostredím, v ktorom žije. Capabilities sú „... dôsledkom interakcie individuálnych charakteristík na strane pracovnej sily (ľudský a sociálny kapitál) a na strane inštitucionálnych štruktúr, ktoré vymedzujú príležitosti na trhu práce, respektíve prístup k nemu. (Horáková – Horák 2013: 130-131)

Možnosti zamestnateľnosti mladých ľudí sú v súčasnom období obmedzené. Ovplyvňuje to najmä svetová hospodárska a finančná kríza, ktorá sa prejavuje v najväčšej miere práve v raste nezamestnanosti. Celková miera nezamestnanosti podľa merania ŠÚ SR sa oproti roku 2007 zvýšila z 11,02 % na 14,0 % v roku 2012, pričom najviac vzrástla miera nezamestnanosti mladých ľudí vo veku 15 – 24 rokov, z 19,7 % v roku 2007 na 35,3 % v roku 2012. Výrazným špecifikom vývoja nezamestnanosti v podmienkach Slovenskej republiky sú zreteľné regionálne diferencie medzi mierou nezamestnanosti v jednotlivých regiónoch. Regionálne rozdiely v nezamestnanosti a nízka mobilita pracovnej sily patria medzi najdôležitejšie štrukturálne problémy trhu práce na Slovensku. (Lisý 2011: 489)

Najzraniteľnejšou skupinou na trhu práce sú mladí ľudia. Chýbajú im pracovné skúsenosti, často sú zamestnávaní iba na krátkodobé pracovné pomery, resp. čiastočné úväzky na nestabilných pracovných pozíciách a majú problémy s prechodom zo vzdelávacieho systému do sveta práce. V súčasnosti si približne každý tretí mladý človek na Slovensku nevie nájsť prácu. Ich situáciu zhoršuje skutočnosť, že 30 % z nich je nezamestnaných viac ako dvanásť mesiacov. Vysokú mieru nezamestnanosti mladých ľudí spolu s dlhodobou nezamestnanosťou možno považovať za hlavný problém súčasného trhu práce na Slovensku. Obzvlášť nebezpečný je negatívny trend nárastu rezignácie mladých ľudí z dôvodu pochmúrnych vyhliadok na získanie pracovného miesta. To predstavuje obrovské plytvanie ľudským potenciálom, čo môže mať

¹¹ Tamtiež, s. 23.

v budúcnosti závažné dlhodobé dôsledky nielen pre dotknutých mladých ľudí, ale aj pre spoločnosť ako celok. (Rievajová – Klimko 2013: 549) Vývoj miery nezamestnanosti mladých ľudí od roku 2007 podľa údajov Eurostatu uvádzame v tabuľke č. 2.

Tabuľka č. 2: Nezamestnanosť mladých ľudí v Slovenskej republike do 25 rokov veku

2007	2008	2009	2010	2011	2012
19,7 %	19,9 %	32,7 %	33,6 %	32,9 %	35,3 %

Zdroj: spracované podľa údajov Eurostatu. [cit. 2013-04-30]. Dostupné na internete [online]
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/3-30042013-BP/EN/3-30042013-BP-EN.PDF.

Aktuálne sa zvyšujúca nezamestnanosť odráža fakt, že nie každý sa dokáže stotožniť s výkonovo orientovanou spoločnosťou. Tým, že sa stane človek nezamestnaným, stratí kontakt s realitou. Nezamestnanosť sa z hľadiska sociálnej skúsenosti prejavuje ďalšími negatívnymi dopadmi: stratou hodnot a rešpektu k verejným hodnotám; vyčlenením sa z hlavného prúdu spoločenského života; spojením s činnosťami, ktoré spoločnosť považuje za asociálne; rozkladom rodinných vzťahov a zmenami postavenia v rodine; stratou statusu; stratou participácie na cieľoch širších skupín a spoločenstvách; redukciou sociálnych kontaktov a rozbitím štruktúry denného času a s tým súvisiacej deprivácie z absencie pravidelných činností. (Klugerová 2009: 75)

Problému nezamestnanosti čelia všetky štáty. „Aj tie najvyspelejšie sa v dôsledku globalizácie musia konfrontovať s určitým odlivom investícií a pracovných miest...“ (Čambáliková 2011) Zamestnanosť, udržanie a vytváranie nových pracovných miest sa stali v ostatnom období prioritou aj Európskej únie. Naďalej platí, že práca je v súčasnosti zásadným zdrojom sociálnej identity a nevyhnutnou podmienkou integrácie jednotlivca do spoločnosti. Vysoká miera dlhodobej nezamestnanosti výrazne narušuje fungovanie tohto integračného mechanizmu. Vo vyspelých krajinách žije v populácii menšina, ktorá nemá možnosť vytvoriť si žiadnu profesijnú identitu. Na druhej strane sa zvyšuje flexibilita pracovného trhu, ktorá sa prejavuje v raste tzv. dočasných zamestnaní. Tie sú charakteristické nízkymi mzdami a nepredstavujú pre jednotlivcov perspektívu zamestnania, s ktorým by sa mohli identifikovať. Ťažkosti mladých ľudí so vstupom na pracovný trh sú reálne a ukazuje sa, že rôzne opatrenia na zvýšenie ich zamestnanosti nie sú príliš efektívne. (Montoussé – Renouard 2005: 213, 265) Dlhodobá nezamestnanosť vyvoláva aj nedôveru potenciálnych zamestnávateľov, ktorí sa môžu domnievať, že nezamestnaní sú tak dlho bez práce z dôvodu ich osobného handicapu. (Klugerová 2009: 75)

V čase krízy a vysokej nezamestnanosti je hlavnou výzvou vlád tvorba nových pracovných miest a riešenie tejto dôležitej problematiky. Očakáva sa, že správne orientované politiky a nástroje podpory podnikania prispejú aj k riešeniu problematiky dlhodobej nezamestnanosti mladých ľudí na Slovensku, ktorá spôsobuje veľmi vážne ekonomické a sociálne problémy, ktoré sa prejavujú ako:

- pasca nezamestnanosti – keď sú dlhodobo nezamestnaní v nevýhode na trhu práce kvôli strate odbornosti, vzdelania, pracovných návykov;
- pasca chudoby – podpory a dávky v nezamestnanosti sú dané, ale daňový systém môže negatívne ovplyvniť ľudí z nízko príjmových kategórií tým, že minimálne navýšenie mzdy znamená stratu poberania dávok, a to nezvyšuje motiváciu k práci ale naopak, vedie k životu na hranici sociálnej únosnosti;
- sociálne vylúčenie – týka sa ľudí, ktorí sú dlhodobo nezamestnaní, nedosahujú určité príjmy, bývajú touto situáciou frustrovaní a sú často vytlačení na okraj spoločnosti. (Hubinková a kol. 2008: 21)

Jedným z možných riešení nezamestnanosti je podnikanie. Spoločenské a individuálne postoje k podnikaniu významne ovplyvňujú najmä kultúrne a spoločenské normy. V tomto kontexte sú zaujímavé postoje mladých ľudí k podnikaniu, ktoré ovplyvňujú viaceré faktory, napríklad odlišné vnímanie príležitostí, strach zo zlyhania a negatívny status podnikateľov. Negatívne postoje k podnikaniu merané jeho nízkym vnímaním ako kariérnej voľby, nízkym vnímaním úspešných podnikateľov a nízkou pozornosťou médií venovanou podnikaniu, stavajú Slovensko podľa výsledkov GEM 2011 pod priemer Európy. „Podnikatelia v očiach verejnosti skôr nevzbudzujú obraz kompetentných a vynachádzavých jedincov, čo možno považovať za skutočnosť, ktorá môže za istých okolností odrádzať od podnikania...” (Pilková a kol. 2012: 178)

Prvky súvislosti podnikania a finančnej gramotnosti obsahuje Národný štandard finančnej gramotnosti verzia 1.0, ktorý bol schválený v roku 2009 Ministerstvom školstva Slovenskej republiky v súlade s uznesením vlády Slovenskej republiky č. 447 z 2. júla 2008 k návrhu stratégie vzdelávania vo finančnej oblasti a manažmentu osobných financií a na základe súhlasu medzirezortnej expertnej skupiny pod číslom CD-2009-22702/9699-1:913 ako ucelený dokument. Prepojenie s podnikaním môžeme nájsť pri vymedzení viacerých čiastkových kompetencií, napríklad zameraných na zachovanie trvalých životných hodnôt a osvojenia si vzťahu medzi životnými potrebami a financiami ako prostriedku ich zabezpečenia, poznania a harmonizovania osobných, rodinných a spoločenských potrieb, zhodnotenia vzdelanostných a pracovných predpokladov z hľadiska uspokojovania životných potrieb, poznania základných otázok úspešnosti vo finančnej oblasti a inšpirovania sa úspešnými osobnosťami a uplatňovania ich postupov, orientovania sa v mode-

loch zabezpečenia jednotlivca a rodiny peniazmi a i.¹² Osvojenie týchto kompetencií vytvára predpoklady úspešného začatia podnikania a jeho ďalšieho rozvoja.

Napriek tomu, že vzťah podnikavosti a finančnej gramotnosti rezonuje v spoločnosti najmä v ostatných rokoch, môžeme nájsť inšpiráciu na uvedomenie si významu a ich úzkeho prepojenia už v minulosti, v skúsenostiach geniálneho podnikateľa Tomáša Baťu. Na vlastnom podnikaní si overil, že samotná podnikavosť, schopnosť a ochota podnikat', nie sú zárukou úspešnosti. Dôležitým faktorom, ktorý túto úspešnosť podporuje, je správne uvažovanie a rozhodovanie sa o finančných otázkach nielen na začiatku podnikania, ale v každodennej činnosti. Byť podnikavým a vedieť sa správne rozhodnúť v otázkach finančného zabezpečenia podnikania, je aj dnes základným predpokladom mladých ľudí rozšíriť rady úspešných podnikateľov a byť tým prospešným nielen sebe a svojej rodine, ale celej spoločnosti.

Podpora individuálneho úspechu, zdôrazňovanie sebestačnosti, osobnej iniciatívy a autonómnosti jedincov, povzbudzovanie k tvorivosti a inovatívnosti, a najmä zdôrazňovanie individuálnej zodpovednosti za svoj vlastný život a financie predstavujú základné smery, ktorými sa podpora podnikavosti a zvyšovanie finančnej gramotnosti v príslušných dokumentoch Európskej únie i Slovenskej republiky uberá. Nemôžeme ich však chápať izolovane nezávisle od prostredia, v ktorom budú „adepti“ podnikania pôsobiť. Skúmať a podporovať individuálne kompetencie jednotlivcov nestačí. Ako zdôrazňuje ekonomická sociológia, ekonomický život je neustále umiestnený v určitom spoločenskom a kultúrnom kontexte. Determinujúcim faktorom pre úspešnosť podnikania je nielen európske alebo národné, ale aj regionálne hľadisko. Základom regionálnej konkurencieschopnosti je kombinácia viacerých faktorov, napríklad výkonového, ľudského, znalostného, sociálnokultúrneho, inštitucionálneho a infraštruktúrneho kapitálu. Správna kombinácia týchto faktorov a ich vzájomné pôsobenie významne ovplyvňujú produktivitu, zamestnanosť a životnú úroveň v danom regióne.

Ak nazeráme na budúceho podnikateľa v širšom chápaní ako na investora, ktorý chce zúročiť svoj kapitál na trhu, či už národnom alebo medzinárodnom, je dôležité, aby obozretne zvážil podmienky, ktoré mu daná krajina, región alebo oblasť ponúkajú. Mal by si všímať pritom nielen daňové a odvodové zaťaženie, ale aj úroveň vymožitelnosti práva, ochotu miestnej samosprávy, občiansku vybavenosť, kvalitu infraštruktúry, sociálnu stratifikáciu obyvateľstva a jeho kúpnu silu, vývoj nezamestnanosti v regióne a iné významné indikátory kvality podnikateľského prostredia. Tvorba kvalitného podnikateľského prostredia si vyžaduje koordinovaný prístup viacerých subjektov,

¹² Národný štandard finančnej gramotnosti verzia 1.0. Bratislava: Ministerstvo školstva SR, Ministerstvo financií SR. 2008, s. 4-6. [cit. 2013-05-25]. Dostupné na internete [online] <http://www.mpc-edu.sk/library/files/narodny_standard.pdf>.

v prvom rade vlády, príslušných ministerstiev a ostatných orgánov štátnej správy a samosprávy. Ako sa uvádza v Správe o stave malého a stredného podnikania v Slovenskej republike v roku 2011, zaznamenala Slovenská republika v sledovanom období pokles kvality podnikateľského prostredia, čo sa odzrkadlilo v hodnotení Svetovej banky a Svetového ekonomického fóra.¹³ Podobné zistenie vyplýva z hodnotenia podmienok na podnikanie GEM Slovensko 2011, ktoré označilo charakteristikou zlý stav dynamiku trhu, financovanie, vládne politiky, vzdelanie, kultúrne a spoločenské normy a charakteristikou najhorší stav vládne programy a transfer vedy a výskumu. (Pilková a kol. 2012: 185-189)

Záver

V rámci podpory podnikavosti a finančnej gramotnosti je dôležité v prvom rade ovplyvňovať pozitívne postoje spoločnosti k podnikaniu a finančnému vzdelávaniu. Podnikavosť pomáha mladým ľuďom tvorivo myslieť, odhadnúť a nieť riziko, inovovať a premieňať myšlienky na skutočnosť. Pritom je dôležité disponovať potrebnými finančnými vedomosťami a zručnosťami, ktoré pomáhajú mladým ľuďom riešiť existenčné otázky, vedieť hospodáriť, prijímať v podnikaní i osobnom živote správne finančné rozhodnutia a nieť za ne zodpovednosť. Význam týchto kompetencií pre socioekonomický rozvoj a osobný rast mladých ľudí je nespochybniteľný. V širšom chápaní majú vplyv na znižovanie nezamestnanosti, rast konkurencieschopnosti a prosperitu spoločnosti. Byť podnikavým však nestačí. Dôležitá je aj kvalita podnikateľského prostredia, v ktorom zohrávajú dôležitú rolu okrem ekonomických a prírodných zložiek aj zložky nehmotného prostredia, najmä kultúra, právo, sociálne vzťahy a vedecké poznatky. S cieľom udržať a zvýšiť potenciál podnikania v Slovenskej republike je dôležité vytvoriť v spoločnosti priaznivejšie ovzdušie na podnikanie a povzbudzovať mladých ľudí, aby sa stali podnikateľmi a boli orientovaní z hľadiska podnikania ako kariérnej voľby. Vyriešiť tento problém v spoločnosti vyžaduje dlhšie časové obdobie a zapojenie viacerých subjektov na rôznych úrovniach spoločenského života.

Darina Orbánová pôsobí od roku 1995 na Národohospodárskej fakulte Ekonomickej univerzity v Bratislave, Katedre pedagogiky ako odborná asistentka. Pedagogicky i vedecko-výskumne sa venuje teórii vyučovania ekonomických predmetov a ich prepojeniu s praktickou aplikáciou vo výchove a ekonomickom vzdelávaní mladých ľudí. Je autorkou a spoluautorkou

¹³ Správa o stave malého a stredného podnikania v Slovenskej republike v roku 2011. Bratislava: Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania. 2012.

viacerých monografií, vysokoškolských a stredoškolských učebníc, vedeckých a odborných článkov a príspevkov, publikovaných doma i v zahraničí.

Eudmila Velichová pôsobí od roku 1998 na Národohospodárskej fakulte Ekonomickej univerzity v Bratislave, Katedre pedagogiky ako odborná asistentka. Pedagogicky i vedecko-výskumne sa venuje problematike podpory podnikavosti a podnikania, cvičných firiem v Slovenskej republike i zahraničí a teórii vyučovania ekonomických predmetov. Je autorkou a spoluautorkou viacerých monografií, vysokoškolských a stredoškolských učebníc, vedeckých a odborných článkov a príspevkov, publikovaných doma i v zahraničí.

LITERATÚRA

- Akčný plán pre podnikanie 2020. [cit. 2013-03-20]. Dostupné na internete [online] <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:SK:PDF>>
- Analýza rodového a vekového zloženia fyzických osôb podnikateľov v roku 2011. Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania. Bratislava, [cit. 2013-03-20]. Dostupné na internete [online] http://www.nadsme.sk/files/Rodoveavekove_zlozenieFO2011-fin.pdf.
- BALÁŽ, V., 2009: Riziko a neistota. Úvod do behaviorálnej ekonómie a financií. Bratislava: VEDA.
- BALÁŽ, V., 2006: Rozum a cit na finančných trhoch. Bratislava: VEDA.
- BROOKS, G. – BURTON, M., 2008: European Adult Learning Glossary, Level 1. London: University of London, 2008. [cit. 2013-05-10]. Dostupné na internete [online] <http://ec.europa.eu/education/moreinformation/doc/2010/adultglossary1_en.pdf>.
- ČAMBÁLIKOVÁ, M., 2011: Sociálny dialóg a sociálne partnerstvo na Slovensku: stav a perspektívy. [cit. 2013-05-10]. Brno: Masarykova univerzita. Dostupné na internete [online] <http://www.law.muni.cz/sborniky/pracpravo2011/files/007.html>.
- DRUCKER, P. F., 1993: Inovace a podnikavost. Praxe a principy. Praha: Management Press.
- DVOŘÁKOVÁ, Z. – TUVORA, J., 2009: Finanční gramotnost jako ochrana jedince a společnosti. In: Zborník príspevkov Sociálna a ekonomická núdza – bezpečnosť jedinca a spoločnosti. Bratislava: Vysoká škola zdravotníctva a sociálnej práce Sv. Alžbety, n. o.
- ERHARD, L., 1957: Wohlstand für alle. Düsseldorf: ECON-VERLAG.
- HOFREITER, R., 2011: Nová ekonomická sociológia a štruktúrny kontext trhu. In: Sociológia, 43, 5, s. 528-549.
- HOLME, R., 2004: Literacy: An Introduction. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
- HORÁKOVÁ, M. – HORÁK, P., 2013: Zaměstnatelnost skupin ohrožených nezaměstnaností na současných trzích práce. In: Sociológia, 45, 2, s. 128-149.
- HUBINKOVÁ, Z. a kol., 2008: Psychologie a sociologie ekonomického chování. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a. s.

- JONES, S., 1990: Guide to Literacy Levels on the Survey of Literacy Skills Used in Daily Activities. Toronto: University of Toronto, [cit. 2013-05-10].
Dostupné na internete [online] <http://prod.library.utoronto.c/datalib/codebooks/cts/ljsuda/ljsuda89_app1.pdf?>.
- JÜNGER, J., 2001: Podnikání I. Ostrava: Vysoká škola podnikání, a. s.
- KLUGEROVÁ, J., 2009: Globalizace: přímá souvislost se sociálními a ekonomickými problémy. Zborník príspevkov Sociálna a ekonomická núdza – bezpečnosť jedinca a spoločnosti. Bratislava: Vysoká škola zdravotníctva a sociálnej práce Sv. Alžbety, n. o.
- Komisia Európskych spoločností. Správa komisie Finančné vzdelávanie. Brusel. 18. 12. 2007. s. 3-4. Dostupné na internete [online]<<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0808:FIN:SK:PDF>>.
- KRAJČÍK, V. a kol., 2010: Výchova k podnikání. Metodika VII. Ostrava: Vysoká škola podnikání, a. s.
- LISÝ, J. a kol., 2011: Ekonomie. Bratislava: Iura Edition.
- MACKOVÁ, Z., 2010: Psychologické aspekty podnikavosti. In: Recenzovaný nekonferenčný zborník vedeckých prác Podpora podnikateľských paradigiem vo vyučovacom procese na stredných odborných školách ekonomického zamerania v SR. Bratislava: Vyd. EKONÓM.
- MAJDÚCHOVÁ, H. – NEUMANNOVÁ, A., 2006: Podnik a podnikanie. Bratislava: Sprint vfra.
- MONTOUSSE, M. – RENOUARD, G., 2005: Přehled sociologie. Praha: Portál, s. r. o.
- Národný štandard finančnej gramotnosti verzia 1.0. Bratislava: Ministerstvo školstva SR, Ministerstvo financií SR. 2008, s. 4-6. [cit. 2013-05-25]. Dostupné na internete [online] <http://www.mpc-edu.sk/library/files/narodny_standard.pdf>.
- ORBÁNOVÁ, D., 2011: Finančná gramotnosť na základných a stredných školách. In: Finančná gramotnosť ako súčasť ekonomického vzdelávania. Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie. Bratislava: KPG, NHF EU v Bratislave.
- PILKOVÁ, A. a kol. 2012: Podnikanie na Slovensku: vysoká aktivita, nízke rozvojové aspirácie. Bratislava: Univerzita Komenského Bratislava, Fakulta managementu.
- PLÁVKOVÁ, O., 2009: Kapitoly z hospodárskej sociológie. Bratislava: Vyd. EKONÓM.
- RIEVAJOVÁ, E. – KLIMKO, R., 2013: Globálna kríza a nezamestnanosť v podmienkach EÚ. In: Nové výzvy pre sociálnu politiku a globálny trh práce. Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie. Bratislava: NHF EU v Bratislave.
- SBA. 2007: Prieskum finančnej gramotnosti. Bratislava: Slovenská banková asociácia. 2007, s. 5- 6. [cit. 2013-05-12]. Dostupné na internete [online] <http://www.sbaonline.sk/files/subory/analyzy/verejne/fingram-IFIG.pdf>.
- SEN, A., 1992: Inequality Reexamined. New York: Russel Sage Foundation and Oxford: Clarendon Press.
- SCHENK, J., 2011: Tri princípy teoretického zakotvenia nelineárnych dynamických systémov: autopoiesis, stávanie a autokinéza. In: Sociológia, 43, 5, s. 463-494.
- SIVÁK, R. a kol., 2011: Slovník znalostnej ekonomiky. Bratislava: Vyd. SPRINT dva.

- Správa o stave malého a stredného podnikania v Slovenskej republike v roku 2011. Bratislava: Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania. 2012.
- SRPOVÁ, J. – ŘEHOŘ, V. a kol., 2010: Základy podnikání. Praha: Grada Publishing.
- ŠUMECZ, R., 2013: Behaviorálna ekonómia a financie 1: Úvod. [cit. 2013-05-10]. Dostupné na internete [online] <<http://behavioralnaekonomia.blogspot.sk/2012/04/behavioralna-ekonomia-financie-1-uvod.html>>.
- VARADZIN, F. a kol., 2011: Sociální a ekonomická rizika soudobého vývoje. Praha: Kamil Mařík – Professional Publishing.
- VEBER, J. – SRPOVÁ, J. a kol., 2008: Podnikání malé a střední firmy. Praha: Grada Publishing, a. s.
- VELICHOVÁ, L., 2012: Podnikateľské vzdelávanie – Podpora podnikavosti a tvorba podnikateľských projektov. Bratislava: Vyd. EKONÓM.