



XXII. MEZINÁRODNÍ KOLOKVIUM O REGIONÁLNÍCH  
VĚDÁCH. SBORNÍK PŘÍSPĚVKŮ

22<sup>ND</sup> INTERNATIONAL COLLOQUIUM ON REGIONAL  
SCIENCES. CONFERENCE PROCEEDINGS

Place: Velké Bílovice (Czech Republic)  
June 12-16, 2019

Publisher: Masarykova univerzita (Masaryk University Press), Brno

**Edited by:**

Viktorie KLÍMOVÁ

Vladimír ŽÍTEK

(Masarykova univerzita / Masaryk University, Czech Republic)

**Vzor citace / Citation example:**

AUTOR, A. Název článku. In Klímová, V., Žítek, V. (eds.) *XXII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků*. Brno: Masarykova univerzita, 2019. s. 1–5. ISBN 978-80-210-9268-6. DOI.

AUTHOR, A. Title of paper. In Klímová, V., Žítek, V. (eds.) *22<sup>nd</sup> International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Brno: Masaryk University Press, 2019. pp. 1–5. ISBN 978-80-210-9268-6. DOI.

*Publikace neprošla jazykovou úpravou. / Publication is not a subject of language check.*

*Za správnost obsahu a originalitu výzkumu zodpovídají autoři. / Authors are fully responsible for the content and originality of the articles.*

© 2019 Masarykova univerzita  
ISBN 978-80-210-9268-6 (online : pdf)

DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-9268-2019-24

**ČO OVPLYVŇUJE PODNIKATEL'SKÉ ZÁMERY  
MATURANTOV POCHÁDZAJÍCICH Z MESTA A Z VIDIEKA?****What influences entrepreneurial intentions of high-school  
graduates from city and countryside?****STANISLAV KOLOŠTA****GABRIELA NEDELOVÁ****FILIP FLAŠKA****JANA HRONCOVÁ VICIANOVÁ**

*Katedra verejnej ekonomiky a regionálneho rozvoja* | *Depart. of Public Economy and Regional Development*  
*Ekonomická fakulta* | *Faculty of Economics*  
*Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici* | *Matej Bel University in Banská Bystrica*  
*☒ Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, Slovak Republic*  
E-mail: stanislav.kolosta@umb.sk, gabriela.nedelova@umb.sk, filip.flaska@umb.sk, jana.vicianova@umb.sk

**Anotace**

Cieľom článku je vysvetliť spoločné a rozdielne črty v podnikateľskom vzdelávaní, individuálnych a kontextuálnych faktorov ako premenných vysvetľujúcich podnikateľské zámery (PZ) mládeže, ktorá pochádza z dvoch rôznych prostredí - mesta a dediny. Údaje boli zbierané v dvoch kolách dobrovoľných anonymných elektronických prieskumov medzi maturantmi na stredných školách. Použili sme metódu hlavných komponentov a regresnú analýzu. Z výsledkov vyplýva, že mladí Slováci z prevažne vidieckych regiónov majú pomerne vysokú úroveň PZ, zdá sa však, že im chýbajú dostatočné podnikateľské znalosti, ktoré im pomôžu lepšie čeliť náročným podmienkam v reálnej ekonomike; to naznačuje oblasti, ktoré by bolo vhodné zlepšiť v rámci vzdelávacieho procesu na stredných školách. Liderstvo, autonómia a proaktívna osobnosť ako kariérne kotvy s podporou rodiny a priateľov sú hlavnými faktormi, ktoré vysvetľujú PZ medzi mládežou vyrastajúcou v slovenských mestách a dedinách.

**Klíčová slova**

podnikateľské zámery, faktory, mládež, podnikanie

**Annotation**

The aim of this study is to explain common and different traits in entrepreneurial education, individual and contextual factors as variables explaining entrepreneurial intentions (EI) of youth growing in two different environments – city and village. We are also investigating, if young people are willing to start their carrier in place of their birth. Data were collected in two rounds of voluntary anonymous electronic surveys among students finishing their high-school studies. We have applied principal component and regression analysis. Results show that young Slovaks from predominately rural regions have quite high EI, but it seems that they lack sufficient entrepreneurial knowledge to help them to be able to face the challenging conditions in the real economy; therefore higher quality of education processes focused on entrepreneurship at Slovak high schools is needed. Leadership, autonomy and proactive personality as career anchors and perceived support from family and friends are major factors explaining EI among youth growing up in Slovak cities and villages.

**Key words**

Entrepreneurial intentions, factors, youth, entrepreneurship

**JEL classification:** R1, J2, M2

## 1. Úvod

Vlády a miestne komunity na celom svete uznali, že kľúčom k budovaniu prosperity a stimuláciou regionálneho rastu je podpora podnikania medzi ľuďmi, najmä mládežou (Sharma, Madan, 2014). Vysoký stupeň podnikania je potrebný na vytvorenie nových a alternatívnych pracovných miest a na zabránenie nadmernej migrácii obyvateľstva z menej rozvinutých regiónov. Podpora podnikania je tiež dôležitou súčasťou vnútroštátnych politík, ktoré sa zaoberajú regionálnym rozvojom a vzdelávaním v oblasti podnikania. Iniciatívy EÚ "Mládež v pohybe" a "Program pre nové zručnosti a nové pracovné miesta" sú zamerané na rozvíjanie potenciálu mladých ľudí a tiež kladú mladých ľudí do centra tohto rámcového programu EÚ. Údaje z Informačného centra Slovenskej republiky o vede a technike ukázali, že v roku 2016 55% študentov stredných škôl na Slovensku neabsolvovalo vysokoškolské štúdium. Títo študenti nemajú príležitosť zapojiť sa do programov vysokoškolského podnikateľského vzdelávania. To bol dôvod prešetrovania vzťahu medzi podnikateľskými zámermi (PZ) a účasťou na podnikateľských kurzoch a odbornej príprave študentov stredných škôl v maturitnom ročníku štúdia. Okrem toho, našim zámerom bolo získať hlbší pohľad do hnacích síl ovplyvňujúcich PZ medzi slovenskou mládežou.

## 2. Cieľ a metodika

Táto štúdia má za cieľ vysvetliť spoločné a rozdielne črty v podnikateľskom vzdelávaní mladých ľudí, spolu s individuálnymi a kontextuálnymi faktormi ako premennými vysvetľujúcimi PZ mládeže, ktorá vyrastá v dvoch rôznych prostrediach - mesto a dedina. Tiež skúmame, či sú mladí ľudia ochotní začať podnikat' v mieste svojho narodenia. Môžeme nájsť niektoré štúdie zamerané na prešetrovanie faktorov vplyvujúcich na PZ ľudí žijúcich vo vidieckych oblastiach (napr. Bao, Peng, 2016, Elert, N. a kol., 2015, Altinay a kol., 2012), ale zriedka natrafíme na štúdie zamerané na PZ mládeže z prevažne vidieckych oblastí v poslednom roku stredoškolského štúdia (napr. Nesse a kol., 2015); je to obdobie, kedy mladí ľudia premýšľajú a rozhodujú sa o svojich budúcich perspektívach, kedy PZ môžu byť rozhodujúce pre začatie vlastného podnikania alebo kedy faktory ovplyvňujúce PZ môžu ovplyvniť ich ďalšie štúdium. Zistenia, ktoré vysvetľujú podnikateľské vzdelávanie vo vzťahu k PZ, by mohli slúžiť ako jeden z vhodných podkladov na možné budúce zmeny pri zlepšovaní rôznych foriem podnikateľského vzdelávania mladých ľudí na Slovensku.

Vývoj a zázemie PZ obsiahlo zosumarizovali Fayolle a Liñán (2014) pričom za východisko býva považovaná teória plánovaného správania (Ajzen, 1991; Krueger et al., 1993). Podnikanie je potrebné chápať ako proces a výskumníci našli dve hlavné skupiny faktorov, ktoré majú vplyv na naštartovanie tohto procesu: kontextuálne a individuálne faktory (Mazzarol a kol., 1999). V tomto článku sa pozrieme na dve hlavné skupiny kontextuálnych faktorov: kultúrny a sociálny kapitál. Z individuálnych faktorov sa zameriame na pohlavie, kariérne kotvy, proaktívnu osobnosť, geografický pôvod – mesto, vidiek a podnikateľské vzdelávanie a tréning. Podrobnejšiu charakteristiku jednotlivých premenných uvádza štúdia Kološta, Flaška (2018).

### Obr. 1: Teoretický model štúdie



Teoretický model tejto štúdie je znázornený na obrázku 1. Integrovaný kultúrny kapitál možno považovať za výsledok individuálneho socializačného procesu (dlhodobé rozvíjané vedomosti či postoje). Zaráďujeme sem aj vplyv rodičov ako vzorov, čo zvyčajne má vplyv aj na PZ ich potomkov. Sociálny kapitál (Field, 2003) je úzko prepojený na sociálne siete a siete kontaktov (známi, priatelia). Kariérne kotvy sú definované Scheinom (1990) ako kombinácia vnímaných kompetencií, motívov a hodnôt, ktorých sa človek nevzdá. Je to tiež zrkadlo vnímania samých seba. Na základe predošlých štúdií (Timmons a Spinelli, 2003; Schein 1975) budeme považovať za kariérne kotvy v preferenciách mládeže: líderstvo, autonómiu, tvorivosť, bezpečnosť, a vedecko-technickú špecializáciu. Proaktívnu osobnosť definovali Bateman a Crant (1993) ako koncept relatívne stabilných tendencií

pri meniacom sa prostredí. Proaktívni ľudia nevinia okolnosti či podmienky, rozhodujú sa na základe hodnôt. Tento ukazovateľ bude tvoriť poslednú skupinu premenných, skúmaných vo vzťahu k PZ mládeže. Premenné sme konštruovali na základe odpovedí dotazníkového prieskumu rovnakým spôsobom ako Nesse a kol. (2015).

Údaje boli zhromaždené v dvoch kolách dobrovoľných anonymných elektronických prieskumov medzi študentmi, ktorí dokončili štúdium na stredných školách - celkovo sme zozbierali odpovede od 537 respondentov (študenti, ktorí dokončili štúdium na strednej škole v máji 2016 - 251 odpovedí a študenti končiaci v máji 2017 - 286 odpovedí). Google dotazníky boli distribuované medzi poslednými ročníkmi stredných škôl prostredníctvom e-mailu v škole alebo poskytnutím internetovej stránky školy s odkazom na dotazník. Študenti mohli vyplniť dotazníky počas hodín informatiky alebo doma. Nasledujúce postupy boli aplikované na celú vzorku (Spolu); Potom sme rozdelili respondentov do dvoch vzoriek: tých, ktorí vyrastajú v mestách (Mesto) a tých, ktorí vyrastajú v dedinách (Dedina). Počas konštrukcie premenných a otázok v dotazníkovom prieskume sme zachovali rovnaký postup ako v nórskej štúdiu autorov Nesse a kol. (2015).

Závislú premennú Podnikateľské zámery (PZ) sme skonštruovali z 5 položiek rovnako ako Nesse et al. (2015) - stupnica od 1 "silne súhlasím" s 5 "nesúhlasím". Vykonali sme analýzu hlavných komponentov PCA, aby sme skontrolovali, či by bolo vhodné popísať súbor piatich korelovaných premenných z hľadiska jednej alebo viacerých latentných premenných (faktorov). Okrem toho sme odhadli Cronbachovu alfa, ktorá je ukazovateľom vnútornej konzistencie (spolahlivosti) latentnej premennej; Test ukázal, že je vhodné agregovať päť zložiek na jednu premennú PZ. Cronbachova alfa pre celý súbor bola 0,764 (mestská rezidencia 0,731, vidiecka rezidencia 0,794) pričom položky majú zaťaženie od 54,7% do 81,6% toho istého faktora. PZ môžeme považovať za indikátor včasnej fázy zámeru založiť podnik, z dôvodu absencie informácií o tom, či respondenti zmenili svoje zámery začať s podnikaním aj na kroky vedúce k začatiu podnikania. PZ je spoľahlivým prediktorom podnikateľského správania, pretože je ťažké merať samotné podnikateľské správanie (Wu, 2010).

Mnoho štúdií skúmalo množstvo faktorov ovplyvňujúcich úmysly jednotlivcov začať podnikat' s využitím hlavne regresných metód (napr., Krueger et al., 2000, Shirokova, Osiyevskyy, Bogatyreva 2016; Esfandiar a kol., 2017; Bacq, Alt, 2018). Metódu OLS sme použili v regresnom modeli, čo nám poskytlo hlbší pohľad na hnacie sily vplývajúce na PZ medzi slovenskou mládežou v troch vidieckych regiónoch – Banskobystrickom, Prešovskom a Žilinskom. Skúmali sme faktory, ktoré ovplyvňovali PZ mládeže v troch variantoch: v celej vzorke (Spolu), vo vzorke respondentov vyrastajúcich v mestách (Mesto) a tých, ktorí vyrastali v dedinách (Dedina).

### 3. Výsledky a diskusia

Celkové zloženie respondentov podľa pohlavia bolo 76,2% dievčat a 23,8% chlapcov. Z celkového počtu odpovedí PZ študentov bolo pozitívnych 55,4% (súčet piatich položiek tvoriacich závislú premennú PZ sa pohyboval v rozmedzí od 5 do 10 = vysoký stupeň; súčet hodnôt 1 a 2 ako je uvedené v tabuľke 1). Vyššie PZ mali študenti z mesta (59,62%) v porovnaní so študentmi z dediny (51,92%).

V tabuľke 1 sú zahrnuté percentuálne podiely kladných odpovedí nezávislých premenných zložených z kontextuálnych a individuálnych faktorov. Medzi variantmi neexistujú žiadne veľké rozdiely. Za najdôležitejšie medzi slovenskou mládežou možno považovať autonómiu a bezpečnosť, ktoré patria k individuálnym faktorom. Viac ako 70% respondentov považuje kreativitu za dôležitú, ale zdá sa, že táto premenná nemá vplyv na PZ mládeže (výsledky v tabuľke 1 v časti OLS). Sociálny kapitál vo forme podpory rodiny a priateľov sa zdá byť veľmi dôležitý pre slovenskú mládež, ktorá pochádza zo skúmaných 3 vidieckych regiónov. Pozitívne reakcie na proaktívnu osobnosť a líderstvo nedosiahli vysoké skóre, ale ako vyplýva z výsledkov regresie v tabuľke 1, obe tieto premenné majú významný vplyv na PZ mládeže.

V tabuľke 1 (časť OLS) sú uvedené výsledky všetkých troch regresných modelov, kde sme skúmali význam faktorov ovplyvňujúcich PZ slovenskej mládeže. Všetky modely boli štatisticky významné ( $p < 0,001$ ). Regresný model pre maturantov z dediny mal celkovú vysvetľujúcu silu 55,3%; z miest 42,8%; všetci respondenti 43,8%. Môžeme nájsť rozdiely vo výsledkoch pre študentov žijúcich na dedine a tých, ktorí žijú v mestách. Z kontextuálnych faktorov sa zdá, že len podpora rodiny a priateľov je spoločným faktorom, ktorý pozitívne ovplyvňuje PZ maturantov žijúcich v meste aj dedine. Na PZ študentov z dedín majú výrazne pozitívny vplyv premenné kultúrneho a sociálneho kapitálu v podobe samostatne zárobkovo činných rodičov a priateľov, ktorí vlastnia podnik; toto však neplatí pre študentov žijúcich v mestách.

**Tab. 1: Nezávislé premenné - % pozitívnych odpovedí (hodnota 1 a 2) a Výsledky regresných modelov OLS – závislá premenná PZ**

	% pozitívnych odpovedí			OLS		
	<i>Spolu</i>	<i>Mesto</i>	<i>Dedina</i>	<i>Spolu</i>	<i>Mesto</i>	<i>Dedina</i>
Konštanta	-	-	-	Est. $\beta^a$	Est. $\beta^a$	Est. $\beta^a$
	-	-	-	-1.734***	-1.562***	-2.097***
	-	-	-	Est. $\beta^b$	Est. $\beta^b$	Est. $\beta^b$
<i>Rodičia podnikatelia</i>	40.8%	41.2%	40.3%	0.043	0.004	0.148**
<i>Iní príbuzný ako podnikatelia</i>	53.0%	50.4%	55.9%	-0.002	-0.034	0.045
<i>Priatelia podnikatelia</i>	47.6%	44.5%	51.0%	0.114**	-0.047	0.24***
<i>Iní ľudia podnikatelia</i>	87.9%	85.8%	90.1%	0.09*	0.182**	-0.073
<i>Podpora od rodiny a priateľov</i>	74.7%	78.3%	70.8%	0.255***	0.258***	0.237***
<i>Pohlavie (dievčatá)</i>	76.2%	75.2%	77.4%	-0.067	-0.019	-0.12
<i>Líderstvo</i>	46.7%	51.3%	41.7%	0.195***	0.344***	0.137*
<i>Autonómia</i>	91.8%	93.0%	90.5%	0.107**	0.14*	0.031
<i>Kreativita</i>	78.0%	79.9%	75.9%	0.082	0.039	0.12
<i>Bezpečnosť</i>	97.2%	96.9%	97.5%	-0.044	-0.095	0.053
<i>Záujem o techniku</i>	21.7%	20.4%	23.2%	0.023	-0.026	0.039
<i>Záujem o univerzitné štúdium</i>	66.5%	66.2%	66.8%	-0.09*	-0.148**	-0.012
<i>Proaktívna osobnosť</i>	30.8%	31.2%	30.4%	0.06***	0.185**	0.258***
<i>Ochota začať podnikáť v mieste narodenia</i>	32.0%	32.7%	31.3%	-0.013	-0.06	0.084
<i>Podnikateľské vzdelávanie</i>	16.9%	18.6%	15.0%	0.048	0.085	0.057
<i>Podnikateľský tréning</i>	45.0%	43.3%	46.9%	0.074	0.044	0.122*
<i>Študenti z dediny</i>	46.20%	-	-	-	-	-
$R^2$	-	-	-	0.438	0.428	0.553
Valid N	-	-	-	537	289	248
ANOVA F	-	-	-	12.357***	6.499***	8.972***

<sup>a</sup> Unstandardized <sup>b</sup> Standardized; \*  $p < 0.1$ ; \*\*  $p < 0.05$ ; \*\*\*  $p < 0.01$

Zdroj: vlastné spracovanie

Z individuálnych faktorov, ktoré ovplyvňujú PZ výrazne pozitívne, môžeme spomenúť líderstvo (silnejšie pre študentov z miest) a proaktívnu osobnosť (silnejšia pre študentov z dedín). Pokiaľ ide o túžbu po autonómii, zdá sa, že má pozitívny významný vplyv na PZ študentov, ktorí žijú v mestách, avšak neplatí to pre tých študentov, ktorí žijú v dedinách. PZ slovenskej vidieckej mládeže budú významne závisieť od kariérnych kotiev zameraných na samostatnú zárobkovú činnosť, ako sú líderstvo, proaktívna osobnosť a autonómia. Líderstvo spolu s túžbou byť samostatným prostredníctvom podnikania, môžu zmeniť pozíciu na trhu práce z podriadeného pracovníka v rámci hierarchických štruktúr na „seba-riadiaceho“, čo zdá sa, je významný faktor podnecujúci slovenskú mládež k zámerom naštartovania vlastného podnikania. Zanedbateľná súvislosť medzi kreativitou a PZ mládeže je pravdepodobne spôsobená „nevyhnutnosťou poháňanými“ PZ, kde finančné motívy pre samostatnú zárobkovú činnosť dominujú individuálnym záujmom a preferenciám - zdá sa, že toto je najpodstatnejší rozdiel medzi našimi výsledkami a rovnakým typom štúdie uskutočnenej v Nórsku (Nese et al., 2015), kde nórski študenti uviedli ako podstatný faktor výberu zamestnania to, čo ich naplňa a nie výšku platového ohodnotenia. Zdá sa, že akademické záujmy majú negatívny vplyv na PZ študentov, najmä tých, ktorí žijú v mestách, kde je viac príležitostí nájsť si prácu vyžadujúcu vysokoškolské vzdelanie a teda ich to môže menej stimulovať k zámerom začať samostatne podnikáť. Podľa Ústredia práce, sociálnych vecí a rodiny do roku 2021 bude priemyselné odvetvie na Slovensku potrebovať viac ako 350 000 nových zamestnancov (UPSVAR, 2016). Na trhu práce je však potrebná technicky kvalifikovaná pracovná sila a zatiaľ čo slovenská ekonomika je zameraná na priemyselné odvetvia, mladí ľudia nepovažujú technické záujmy za dôležité vo vzťahu k ich PZ a možným budúcim obchodným príležitostiam v týchto odvetviach – táto oblasť si už teraz vyžaduje zvýšenú pozornosť.

Podnikateľské vzdelávanie v súčasnej podobe nemá vplyv na PZ mládeže. Podnikateľský tréning má pozitívny vplyv na PZ - významné len pre študentov žijúcich v dedinách na 10% hladine významnosti. Dôvodom môže byť to, že v poľnohospodárskych oblastiach existuje priestor na vytváranie nových podnikov v tomto sektore. Napriek tomu naše výsledky ukázali, že vnímanie podnikateľského vzdelávania slovenskými maturantmi je v súčasnej podobe nepostačujúce pre skutočné podnikanie. Mladí Slováci majú pomerne vysokú úroveň PZ, ale zdá sa, že nemajú dostatočné podnikateľské znalosti, ktoré im pomôžu lepšie čeliť náročným podmienkam v reálnej ekonomike. Tento výsledok by preto mal podporiť hlbšie preskúmanie vnútorného obsahu a štruktúry podnikateľského vzdelávania a odbornej prípravy mládeže v stredoškolskom vzdelávaní, a to aspoň vo vidieckych oblastiach s vysokou mierou nezamestnanosti medzi mladými ľuďmi. Zlepšenia by sa dali dosiahnuť viacerými

iniciativami škôl a učiteľov napr. v rámci praktického programu „JA firma“ (mladé podnikateľské talenty), kde niektoré študentské firmy dosiahli medzinárodné uznanie.

#### 4. Záver

Líderstvo, autonómia a proaktívna osobnosť ako kariérne kotvy a vnímaná podpora rodiny a priateľov sú hlavnými faktormi, ktoré vplývajú na PZ maturantov v Banskobystrickom, Žilinskom a Prešovskom kraji. Z dôvodu vyššej nezamestnanosti a nižších miezd v porovnaní s príjmami zo samostatnej zárobkovej činnosti sa zdá, že PZ maturantov budú preto vo veľkej miere závisieť od kariérnych kotiev zameraných na samostatnú zárobkovú činnosť a v menšej miere od účasti študentov na súčasných podnikateľských vzdelávacích a školiacich programoch.

Na mnohých slovenských stredných školách je povinná účasť na podnikateľských školiacich programoch/tréningoch. Mnoho slovenských trénerov a učiteľov v týchto programoch sa narodilo a vyrastalo počas komunistického režimu, ktorý bol charakterizovaný nízkou podnikateľskou aktivitou, čo môže ovplyvniť ich mentorské schopnosti. Naše výsledky pre tvorcov politiky vzdelávania naznačujú, že budovanie vodcovských ambícií spolu s budovaním túžby po autonómii, tvorivosti a technických záujmoch by malo byť posilnené v rámci vzdelávacieho procesu. Techniky v rámci podnikateľského vzdelávania môžu zahŕňať tvorivé zručnosti v oblasti obchodného myslenia, tímovej práce, ako riadiť start-up, návštevy prosperujúcich podnikateľských projektov, praktické podnikateľské riešenie problémov, stretnutia s úspešnými podnikateľmi a širšie aktívne vzdelávanie (Esfandiar a kol., 2017).

Tvorcovia politiky vzdelávania môžu využiť a implementovať naše zistenia v rámci úsilia o zvýšenie podnikateľskej aktivity ako nástroja na zníženie nezamestnanosti mládeže a následného odchodu mladých ľudí z vidieckych regiónov. Znalosti o PZ implementované vo vzdelávacom procese sa veľmi pravdepodobne premietnu do vyššej kvality ľudského kapitálu ako kľúčového faktora rastu a konkurencieschopnosti národného hospodárstva. Bolo by tiež užitočné získať viac štúdií o rôznych prístupoch k vzdelávaniu v oblasti podnikania a ich vplyve na PZ a podnikateľskú činnosť mládeže s osobitným zameraním na mestské a vidiecke oblasti. Budúci výskum môže spojiť naše zistenia s konkrétnymi metódami v rámci podnikateľského vzdelávania. Vyšetrovanie faktorov vedúcich k podnikateľskej činnosti mládeže Slovenska by mohlo pomôcť zlepšiť podnikateľské vzdelávanie a odbornú prípravu mladých ľudí.

#### Literatúra

- [1] AJZEN, I., (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no. 2, pp. 179–211. ISSN 0749-5978. DOI 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- [2] ALTINAY, L. a kol., (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 31, pp. 489–499. ISSN 0278-4319. DOI 10.1016/j.ijhm.2011.07.007.
- [3] BACQ, S., ALT, E., (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, vol. 33, no. 3, pp. 333-350 DOI 10.1016/j.jbusvent.2018.01.004.
- [4] BAO, H., PENG, Y., (2016). Effect of land expropriation on land-lost farmers' entrepreneurial action: A case study of Zhejiang Province. *Habitat International*, vol. 53, pp. 342-349. ISSN 0197-3975. DOI 10.1016/j.habitatint.2015.12.008.
- [5] ELERT, N., a kol., (2015). The impact of entrepreneurship education in high school on long-term entrepreneurial performance. *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 111, pp. 209–223. ISSN 0167-2681. DOI 10.1016/j.jebo.2014.12.020.
- [6] ESFANDIAR, K., a kol., (2017). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, vol. 94, pp. 172-182. ISSN 0148-2963. DOI 10.1016/j.jbusres.2017.10.045.
- [7] FAYOLLE, A., LIÑÁN, F., (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, vol. 67, pp. 663–666. ISSN 0148-2963. DOI 10.1016/j.jbusres.2013.11.024.
- [8] KRUEGER, N. F., a kol., (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, vol. 15, pp. 411–432. ISSN 0883-9026. DOI 10.1016/S0883-9026(98)00033-0.
- [9] KOLOŠTA, S., FLAŠKA, F., (2018). Čo ovplyvňuje podnikateľské zámery maturantov vo vidieckych regiónoch? In *XXI. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků*. Brno: Masarykova univerzita, pp. 171-175. ISBN 978-80-210-8969-3. DOI 10.5817/CZ.MUNI.P210-8970-2018-21.
- [10] MAZZAROL T., a kol., (1999), "Factors influencing small business start-ups. A comparison with previous research", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 5, no. 2, pp. 48-63. ISSN 1355-2554. DOI 10.1108/13552559910274499.

- [11] NESSE, J.G., a kol., (2015). Entrepreneurial Intentions among Youth in Rural Areas: Regional Differences and Changes over Time. *Proceedings of the 12th International Conference on Enterprise Systems, Accounting and Logistics* (12th ICESAL), pp. 86-107.
- [12] SHARMA, L., MADAN, P., (2014). Effect of individual factors on youth entrepreneurship – a study of Uttarakhand state, India. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, vol. 2, no. 3, pp. 1-17. DOI 10.1186/2251-7316-2-3.
- [13] SHIROKOVA, G., a kol., (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, vol. 34, no. 4, pp. 386-399. ISSN 0263-2373. DOI 10.1016/j.emj.2015.12.007.
- [14] UPSVAR. (2016). Medium-term forecast of the needs of the labor market to 2021. [online]. [cit. 12.1.2019]. Dostupné z: [http://www.upsvar.sk/buxus/docs/statistic/NP\\_prognozy/Strednodoba\\_prognoza\\_potrieb\\_trhu\\_prace\\_do\\_roku\\_2021.pdf](http://www.upsvar.sk/buxus/docs/statistic/NP_prognozy/Strednodoba_prognoza_potrieb_trhu_prace_do_roku_2021.pdf).
- [15] WU, J., (2010). The impact of corporate supplier diversity programs on corporate purchasers' intention to purchase from women-owned enterprises: An empirical test. *Business & Society*, vol. 49, no. 2, pp. 359–380. DOI 10.1177/0007650309360759.

***Příspěvek byl zpracován v rámci grantu VEGA 1/0651/17 Koncipovanie inovatívneho synergického modelu spoločensky zodpovedného podnikania ako perspektíva uplatňovania zodpovedného podnikania v malých a stredných podnikoch.***