

POHLADY A POSTOJE ABSOLVENTOV VYSOKÝCH ŠKÔL VÝCHODOSLOVENSKEHO REGIÓNU NA ICH BUDÚCE ZAMESTNANIE

VISIONS AND ATTITUDES OF UNIVERSITY GRADUATES IN EASTERN SLOVAKIA TO THEIR FUTURE EMPLOYMENT

Romana Hricová – Renáta Madzinová

Abstract

The article is aimed at young people who change as well as the environment in which they grow up, educate and work. Today's young generation is naturally different than their parents' generation and it is reflected in all areas of their lives. The generation, known as the Z generation, grows along with modern technologies. Preschool children can work with a tablet, mobile phone or computer before they learn to read. Generation Z also has a different perspective on their future employment. Their goal is not to get a stable job, but a job that will fulfill, entertain and engage them. And this is usually the work associated with modern technology. The aim of the article is to analyze the process of selection and decision-making of young people in choosing their future profession in the context of demographic changes. The analysis was carried out on the basis of a quantitative survey by a questionnaire, which was surveyed ideas of graduates of technical, economic and humanities in the Eastern Slovakia region. The interest of entrepreneurship was monitored on the one hand and the basic motives for choosing a profession on the other. The results of the research also showed interesting differences in opinions and attitudes about the future of young people from business and non-business families.

Key words: graduate, generation Z, employment, business

JEL Code: J24, J62

Abstrakt

Článok je zameraný na mladých ľudí, ktorí sa menia rovnako ako sa mení prostredie, v ktorom vyrastajú, vzdelávajú sa a v ktorom budú pracovať. Dnešná mladá generácia je prirodzene iná, ako bola generácia ich rodičov a odráža sa to vo všetkých oblastiach ich života. Generácia, ktorá sa označuje ako generácia Z vyrastá spolu s modernými technológiami. Deti predškolského veku vedia pracovať s tabletom, mobilným telefónom

alebo počítačom ešte predtým, ako sa naučia čítať. Generácia Z má tiež iný pohľad na ich budúce zaradenie do pracovného procesu. Ich cieľom nie je získať stabilnú prácu ale prácu, ktorá ich bude naplňovať, baviť a zaujímať. A to je obvykle práca spojená s modernými technológiami. Cieľom článku je v kontexte demografických zmien analyzovať proces výberu a rozhodovania mladých ľudí pri výbere ich budúceho povolania. Analýza bola vykonaná na základe kvantitatívneho zisťovania dotazníkovou formou, ktorou boli zisťované predstavy absolventov vysokých škôl technického, ekonomického a humanitného smeru v regióne východného Slovenska. Sledovaný bol na jednej strane záujem o podnikanie a na strane druhej základné motívy pre výber povolania. Výsledky výskumu tiež poukázali na zaujímavé rozdiely v názoroch a postojoch o budúcnosti mladých ľudí z podnikateľských a nepodnikateľských rodín.

Kľúčové slová: absolvent, generácia Z, zamestnanie, podnikanie

JEL Code: J24, J62

Úvod

Tak, ako sa mení doba, menia sa aj ľudia. Generačné skupiny sa vyznačujú odlišným spôsobom života a rôznymi skúsenosťami, ktoré vedú k zmenám v ich postojoch a hodnotách (Parment, 2012). Iné sociálne a technické prostredie, v ktorom žili rodičia pred 20. – 30. rokmi a prostredie, v ktorom žijú ich deti dnes mení nielen mladých ľudí ako takých, ale aj ich pracovné návyky, prístup k práci a celkovo prístup k životu. Každá generácia sa tak vyznačuje inými názormi, čo súvisí na jednej strane s významnými dejinnými udalosťami (u nás napríklad roky 1968, komunizmus, 1989, „divoké 90.roky“, otvorenie hraníc, vstup do EÚ...), na strane druhej s rýchlo sa rozvíjajúcou technikou a technológiami, ktoré síce život uľahčujú, ale zároveň kladú vyššie nároky na ich zvládnutie.

Už nástup generácie Y, ktorá neskôr dostala označenie aj Millennials, predznamenal výrazné zmeny v zmýšľaní mladých ľudí. Aj keď sa jednotlivé charakteristiky Generácie Y líšia v závislosti od sociálneho a ekonomického stavu jednotlivých regiónov a zdroje nie sú jednotné v presne zadefinovanom časovom úseku, dajú sa do tejto generácie zaradiť tí, ktorí sa narodili v rokoch 1980 – 1995. (Bennet et al., 2012). Bruce Horovitz v roku 2012 pripustil, že termín „**Millennials**“ je presnejší ako „Gen Y“. (Horovitz, 2012) Každopádne ide o prvú generáciu s veľmi priaznivým postojom ku komunikácii, médiám a digitálnymi technológiami (Vojvodic, Matic, 2015) a tiež vo väčšej časti sveta bola ich výchova poznačená zvýšeným liberálnym prístupom k politike a ekonomike. Avšak táto generácia bola najviac zasiahnutá

veľkou ekonomickou krízou, ktorá prepukla v roku 2007, pretože ju zasiahla v najväčšom rozsahu. V mnohých európskych krajinách spôsobila u Millennialov historicky najvyššiu úroveň nezamestnanosti.

Pozitívny vzťah k moderným technológiám ešte viac prehĺbila nastupujúca generácia, ktorá sa označuje aj ako **generácia Z**. Presné časové ohraničenie tejto generácie tiež nie je stanovené, ale najčastejšie sa používajú na vymedzenie roky narodenia 1996 až 2009. Postupne sa ujali aj iné označenia pre túto generáciu, napríklad iGeneration, Gen Tech, Gen Wii, Net Gen alebo Post-Millennial. Každopádne ako generácia Y, tak aj generácia Z nikdy nepoznali svet bez internetu a sociálnych sietí. (Bolton et al., 2013) To všetko má vplyv na ich učenie, prístup k vzdelávaniu, budúce predstavy a hlavne uplatnenie na trhu práce, na ktorý vstupujú prví absolventi stredných a vysokých škôl patriacich do generácie Y alebo Z.

Už dnes je možné identifikovať **silné stránky** tejto generácie, ktoré sú spojené najmä s informačno-komunikačnými technológiami. Nevyvrátiteľnou **prednosťou** je technologická vyspelosť ľudí patriacich do generácie Z. Na sieťach vytvárajú svoje sociálne kontakty a vzťahy a úlohy riešia najmä prostredníctvom informačných a komunikačných technológií (IKT). Dokážu spolupracovať s inými ľuďmi a svoje zážitky a život zdieľajú spolu s inými ľuďmi v podstate z celého sveta, vďaka čomu sú aj jazykovo zdatnejší (hlavne v anglickom jazyku), než predchádzajúce generácie. Väčšina z generácie Z pracuje na viacerých úlohách naraz, lebo riešenie jednej úlohy im pripadá nudné.

Na strane druhej aj ich **negatívne** stránky sú spojené s IKT. Tak ako je táto generácia schopná komunikovať prostredníctvom PC, tabletu alebo mobilu s kýmkoľvek a kdekoľvek, tak majú problém s fyzickou interakciou a často majú problémy s komunikáciou face-to-face. Rovnako už teraz majú problémy s gramatikou a spisovným jazykom. Keďže sú zvyknutí pracovať v kolektíve, s podporou alebo usmerňovaním rodiča, pedagóga či kamaráta, môžu mať problémy s vlastným názorom a samostatným rozhodovaním. Rovnako sa v tejto generácii častejšie vyskytujú rôzne typy psychických problémov, ktoré sú spojené so stresovými podmienkami, v ktorých vyrastali (útok na dvojčiky v USA, globálna finančná kríza, teroristické útoky). Menšej psychickej odolnosti napomohli aj rodičia, ktorí vo veľkej miere riešili problémy detí a tým ich priviedli k tomu, že s problémami, ktoré na nich ako na dospelých čakajú, sa nebudú vedieť vyrovnáť.

Uvedené negatíva aj pozitíva sa už dnes prejavujú v školskom systéme, ktorý na generáciu Y nebol pripravený a s generáciou Z začína spolupracovať a hľadá nové, vhodnejšie metódy vzdelávania, pretože vlastnosti generácií Y a Z sa prejavujú aj na trhu práce. A otázkou je, či je trh práce pripravený na generácie, ktoré nemajú záujem o dlhodobé zotrvanie na jednej pracovnej pozícii, alebo o riešenie úloh, ktoré ich nezaujímajú alebo nudia.

1 Východiskový stav generácie Z

Ako je z úvodu evidentné, generácie mladých ľudí sa menia. Mení sa ich prístup k štúdiu, ich predstavy o budúcnosti a hlavne budúcom uplatnení na trhu práce. Čo sa ale nemení, respektíve nemení dostatočne rýchlo a dynamicky, je systém vzdelávania a tiež pracovný trh.

Generácia Z je technicky najzdatnejšia. Už deti, ktoré ešte ani nevedia čítať, si dokážu vyhľadať na youtube obľúbenú rozprávku alebo postavičku a deti na prvom stupni základných škôl zvládajú tvorbu powerpointovej prezentácie alebo dokonca jednoduchšie programovanie. Natáčanie vlastných videí a ich umiestňovanie na youtube je samozrejmosťou.

Tieto deti sa naučili robiť niekoľko vecí naraz, napríklad popri práci na laptopu sledujú televíziu, pri učení počúvajú iPod, chatujú alebo esemeskujú. Obvykle nemajú predsudky voči rôznym rasám a kultúram. CD nosiče sú pre nich zastarané a diskety nepoznajú vôbec. Na druhej strane sú vychovávaní metódou „škola hrou“, a tak sú zvyknutí, že popri učení majú aj zábavu. Práve táto skutočnosť im často spôsobuje problémy nielen v škole ale neskôr aj v zamestnaní.

Prednosti tejto generácie je možné zhrnúť nasledovne:

1. Technologicky sú vyspelí – v krátkom okamžiku dokážu vyhľadať veľké množstvo informácií a, ak je to nevyhnutné, vedú ich aj spracovať.
2. Multitasking.
3. Tímová orientácia, čo súvisí s ich prepojenosťou na sociálne siete, kde zdieľajú svoje názory a zároveň získavajú názory ostatných na vlastné aktivity.
4. Veľa kontaktov a kamarátstiev získaných najmä cez sociálne siete.
5. Environmentálne zameranie a cítenie.
6. Znalosť anglického jazyka je na vyššej úrovni ako u predchádzajúcich generácií a tiež často ovládajú viac ako jeden cudzí jazyk.

Na druhej strane ruka v ruke s týmito prednosťami idú aj **negatíva**, medzi ktoré patrí hlavne:

1. Slabá eventuálne žiadna diskretnosť – na sociálnych sieťach sú zvyknutí rozoberať všetko, počnúc oblečením až po intímny život. Nič pre nich nie je tabu a domnievajú sa, že majú právo aplikovať takýto prístup vždy a všade. Ak narazia na ľudí, ktorí budú mať v tomto smere iný názor a budú mať záujem súkromie si chrániť, je viac ako pravdepodobné, že to nebudú rešpektovať. To sa samozrejme prenesie aj do pracovnej komunikácie.
2. S určitou formou neúcty k diskretnosti ide ruka v ruke aj skutočnosť, že sa domnievajú, že všetko, čo nájdú na internete je možné použiť. Znamená to, že nielenže si neoverujú informácie z viacerých zdrojov a pochybné zdroje sa tak stávajú ich hlavnou informačnou základňou, ale tiež nechápu, že použitie nápadu kamaráta zo sociálnej siete, ktorý sa tam chváli svojim jedinečným nápadom na vypracovanie úlohy alebo zadanie, môže byť z pohľadu staršej generácie nemorálne.
3. Neustála práca s tabletom, mobilom alebo počítačom so sebou nesie aj vysokú mieru závislosti. Na druhej strane je oveľa menšia pravdepodobnosť, že by sa z nich stali workoholici, pretože sa nedokážu tak zapáliť pre jednu veci ako generácie pred nimi a nie sú ochotní (alebo ani nevedia) sa sústredene venovať jednej záležitosti. Ich snaha o neustálu zábavu im nedovoľuje príliš veľa času venovať pracovným úlohám.
4. Klesá ich znalosť gramatiky a využívanie rôznych amerikanizmov a skratiek v dennej komunikácii oslabuje ich komunikačné zručnosti. Ak k tomu pripočítame problémy pri komunikácii face-to-face je evidentné, že priame vystúpenia pred väčšou skupinou ľudí bude pre nich mimoriadne stresujúce.

2 Východiskový stav trhu práce, na ktorom sa generácia Z má uplatniť

Negatívny vývoj na trhu práce je poznamenaný aj tým, že v porovnaní s predchádzajúcimi generáciami bol počet narodených detí pomerne nízky. Preto všetky typy škôl (základné, stredné aj vysoké) majú problém s naplnenosťou rôznych odborov. Aj to je dôvod, prečo na trhu práce chýbajú mnohé profesie, ale na druhej strane je dosť iných absolventov, ktorí si nevedia nájsť uplatnenie. Pritom nezamestnanosť mladých ľudí je veľmi citlivý problém, pretože okrem obvyklých negatívnych sociálno-ekonomických dôsledkov nezamestnanosť mladých ľudí môže mať vážne dopady na ich budúci produktívny život. Prejavuje sa to najčastejšie tak, že nemajú dostatočné pracovné návyky a tak inklinujú k dlhodobej nezamestnanosti, ktorá môže viesť až k alkoholizmu alebo inej závislosti. Avšak pravdou je, že spoločnosť očakáva, že absolventi stredných a vysokých škôl po ukončení vzdelávania

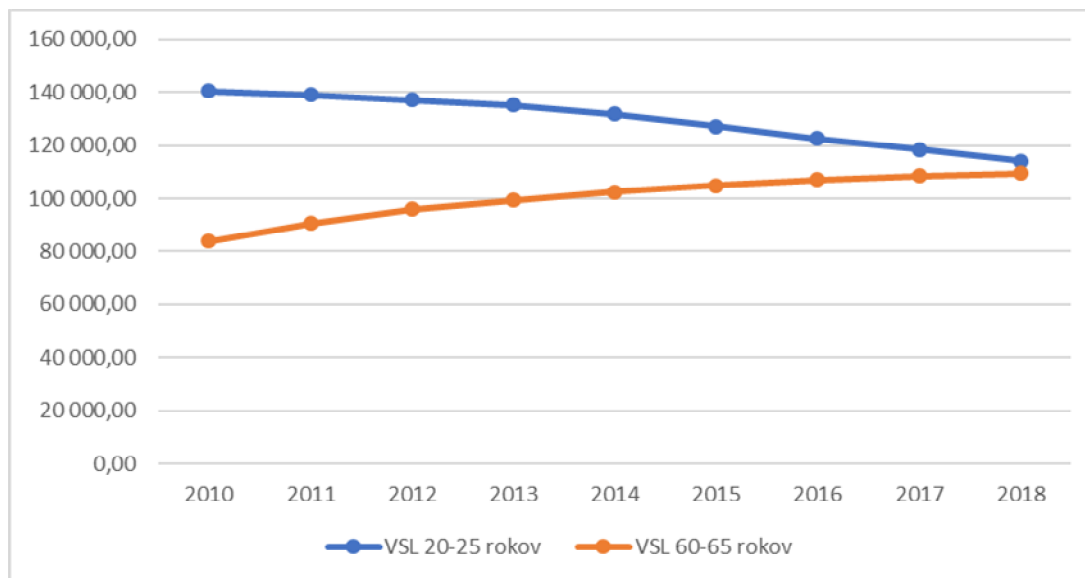
budú ekonomicky aktívni a úspešne vstúpia na pracovný trh či už ako zamestnanci alebo podnikatelia.

2.1 Demografické zmeny na trhu práce

Posledné dva roky (2017 a 2018) sa zamestnávateľia stretávajú s nedostatkom dostupnej pracovnej sily, ktorú sa snažia nahradiť už aj zahraničnou pracovnou silou. Na základe údajov zo Štatistického úradu SR sme porovnali situáciu na Slovensku a na východnom Slovensku z pohľadu demografie. Na pracovný trh vstupujú mladí ľudia vo veku vyššom ako 18 rokov, pričom z pracovného trhu odchádzajú na dôchodok obyvatelia prevažne vo veku 60 – 65 rokov. Preto sme na posúdenie situácie na trhu práce vybrali mladých ľudí vo veku 20 – 25 rokov a tých, ktorí odchádzajú na dôchodok (60 - 65 rokov). Pri jednoduchom porovnaní ich počtu sme zistili mierne rozdiely v SR ako celku a v jednotlivých regiónoch SR. Stimson et. al. (2002), popisuje regionálne disparity ako rozdielnosti, nerovnosti znakov, javov či procesov, ktorých identifikácia a porovnanie má racionálny zmysel (poznávací, ekonomický, sociologický, psychologický). Kým na území SR sa pomer medzi pracovnou silou, ktorá odchádza do dôchodku a mladou pracovnou silou, ktorá nastupuje na pracovný trh preklopil v roku 2016 v prospech staršej generácie (nedostatok pracovnej sily v roku 2016 v SR bol 20 645, v roku 2017 to už bolo 41 185 a o rok neskôr až 57 304), na východnom Slovensku je situácia iná. V oboch krajoch (Prešovský aj Košický) bol medzi rokmi 2010 – 2018 prebytok mladej pracovnej sily nad tou, ktorá je v dôchodkovom veku. Aj keď je pravda, že tento rozdiel sa každoročne znižoval (kým v roku 2010 bol rozdiel 56 524, v roku 2018 bol tento rozdiel len 4 666).

V Košickom kraji je situácia podobná ako na Slovensku a v roku 2017 už mal Košický kraj problém s nedostatkom mladej pracovnej sily, ktorá by nahradila tých, ktorí odchádzajú do dôchodku (v roku 2017 bol rozdiel medzi mladými ľuďmi a dôchodcami 913 osôb, o rok neskôr sa tento rozdiel zvýšil na hodnotu 2 275 osôb). V Prešovskom kraji bola za roky 2010 – 2018 situácia najpriaznivejšia a na trh vstúpilo v každom z rokov 2010 - 2018 viac mladých ľudí, ako z neho odišlo.

Fig. 1: Počet mladých a ľudí odchádzajúcich do dôchodku v rokoch 2010 – 2018 na východnom Slovensku



Zdroj: vlastné spracovanie na základe údajov zo ŠÚ SR

Napriek pomerne pozitívnej situácii na pracovnom trhu východného Slovenska, je dôležité sledovať aj skladbu obyvateľstva, ktoré v regióne býva. Pomerne vysokým percentom je v Prešovskom kraji zastúpené rómske etnikum. Žiaci stredných škôl často plánujú študovať na vysokej škole v zahraničí, prípadne v zahraničí priamo ostať. Okrem zamestnancov, ktorí odchádzajú do dôchodku, potrebujú mladí ľudia vymeniť aj skupinu podnikateľov, ktorá im odovzdá svoje podniky (či už hovoríme o generačnej výmene v rodinných podnikoch, alebo o predaji podniku inému podnikateľovi). Pre východné Slovensko je tak dôležité vedieť čo a aké faktory dokážu mladých ľudí udržať v regióne kde sa narodili, alebo kde majú trvalé bydlisko. Prípadne aké motivačné faktory sú pre mladých ľudí také dôležité, aby sa zo zahraničia dokázali vrátiť domov. Preto sme v nasledujúcej analýze využili výsledky dotazníkového zisťovania postojov a motívácií mladých ľudí.

3 Prieskum

Slovak Business Agency v októbri 2018 realizovala medzi žiakmi stredných a študentmi vysokých škôl prieskum, v ktorom zisťovali postoje ku podnikaniu, ale aj informácie, ktoré o podnikaní majú. (SBA, 2018) Štatistiky totižto poukazujú na to, že aktivity na trhu práce

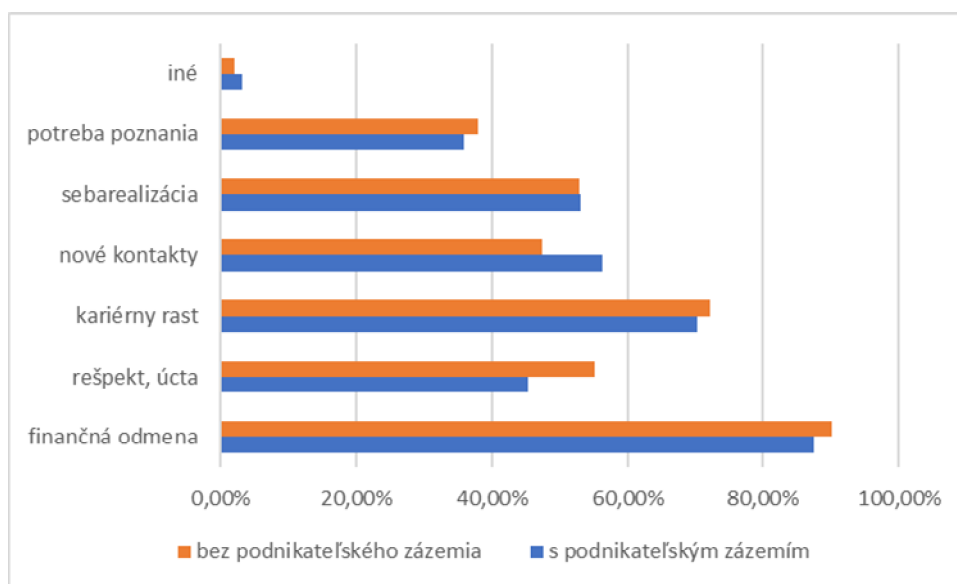
mladých ľudí sú odlišné ako medzi jednotlivými krajinami EÚ, tak aj v medzi regiónmi konkrétnych krajín. (Dauth 2013)

Z výskumu sme vybrali skupinu študentov vysokých škôl pôsobiacich na východnom Slovensku (Prešovský a Košický kraj), na ktorej sme skúmali postoje ku podnikaniu, ale aj preferencie ku budúcemu povolaniu vzhľadom k tomu, či majú skúsenosti s podnikaním (ďalej študenti s podnikateľským zázemím) alebo nie. Pri vyhodnocovaní dotazníkových odpovedí sme využili porovnanie otázok pomocou kontingenčných tabuliek. Celkovo skúmanú vzorku tvorilo 298 respondentov, z nich 21,5% tvorili respondenti, ktorí mali skúsenosti s podnikaním, alebo patrili do rodiny, v ktorej niektorý člen podnikal. V skupine študentov s podnikateľským zázemím bolo viac mužov ako žien (25% žena, 75% muž) a študenti bývali v takmer 70% v meste.

Prvú skupinu otázok tvorili postojové otázky, na základe ktorých sme posudzovali postoje pro podnikateľské (hodnota bola 26 až 30 bodov) a postoje nepodnikateľské (hodnota nižšia ako 26 bodov). V skupine žiakov s podnikateľským zázemím bola priemerná hodnota postojov k podnikaniu mierne vyššia (priemerne 24,6 bodov) ako u skupiny študentov bez podnikateľského zázemia. V skupine študentov s podnikateľským zázemím sa počet bodov u jednotlivých študentov pohyboval v rozpätí 24 - 31 bodov. V druhej skupine študentov bola priemerná hodnota postojov k podnikaniu mierne nižšia 24,1 a u jednotlivých študentov sa pohybovala v intervale 18 – 28 bodov. Na základe odpovedí by sme mohli konštatovať, že študenti s podnikateľským zázemím majú mierne vyššie pro podnikateľské sklony. Práve podnikateľské zázemie sa prejavilo aj na ďalších odpovediach študentov s podnikateľským zázemím.

Zásadné rozdiely v odpovediach študentov s podnikateľským zázemím a bez podnikateľského zázemia sa nevyskytovali. Rozdiely medzi oboma skupinami študentov sa vyskytli skôr v usporiadaní odpovedí podľa početnosti, alebo v počte súhlasov s jednotlivými odpoveďami. V otázke týkajúcej sa pracovnej motivácie, usporiadali študenti s podnikateľským zázemím a bez neho svoje odpovede takmer rovnako. V oboch skupinách prevládala odpoveď finančná odmena, po ktorej nasledoval kariérny rast a nové kontakty (v skupine študentov bez podnikateľského zázemia rešpekt a úcta).

Fig. 2: Vyhodnotenie otázky „Čo Vás motivuje k ďalšej práci“



Zdroj: vlastné spracovanie

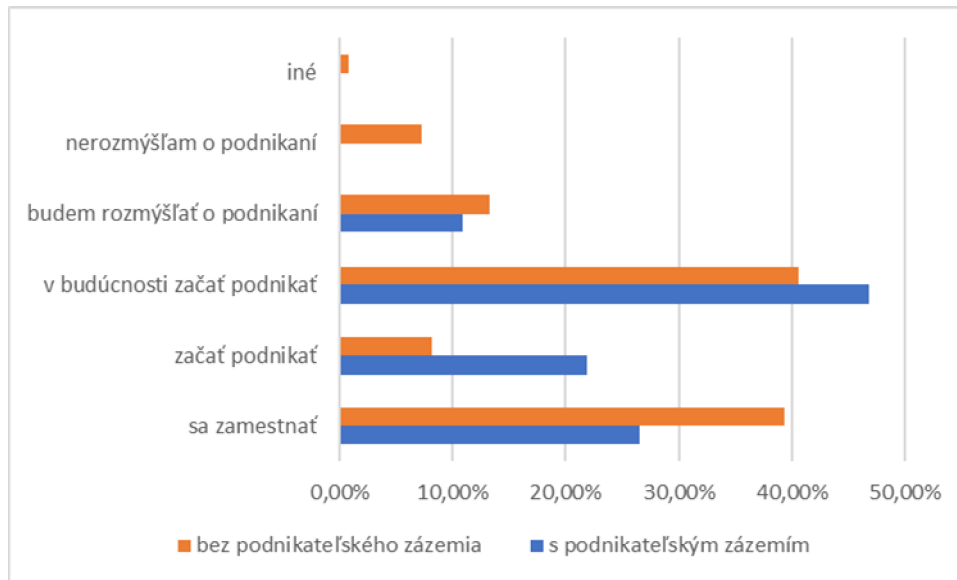
Aj keď obe skupiny študentov uviedli, že o podnikaní nemajú ani veľa ani málo informácií, táto odpoveď bola u študentov s podnikateľským zázemím takmer o 10% vyššia ako v druhej skupine študentov. Čo je zaujímavé, že viac ako štvrtina študentov bez podnikateľského zázemia uviedla, že o podnikaní majú málo informácií. Najviac informácií o podnikaní majú študenti predovšetkým z médií a školy (zhodný počet odpovedí), za ktorými nasledovali rodina a kamaráti. Napriek tomu sa odpovede líšili v percentuálnom počte odpovedí. Jednoznačne najviac informácií síce dostávajú obe skupiny študentov zo školy, ale u študentov s podnikateľským zázemím má silné postavenie aj rodina.

Pre budúce povolanie, zamestnanie je dôležité vnímanie podnikateľa ako osobnosti. Hoci poradie odpovedí bolo u oboch skupín študentov rovnaké, rozdiely sa našli v počte odpovedí. Viac študentov bez podnikateľského zázemia uvádza, že podnikateľ tvrdo pracuje (61,1% oproti 59,4% u študentov s podnikateľským zázemím), plní si sny (čo študenti s podnikateľským zázemím uviedli v 56,3%, kým bez podnikateľského zázemia to uviedlo 51,8% študentov) a ide mu o zisk (26,6% s a 38,5% bez podnikateľského zázemia).

V otázkach zameraných na budúcnosť študentov, obe skupiny študentov uviedli, že chcú začať podnikat' (najviac odpovedí; mierne vyššie hodnoty u študentov s podnikateľským

zázemím), sa zamestnať (uvádzalo o 13% viac študentov bez podnikateľského zázemia), začať podnikáť (o 14% viac študentov s podnikateľským zázemím).

Fig. 3: Vyhodnotenie otázky: Po skončení školy chcem...



Zdroj: vlastné spracovanie

Po doplnení otázky prečo dávate prednosť podnikaniu pred zamestnaním, uvádzali študenti s podnikateľským zázemím, že si chcú splniť svoj sen (o 4% viac ako u študentov bez podnikateľského zázemia), nemám rád pevný pracovný čas (o 18% viac odpovedí ako u druhej skupiny študentov) a mám podnikateľský nápad (o 2% menej ako u študentov bez podnikateľského zázemia). Zaujímavé odpovede sme získali pri vyhodnotení otázky, v akom podniku by mali záujem pracovať študenti po skončení školy. Obe skupiny zhodne uviedli, že najviac atraktívnym je pre nich malý a stredný podnik. Na druhom mieste bol u študentov s podnikateľským zázemím s pomerne vyrovnaným počtom uvedený ako veľký podnik, tak aj štátna/verejná správa. U študentov bez podnikateľského zázemia bol na druhom mieste štátny/verejný sektor a s výrazným odstupom 24% nasledoval veľký podnik.

Záver

Situácia na trhu práce sa stále mení a s nástupom generácie Z bude potrebné prispôbiť sa nielen nárokom tejto generácie, ale aj zmenám, ktoré nastávajú na domacom a najmä na svetovom trhu (informatizácia, príchod cudzincov, zmeny v organizácii práce, demografické

zmeny...). Aj keď na základe demografických údajov by sa mohlo zdať, že situácia na východnom Slovensku je stabilizovaná, pre potreby trhu práce je potrebné poznať faktory, ktoré ovplyvnia mladých ľudí tak, aby ostali na domácom trhu práce. Spoločnosť Trexima, ktorá spolupracuje s Ministerstvom práce, sociálnych vecí a rodiny SR uvádza, že kým v Prešovskom kraji bude do roku 2020 chýbať približne 1 500 absolventov, v Košickom kraji je predpoklad, že prebytok absolventov bude na úrovni vyššej ako 9 000 (Trexima, UPSVaR, 2017). Celkovo by preto v oboch krajoch nemal byť problém s dostatkom vysokoškolskej pracovnej sily, dôležité je, aby absolventi v kraji, kde je nedostatok pracovných príležitostí, našli pracovné uplatnenie ako zamestnanci alebo ako podnikatelia.

Z dotazníkových odpovedí vyplynulo, že silným motivátorom pre mladých ľudí je dostatočné finančné ohodnotenie spojené so zaujímavou prácou, ktorá poskytuje budúcim zamestnancom dostatok voľného času na vlastné záujmy. Mladí ľudia patriaci do generácie Z majú záujem o novinky a dokážu spolupracovať s ľuďmi, s ktorými sa nikdy v živote reálne nestretli. Bez ohľadu na to, či majú alebo nemajú rodinné podnikateľské zázemie, prejavuje sa u nich záujem o podnikanie, pričom podľa vlastných odpovedí nemajú ani veľa, ani málo informácií o podnikaní. Podnikateľ je z ich pohľadu predovšetkým človek, ktorý si plní sny, čo by malo byť silnou motiváciou pre rozbeh podnikania aj u tejto skupiny mladých ľudí.

To, na čo je potrebné sa pripraviť je, že v jednom zamestnaní nestrávia celý svoj pracovný život a rovnako možno predpokladať, že aj keď sa stanú podnikateľmi, jednému podnikaniu sa nebudú venovať celý život. Už v súčasnosti sa trh práce výrazne mení a predpoklad je, že blízkej budúcnosti sa bude rozvíjať nielen podnikanie, ale aj netradičné formy pracovných miest.

PodĎakovanie

Príspevok je súčasťou výstupov projektu KEGA č. 026TUKE-4/2018 „Popularizácia problematiky Industry 4.0 a digitalizácie podniku, ako nástroja rozširovania technických vedomostí a zručností u žiakov stredných škôl“.

Literatúra

Bennett, J., Pitt, M., Price, S. (2012). „Understanding the impact of generational issues in the workplace“. *Facilities*, Vol. 30, No. 7/8), pp. 278-288.

Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Michels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y. K. & Solnet, D. (2013). „Understanding Generation Y and their use of social

media: a review and research agenda”. *Journal of Service Management*, Vol. 24 No. 3, pp. 245-267.

Dauth, W. (2013). Agglomeration and regional employment dynamics. *Papers in regional science*. Nr.92(2). Special Issue: SI.419-435

Horovitz, B. (2012). After Gen X, Millennials, what should next generation be?. *USA Today*, 4 May 2012. Dostupné online [cit. 2019-08-12].

Parment, A. (2012). *Generation Y in Consumer and Labour Markets*, Routledge, *New York*

SBA. (2018). Podnikateľský potenciál mladých v regiónoch SR. Dostupné na: <https://www.npc.sk/sk/narodne-projekty/monitoring-podnikateskeho-prostredia/publikacie/analyticke-statisticke-pristupy/nepravidelne/>. Dostupné online [cit. 2019-09-2].

Stimson, R., Stough, R., Roberts, B. (2002). *Regional Economic Development: Analysis and Planning Strategy*. Berlin: Springer. 83 p.

Trexima, UPSVaR (2016). Krátkodobé a strednodobé prognózy vývoja na trhu práce a kvantifikácia budúcich disparít na trhu práce. Dostupné na: https://www.upsvr.gov.sk/buxus/docs/statistic/NP_prognozy/Prognoza_ocakavania_buducich_potrieb_zamestnancov_do_roku_2020.pdf. Dostupné online [cit. 2019-08-12].

Tulgan, B. (2011). “Generation Y All Grown Up and Now Emerging as New Leaders”. *Journal of leadership studies*, Vol. 5 Issue: 3 Pages: 77-81 Published: FAL 2011

Vojvodić, K., Matic, M. (2015.). “Generation Y online buying patterns. *MARKET-TRZISTE* Vol. 27 Issue 2 Pages: 171-188 Published: DEC 2015

Kontakt

Romana Hricová

Technická univerzita Košice

FVT so sídlom v Prešove, Bayerova 1, 080 01 Prešov

romana.hricova@tuke.sk

Renáta Madzinová

Slovak Business Agency, NP Monitoring

Kúpeľná 6, 080 01 Prešov

madzinova@sagency.sk