

Jaroslav Kita

OBCHODNOVEDNÉ DISCIPLÍNY NA OBCHODNEJ FAKULTE EU V BRATISLAVE – HISTORICKÝ KONTEXT, VÝZVY A PERSPEKTÍVY

The seventy years of the existence of the University of Economics in Bratislava is undoubtedly a significant anniversary of the University, but also that of the Faculty of Commerce, which is an educational and research institution holding a unique position in the system of education in Slovakia. The Faculty of Commerce as part of the University of Economics offers an all-round commercial studies. The Faculty of Commerce lays emphasis on the differentiation of individual study programmes taught at the Faculty, as well as on a specialised language education of teachers and students: economic courses are also taught by teachers who are foreign nationals as well as by experts from international and domestic firms. This enables the Faculty to be part of the European and global education area. By means of its accredited fields of study and study programmes the Faculty is involved in the convergent and reform processes compatible with European and global educational area.

Úvod

Roky 1940 až 2010 predstavujúce 70 rokov aktivít sú nesporne dôležitým výročím Ekonomickej univerzity v Bratislave, ale aj Obchodnej fakulty ako vzdelávacej a vedeckovýskumnej inštitúcie, ktorá má významné a jedinečné postavenie v systéme vzdelávania na Slovensku. Obchodná fakulta v rámci Ekonomickej univerzity komplexne zabezpečuje vzdelávanie v oblasti obchodnovedných disciplín. Mnohé z nich sú privilegovanými nástrojmi výchovy riadiacich pracovníkov vzhľadom na to, že predstavujú podnik v kontexte súčasnej zložitej reality a umožňujú pochopiť vzájomnú závislosť jej zložiek a vzťahov s prostredím. Z tohto dôvodu sa kladú nároky na diferenciaciu jednotlivých študijných programov v rámci fakulty, odbornú a špecializovanú jazykovú prípravu učiteľov a študentov, aby v rámci európskeho a globálneho vzdelávacieho priestoru sa mohli na profilovaní absolventov fakulty podieľať aj zahraniční učelia a odborníci zo zahraničných a domácich podnikov. Akreditovanými študijnými odbormi a programami vstupuje fakulta do konvergenčných a reformných procesov kompatibilných s európskym a globálnym vzdelávacím priestorom.

Historický kontext

Počiatky fakulty sa bezprostredne viažu na vznik bývalej Vysokej obchodnej školy v roku 1940, ktorá ponúkala popri priemyselnom študijnom smere aj obchodný smer. Profil komerčného inžiniera v tom čase bol orientovaný na vedúce hospodárske funkcie v obchodných a v priemyselných podnikoch a v bankovej sfére. V akademickom roku 1949/1950 sa začal prednášať v samostatných kurzoch vnútorný obchod, zahraničný obchod a doprava. Ústav ekonomiky obchodu a dopravy, ktorý vznikol v roku 1950, bol bezprostredným historickým predchodcom katedier obchodu a súčasnej katedry marketingu. V ďalšom období sa fakulta začína spomínať aj v roku 1953, keď na bývalej Vysokej škole ekonomickej vznikla ako jedna z jej organizačných zložiek Fakulta vnútorného obchodu a financií. V rámci tejto fakulty existoval študijný odbor Ekonomika vnútorného obchodu a Katedra ekonomiky obchodu. Fakulta vnútorného obchodu a financií pôsobila do roku 1958. Od šk. roku 1959/1960 študijný odbor ekonomika vnútorného obchodu sa vyvíjal na Fakulte odvetvových ekonomík, v rámci ktorej vznikali podmienky na rozmach pedagogických pracovísk zameraných na rozvoj obchodnovedných disciplín.

Na prelome šesťdesiatych a sedemdesiatych rokov vznikli v rámci tejto fakulty mnohé katedry, ktoré položili základ súčasných katedier Obchodnej fakulty. V roku 1969 sa rozčlenila Fakulta odvetvových ekonomík na dve samostatné fakulty: Obchodnú fakultu a Fakultu ekonomiky a riadenia výrobných odvetví.

Obchodná Fakulta mala pred viac ako 40 rokmi 3 študijné odbory a 9 katedier. Tieto katedry už však v takejto podobe v súčasnosti neexistujú. Absolvent fakulty mal profil ekonóma vychovávaného pre vnútorný a zahraničný obchod, cestovný ruch a spoločné stravovanie. Treba uviesť, že v akademickom roku 1973/74 došlo na Obchodnej fakulte k prvej významnej organizačnej zmene, keď sa Katedra ekonomiky cestovného ruchu a spoločného stravovania premiestnila do detašovaného pracoviska OF VŠE v Banskej Bystrici.

Začiatkom 90. rokov fakulta prešla zmenami, ktoré vyvolali potrebu reformovať Obchodnú fakultu tak organizačne, ale i obsahom a formou výučby, aby postupne konvergovala k analogickým fakultám vo vyspelých štátoch. V rokoch 1990 – 1996 dochádza na Obchodnej fakulte k vzniku väčšiny nových katedier. Fakulta nemení svoje meno ako niektoré iné fakulty, avšak dochádza k zmenám na katedrách. V roku 2001 nastala ďalšia významná zmena, keď v súvislosti so vznikom Fakulty medzinárodných vzťahov bola zrušená Katedra hospodárskej diplomacie. V súčasnosti má fakulta 6 katedier. Profil absolventa je orientovaný pre obchodno-podnikateľskú prax vo veľkých medzinárodných a slovenských podnikoch, poradenských firmách a inštitúciách štátnej správy zameraných na všetky odvetvia národného hospodárstva, teda nielen pre podnikovohospodársku, ale i pre makroekonomickú sféru, európske inštitúcie a vedecký výskum.

Učiteľia jednotlivých katedier počas historického vývoja fakulty vynakladali a vynakladajú veľa práce, aby prispeli k rozvoju obchodnovedných disciplín a fakulty ako modernej, sebavedomej a dynamicky sa rozvíjajúcej inštitúcie, poskytu-

júcej študentom vedomosti, na základe ktorých by boli konkurencieschopní nielen na domácom, ale aj na globálnom trhu práce. Mnohí učitelia pôsobili a pôsobia ako akademickí funkcionári školy a fakulty vo funkciách rektora, dekana, prorektorov, prodekanov, vedúcich katedier, alebo v rámci vedeckej rady univerzity a fakulty, v akademických senátoch fakulty a univerzity a v ďalších orgánoch.

Výzvy súčasnosti

Prudký vývoj v oblasti techniky, technológie a informatiky, ktorého sme svedkami na začiatku 21. storočia, vytvára príležitosti, aby obchodnovedné disciplíny inovatívnym spôsobom zabezpečovali potrebné zručnosti študentov pre trh práce. Rozvoj informatiky vytvoril nielen možnosti komunikácie v rámci podniku, medzi podnikmi štátu, ale aj na európskych a svetových trhoch. Vytvoril možnosť sledovať potreby zákazníkov a reagovať na ne pružne zo strany konkurencie, a tým modifikovať vlastnú obchodnú organizáciu. Zároveň v dôsledku vplyvu ekonomických, technologických a sociologických faktorov sa zmenilo správanie zákazníkov a vznikajú nové formy očakávaní a postojov vo vzťahu k ponuke podnikov. Manažéri v oblasti obchodu sú konfrontovaní s početnými výzvami: komunikovať s cieľom dodávať dôveru, meniť stratégie a predchádzať rizikám konfliktov rôznych záujmových skupín v rámci marketingových kanálov a byť zodpovednými za vzťahy so zákazníkmi v domácom i medzinárodnom prostredí.

Nové požiadavky spoločnosti podmieňujú profil absolventov fakulty, ktorí musia mať vlastnosti podnikateľov s medzinárodnou a svetovou dimenziou, aby boli schopní:

- odolávať domácej a zahraničnej konkurencii,
- rokovať, to znamená nachádzať akceptovateľné riešenia pre obidve zmluvné strany,
- integrovať sa v multikultúrnom kolektíve,
- aplikovať znalosti z oblasti informatiky, práva a kvality tovaru,
- učiť sa nové trendy v oblasti marketingu a obchodu, cestovného ruchu, služieb, medzinárodného podnikania a podobne.

Okrem toho čoraz viac vystupuje do popredia v súvislosti s nestabilnou ekonomickou situáciou potreba vzdelávania manažérov v oblasti obchodnovedných disciplín, ktorí sú prispôbení turbulentným zmenám a neistote prostredia. To naliehavo vyžaduje, aby študenti poznali konkrétne problémy obchodnej praxe, osvojili si know-how jednotlivých obchodnovedných disciplín, šírku špecifik fungovania rôznych typov podnikov na domácom trhu a potrieb prispôsobenia nášho modelu riadenia krajinám s trhovou ekonomikou po našom prijatí do Európskej únie. Takéto vzdelávanie podporuje inovačný potenciál ľudského kapitálu v domácich podnikoch a v podmienkach vážnych globálnych problémov môže zabezpečiť trvalý rozvoj všeobecného spoločenského pokroku.

Jednotný európsky trh vyžaduje úspešnú prípravu odborníkov pre obchodné podnikanie v rámci štátu a Európskej únie, ako aj pre medzinárodný obchod ako

jednej z najsofistikovanejších súčastí svetového hospodárstva. Tieto dimenzie vzdelávania absolventov Obchodnej fakulty sú dôležitými kľúčovými faktormi adaptácie na zmenené podmienky na trhu práce. Z tohto dôvodu slovenskí obchodní manažéri potrebujú interdisciplinárne znalosti a potrebné zručnosti vyvolané vážnymi globálnymi problémami, a to na základe troch východísk: vzdelania, skúseností a kontinuálneho rozvoja kvalifikácie.

Perspektívy vývoja obchodnovedných disciplín a študijných programov Obchodnej fakulty

Predpokladá sa, že absolvent Obchodnej fakulty by mal rozumieť novému konkurenčnému prostrediu s jeho domácou, medzinárodnou a svetovou dimenziou a zohľadňovať v rozhodovaní princípy spoločensky zodpovedného podnikania. Vyžaduje sa, aby vedel prijímať strategické rozhodnutia na danom trhu, ktorých dôsledky sa objavia len vo vzdialenej budúcnosti. K tomu pristupujú požiadavky tvorivej práce, rozvoj jeho vlastnej osobnosti a sociálne cítenie. To je súčasťou know-how mnohých obchodnovedných disciplín, ktoré umožňujú dosiahnuť ekonomický prospech, ale aj limitovať medzinárodnú konkurenciu.

Tieto skutočnosti si vyžadujú permanentné zmeny v oblasti vzdelávania tak, aby boli študenti pripravení nielen na riadenie v súčasnosti, ale aj v budúcnosti. Medzinárodný a svetový charakter ekonomických aktivít a konkurencieschopnosti prekračuje dosiaľ získané skúsenosti, vedomosti a rozsah realizovaných riadiacich funkcií. Výchova manažérov pre obchod sa bude musieť orientovať na postoj získať výhody z kvalifikácie v oblasti obchodu a cestovného ruchu, rozvíjať potenciálne kreatívne možnosti všetkých spolupracovníkov, posilňovať komunikačný faktor obchodných profesií, vzťah k zákazníkovi a podobne tak, ako to zodpovedá duchu zmien charakteru našej ekonomiky, ktorá by sa mala viac orientovať na služby.

Znalosti o pravidlách voľného obchodu, vzájomnom uznávaní, nevytváraní prekážok obchodu sú primárnymi znalosťami koncipujúceho sa spoločného trhu Európskej únie. Sú základom, na ktorom sa majú budovať ďalšie oblasti pre rozvoj obchodu a s ním súvisiacich aktivít. Okrem úspešnej prípravy odborníkov pre domáci a koncipujúci sa spoločný trh je potrebné pripravovať absolventov na pôsobenie na trhoch tretích krajín. Tieto trhy sa odlišujú colnými, daňovými a legislatívnymi systémami, špecifickosťou obchodných operácií či technik obchodovania, ale stále v širšej miere aj rozdielnymi strategickými prístupmi, odlišným multikultúrnym systémom obchodných rokovaní, vyžadujúcim interkultúrnou tolerenciu a podobne.

Naša fakulta vždy bola vnímaná ako pracovisko, ktoré je blízke internacionálnemu prostrediu, neustále vyvolávajúcemu potrebu:

1. reformovať obsah a formy výučby, aby sa postupne konvergovalo k analogickým fakultám vo vyspelých štátoch tak, ako to zodpovedá jej zaradeniu do kategórie A – fakulty dosahujúce medzinárodnú úroveň;
2. zaoberať sa poslaním akademického zboru fakulty, ktorý by mal byť nositeľom odborných poznatkov a kompetentnosti učiteľov odovzdávajúcich tieto

poznantky študentom. Zároveň samotní pedagógovia by mali byť nositeľmi modelu správania sa budúcich manažérov obchodu, čo predpokladá rozvoj vedeckej a publikačnej činnosti a jej valorizáciu.

Realizácia požiadaviek Akreditačnej komisie s cieľom napredovať v dosiahnutej úrovni a rozvíjať študijné programy vyžaduje:

- adaptovať sa na modely vzdelávania realizované vo vyspelých krajinách Európskej únie a vo svete,
- rozvíjať bilaterálne a osobné kontakty s vedeckými pracoviskami univerzít a partnerstiev s podnikateľskou sférou,
- rozvíjať medzinárodnú spoluprácu v oblasti vedeckého výskumu v prospech rozvoja obchodnovedných disciplín,
- posilňovať medzinárodný charakter doktorandského štúdia,
- napomáhať pokrok v ovládaní cudzích jazykov prostredníctvom rozvoja spoločných študijných programov 2. stupňa so zahraničnými univerzitami.

Špecializácia a diferenciacia študijných programov sa týka všetkých stupňov vzdelávania, ktoré zabezpečuje fakulta. V súlade s princípmi bolonskej deklarácie treba zdôrazniť, že celý systém vzdelávania na Obchodnej fakulte je spojený s postupnosťou intelektuálneho rozvoja manažérov v obchodnovedných disciplínach.

Prvý stupeň štúdia

Študijné programy reagujú na požiadavky výchovy podnikateľa – manažéra, ktorý je:

- špecialistom pre zahraničnoobchodné podnikanie, podnikanie v obchode a v cestovnom ruchu,
- zodpovedným manažérom malých a stredných podnikov, resp. pôsobí na stredných stupňoch riadenia v rámci organizačnej hierarchie podnikov a v organizáciách realizujúcich zahraničnoobchodnú činnosť a medzinárodnopodnikateľské aktivity,
- schopný vyvíjať vlastné podnikateľské aktivity.

Cieľom prípravy študentov v tomto študijnom odbore je rozvoj podnikavosti, ktorá je dôležitá pre jednotlivcov, národné hospodárstvo a spoločnosť ako celok. Štruktúra študijných programov má rozvíjať tie kompetencie študentov, ktoré zvýšia ich zamestnateľnosť na trhu práce.

Druhý stupeň štúdia

Vytvorenie piatich študijných programov druhého stupňa štúdia je priamo spojené s vlastnou vedeckovýskumnou činnosťou katedier, ktorá má čoraz viac interdisciplinárny charakter, je viac orientovaná na prax a integruje medzinárodnú spoluprácu v rámci vedeckovýskumných sietí. Programy druhého stupňa sú kompatibilné so študijnými programami na vysokých školách v zahraničí. Cieľom týchto programov je výchova inžinierov – podnikateľov. V rámci študijných programov druhého stupňa štúdia má osobitné postavenie celouniverzitný študijný

program Manažment predaja vo francúzskom jazyku v študijnom odbore „Obchod a marketing“, rozvíjanom v spolupráci s Univerzitou Pierre Mendès France v Grenobli, absolventi ktorého môžu získať dvojité diplom. Program je výsledkom procesu internacionalizácie jedného zo študijných programov Obchodnej fakulty, ako aj aplikácie interdisciplinárnych prístupov k vzdelávaniu. Študijný program dokumentuje medzinárodnú akceptovateľnosť obsahu pedagogického procesu na Ekonomickej univerzite a Obchodnej fakulte v medzinárodnom rámci, znásobuje pridanú hodnotu vzdelávania a upevňuje medzinárodnú prestíž fakulty a univerzity. Je výsledkom viac ako šesťnásťročnej spolupráce s Univerzitou Pierre Mendès France v Grenobli, vedeckovýskumnej činnosti v rámci európskej vedeckovýskumnej siete krajín visegrádskej skupiny PGV a spolupráce s podnikateľskou sférou, čo sa prejavuje v zavedení predmetov orientovaných na obchodné povolania. Zároveň zvyrazňuje perspektívu rozvoja spoločných dizertačných prác po druhom cykle štúdia, čím sa posilňuje kariérna perspektíva mladých výskumníkov na treťom stupni. Rozvoj medzinárodnej spolupráce v oblasti vzdelávania vedie k využívaniu nových informačných technológií v pedagogickom procese a je stimulom pre modernizáciu ďalších foriem vzdelávania. Umožňuje rozvíjať aj ďalšie aktivity formou organizovania letných univerzít nielen pre slovenských študentov, ale aj ostatných študentov z Európskej únie a ďalších krajín mimo Európy.

Tretí stupeň štúdia

Výchovu doktorandov zabezpečuje fakulta v štyroch študijných programoch. Ich cieľom je výchova intelektuálnej elity, a to nielen budúcich pedagogických zamestnancov, ale aj špičkových manažérov v obchodnej praxi. Reagovanie programov doktorandského štúdia na požiadavky rozvoja obchodnovedných disciplín vyžaduje, aby:

- rozvoj doktorandského štúdia zodpovedal princípom bolonskej zmluvy a medzinárodnej spolupráce na základe porovnateľnosti s prestížnymi univerzitami obdobného charakteru v Európe a vo svete,
- pomáhal intelektuálnemu rozvoju manažérov zodpovedajúcemu potrebám spoločnosti v oblasti obchodu,
- bol príspevom k rozvoju obchodnovedných disciplín a vedeckého výskumu pomáhajúcemu rozvoju teórie v marketingovom a obchodnom manažmente, ekonomike obchodu a služieb, manažmentu medzinárodného podnikania a svetovej ekonomiky.

Realizácia týchto zámerov vedie k vytváraniu podmienok na užšie formy spolupráce so zahraničnými pracoviskami.

Záver

Historický vývoj Obchodnej fakulty v rámci Ekonomickej univerzity, prejavujúci sa v profile absolventov vzdelávaných pre obchod, smeruje k väčšiemu

vnútornému odlišeniu študijných programov v rámci fakulty, k ich hlbšej súvislosti s hospodárskou praxou a k tendenciám spoločných študijných programov v rámci európskeho vzdelávacieho priestoru s cieľom zvyšovať kvalitu vzdelávania, jeho excelentnosť a výnimočnosť na slovenskom a globálnom trhu vzdelávania.

Permanentné porovnávanie aktivít Obchodnej fakulty so zahraničnými inštitúciami je jednou z dôležitých metód práce fakulty a zdrojom systémových zmien, ktoré pomáhajú rozvoju obchodnovedných disciplín, zvýšeniu pridanej hodnoty vzdelávacieho procesu na fakulte a tomu, aby absolventi Obchodnej fakulty boli viac proaktívni.