

PODNIKATELSKÉ DOVEDNOSTI:

KDE ZAČÍT?

CO JE TO VLASTNĚ DOVEDNOST?

JAK SOUVISÍ S PODNIKÁNÍM?

A PROČ JE DŮLEŽITÉ ZNÁT TY SVOJE?



**Spolufinancováno
Evropskou unií**

Podnikatelské dovednosti

V souvislosti s podnikáním se často mluví o kompetencích a dovednostech – a je pravda, že jsou klíčové pro úspěch jakékoli firmy.

Je důležité vědět, co umíme a čeho můžeme dosáhnout, abychom si dokázali stanovit realistické a účinné cíle a byli spokojeni s tím, co se nám podaří.

Než se ale pustíme dál, je dobré si položit několik otázek:

- **Co je to kompetence nebo dovednost?**
- **Jak je můžeme rozpoznat?**
- **A jak nám jejich znalost může pomoci v rozvoji našeho podnikání?**

Definice

Kompetence. Odbornost, způsobilost, vhodnost k vykonání nějaké činnosti nebo k účasti na určité záležitosti. ||

Dovednost. 1. Schopnost a připravenost k určité činnosti.

|| 2. Půvab a obratnost při provádění činnosti, která je pro daného jedince unikátní (např. tanec, jízda na koni apod.). ||

3. Každá z činností, které člověk provádí s půvabem a obratností.

(Diccionario esencial de la lengua española, RAE)

Ale co to znamená?

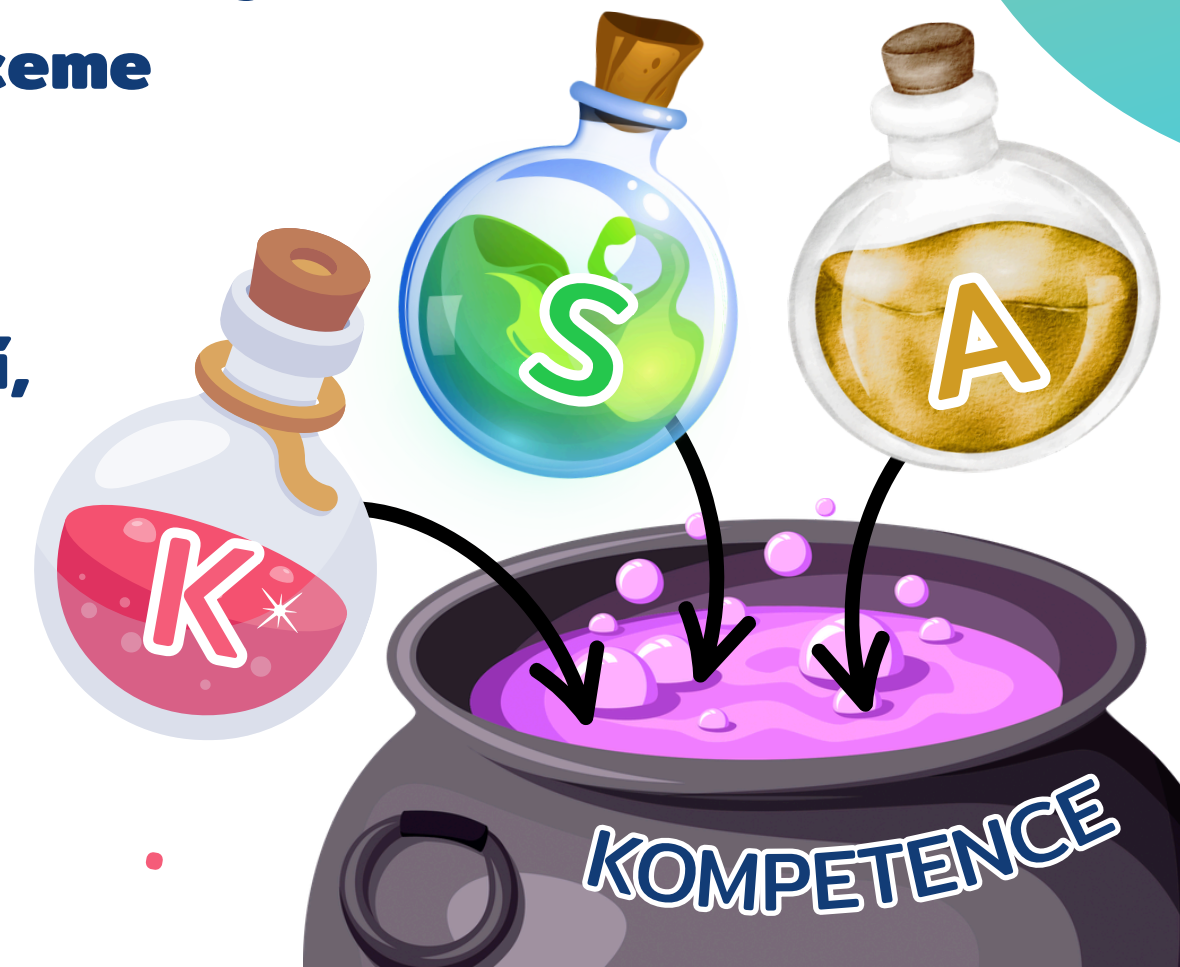
PRVKY KOMPETENCE

Klasická definice kompetence říká, že se jedná o kombinaci tří základních prvků:

Knowledge (Znalosti): Co víme. Naše znalost toho, co děláme – naše orientace v dané oblasti, porozumění jejím vlastnostem, rizikům, příležitostem a potenciálu.

Skills (Dovednosti): Co umíme. Naše praktické schopnosti, nástroje, které ovládáme, a zkušenost s konkrétními činnostmi, které chceme vykonávat.

Attitudes (Postoje): Co chceme dělat. Naše zájmy, nadšení, motivace – a také ochota zapojit se a věnovat čas tomu, co nás opravdu zajímá.



Příklad

Příklad z praxe:

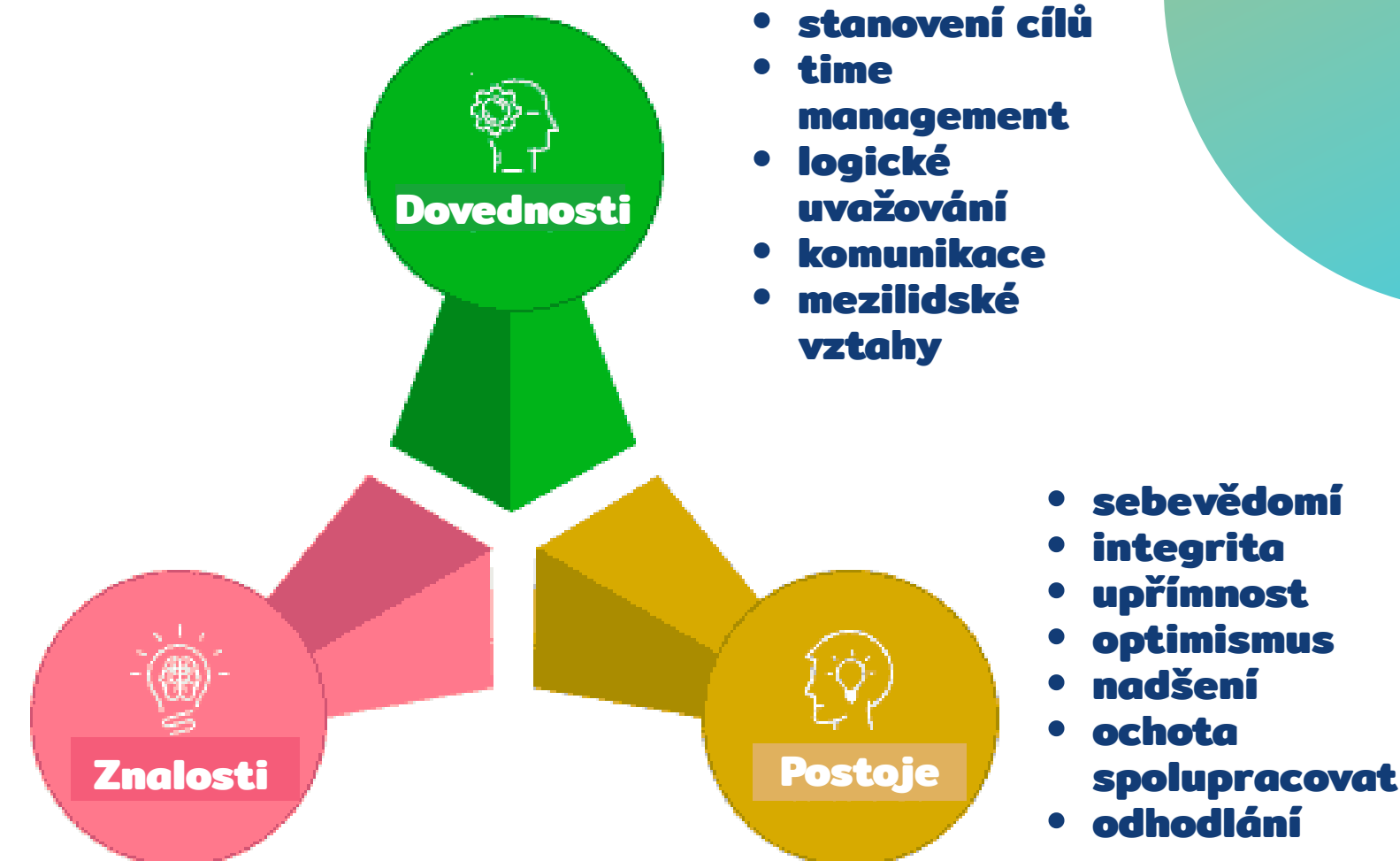
Příklad z praxe: firma vyrábějící biologicky odbouratelné čisticí prostředky z přírodních surovin

Znalosti: Znalost přírodních ingrediencí, ekologických předpisů a principů zeleného marketingu.

Dovednosti: Schopnost formulovat produkty, navrhovat obaly a etikety, prodávat přes sociální sítě a řídit podnik.

Postoje: Závazek chránit životní prostředí, transparentní přístup k zákazníkům a snaha zvyšovat jejich ekologické uvědomění.

- základy
- teorie
- informace
- fakta
- čísla
- popis
- učení
- věda atd.



Typy dovedností

Dovednosti nejsou všechny stejné. Existují různé způsoby, jak je klasifikovat:

Obecné dovednosti

Lze je uplatnit v mnoha různých kontextech – nezávisle na konkrétním oboru. Příklady: komunikace, týmová spolupráce, řešení problémů, řízení času.

Měkké dovednosti

Interpersonální schopnosti, které se obtížně měří – ale jsou naprosto zásadní. Příklady: komunikace, empatie, týmová spolupráce, schopnost naslouchat.

Specifické dovednosti

Jsou spojené s konkrétním oborem nebo typem práce. Příklady: technické znalosti, programovací jazyky, práce s konkrétními technologiemi.

Tvrdé dovednosti*

Technické a snadno měřitelné schopnosti. Příklady: ovládání softwaru, jazykové znalosti, programování, účetnictví.

***Podrobněji se jim budeme věnovat v příští lekci.!**

Osobní dovednosti

Souvisí s naší osobností a dají se využít ve všech oblastech života. Příklady: sebereflexe, empatie, odolnost vůči stresu, zodpovědnost.

Profesní dovednosti

Souvisí s naší pracovní činností nebo profesní rolí. Příklady: vystupování na veřejnosti, obchodní vyjednávání, projektové řízení, zákaznický servis.

Specifické dovednosti

Protože existuje mnoho typů dovedností, je přirozené, že každý člověk má jiné **dovednosti** – a také jiné **potřeby**.

Důsledky:

- V téže situaci mohou různí lidé (nebo firmy) vnímat různé možnosti řešení.
- Různá řešení mohou být navzájem slučitelná – a všechna mohou přispět k vyřešení problému.
- Odlišné pohledy mohou být pro nás cenným zdrojem inspirace.

Naštěstí existuje prostor pro různé přístupy a lidi.

Tohle je teprve začátek...

POZOR!

Je snadné se porovnávat s ostatními – ať už s lidmi, nebo s jejich činnostmi.

Někdy to může dávat smysl, ale nesmí nás to odradit od hledání vlastního prostoru a cesty.



„Každý je génius. Ale pokud budete soudit rybu podle její schopnosti šplhat po stromě, bude celý život věřit, že je hloupá.“

Naše dovednosti nejsou neměnné

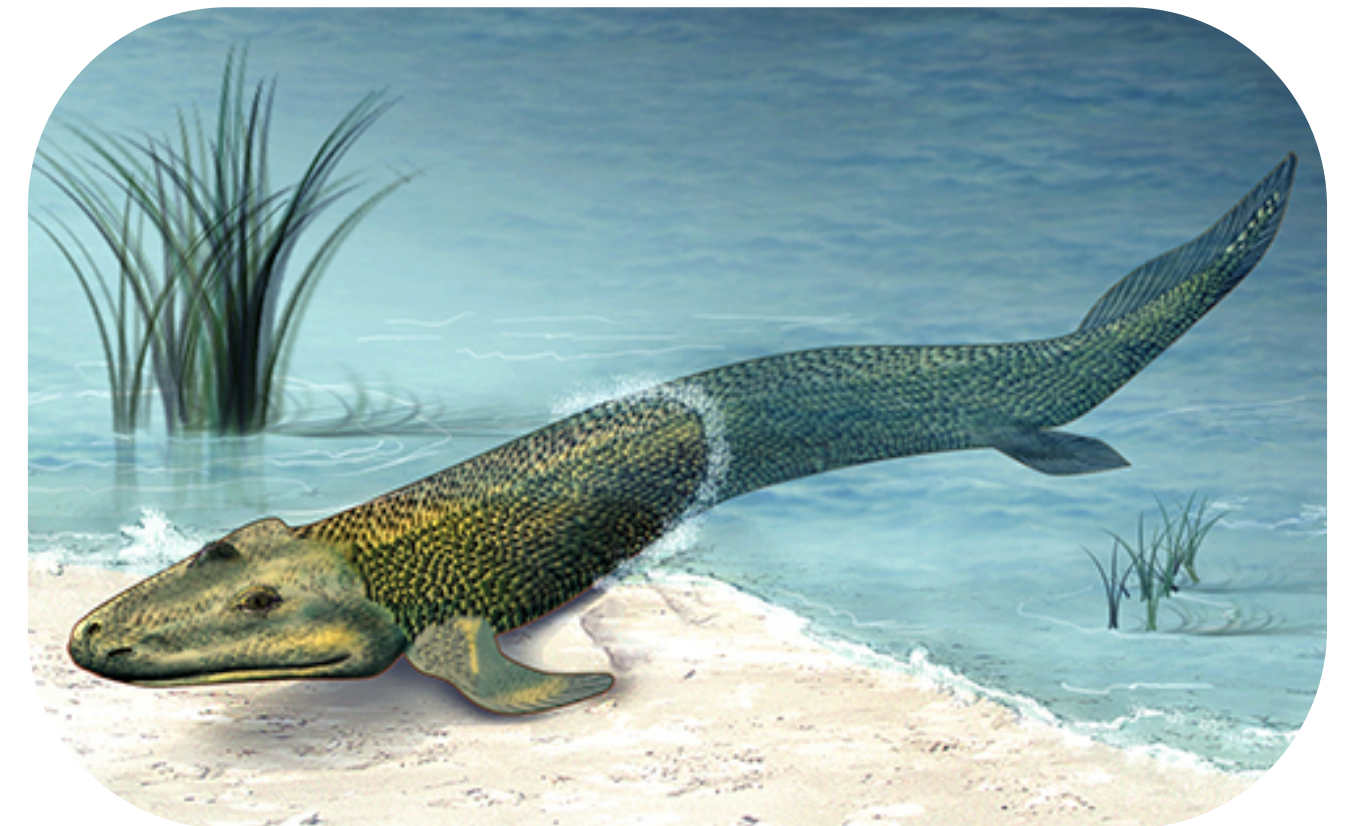
...protože dovednosti se dají zlepšit – všechno je otázkou praxe!

V dnešní době se často mluví o konceptu **celoživotního učení** (lifelong learning). Také **Cíl č. 4 udržitelného rozvoje**, stanovený OSN v rámci Agendy 2030, výslovně zmiňuje potřebu „podporovat příležitosti ke vzdělávání pro všechny v průběhu celého života“.

Pokračovat v učení a rozvíjet nové dovednosti je klíčem k úspěchu v podnikání – a zároveň k tomu, abychom zůstali aktivní a spokojení i v osobním životě.

 Zkušenost z praxe je tou nejlepší učitelkou, ale také kurzy, jako je ten, kterým právě procházíte, mohou pomoci najít nové cesty, jak o sobě přemýšlet, jak se zlepšovat – a možná i objevit něco, co jsme o sobě dosud netušili.

Podnikat znamená neustále se učit.



...ale můžeme také růst a získávat či objevovat nové schopnosti.

Tak co s tím?

Slovo **podnikatel** pochází z latiny

in + prehendere

směrem k uchopení

Podnik je čin zahájení něčeho nového – rozhodnutí převzít na sebe úkol, zejména takový, který představuje výzvu. To s sebou přináší rizika, odpovědnost i příležitosti...



Jak můžeme začít?



Jak nám přitom mohou pomoci naše dovednosti?

Několik nápadů jak začít:

- 1. Hledat to, co skutečně chceme.**
- 2. Stanovit si jednoduché a dosažitelné cíle.**
- 3. Najít svou vnitřní motivaci.**
- 4. Přemýšlet o sobě a svých silných stránkách.**
- 5. Věřit ve své schopnosti.**

01

HLEDÁME, CO SKUTEČNĚ CHCEME

Než se pustíme do čehokoli jiného, je důležité si ujasnit, co vlastně chceme se svým podnikáním dělat – jaký má mít smysl, směr a cíl.

👉 Odpověď na tuto otázku si musíme najít sami, ale existují nástroje a postupy, které nám v tom mohou pomoci.

Japonský koncept **IKIGAI**:

Najdi průsečík mezi:

- 💖 Tím, co miluješ (co tě baví a naplňuje)
- 🔧 Tím, v čem jsi dobrý (tvé schopnosti a silné stránky)
- 🌍 Tím, co svět potřebuje (co přináší hodnotu ostatním)
- 💰 Tím, co ti může zajistit příjem (co je ekonomicky udržitelné)

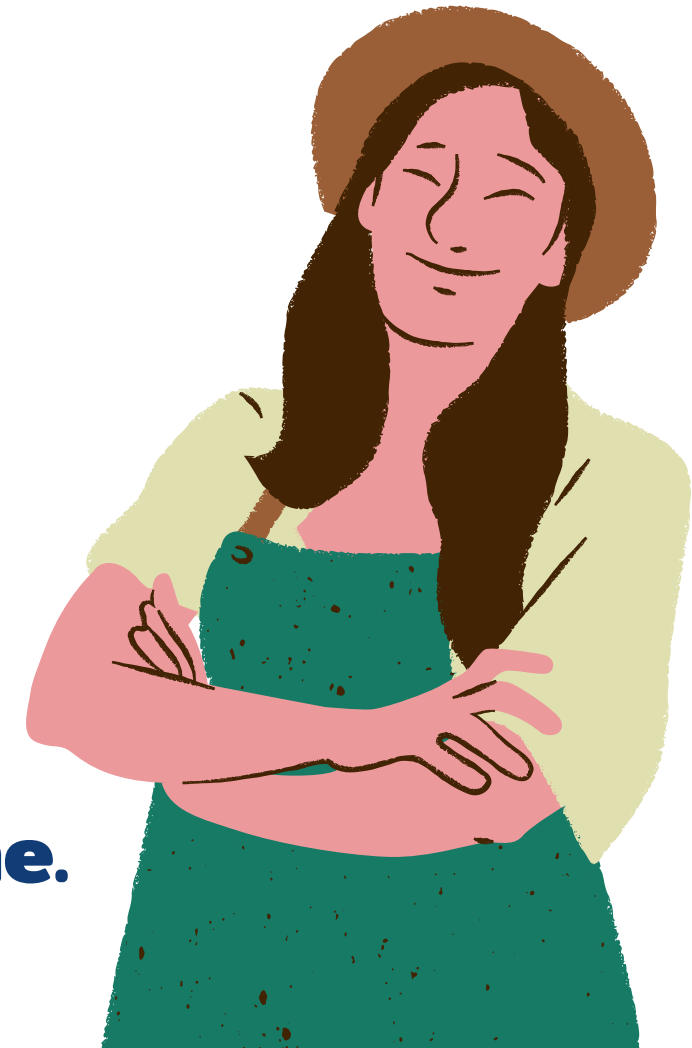


01

Praktický příklad – podnikání s Ikigai

 Představ si mladou podnikatelku, která založila malou firmu na výrobu ekologických hygienických produktů bez plastu.

- ♦ **Co miluje?** Miluje přírodu, péči o planetu a tvoření rukama.
- ♦ **V čem je dobrá?** Je kreativní, má cit pro design a výborně komunikuje na sociálních sítích. Umí formulovat produkty, atraktivně je zabalit a oslovit ekologicky smýšlející zákazníky.
- ♦ **Co svět potřebuje?** Svět hledá udržitelné alternativy k hygienickým produktům, které znečišťují vodu a produkují plastový odpad. Mnoho lidí touží po šetrnějších řešeních – k přírodě i vlastnímu zdraví.
- ♦ **Za co může být placena?** Trh s ekologickými produkty roste – a ona prodává své výrobky jak v místních obchodech, tak online.



02

STANOVME SI JEDNODUCHÉ A SPLNITELNÉ CÍLE

Jedním z nejúčinnějších způsobů, jak být úspěšní v tom, co děláme, je dávat si takové cíle, které jsme opravdu schopni splnit.

Tomuto přístupu se říká metoda **SMART** cílů:

- S** **Specifické:** Cíle by měly být jasné a přesné. Měly by odpovídat na konkrétní otázky.
- M** **Měřitelné:** Musíme být schopni sledovat, zda se nám daří je naplňovat nebo ne.
- A** **Dosažitelné (Achievable):** Cíle musí být reálně splnitelné, ne přehnaně ambiciózní.
- R** **Relevantní:** Cíle by měly být v souladu s našimi hodnotami, zájmy a potřebami.
- T** **Časově ohraničené (Time-bound):** Cíle musí mít jasný termín, do kdy mají být splněny.

02

Praktický příklad SMART cíle:

 **Cíl: Zvýšit viditelnost naší firmy na sociálních sítích o 50 % během následujících 3 měsíců prostřednictvím publikování vzdělávacího obsahu o udržitelnosti 3x týdně.**

S **Specifické:** Zvýšit viditelnost publikováním vzdělávacího obsahu.

M **Měřitelné:** +50% viditelnosti (sledující, interakce).

A **Dosažitelné:** 3 příspěvky týdně jsou zvládnutelné díky jednoduché strategii.

R **Relevantní:** Buduje povědomí o značce a informuje veřejnost.

T **Časově ohraničené:** 3 měsíce.



03

NAJÍT SVOU MOTIVACI

Mít vlastní firmu je činnost plná uspokojení, ale zároveň přináší výzvy a situace, které vyžadují úsilí.

Právě proto je zásadní najít svou **motivaci** – tedy pochopit, co nás vnitřně pohání. Ve všech oblastech života rozlišujeme dva typy motivace:

- **Vnitřní motivace (intrinsická):** Vychází zevnitř člověka. Zakládá se na osobním zájmu, radosti nebo uspokojení, které pociťujeme při samotné činnosti. Odměnou je vnitřní pocit naplnění – a právě proto bývá trvalejší a udržitelnější.
- **Vnější motivace (extrinsická):** Pochází z vnějších faktorů – například z odměn, uznání, nebo ze snahy vyhnout se negativním důsledkům. Odměna je externí a účinek bývá spíše krátkodobý.

MOTIVACE

VNITŘNÍ

- * děláme něco z vlastní potřeby
- * děláme něco, protože nás to baví
- * děláme něco, co nám dává smysl
- * děláme něco, co nás láká, přitahuje
- * děláme něco, co nás nebaví, ale víme, že je to správné
- * děláme něco, co jsme přijali za své

VNĚJŠÍ

- * děláme něco, co bychom sami od sebe nedělali
- * děláme něco, co nám přinese odměnu
- * děláme něco, co nám přinese pochvalu
- * děláme něco, abychom se vyhnuli trestu
- * děláme něco, abychom se vyhnuli nepříjemnostem
- * toto však děláme jen do doby, kdy za to něco získáváme, nebo se vyhneme postihům

@ KDYŽ DĚTI MAJÍ DĚTI

03

Obvykle nás motivuje více věcí najednou – a oba typy motivace nám mohou pomoci dosáhnout našich cílů.

Je však užitečné rozlišovat mezi nimi a vnímat, co nás skutečně pohání, abychom si lépe **uvědomili sami sebe v tom, co děláme.**

Praktický příklad:

Vnitřní motivace:

Marie má malou firmu s ekologickými produkty, protože ji opravdu baví starat se o životní prostředí a ráda vymýšlí udržitelná řešení. Pracuje s nadšením, protože má vnitřní uspokojení z toho, že přispívá ke zdravější planetě.

 **„Miluju ten pocit, když vidím, že moje výrobky pomáhají snižovat spotřebu plastu. Mám radost, že dělám něco dobrého pro přírodu.“**

Vnější motivace:

Marie je motivována také tím, že ví, že zvýšení prodeje jí přinese vyšší příjmy, možnost rozšířit podnik a získat uznání ve své komunitě.

 **„Chci zvýšit prodeje, abych měla větší příjem a aby se moje firma stala uznávanou značkou v oblasti ekologických produktů.“**



04

PŘEMÝŠLET O SOBĚ

Všichni máme dovednosti a kompetence — ale ne vždy si je uvědomujeme.

Často nevíme, co umíme, ani kde potřebujeme zlepšení.

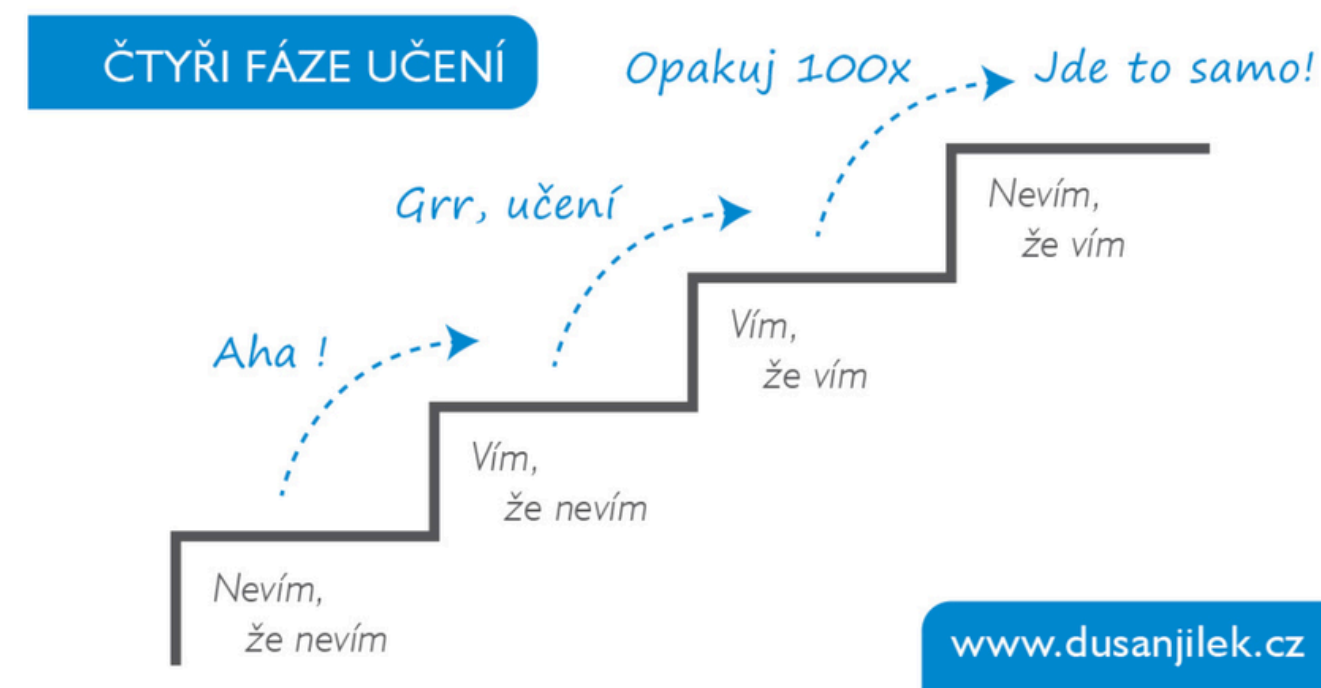
Proto je užitečné znát tzv. **cyklus uvědomování si kompetencí**:

- **Nevědomá nekompetence:** Nevíme, že něco neumíme. (Děláme chyby, aniž bychom si je uvědomovali.)
- **Vědomá nekompetence:** Uvědomujeme si, co neumíme. (Chceme se zlepšit, jsme si vědomi svých slabin.)
- **Vědomá kompetence:** Už víme, co umíme. (Dovednost máme, ale musíme se soustředit, abychom ji použili.)
- **Nevědomá kompetence:** Umíme to tak dobře, že to děláme automaticky. (Např. jako řídit auto bez přemýšlení.)

ČTYŘI FÁZE UČENÍ

Každý člověk, který se něco učí, prochází v procesu učení čtyřmi fázemi.

Tento fenomén je popisován v literatuře buď jako čtyři fáze učení nebo ho můžete najít pod pojmem čtyři fáze získání kompetence. Průběh učení ukazuje názorně tento obrázek:



04

Praktický příklad:

Malý podnik, který vyrábí biologicky rozložitelné obaly, začne používat nový software pro měření uhlíkové stopy:

1. **Nevědomá nekompetence.** 🧱 Zaměstnanci nevědí, že software existuje, ani že by jim mohl pomoci. (Nevědí, co nevědí.)
2. **Vědomá nekompetence.** 💡 Objeví software a uvědomí si, že s ním neumí pracovat, ale chápou jeho přínos. (Chtějí se naučit víc.)
3. **Vědomá kompetence.** 🛠️ Naučí se software používat, ale potřebují se soustředit a věnovat tomu čas. (Používají ho vědomě.)
4. **Nevědomá kompetence.** 🚀 Ovládají software automaticky a efektivně, bez zbytečné námahy – stal se součástí jejich každodenní práce. (Dělají to přirozeně.)



05

VĚŘIT SI A SPOLÉHAT VE SVÉ SCHOPNOSTI

Všechny tyto nástroje nám pomáhají lépe poznat sami sebe a pochopit, co chceme a kam směřujeme.

Jsou to jen nástroje – můžeme je používat tak, jak nám to vyhovuje.

Ale nakonec jediný člověk, který opravdu ví, kým jsi... jsi ty sám.

Věř si!

A uvidíš, že najdeš prostor pro svou vizi zeleného podnikání.

Věříme, že ti další kapitoly tohoto kurzu pomohou ji uskutečnit.



Jste na řadě

Zamyslete se nad svými nápady, svou činností a tím, čeho byste chtěli dosáhnout. Co vás motivuje na tom pracovat? Co jste při tom už naučili?

Zkuste tyto pojmy vztáhnout sami na sebe:

Vezměte si papír a napište si:

- **svůj IKIGAI (co milujete, co umíte, co svět potřebuje, za co vás mohou zaplatit)**
- **své SMART cíle**
- **svou vnitřní motivaci**
- **svou vnější motivaci**

Tato cvičení vám pomohou lépe se poznat a naplánovat další kroky na cestě k udržitelnému podnikání.

