

# Mladá veda

## Young Science



# Mladá veda

## Young Science

### MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Číslo 4, ročník 12., vydané v decembri 2024

ISSN 1339-3189, EV 167/23/EPP

Kontakt: [info@mladaveda.sk](mailto:info@mladaveda.sk), tel.: +421 908 546 716, [www.mladaveda.sk](http://www.mladaveda.sk)

Fotografia na obálke: Zima na horách. © Branislav A. Švorc, [foto.branisko.at](http://foto.branisko.at)

#### REDAKČNÁ RADA

*prof. Ing. Peter Adamišín, PhD.* (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

*doc. Dr. Pavel Chromý, PhD.* (Katedra sociálnej geografie a regionálneho rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)

*prof. Dr. Paul Robert Magocsi* (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

*Ing. Lucia Mikušová, PhD.* (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

*PhDr. Veronika Kmetóny Gazdová, PhD.* (Inštitút edukológie a sociálnej práce, Prešovská univerzita, Prešov)

*doc. Ing. Peter Skok, CSc.* (Ekomos s. r. o., Prešov)

*Mgr. Monika Šavelová, PhD.* (Katedra translitológie, Univerzita Konštantína Filozofa, Nitra)

*prof. Ing. Róbert Štefko, Ph.D.* (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

*prof. PhDr. Peter Švorc, CSc.*, predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

*doc. Ing. Petr Tománek, CSc.* (Katedra verejnej ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

*Mgr. Michal Garaj, PhD.* (Katedra politických vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Trnava)

#### REDAKCIA

*Mgr. Branislav A. Švorc, PhD.*, šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)

*Mgr. Martin Hajduk, PhD.* (Banícke múzeum, Rožňava)

*PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD.* (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)

*RNDr. Richard Nikischer, Ph.D.* (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha)

*PhDr. Veronika Trstianska, PhD.* (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSS UKF, Nitra)

*Mgr. Veronika Zuskáčová* (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

#### VYDAVATEĽ

Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.

[www.universum-eu.sk](http://www.universum-eu.sk)

Javorinská 26, 080 01 Prešov

Slovenská republika

© Mladá veda / Young Science. Akékoľvek šírenie a rozmnožovanie textu, fotografií, údajov a iných informácií je možné len s písomným povolením redakcie.

# ANALYTICKÉ POSÚDENIE KOGNITÍVNYCH OMYLOV V KONTEXTE VEKU OBCHODNÍKOV

ANALYTICAL ASSESSMENT OF COGNITIVE ERRORS IN THE CONTEXT  
OF THE AGE OF BUSINESSMEN

**Anna Tomková<sup>1</sup>**

Autorka pôsobí ako odborná asistentka na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu, Prešovskej univerzity v Prešove. Vo svojich výskumoch sa venuje najmä problematike sociálnej psychológie, obchodnej psychológii a obchodného správania a organizačného správania.

Author works as an assistant professor at the Faculty of Management, Economics and Business, University of Prešov in Prešov. In her research, she mainly focuses on the issues of social psychology, business psychology and business behavior and organizational behavior.

## **Abstract**

Cieľom príspevku bolo vykonať analýzu kognitívnych omylov v práci obchodníkov. Charakterizovali sa súvislosť medzi posúdením výskytu vybraných kognitívnych omylov a vekom obchodníkov. Na získanie údajov bol použitý dotazník skúmania kognitívnych omylov upravený podľa požiadaviek v rámci stanoveného cieľa analýzy. Boli stanovené dotazníkové položky s formou dichotomických odpovedí, jednoduchého aj viacnásobného výberu odpovedí pomocou zvolenej škály. Pri vyhodnotení boli použité matematicko-štatistické metódy so zameraním na korelačnú analýzu v matematicko-štatistickom programe SPSS.

**Kľúčové slová:** obchodníci, kognitívne omyly, vek, organizácia

## **Abstrakt**

The aim of the paper was to analyze cognitive errors in the work of salespeople. They were characterized by the connection between the assessment of the occurrence of selected cognitive errors and the age of traders. To obtain data, a questionnaire for the investigation of cognitive errors was used, modified according to the requirements within the set objective of the analysis. Questionnaire items were determined with the form of dichotomous answers, simple and multiple choice of answers using the chosen scale. Mathematical-statistical

---

<sup>1</sup> Adresa pracoviska: PhDr. Mgr. Anna Tomková, PhD., Prešovská univerzita, Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu, Katedra manažérskej psychológie, Konštantínova 16, 080 01 Prešov  
E-mail: anna.tomkova@unipo.sk

methods with a focus on correlation analysis in the SPSS mathematical-statistical program were used in the evaluation.

Key words: traders, cognitive errors, age, organization

## Úvod

Problematika obchodu a obchodníkov je v súčasnej dobe veľmi aktuálna. Je to práve obchodník, ktorý optimalizuje a determinuje spôsoby práce a obchodného jednanja v súčasnej a turbulentnej spoločnosti. Neustále sa meniace podmienky prinášajú mnohé komplikácie, ktoré je nutné adekvátnym spôsobom vyriešiť. V tejto súvislosti má veľký význam pôsobenie prostredia na výkon obchodných subjektov.

Od základných funkcií osobnosti sa odvíjajú kognitívne procesy, prebiehajúce podľa hierarchie od najjednoduchších po najzložitejšie. Proces spúšťa vedomosť, kde prebieha kategorizácia, následnosť a triedenie, nasleduje pochopenie, resp. interpretácia a prenesenie významu a aplikácia, ako použitie poznatkov v konkrétnych situáciách. Ďalším procesom je analýza prebiehajúca pomocou organizačných princípov, vzťahov a prvkov, nasleduje syntéza, ktorá pomáha vyvodzovať abstraktné vzťahy a hodnotenie, ako posudzovanie informácií podľa vnútorných a vonkajších kritérií (Zelina, Zelinová 1999).

Jednou z najdôležitejších vlastností obchodníka je správne komunikovať. Táto znalosť sa naplno prejaví pri vedení obchodu, táto funkcia je veľmi zložitá a v prípade, že nie je zvládnutá dochádza k nedorozumeniam, v najhorších prípadoch k neuzavretiu obchodu. Závisí to aj od osobnosti obchodníka, jeho postoja a prístupu k vedeniu obchodu. Štýl vedenia obchodu je samozrejme podriadený situácii, kedy musí byť obchodník pohotový a flexibilný. Aby bola táto funkcia prevedená plnohodnotne, obchodník musí jasne komunikovať a vytvárať ľahko dekodovateľné, zrozumiteľné prostredie (Blažek 2011).

V rámci kognitívnych, resp. poznávacích funkcií, ktoré sú základom ľudskej psychiky a prostredníctvom ktorých vnímame svet okolo seba, konáme, reagujeme a zvládame jednoduché či zložité úlohy, rozoznávame: pamäť, pozornosť, koncentráciu, rýchlosť spracovania informácií, exekutívne funkcie, reč, priestorové orientácie a vnímanie. Tvoria ucelenú štruktúru, v ktorej jednotlivé funkcie na seba nadväzujú a nemôžu bez seba nezávisle samostatne fungovať (Vagnerová 2000).

Jednou z najdôležitejších kognitívnych funkcií, rolí a zručností obchodníka je samozrejme riešenie problémov, kde riešenie problémov je hľadanie a nachádzanie za daných okolností uspokojivých východísk zo situácií vyžadujúcich pozornosť a ich zvládnutie. V praxi to znamená, že obchodník si musí osvojiť minimálne portfólio metód a techník na riešenia problémov, pretože je to súčasťou jeho každodennej práce. Problémy sa rozlišujú na známe a nové, a obchodník môže konzultovať s odborne príslušnými špecialistami, alebo riešiť problémy prácou v skupine, či v tíme (Kubeš, Spillerová, Kurnický 2004).

Kognitívne omyly vnikajú z neakceptovania nutnosti využívať kognitívne požiadavky na spracovanie javov z každodenného života (Ruisel 2005).

Zibrínová a Birknerová (2015) tvrdia, že jednou z príčin zdrojov kognitívnych omylov je posun v organizácii kognitívnych procesov, teda príčin negatívneho uvažovania o sebe a o svete môže byť prevaha istých kognitívnych schém na úkor druhých.

Na to, aby sme vedeli určiť kognitívne omyly u obchodníkov, musíme vedieť ako sa skúmajú, určujú a merajú obchodné kompetencie. Metódy merania sa odlišujú podľa toho, aký kompetenčný model chceme skúmať, ak ide napríklad o jedno-kompetenčný model a o rozsiahle hĺbkové skúmanie, celkové posudzovanie bude pomerne zložitá technická operácia. Preto sa namiesto použitia aplikácie jednotlivých metód na hodnotenie obchodníkov začali používať tzv. hodnotiace centrá. Metódy hodnotenia sú rozdelené podľa toho, aké typy hodnotení sa skúmajú a na aký časový horizont sa zameriavajú, pričom ako uvádza Horník (2008), podľa časového horizontu môžeme metódy deliť do troch skupín, metódy skúmania zamerané na minulosť, zamerané na prítomnosť a budúcnosť. Ideálne je, ak hodnotenie obchodníka pokrýva prieniky medzi oblasťami hodnotenia a časovými horizontmi. Tento stav je však veľmi zložitý dosiahnuť v jednom hodnotiacom cykle.

Aby sa obchodník mohol vyhnúť chybám a omylom je dôležité vedieť, čomu má predchádzať. Najhoršie prehrešky a negatívne rysy obchodníkov vychádzajúce z kognitívnych omylov Ramsey (2002) definoval ako riadenie ľudí pomocou hrozieb a zastrašovania, vtedy sa stávajú neefektívnymi, „posúvanie informácií“ na základe obľuby, ich zhromažďovanie a skrývanie pred druhými, „sedenie na informáciách“, vytváranie predpisov namiesto vedenia, snaha nariadiť výkon, vyhýbanie sa nepríjemným témam, snaha za každú cenu nezraniť city iných, byť obľúbený, neschopnosť vytknúť chyby, zatajovať zlé správy, brániť vstup do organizácie ľuďom, ktorí sú lepší ako obchodník a udržiavať a prijímať neschopných a neproduktívnych ľudí, snaha byť neviditeľný, nezastihnuteľný, nemilo prekvapovať, nerešpektovať podriadených, správať sa neočakávane, uplatňovať paranoidnú politiku, t.j. podozrievať, strach o miesto, snaha neriskovať, prenášať stres, pôsobiť narcisticky, agresívne, pomstychtivo a autoritatívne. Obchodník musí odhaliť prečo prežíva konkrétne prejavy, pochopiť ich následky a odstrániť ich (Frankovský, Birknerová 2016).

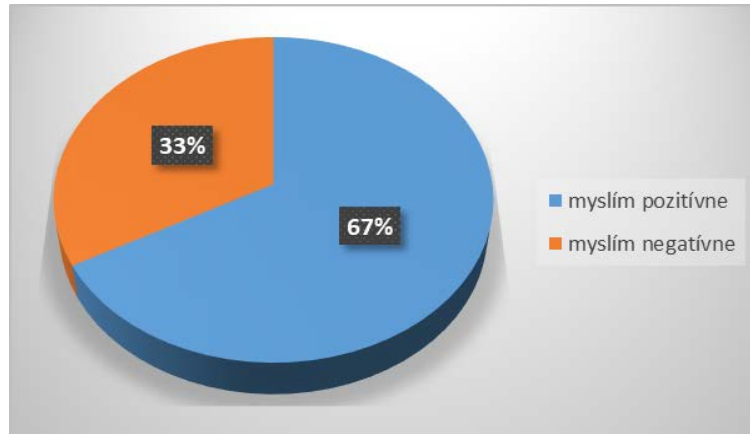
## **Jadro**

Cieľom príspevku je analyzovať a štatisticky overiť stanovenú hypotézu týkajúcu sa súvislostí v rámci posúdenia výskytu kognitívnych omylov a veku obchodníkov.

Použitá bola dotazníková metóda. Na získanie údajov, ktoré sme potrebovali k zisteniu cieľa sme použili dotazník skúmania kognitívnych omylov dostupný na internetovom serveri Proquest a sformulovali sme vlastný dotazník. Boli stanovené dotazníkové položky s formou dichotomických odpovedí, jednoduchého aj viacnásobného výberu odpovedí pomocou zvolenej škály. Dotazník bol anonymný. Pri vyhodnotení boli použité matematicko-štatistické metódy so zameraním na korelačnú analýzu. Analýza bola vytvorená v matematicko-štatistickom programe SPSS.

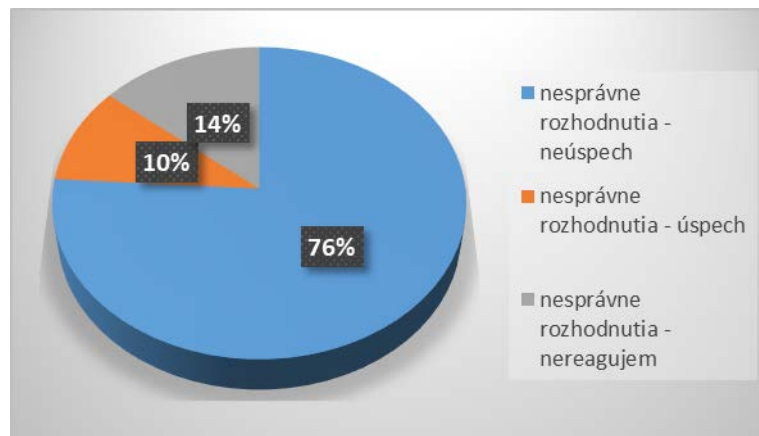
Výskumná vzorka pozostávala zo 125 obchodníkov, z toho bolo 60 mužov a 45 žien. Z hľadiska veku sme sa pohybovali v rozmedzí od 18-55 rokov, priemerný vek bol 26,5. Ako prvú z realizovaných matematicko-štatistických analýz sme použili analýzu frekvencie výsledkov, ktorá bola zameraná na odpovede v jednotlivých položkách vlastného dotazníka.

Z analýzy frekvencie výsledkov je zrejmé, že 67% obchodníkov pri rozhodovaní ovplyvňuje pozitívne myslenie, ktoré vychádza z dosiahnutých úspechov v minulosti. Pôsobenie tohto aspektu môžeme v prezentovanej problematike pokladať za dôležitý (Graf 1).



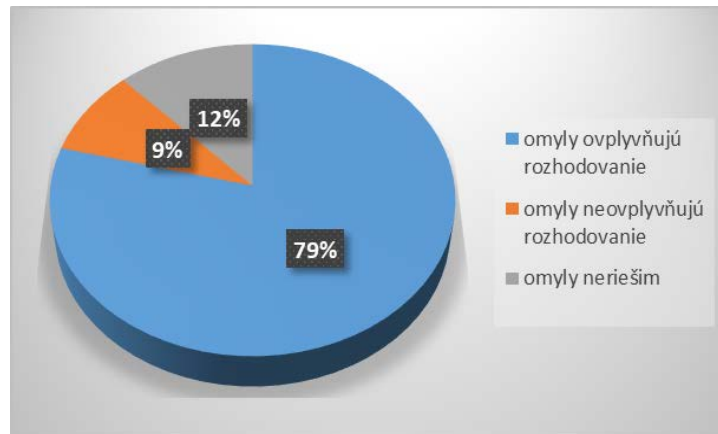
Graf 1 - Pri rozhodovaní myslím na situácie, kedy som sa rozhodol správne  
Zdroj: vlastné spracovanie

Výsledky analýzy ukázali, že až pre 76% obchodníkov znamená nesprávne rozhodnutie neúspech. Pre obchodníkov sú teda omyly pri rozhodovaní spájané s negatívnymi pocitmi (Graf 2).



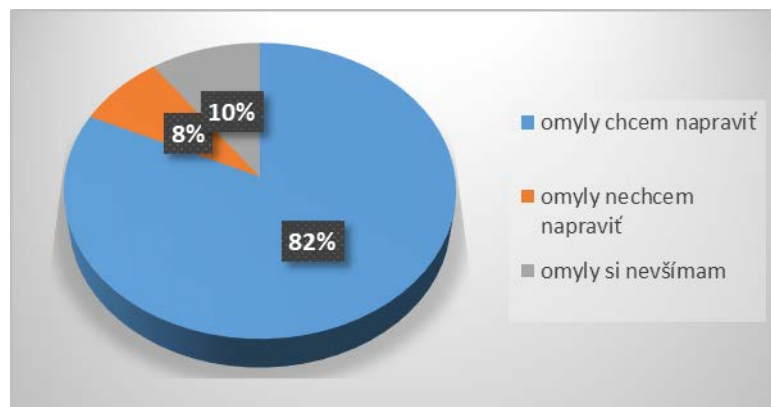
Graf 2 - Nesprávne rozhodnutie pre mňa znamená neúspech  
Zdroj: vlastné spracovanie

Z analýzy je zrejmé, že každý spôsobený omyl má vplyv na budúce rozhodovanie až pre 79% výskumnej vzorky obchodníkov. Na základe tejto skutočnosti môžeme usúdiť, že aj tento typický kognitívny omyl umožňujúci asimiláciu, má vysoký význam v prezentovanej problematike (Graf 3).



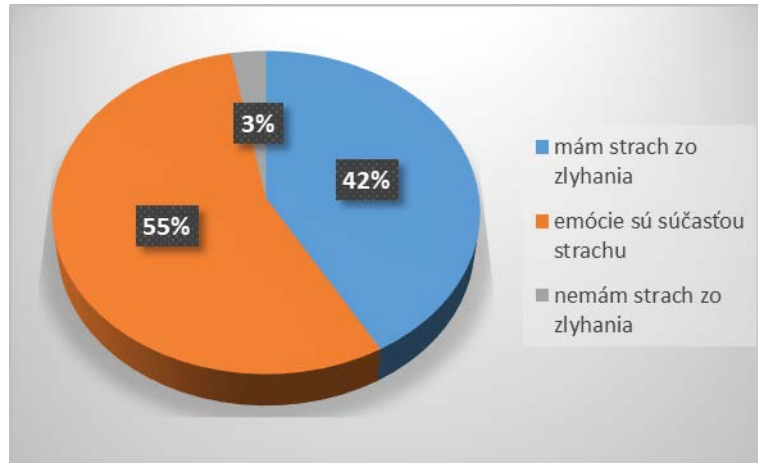
Graf 3 - Každý omyl ma ovplyvňuje pri ďalšom rozhodovaní  
Zdroj: vlastné spracovanie

Z prezentovanej analýzy je zrejmé, že sa až 82% obchodníkov snaží svoje omyly napraviť. Pri tejto položke bola zaznamenaná vysoká miera súhlasu, čím tento atribút môžeme v skúmanom kontexte pokladať za veľmi významný (Graf 4).



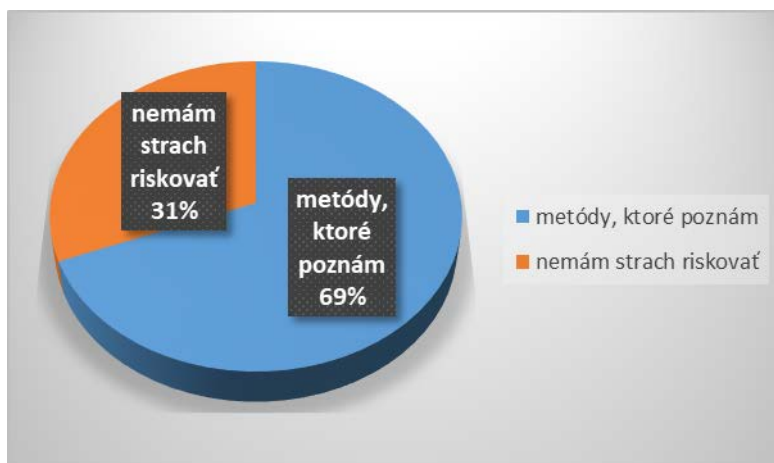
Graf 4 - Svoje omyly sa snažím napraviť  
Zdroj: vlastné spracovanie

Prezentované výsledky preukázali, že len 43% výskumnej vzorky má pri rozhodovaní strach zo zlyhania. Nadpolovičná väčšina, čo tvorí 50% obchodníkov, je pri rozhodovaní ovplyvňovaná vlastnými emóciami. Odolnosť voči takýmto aspektom je pri vykonávaní pracovnej činnosti veľkou výhodou. Aj pri tejto položke je potrebné zdôrazniť významnosť (Graf 5).



Graf 5 - Pri rozhodovaní mám strach zo zlyhania  
Zdroj: vlastné spracovanie

Z výsledkov analýzy je zrejmé, že až 69% obchodníkov pri rozhodovaní využíva len tie metódy, s ktorými už má pri rozhodovaní skúsenosti. To znamená, že len 31% výskumnej vzorky tvoria osoby, ktoré sú pripravené na zmeny a nemajú strach riskovať. Aj toto zistenie preukazuje dôležitosť aspektu v danej problematike (Graf 6).



Graf 6 - Pri rozhodovaní používam len tie metódy, ktoré už poznám  
Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci analýzy sme sa zamerali aj na samotné znenie a skúmanie hypotézy, ktorú sme si v rámci cieľa príspevku stanovili.

Hypotéza: Predpokladáme, že existujú štatisticky významné súvislosti medzi posúdením výskytu kognitívnych omylov a vekom obchodníkov.

		Vek	
	Korelačný koeficient	Významnosť (Sig. 2-tailed)	Počet spolu
K01	0,072	0,535	100
K02	0,080	0,377	100
K03	0,432**	0,000	100
K04	0,107	0,289	100
K05	-0,082	0,423	100
K06	0129	0,222	100





K07	-0,017	0,879	100
K08	-0,352**	0,000	100
K09	0,543**	0,000	100
K10	-0,050	0,607	100
K11	-0,378**	0,000	100
K12	-0,535**	0,000	100
K13	-0,085	0,382	100

Tabuľka 1 – Korelácie medzi vekom obchodníkov a vybranými kognitívnymi omylmi

Zdroj: vlastné spracovanie

Z týchto zistení je zrejmé, že so stúpajúcim vekom obchodníkov nechávajú problémy, s ktorými nemajú skúsenosti na iných, ale riešia ich sami.

Nutnosť systematickosti práce je dôležitým atribútom nielen pri práci obchodníka, ale aj v ostatných zamestnaniach. Nasledujúce zistenie potvrdilo, že čím sú obchodníci starší, tým robia svoju prácu systematickejšie.

Dôvera je atribút, ktorý zjednodušuje vzájomne vzťahy na pracovisku. Ak obchodníci prechovávajú k niekomu dôveru, nepochybujú o jeho poctivosti alebo čestnosti, a naopak ak niekomu nedôverujú, pochybujú o jeho integrite. Dôveru si môžete časom získať alebo aj stratiť. Táto analýza dokázala, že čím sú obchodníci starší, tým viac strácajú dôveru voči svojim kolegom.

Posudzovanie a hodnotenie spoľahlivosti sa u každého človeka líši. Analýzou sme zistili, že čím sú obchodníci starší, tým viac sú presvedčení, že sa dá na nich spoľahnúť a tým viac sú presvedčení, že sú veľmi dôležitým a nenahraditeľným článkom spoločnosti.

V rámci uskutočnených predošlých analýz je možné pokladať hypotézu „Predpokladáme, že existujú významné súvislosti medzi posúdením výskytu vybraných kognitívnych omylov a vekom obchodníkov“ za potvrdenú. So stúpajúcim vekom sa obchodníci snažia sami riešiť vzniknuté problémy a vykonávať svoju prácu systematickejšie, čo im dáva pocit, že sa na nich dá viac spoľahnúť a tým sú nenahraditeľným článkom spoločnosti.

## Záver

Kognitívne omyly obchodníkov sa v istom percente objavujú v komunikácii a výsledkoch práce vždy. Keďže túto prácu vykonávajú ľudia, sú ovplyvňovaní rôznymi priaznivými, alebo nepriaznivými vplyvmi. Pre elimináciu kognitívnych omylov by bolo dobré organizovať pre obchodníkov samozrejme školenia a vzdelávania.

Získané výsledky analýz potvrdili existenciu súvislostí v rámci veku obchodníkov. Zo zistení je zrejmé, že so stúpajúcim vekom obchodníkov nenechávajú problémy, s ktorými nemajú skúsenosti na iných, ale riešia ich sami. Nasledujúce zistenie potvrdilo, že čím sú obchodníci starší, tým robia svoju prácu systematickejšie, čo je pozitívnym aspektom pri práci obchodníka. So stúpajúcim vekom stúpa u obchodníkov dôvera k ich kolegom. Vekovo starší obchodníci sú presvedčení o svojej spoľahlivosti a nenahraditeľnosti v reťazci organizácie.

Na základe prezentovaných zistení považujeme cieľ príspevku, v rámci skúmania súvislostí medzi vybranými kognitívnymi omylmi a vekom respondentov, za splnený.

Zo skúmania kvalít obchodníkov a výberu kandidátov na obchodné povolanie vyplýva, že pri obsadzovaní obchodných miest a pri postupe na vyšší stupeň vo organizáciách majú významnú úlohu ich osobné vlastnosti a sociálno-demografické charakteristiky.

*Tento článok odporúčal na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda  
doc. PaedDr. Zuzana Birknerová, PhD., MBA, KcS*

*018PU-4/2023 – KEGA - Tvorba tréningového programu rozvoja podnikateľských zručností a metakognitívnych schopností v kontexte eliminácie Dunning-Krugerovho efektu*

### **Použitá literatúra**

1. BLAŽEK, Ladislav, 2011. Management. Praha, Grada Publishing. 200 s. ISBN 978-80-247- 3275-6
2. FRANKOVSKÝ, Miroslav a Zuzana BIRKNEROVÁ, 2016. Predictors of cognitive distortions in managerial decisionmaking: PCD18 methodology. In Economic Annals-XXI, 162(11-12), p. 93-97. ISSN 1728-6220
3. HORNÍK, František a kol., 2008. Kompetenční modely: Projekt ESF Učit se praxi. 1. vyd. Brno: Motiv Press, 2008. 132.s. ISBN 978-80-904133-2-0
4. KUBEŠ, Marián, SPILLEROVÁ, Dagmar a Roman KURNICKÝ, 2004. Manažérske kompetence: Způsobilosti výjimečných manažéru. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 184 s. ISBN 80-247-069 8-9
5. RAMSEY, Mildred, 2002. The Super Supervisor. London: Positive Presentations. ISBN 978-0971745919. Zdroj: POSPÍŠIL, M. The Super Supervisor. 1. vyd. Plzeň: Pospíšil. ISBN 978-80-903529-4-0
6. RUISEL Imrich, 2005. Kognitívne omyly a osobnosť. In: MACEK, P. a J. DALAJKA. Vývoj a utváření osobnosti v sociálních a etnických kontextech. Brno: Masarykova univerzita v Brne, s. 6. ISBN 80-210-3804-7
7. VÁGNEROVÁ, Márie, 2000. Vývojová psychologie: detství, dospelost', stáří. 1.vyd. Praha: Portál. 582 s. ISBN 80-7178-308-0
8. ZELINA, Miron a Milota ZELINOVÁ, 1990. Rozvoj tvorivosti detí a mládeže. Bratislava: SPN
9. ZIBRINOVÁ, Ľubica a Zuzana BIRKNEROVÁ, 2015. Myslenie v kontexte kognitívnych omylov. Prešov: Bookman. ISBN 978-80-8165-132-8

# **Mladá veda**

## **Young Science**

**ISSN 1339-3189**