Európska únia
Európsky fond regionálneho rozvoja

OPERAČNÝ PROGRAM
VÝSKUM A INOVÁCIE

Podnikateľský potenciál mladých v regiónoch SR

Bratislava 2019

Vydavateľ: Slovak Business Agency

© SBA, Bratislava, 2019

Všetky práca vyhradené.

Údaje, ktoré sú obsahom tejto publikácie, je možné použiť len s uvedením zdroja.

Neprešlo jazykovou úpravou.

Obsah

Zoznam tabuliek ... **4**
Obrázky ... **4**
Zoznam grafov ... **5**
Úvod ... **7**
1 Strategický rámec a ukazovatele podnikania mladých v krajinách V4 ... **9**
2 Podnikateľská aktivita mladých v regiónoch SR ... **16**
2.1 Banskobystrický kraj ... 16
2.2 Bratislavský kraj ... 18
2.3 Košický kraj ... 21
2.4 Nitriansky kraj ... 24
2.5 Prešovský kraj ... 26
2.6 Trenčiansky kraj ... 29
2.7 Trnavský kraj ... 31
2.8 Žilinský kraj ... 34
2.9 Komparácia aktuálneho stavu ukazovateľov v regiónoch SR ... 36
3 Kvantitatívny prieskum podnikateľského potenciálu mladých ... **40**
3.1 Charakteristika, cieľ a metodika prieskumu ... 40
3. 1. 1 Pro-podnikateľské postoje mladých ... 41
3. 1. 2 Záujem mladých o podnikanie ... 42
3.2 Hypotézy a ich overenie ... 52
3.3 Závery ... 56
4 Závery z okrúhlych stolov o podnikateľskom potenciáli mladých ... **58**
4.1 Základné predpoklady pre začatie podnikania ... 58
4.2 Faktory pôsobiace u mladých podnikateľov v začiatkoch podnikania ... 60
4.3 Vzdelávací systém a pro-podnikateľská mentalita ... 60
4.4 Spolupráca a podpora mladých podnikateľov ... 62
Záver ... **63**
Použitá literatúra a zdroje ... **66**
Prílohy ... **67**
Kvantitatívny prieskum podnikateľského potenciálu mladých z pohľadu zapojených škôl ... **67**
Charakteristika, cieľ a metodika prieskumu ... 67
Závery prieskumu podľa jednotlivých stredných škôl ... 83
Dotazník pre študentov SŠ ... **86**
Dotazník pre študentov VŠ ... **90**

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Banskobystrickom kraji v rokoch 2013-2017 16
Tabuľka 2 Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Bratislavskom kraji v rokoch 2013-2017 19
Tabuľka 3 Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Košickom kraji v rokoch 2013-2017 22
Tabuľka 4 Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Nitrianskom kraji rokoch 2013-2017 24
Tabuľka 5 Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Prešovskom kraji v rokoch 2013-2017 27
Tabuľka 6 Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Trenčianskom kraji v rokoch 2013-2017 29
Tabuľka 7 Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Trnavskom kraji v rokoch 2013-2017 32
Tabuľka 8 Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Žilinskom kraji v rokoch 2013-2017 34
Tabuľka 9 Charakteristika skúmanej vzorky podľa krajov 40
Tabuľka 10 Charakteristika skúmanej vzorky podľa typu škôl 67

Obrázky

Obrázok 1 Závislosť medzi dostatkom informácií a informačnými zdrojmi 53

Zoznam grafov

Graf č. 1 Vývoj počtu obyvateľov krajín V4 2013 – 2017 9
Graf č. 2 Vývoj počtu mladých vo veku 18-29 rokov v krajinách V4 (2013-2017) 11
Graf č. 3 Percentuálny podiel mladých ľudí 18 – 29 rokov na populácii krajín V4 12
Graf č. 4 Nezamestnanosť v krajinách V4 a priemer EÚ 13
Graf č. 5 Nezamestnanosť mladých ľudí do 24 rokov v krajinách V4 priemer EÚ 14
Graf č. 6 Počet malých a stredných podnikov v krajinách V4 2014 – 2017 14
Graf č. 7 Počet MSP na 100 obyvateľov v krajinách V4 v roku 2017 15
Graf č. 8 Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v BB kraji v rokoch 2013-2017 17
Graf č. 9 Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v BB kraji 2013-2017.. 17
Graf č. 10 Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Banskobystrickom kraji v rokoch 2013 – 2017 18
Graf č. 11 Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v BA kraji v rokoch 2013-2017 19
Graf č. 12 Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v BA kraji 2013-2017 20
Graf č. 13 Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 r. v Bratislavskom kraji v rokoch 2013 – 2017 21
Graf č. 14 Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v KE kraji v rokoch 2013-2017 22
Graf č. 15 Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v KE 2013-2017 23
Graf č. 16 Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Košickom kraji v rokoch 2013 – 2017 23
Graf č. 17 Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v NR kraji v rokoch 2013-2017 25
Graf č. 18 Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov – FO do 29 rokov v Nitrianskom kraji v rokoch 2013-2017 25
Graf č. 19 Podiel mladých podnikateľov – FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Nitrianskom kraji v rokoch 2013 – 2017 26
Graf č. 20 Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v PO kraji v rokoch 2013-2017..... 27
Graf č. 21 Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Prešovskom kraji v rokoch 2013-2017 28
Graf č. 22 Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Prešovskom kraji v rokoch 2013 – 2017 28
Graf č. 23 Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v TN kraji v rokoch 2013-2017 30
Graf č. 24 Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Trenčianskom kraji v rokoch 2013-2017 30
Graf č. 25 Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Trenčianskom kraji v rokoch 2013 – 2017 31
Graf č. 26 Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v TT kraji v rokoch 2013-2017..... 32
Graf č. 27 Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Trnavskom kraji v rokoch 2013-2017 33
Graf č. 28 Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Trnavskom kraji v rokoch 2013 – 2017 33
Graf č. 29 Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v ZA kraji v rokoch 2013-2017 35
Graf č. 30 Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Žilinskom kraji v rokoch 2013-2017 35
Graf č. 31 Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Žilinskom kraji v rokoch 2013 – 2017 36
Graf č. 32 Regionálne zastúpenie mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v roku 2017 37
Graf č. 33 Odvetvová štruktúra podnikateľov – FO do 29 rokov (vrátane) v roku 2017 37

Graf č. 34 Počet vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v regiónoch Slovenska v roku 2017 ... 38
Graf č. 35 Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v krajoch SR – rok 2017 ... 39
Graf č. 36 Počet MSP na 100 obyvateľov príslušného kraja – rok 2017 ... 39
Graf č. 37 Podiel žiakov/študentov s pro-podnikateľskými postojmi na celkovom počte žiakov/študentov v jednotlivých krajoch ... 41
Graf č. 38 Pracovná motivácia podľa krajov ... 42
Graf č. 39 Informovanosť respondentov o možnosti podnikania v regiónoch SR ... 43
Graf č. 40 Pôvod informácií o podnikaní v regiónoch Slovenskej republiky ... 43
Graf č. 41 Podnikanie vo vzdelávacom systéme podľa regiónov Slovenskej republiky ... 44
Graf č. 42 Dopyt po informáciách o podnikaní podľa regiónov Slovenskej republiky ... 45
Graf č. 43 Vnímanie podnikateľov v regiónoch Slovenskej republiky ... 45
Graf č. 44 Pracovná stratégia mladých v regiónoch Slovenskej republiky ... 46
Graf č. 45 Dôvody pracovného pomeru podľa regiónov Slovenskej republiky ... 47
Graf č. 46 Dôvody pre začatie podnikania v regiónoch Slovenskej republiky ... 48
Graf č. 47 Vnímanie podnikania v regiónoch Slovenskej republiky ... 48
Graf č. 48 Odvetvia potenciálneho podnikania v regiónoch Slovenskej republiky ... 49
Graf č. 49 Regióny potenciálneho podnikania ... 50
Graf č. 50 Veľkosť podnikov v regiónoch Slovenskej republiky ... 50
Graf č. 51 Záujem o podnikateľské príbehy podľa regiónov Slovenskej republiky ... 51
Graf č. 52 Skúsenosti s podnikaním ... 52
Graf č. 53 Závislosť medzi ochotou podnikať a dostatkom informácií ... 53
Graf č. 54 Závislosť medzi ochotou podnikať podnikateľským nápadom/splnením sna ... 54
Graf č. 55 Závislosť medzi podnikaním/rodinným podnikom a záujmom o podnikateľské príbehy ... 55
Graf č. 56 Závislosť medzi kariérnym rastom a záujmom o podnikateľské príbehy ... 55
Graf č. 57 Závislosť medzi ochotou podnikať a pohlavím ... 56
Graf č. 58 Podiel žiakov/študentov s pro-podnikateľskými postojmi na celkovom počte žiakov/študentov v jednotlivých krajoch ... 68
Graf č. 59 Pracovná motivácia študentov stredných a vysokých škôl ... 69
Graf č. 60 Miera informovanosti o podnikaní študentov stredných a vysokých škôl ... 70
Graf č. 61 Zdroje informácií o podnikaní medzi študentmi stredných a vysokých škôl ... 71
Graf č. 62 Podnikanie vo vzdelávacom systéme ... 71
Graf č. 63 Záujem o informácie o podnikaní od študentov stredných a vysokých škôl ... 72
Graf č. 64 Vnímanie podnikateľov študentmi stredných a vysokých škôl ... 73
Graf č. 65 Zámery študentov stredných a vysokých škôl v budúcnosti ... 74
Graf č. 66 Dôvody pre pracovný pomer medzi študentmi stredných a vysokých škôl ... 75
Graf č. 67 Dôvody pre začatie podnikania u študentov stredných a vysokých škôl ... 76
Graf č. 68 Vnímanie podnikania študentmi stredných a vysokých škôl ... 77
Graf č. 69 Preferencie odvetví potenciálneho podnikania u študentov stredných a vysokých škôl ... 78
Graf č. 70 Preferované regióny pre potenciálne podnikanie medzi študentmi ... 79
Graf č. 71 Veľkosť podnikov pre zamestnanie sa medzi študentmi stredných a vysokých škôl ... 79
Graf č. 72 Záujem o podnikateľské príbehy študentmi stredných a vysokých škôl ... 80
Graf č. 73 Podnikateľské skúsenosti študentov stredných a vysokých škôl ... 81
Graf č. 74 Závislosť medzi kariérnym rastom a záujmom o podnikateľské príbehy ... 82
Graf č. 75 Závislosť medzi rodinným podnikom a záujmom o podnikateľské príbehy medzi študentmi stredných a vysokých škôl ... 82

Úvod

Podnikateľské prostredie je dynamicky sa rozvíjajúca oblasť, ktorá má kľúčový význam pre zabezpečenie ekonomickej prosperity celej krajiny. V čoraz väčšej miere k jeho celkovému pôsobeniu prispievajú mladí ľudia, ktorí prichádzajú so svojimi nápadmi a určujú tak nové podnikateľské trendy. Mladá generácia do 29 rokov predstavuje časť spoločnosti, ktorá sa pripravuje na svoju budúcu pracovnú prípadne podnikateľskú dráhu. Podľa viacerých sociálno - ekonomických údajov patria práve mladí ľudia k zraniteľným sociálnym skupinám a súčasne ich možno vnímať ako obraz budúcnosti.

Vzhľadom na neúplnosť informácií o mladých ľuďoch a ich názoroch a postojoch na podnikanie bolo v analýze „Podnikateľský potenciál mladých v regiónoch SR“ formou dotazníka zisťované, čo mladí ľudia vedia o podnikaní, čo alebo kto sú zdrojmi ich informovanosti, ako si predstavujú svoju pracovnú budúcnosť po skončení štúdií (konkrétne či preferujú zamestnanecký pomer alebo by si vedeli prestaviť podnikať), čo všetko chápu pod pojmom podnikanie a čo znamená byť podnikateľom. Tieto otázky boli kladené formou dotazníka študentom stredných a vysokých škôl.

K dôvodom spracovania analýzy patrí aj fakt, že problematika podnikania a jeho spoločenskej hodnoty nie je dostatočne zastúpená vo vzdelávacom systéme a to ani na jeho vyšších stupňoch. Keďže súčasťou podnikania nie je iba snaha o zisk, ale aj napĺňanie čoraz náročnejších spotrebiteľských potrieb, dokument je preto možné čiastočne vnímať aj ako príspevok ku skvalitňovaniu budúceho podnikateľského prostredia. Nemenej dôležitým prínosom analýzy má byť okolnosť, že pracovné zaradenie mladých, ich nezamestnanosť, finančné ohodnotenie a vzdelanostná výbava sú dlhodobo diskutované témy tak na úrovni národných štátov ako aj Európskej únie.

Cieľom tohto dokumentu je analyzovať súčasný stav podnikania mladých, ich postoj a ambície vo väzbe na podnikateľskú aktivitu v regiónoch SR. V kapitole č. 1 Strategický rámec a ukazovatele podnikania mladých v krajinách V4 sú zahrnuté údaje o nezamestnanosti, uplatnení v práci a podnikaní mladých do 29 rokov v rámci krajín V4 pre získanie širšieho záberu v rámci zvolenej problematiky. Súčasťou tejto kapitoly sú štatistiky o počte mladých ľudí vo veku 18 – 29 rokov, ich percentuálny podiel na celkovej populácii a počty MSP za obdobie rokov 2014 – 2017.

Kapitola č. 2 Podnikateľská aktivita mladých v regiónoch SR obsahuje konkrétne údaje o podnikateľskej aktivite mladých ľudí podľa jednotlivých regiónov Slovenska. Nachádzajú sa tu zistenia najmä o nezamestnanosti mladých do 29 rokov, počte mladých podnikateľov – FO a osobitne počet vzniknutých mladých podnikateľov. Tieto údaje za roky 2013 – 2017 sú zobrazené v tabuľkách znázorňujúcich trend vývoja vybraných ukazovateľov. Obsahovú časť dopĺňa štatistika o regionálnom zastúpení mladých podnikateľov podľa krajov a tiež ich odvetvová štruktúra za rok 2017.

Obsahom tretej kapitoly je dotazníkový prieskum, ktorý skúmal postoje, ambície a motiváciu mladých podnikať, ako aj ich celkový záujem o podnikanie. Prostredníctvom naformulovaných otázok bolo zisťované aj to, či sa mladí ľudia nazdávajú, že majú o podnikaní dostatok informácií, pričom sa skúmal aj zdroj týchto informácií (rodina, škola, kamaráti, médiá alebo iné zdroje). Ďalej bolo podrobnejšie zisťované, či v škole študenti prijímajú informácie o podnikaní v rámci osobitného predmetu alebo sa k nim dostávajú čiastkovo prostredníctvom viacerých predmetov, prípadne v zmienkach učiteľov a prednášajúcich v rámci iných predmetov.

Samostatnou prílohou predkladanej štúdie je spracovanie výsledkov dotazníkového prieskumu medzi mladými ľuďmi študujúcimi na gymnáziách, obchodných akadémiách, stredných odborných školách, ekonomických, technických a spoločensko-vedných fakultách vysokých škôl. Dotazníky obsahujú výsledky odhadovania „pro-podnikateľských" postojov mladých a ich záujmu o podnikanie. Do prieskumu v rámci identifikovania motivácie k podnikaniu boli vybrané ako vopred stanovené možnosti finančná odmena, rešpekt a úcta, kariérny rast, nové kontakty, sebarealizácia, potreba poznávania a respondenti tiež mohli doplniť iné faktory.

Čiastkové údaje z prieskumu boli tiež predmetom diskusie na okrúhlych stoloch venovaných podnikaniu mladých, ktoré boli organizované v mestách Prešov, Nitra a Trenčín. Doplňujúcimi témami boli začiatky podnikania mladých prezentovaných formou podnikateľských príbehov, faktory pôsobiace na jeho vývoj, prítomnosť podnikania vo vzdelávacom systéme, bariéry a vzájomná spolupráca medzi mladými podnikateľmi.

1 Strategický rámec a ukazovatele podnikania mladých v krajinách V4

Aktuálny dokument Stratégia štátnej politiky vo vzťahu k mládeži v SR na roky 2014 – 2020, ktorý sa okrem iného zameriava na vzdelávanie, zamestnanosť, tvorivosť a podnikavosť, definuje predpoklady úspešného životného uplatnenia sa mladých ľudí. Podnikavosť, tvorivosť a inovatívnosť predstavujú kľúčové kompetencie mladých ľudí, ktoré by mali pomáhať rozvíjať ich potenciál, či už v zamestnaní alebo v podnikaní. Podnikavosť sa prejavuje ako schopnosť jedincov premeniť nápady na reálne činy. Jej súčasťou je dokázať chopiť sa iniciatívy, niesť zodpovednosť ako aj prijať riziko a následne dosahovať ciele. Úspechy firiem sú umožňované tvorivými zamestnancami. Mladí podnikatelia sú základom rozvoja ekonomiky a tým aj celej spoločnosti. Jeho druhým strategickým cieľom je osobitne výchova k podnikavosti prostredníctvom podnikateľského vzdelávania na všetkých stupňoch vzdelávania a to aj na tzv. neekonomických školách nielen pre žiakov, ale aj pedagógov a adaptácia existujúcich, efektívnych a úspešných metodík vzdelávania v oblasti podnikania do formálneho aj neformálneho vzdelávania. Súčasne má byť zavedené vyučovanie základných podnikateľských zručností prostredníctvom online kurzov na internete.

Nezamestnanosť mladých ľudí predstavuje citlivé spoločenské riziko. V porovnaní so všeobecne vnímanou nezamestnanosťou ako negatívnym sociálno-ekonomickým javom, môže mať nezamestnanosť mladých ľudí vážnejšie dopady na celý ich neskorší dospelý a produktívny život, ktoré sa môžu prejavovať ako nedostatočné osvojenie si základných pracovných návykov, inklinácia k dlhodobej nezamestnanosti, ďalej alkoholizmus alebo drogová závislosť – teda celkovo ako neschopnosť viesť usporiadaný život a odsúvanie na okraj spoločnosti. Vyššia miera nezamestnanosti mladých ľudí, môže viesť aj k narušaniu existujúceho spoločenského poriadku, čo v prípade demokratického politického zriadenia môže spôsobovať vzostup extrémistických tendencií, čo je overená historická skúsenosť najmä európskych spoločností.

Podľa Osobitnej správy č. 5/2017 Európskeho dvora audítorov „nezamestnanosť mladých ľudí nie je nový fenomén a niekoľko členských štátov EÚ čelí už dlhé roky extrémne vysokej miere nezamestnanosti. Hospodárskou krízou sa od roku 2008 ešte zväčšili ťažkosti mladých ľudí integrovať sa na pracovnom trhu. Túto situáciu znázorňuje skutočnosť, že miera nezamestnanosti mladých ľudí (vo veku 15 – 24 rokov) sa zvýšila o 8,8 percentuálnych bodov medzi prvým štvrťrokom 2008 a prvým štvrťrokom 2013, kedy dosiahla svoju najvyššiu úroveň, a to 23,9 %. V priebehu toho istého obdobia miera nezamestnanosti staršej aktívnej populácie (vo veku 25 – 74) vzrástla menej (o 3,7 percentuálneho bodu, z 5,8 % na 9,5 %). Je to menej než polovica nárastu zaznamenaného vo vekovej skupine 15 – 24 rokov.“ Ešte varujúcejšie sa údaje o nezamestnanosti mladých ľudí na Slovensku môžu javiť v porovnaní s krajinami EÚ, ktorej priemer v roku 2016 podľa údajov Eurostatu bol 18%, avšak tento druh nezamestnanosti radil Slovensko s viac ako 20% nezamestnanosťou mladých k nadpriemerným krajinám.

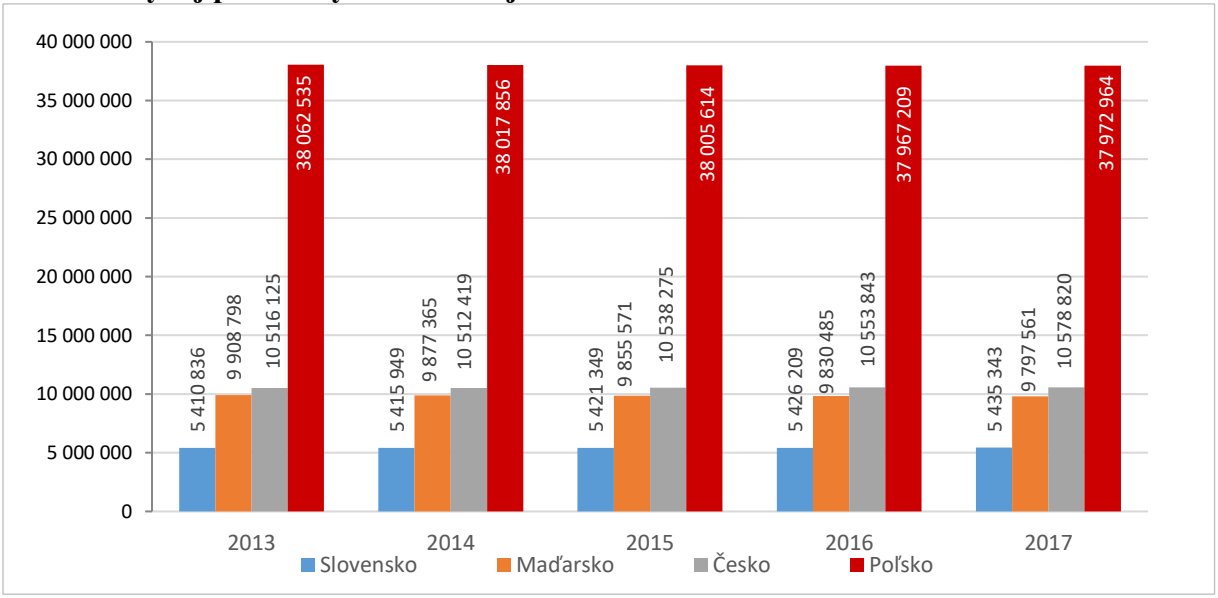
Aktualizované Programové vyhlásenie vlády z roku 2016 sa snaží zamestnanosť mladých ľudí riešiť prostredníctvom čiastočnej reformy regionálneho školstva, podpory duálneho vzdelávania a v sociálnej oblasti sa bude zameriavať na efektívnosť a snažiť sa zavádzať spravodlivosť vo viacerých rôznych druhoch sociálnej pomoci, aby nedochádzalo k ich zneužívaniu na úkor ostatných. Malo by vykonať sprísnenie podmienok pri poskytovaní sociálnych dávok pre osoby odmietajúce prijať zamestnanie. Exekutíva by mala vytvárať podmienky pre rozvoj rodín v celom komplexe od vzdelávania detí, podpory mladých rodín a vytvárania fungujúcich predprimárnych zariadení. (Programové vyhlásenie vlády SR 2016)

Tieto základné zistenia tak môžu vytvárať priestor na priebežné vyhodnotenie Stratégie štátnej politiky vo vzťahu k mládeži v SR na roky 2014 – 2020 s dôrazom na plnenie strategického cieľa 2 a prípadnú artikuláciu nových nástrojov štátnej podpory pre uplatnenie sa mladých ľudí nielen na pracovnom trhu ale tiež v oblasti začínajúceho podnikania.

Základnú súvislosť medzi mierou nezamestnanosti a podnikaním je možné vymedziť tak, že v prípade, ak vznikajú nové podniky, alebo pribúdajú FO podnikatelia, predstavuje to tlak na znižovanie nezamestnanosti. Tá môže klesať v dôsledku toho, že nové podnikateľské subjekty budú pre svoju produktivitu služieb a tovarov potrebovať nových zamestnancov, ktorých môžu získať od iných firiem alebo medzi nezamestnanými. V minulosti existovali viaceré vládne zámery alebo sociálne programy, ktoré motivovali nezamestnaných k podnikaniu. Na Slovensku bol tento cieľ sledovaný Ministerstvom práce sociálnych vecí a rodiny SR v období rokov 2002 – 2005, kedy bola novelizovaná príslušná legislatíva proti nezamestnanosti a tzv. čiernej práci tak, aby formálne nezamestnaní ľudia mali motiváciu mať legálny príjem a neboli v evidencii uchádzačov o zamestnanie. Podobne od roku 2011 mohli nezamestnaní v Českej republike získať jednorazovú štátnu podporu až do výšky 30 000 českých korún, ak začali podnikať.

Štátna motivácia nezamestnaných k podnikaniu, prirodzene realizovaná v čase hospodárskeho poklesu a rastúcej nezamestnanosti, však nemusí mať požadovaný efekt a predstavuje skôr parciálny nástroj sociálnej politiky. Efektívnejšie môžu čeliť ekonomickým a sociálnych tlakom krajiny s obyvateľstvom s tzv. podnikavou mentalitou. Vzhľadom na to, že osobnostná výbava človeka je formovaná z veľkej časti aj vzdelávacím systémom, je potrebné, aby boli najmä mladí ľudia pripravovaní aj na možnosť, že namiesto klasického zamestnania bude ich pracovným zameraním podnikanie. Pre identifikáciu podnikateľského potenciálu mladých ľudí je potrebné najskôr vychádzať z porovnateľných demografických a ekonomických štatistík.

Graf č. 1 **Vývoj počtu obyvateľov krajín V4 2013 – 2017**



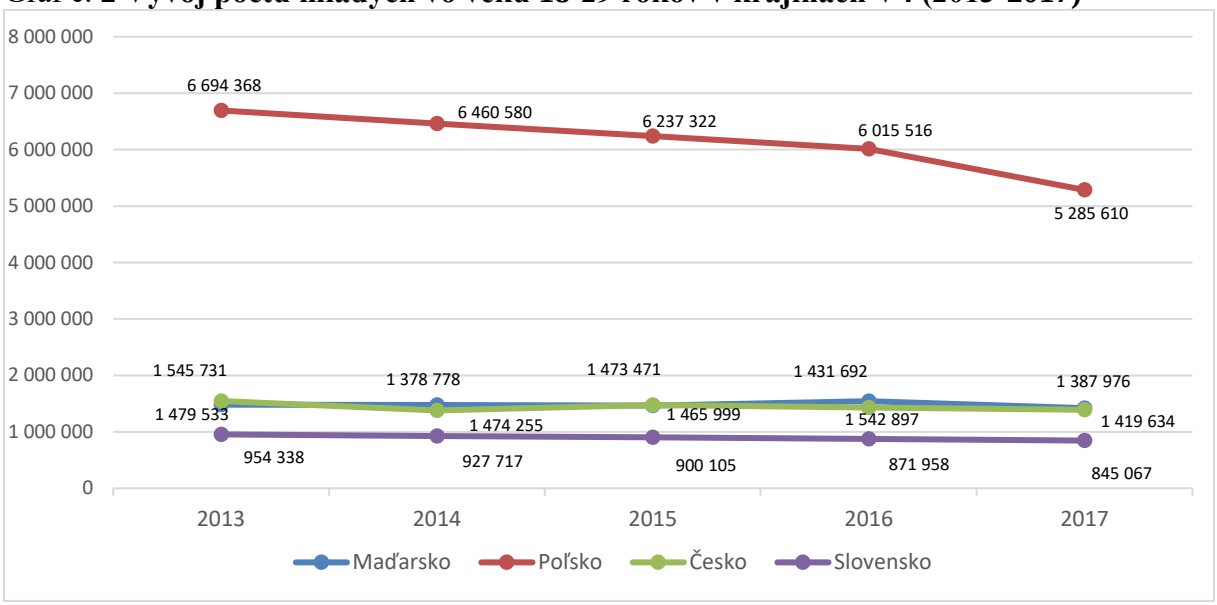
Zdroj: Eurostat (vlastné spracovanie)

V prípade Poľska bolo o vyše 89 tisíc obyvateľov menej v roku 2017 ako v roku 2013, čo predstavuje úbytok o 0,24%. Maďarská republika dosiahla v rámci vývoja počtu svojej populácie najhorší výsledok, nakoľko za ostatných päť rokov tu ubudlo viac ako 111 tisíc obyvateľov, čo v prepočítaní s počtom obyvateľov v roku 2017 predstavuje 1,22%. V rámci

sledovaného obdobia dosiahla najvýraznejší populačný rast Česká republika a to 0,59%. Slovenský populačný vývoj bol rovnako pozitívny – a to 0,45%.

Podiel mladej generácie na celkovej populácii bol medzi rokmi 2013 – 2017 nominálne vo všetkých sledovaných krajinách V4 zostupný. Počet mladých ľudí celkovo klesal, čo v kombinácii s údajmi z grafu č. 1 – počtom obyvateľov krajín V4 – ešte vážnejšia informácia pre Maďarsko a Poľskú republiku, kde vekové zloženie populácie naznačuje pokles obyvateľstva aj v budúcnosti. Tento záver je možné logicky dedukovať vzhľadom na porovnanie údajov o vývoji celkového počtu obyvateľov s počtom mladých ľudí medzi 18 – 29 rokom života.

Graf č. 2 **Vývoj počtu mladých vo veku 18-29 rokov v krajinách V4 (2013-2017)**

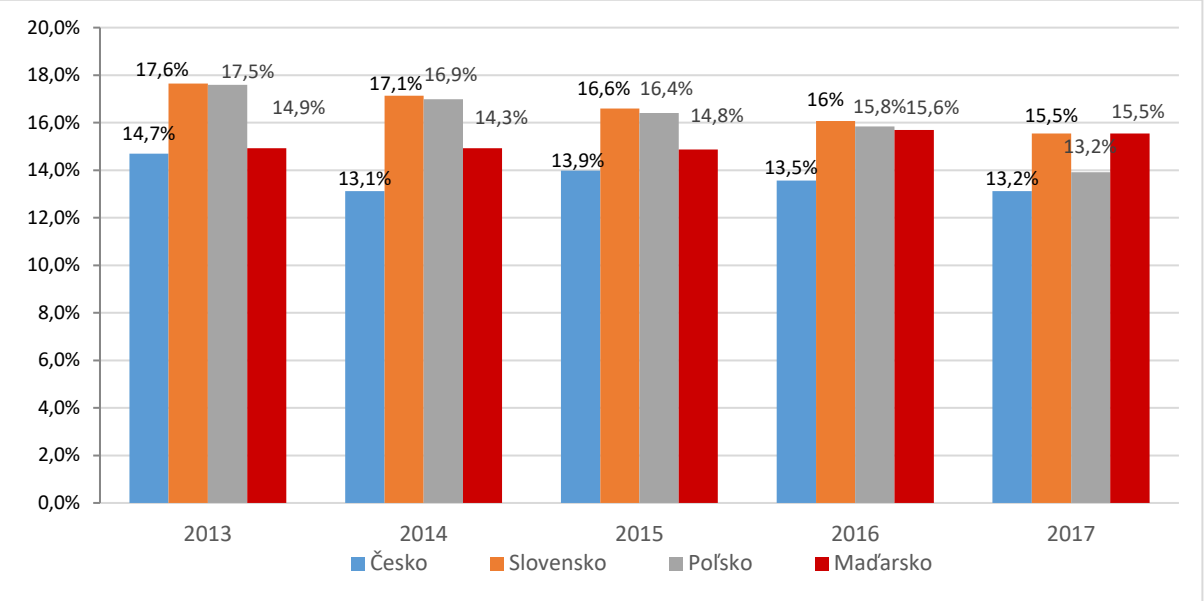


Zdroj: Eurostat (vlastné spracovanie)

Detailnejší pohľad na problematickosť populačného vývoja v krajinách V4 je možné vidieť nižšie z grafu č. 3 zaznamenávajúceho vývoj percentuálneho podielu mladých ľudí v zmienených krajinách strednej Európy. Pokiaľ bola v rokoch 2013 – 2017 Česká republika populačne najviac rastúcou krajinou, kde pribudli až dve desiatky tisíc ľudí, súčasne pre rovnakú krajinu platí, že má vo svojej populácií najmenej mladých ľudí spomedzi krajín V4 a za ostatných päť rokov jej podiel stagnuje na úrovni 13%.

Komparatívne sú na tom lepšie ostatné krajiny Vyšehradskej štvorky – a to konkrétne Slovenská republika a Poľsko v prípade ktorých síce pomer mladých ľudí vo veku 18 – 29 rokov kontinuálne klesal, avšak ich podiel v priemere dosiahol hranicu 16%. Maďarsko v porovnaní s okolitými krajinami zaznamenalo odlišný demografický vývoj. Podiel generácie mladých ľudí od roku 2013 dosiahol nárast o 0,6 percentuálneho bodu - čo je opačný trend ako vo zvyšných krajinách strednej Európy.

Graf č. 3 **Percentuálny podiel mladých ľudí 18 – 29 rokov na populácii krajín V4**



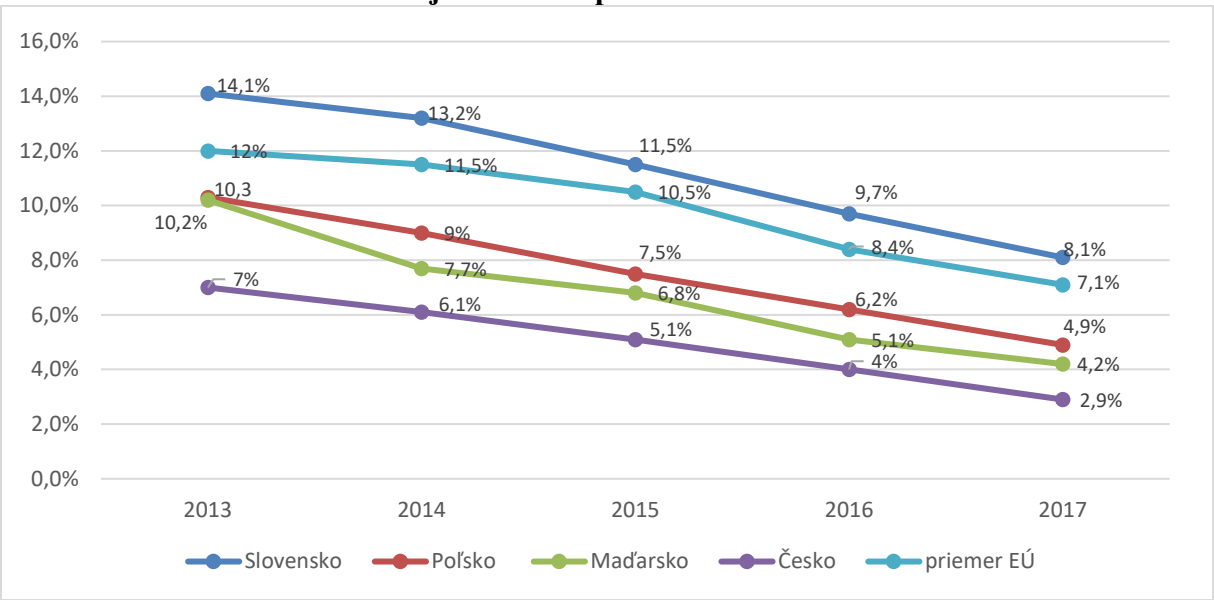
Zdroj: Eurostat (vlastné spracovanie)

Nezamestnanosť spomedzi krajín V4 (graf č. 4) bola medzi rokmi 2013 – 2017 najvyššia na Slovensku a v celom období bola vyššia ako priemer krajín EÚ. Súčasne žiadna z ostatných krajín tohto združenia tento priemer neprekračovala. Nezamestnanosťou najmenej zasiahnutou krajinou bola Česká republika, kde v období rokov 2016 a 2017 dosahovala menej ako polovicu úrovne priemeru EÚ.

Prostredníctvom grafu č. 4 je tiež možné zaznamenať a kvantifikovať trend poklesu nezamestnanosti vo všetkých krajinách Vyšehradskej štvorky a porovnať ho s priemerom krajín Európskej únie. Ak medzi rokmi 2013 – 2017 bola najvyššia nezamestnanosť štatisticky evidovaná v Slovenskej republike, súčasne je potrebné doplniť, že išlo spoločne s Maďarskou republikou o krajiny, kde došlo k jej radikálnemu poklesu o 6% za päť sledovaných rokov. O 5,4% sa tento negatívny sociálno-ekonomický fenomén darilo znížiť v Poľsku a „len“ o 4,1% v Českej republike.

Pokles nezamestnanosti bol v najväčšej miere zaznamenaný v krajinách s pôvodne vyššou celkovou mierou nezamestnanosti (Slovenská republika a Maďarsko), pričom v Poľsku bol tento trend postupnejší a napr. v porovnaní s Maďarskom (príbuzná hodnota nezamestnanosti v roku 2013), dosiahol v roku 2017 miernejší zostup. Najnižší úbytok nezamestnanosti sa konal v Českej republike, kde bola jej úroveň v roku 2013 len na 7%.

Graf č. 4 **Nezamestnanosť v krajinách V4 a priemer EÚ**



Zdroj: Eurostat (vlastné spracovanie)

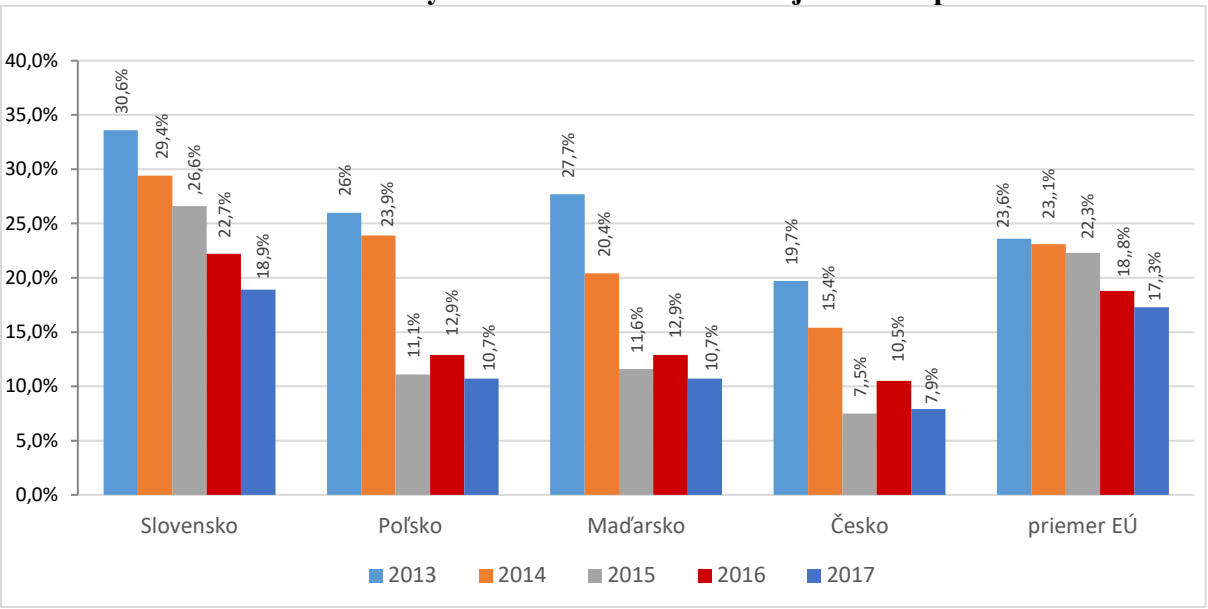
Nezamestnanosť mladých ľudí vo veku 15 až 24 rokov v krajinách Vyšehradskej štvorky v ostatných rokoch dosahovala vyššiu úroveň ako bol celospoločenský priemer (graf č. 5). Ten sa v sledovaných krajinách v období rokov 2013 – 2017 v priemere pohyboval na úrovni 26,1 % na Slovensku; 16,9% v Poľsku; 16,6% v Maďarsku a napokon v Česku len na 12,2%. Tieto údaje sú podstatne vyššie v porovnaní s celkovou nezamestnanosťou v rovnakom období, pričom poradie krajín je identické ako v prípade nezamestnanosti mladých ľudí. Priemery celkovej nezamestnanosti sa v rovnakom období pohybovali na úrovni 11,3% na Slovensku; 7,6% v Poľsku; 6,8% v Maďarsku a 5% v Českej republike.

Vo všetkých sledovaných krajinách dosahovala nezamestnanosť mladých viac ako dvojnásobnú úroveň v porovnaní s celkovou nezamestnanosťou. Najväčší pomer nezamestnanosti mladých a celkovej nezamestnanosti bol medzi rokmi 2013 – 2017 v Maďarsku, kde nezamestnanosť mladých predstavovala až 2,45 násobok úrovne celkovej nezamestnanosti. Podobná úroveň bola nameraná v Česku (2,4 násobok), nasleduje Slovenská republika s 2,3 násobkom a Poľsko na hodnote 2,2.

Vývoj nezamestnanosti mladých nebol identický v porovnaní s celkovou nezamestnanosťou. Nezamestnanosť mladých kontinuálne klesala (graf 5) na Slovensku, čo bol rovnaký vývoj ako priemeru krajín Európskej únie. V ostatných krajinách V4 došlo k prechodnému vzostupu nezamestnanosti v roku 2016, pričom v Poľsku a Maďarskej republike skokovo narástla takmer k 13% a v Česku dosiahla úrovne 10,5%, pričom v nasledujúcom roku výrazne klesla o viac ako 2,5%.

Obraz poklesu celkovej nezamestnanosti a nezamestnanosti mladých ľudí možno tiež doplniť porovnaní ich hodnôt z rokov 2013 a 2017. Nezamestnanosť mladých bola v roku 2013 v krajinách V4 o 2,3 násobne vyššia ako v roku 2017. Celková nezamestnanosť bola v rovnakom období vyššia 2,2 krát.

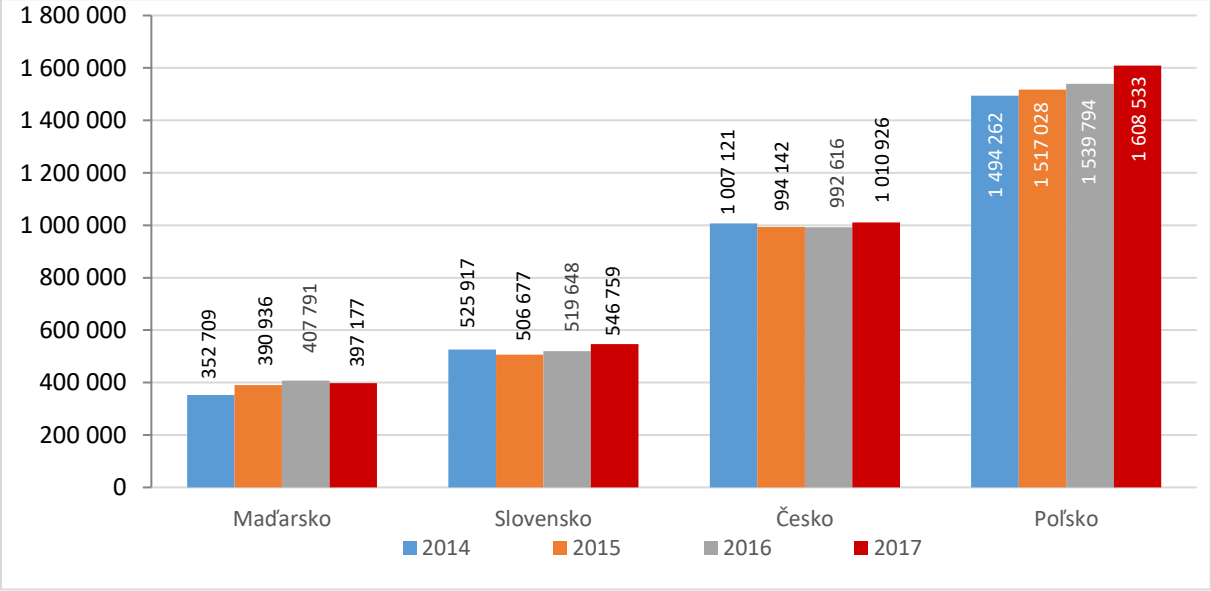
Graf č. 5 **Nezamestnanosť mladých ľudí do 24 rokov v krajinách V4 priemer EÚ** [1]



Zdroj: Eurostat (vlastné spracovanie)

Počet malých a stredných podnikov vo všetkých krajinách Vyšehradskej štvorky predstavoval viac ako 99% zo všetkých podnikov v národných hospodárstvach. Spomedzi krajín stredoeurópskeho regiónu ich bolo najmenej v Maďarsku a najviac ich bolo v Poľskej republike. Ich celkový počet bol medzi rokmi 2014 – 2017 rôznorodý a kontinuálne mierne rástol iba v Poľsku.

Graf č. 6 **Počet malých a stredných podnikov v krajinách V4 2014 – 2017**



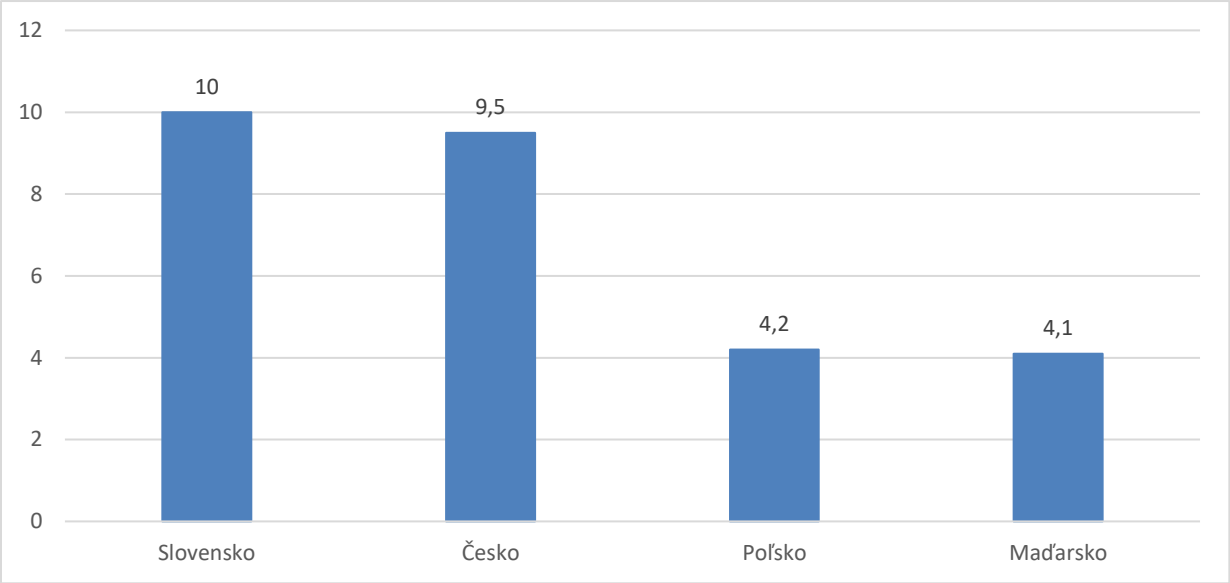
Zdroj: SBA Fact Sheet, European Commission (vlastné spracovanie)

Podľa prepočtu MSP na 100 obyvateľov možno konštatovať „federálnu“ príbuznosť prostredia malých a stredných podnikov bývalej československej federácie vzhľadom na to, že na 100 obyvateľov Slovenskej republiky pripadá 10,03 MSP, pričom v Česku to bolo v roku 2017 9,5 MSP na 100 obyvateľov. Tieto ukazovatele sa výrazne líšia od Poľska,

[1] Nezamestnanosť mladých ľudí je Eurostatom evidovaná vo vekovej kategórii 15 – 24 rokov.

kde to v rovnakom období bolo 4,2 MPS na 100 obyvateľov a najnižšiu úroveň dosiahlo v prostredí Vyšehradskej štvorky Maďarsko, kde to bolo iba 4,1 malých a stredných firiem na 100 ľudí.

Graf č. 7 **Počet MSP na 100 obyvateľov v krajinách V4 v roku 2017**



Zdroj: SBA Fact Sheet, European Commission (vlastné spracovanie)

2 Podnikateľská aktivita mladých v regiónoch SR

Vzhľadom na výrazné sociálno-ekonomické diferenciácie medzi jednotlivými regiónmi Slovenska sa nasledujúca kapitola venuje analýze podnikania mladých ľudí do 29 rokov v rámci jednotlivých krajov. Pre tento účel boli vyselektované regionálne údaje o počte všetkých obyvateľov, nezamestnaných osobách a osobitne nezamestnaných mladých do 29 rokov, počty stredných a vysokých škôl, celkový počet malých a stredných podnikov v krajoch, počet obyvateľov do 29 rokov a osobitne vo veku 18 – 29 rokov a napokon regionálne údaje o počtoch mladých podnikateľov (fyzických osobách) do 29 rokov. K tomu sú osobitne uvádzané aj počty vzniknutých mladých podnikateľov. Časové hľadisko údajov zaberá obdobie rokov 2013 – 2017, čo umožňuje zachytiť trend vývoja celkového počtu mladých podnikateľov podľa krajov a osobitne vzniknutých mladých podnikateľov. V záverečnej podkapitole sa nachádzajú údaje regionálneho porovnania počtu mladých podnikateľov a ich odvetvovej štruktúry za rok 2017 vrátane údajov o počte vzniknutých mladých podnikateľov a ich podielu na celkovom počte mladých vo vekovej kategórii 18 – 29 rokov.

2.1 Banskobystrický kraj

Banskobystrický samosprávny kraj je z hľadiska rozlohy najväčším regiónom Slovenska, avšak počtom obyvateľov na úrovni 649 788 (k 31.12.2017) sa zaraďuje k tým najmenším krajom. Z hľadiska demografického vývoja v kraji možno konštatovať, že Banskobystrický kraj patrí do skupiny slovenských regiónov s dlhodobým trendom medziročného úbytku obyvateľstva (od roku 2011). V skúmanom období možno pozorovať pokles počtu obyvateľov kraja o 1,1%, čo predstavuje úbytok 7 025 obyvateľov. Z hľadiska štruktúry obyvateľstva podľa veku je pre Banskobystrický kraj typický postupný pokles obyvateľstva v predproduktívnom a produktívnom veku a nárast podielu obyvateľstva v poproduktívnom veku. V skúmanom období možno pozorovať úbytok mladých ľudí do 29 rokov celkovo 18 412 (pokles cca. 8%) na súčasný počet približne 212 tisíc obyvateľov Banskobystrického kraja vo veku do 29 rokov.[2] Trend starnúcej populácie sa súčasne odráža v postupne sa znižujúcom podiele mladých ľudí do 29 rokov na celkovom počte obyvateľov regiónu. Kým v roku 2013 bol podiel mladých ľudí do 29 rokov na úrovni 35,1% celkovej populácie v kraji, v roku 2017 poklesol na 32,6%.

Tabuľka 1 **Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Banskobystrickom kraji v rokoch 2013-2017**

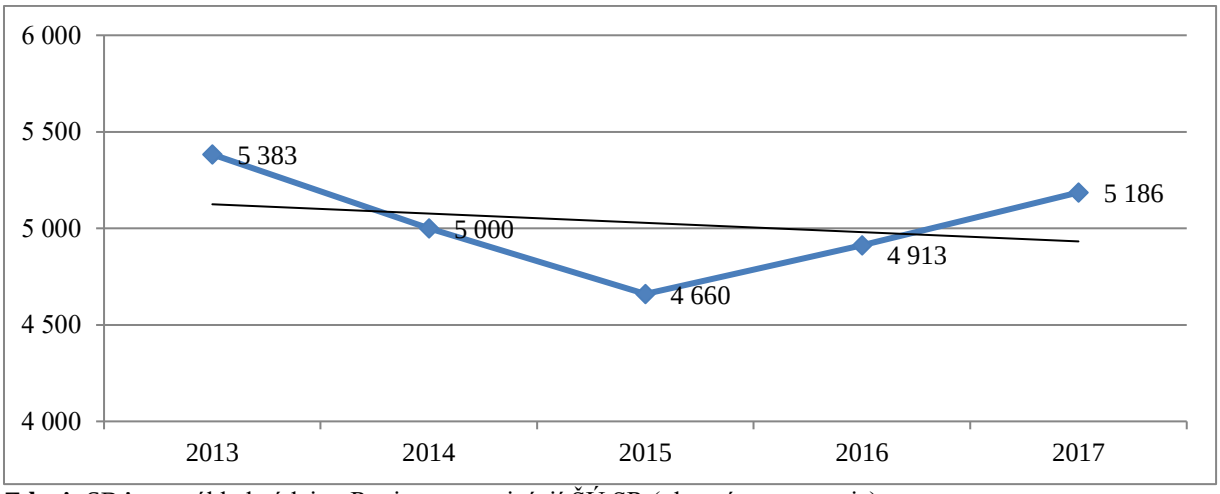
	2013	2014	2015	2016	2017
Počet obyvateľov	656 813	655 359	653 024	651 509	649 788
Počet nezamestnaných	66 600	61 700	52 200	43 800	41 300
Počet nezamestnaných mladých spolu (do 29 rokov)	23 800	17 200	14 800	11 100	11 800
Počet stredných škôl					83
Počet vysokých škôl	4	4	4	4	4
Počet MSP	57 385	57 409	53 952	55 856	56 650
Počet mladých spolu (do 29 rokov)	230 493	225 625	220 662	216 040	212 081
z toho mladí vo veku 18-29 rokov	*111 347*	*107 816*	*103 989*	*100 267*	*96 200*
Počet mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	5 383	5 000	4 660	4 913	5 186
Počet vzniknutých mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	1 830	1 574	1 241	1 705	2 050

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky (vlastné spracovanie)

[2] Vychádzajúc z metodiky Štatistického úradu Slovenskej republiky je v analýze pod pojmom *skupina mladých ľudí* zahrnutá veková kategória obyvateľov do 29 rokov života (vrátane)

Okrem negatívneho demografického vývoja v kraji možno pozorovať v období rokov 2013 - 2017 pokles celkového počtu mladých podnikateľov – fyzických osôb (ďalej len „FO“) do 29 rokov. Kým v roku 2013 pôsobilo v kraji 5 383 podnikateľov - FO do 29 rokov, v nasledujúcich dvoch rokoch došlo k poklesu o 13,4%, (úbytok 723 subjektov). Aj napriek postupnému zvyšovaniu počtu mladých podnikateľov v kraji od roku 2016, možno skonštatovať celkový pokles počtu mladých podnikateľov v roku 2017 na 5 186 podnikateľov - FO do 29 rokov, čo predstavuje pokles o približne 3,7% oproti roku 2013 (pokles o 197 subjektov).

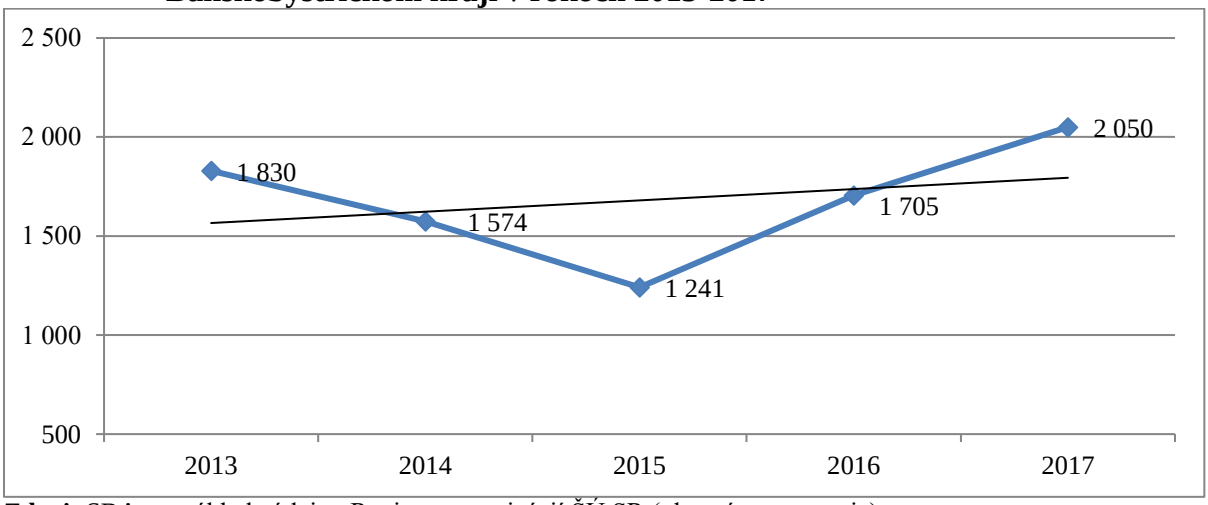
Graf č. 8 **Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Banskobystrickom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

O niečo pozitívnejší je trend vývoja počtu novovzniknutých podnikateľov - FO vo veku do 29 rokov v skúmanom období. Aj napriek skutočnosti, že v prvých troch rokoch skúmaného obdobia možno pozorovať približne 30%-ný pokles (v roku 2015 o 589 vzniknutých subjektov menej ako v roku 2013), zvýšenie podnikateľskej aktivity mladých v rokoch 2016 a 2017 sa odzrkadľuje v celkovom navýšení počtu novovzniknutých podnikateľov - FO do 29 rokov v 5 ročnom období, pričom pozorujeme nárast z 1 830 novovzniknutých subjektov v roku 2013 na 2 050 v roku 2017, čo predstavuje celkové zvýšenie o 12 %.

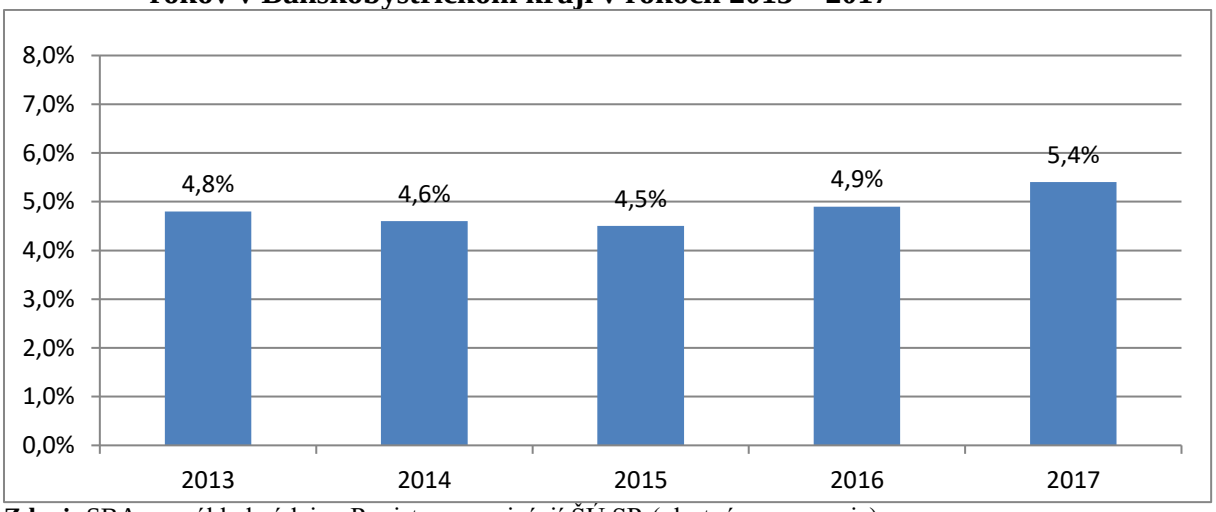
Graf č. 9 **Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Banskobystrickom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Podiel mladých podnikateľov do 29 rokov na počte mladých ľudí vo veku od 18 do 29 rokov v Banskobystrickom kraji kopíruje vývoj ukazovateľa celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov. V rokoch 2013-2015, kedy v kraji došlo k znižovaniu celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov, má podiel postupne klesajúcu tendenciu dosahujúcu úroveň od 4,8 do 4,5% z celkového počtu mladých vo veku 18-29 rokov v Banskobystrickom regióne. Rovnako ako v prípade vyššie uvedených ukazovateľov od roku 2016 zaznamenávame nárast pomerového ukazovateľa na úroveň 5,4% zastúpenia podnikateľov do 29 rokov zo skupiny mladých ľudí vo veku 18-29 rokov v roku 2017.

Graf č. 10 **Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Banskobystrickom kraji v rokoch 2013 – 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Čo sa týka podielu mladých podnikateľov do 29 rokov na celkovom počte malých a stredných podnikov (ďalej len „MSP“) v Banskobystrickom kraji, možno konštatovať zastúpenie mladých podnikateľov na porovnateľnej úrovni s ostatnými slovenskými regiónmi. Kým podiel za rok 2013 predstavoval úroveň 9,4% podnikateľov – FO do 29 rokov na celkovom počte MSP, v rokoch 2014 a 2015 dochádza k jeho postupnému poklesu o približne 0,8 percentuálneho bodu. V roku 2017 sa zvýšením celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov zvýšil aj ich podiel v skupine MSP na 9,2%.

Posledným analyzovaným ukazovateľom je počet MSP na 100 obyvateľov kraja. V rokoch 2013 a 2014 pripadalo približne 8,7 malých a stredných podnikov na 100 obyvateľov kraja, pričom v roku 2015 došlo k zníženiu na 8,3 MSP/100 obyv. Naopak v rokoch 2016 a 2017 pozorujeme návrat na pôvodnú úroveň z roku 2013, t. j. 8,7 MSP na 100 obyvateľov Banskobystrického regiónu.

2.2 Bratislavský kraj

Bratislavský samosprávny kraj je z hľadiska rozlohy najmenším regiónom Slovenska a počtom obyvateľov na úrovni 650 838 (k 31.12.2017) sa zaraďuje k stredne veľkým krajom (celkovo piaty najľudnatejší kraj SR). Z hľadiska demografického vývoja má však Bratislavský kraj dlhodobo najvyšší trend medziročného prírastku obyvateľstva, pričom v rokoch 2013-2017 možno pozorovať nárast počtu obyvateľov kraja o 5,2%, čo predstavuje celkový nárast o 32 458 obyvateľov. Z hľadiska štruktúry obyvateľstva podľa veku je aj pre Bratislavský kraj typický postupný nárast podielu obyvateľstva v poproduktívnom veku. Vychádzajúc z prognóz vývoja do roku 2025 bude celková tendencia vo vývoji vekovej štruktúry ďalej smerovať

k zhoršovaniu jej skladby v dôsledku nárastu podielu obyvateľstva v poproduktívnom veku. Napriek uvedenému možno v rokoch 2013-2017 pozorovať nárast počtu mladých ľudí do 29 rokov o približne 1,2% na súčasný počet približne 199 tisíc obyvateľov Bratislavského kraja vo veku do 29 rokov (vrátane). Celkový nárast počtu obyvateľov do 29 rokov je zo všetkých slovenských krajov pozorovateľný len v prípade Bratislavského regiónu. Napriek tomu sa aj tu trend starnúcej populácie odzrkadľuje v postupne sa znižujúcom podiele mladých ľudí do 29 rokov na celkovom počte obyvateľov Bratislavského kraja. Kým v roku 2013 bol podiel mladých ľudí do 29 rokov na úrovni 31,7% celkovej populácie v kraji, v roku 2017 zaznamenávame pokles na 30,5%.

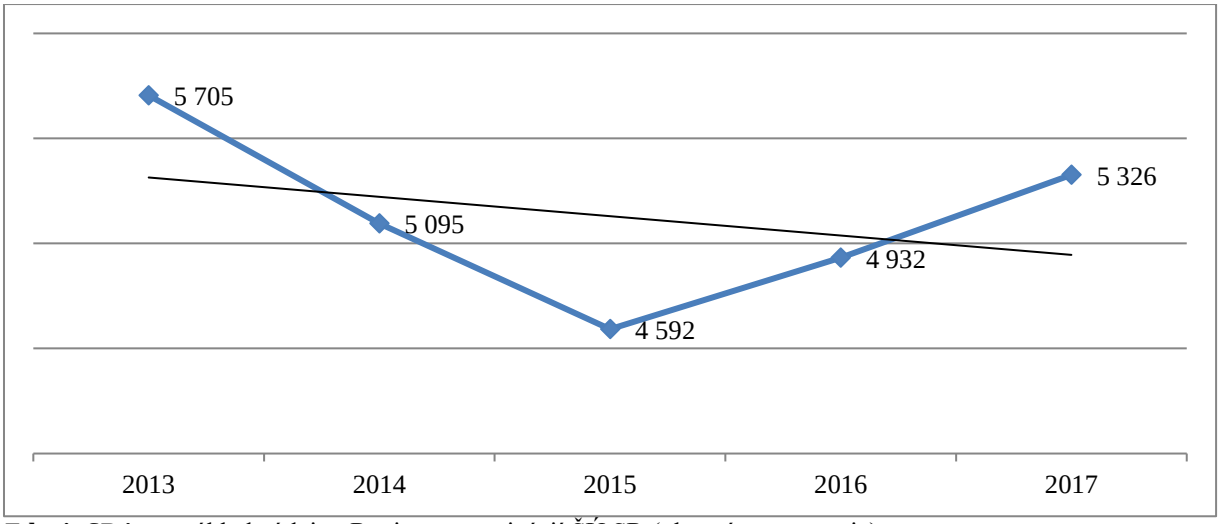
Tabuľka 2 **Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Bratislavskom kraji v rokoch 2013-2017**

	2013	2014	2015	2016	2017
Počet obyvateľov	618 380	625 167	633 288	641 892	650 838
Počet nezamestnaných	21 400	20 000	19 300	17 400	14 600
Počet nezamestnaných mladých spolu (do 29 rokov)	7 000	6 400	5 500	5 100	4 500
Počet stredných škôl	125	122	113	113	108
Počet vysokých škôl	11	11	11	11	11
Počet MSP	121 735	124 110	114 238	122 774	126 464
Počet mladých spolu (do 29 rokov)	196 166	195 633	195 867	196 882	198 603
z toho mladí vo veku 18-29 rokov	*91 096*	*87 228*	*83 655*	*80 452*	*77 584*
Počet mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	5 705	5 095	4 592	4 932	5 326
Počet vzniknutých mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	1 703	1 353	1 074	1 617	2 017

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky (vlastné spracovanie)

Napriek pozitívnemu prírastku obyvateľov kraja do 29 rokov zaznamenávame v skúmanom období pokles celkového počtu mladých podnikateľov – FO do 29 rokov. Kým v roku 2013 pôsobilo v kraji 5 705 podnikateľov - FO do 29 rokov, v nasledujúcich dvoch rokoch dochádza k poklesu o 19,5%, (úbytok 1 113 subjektov).

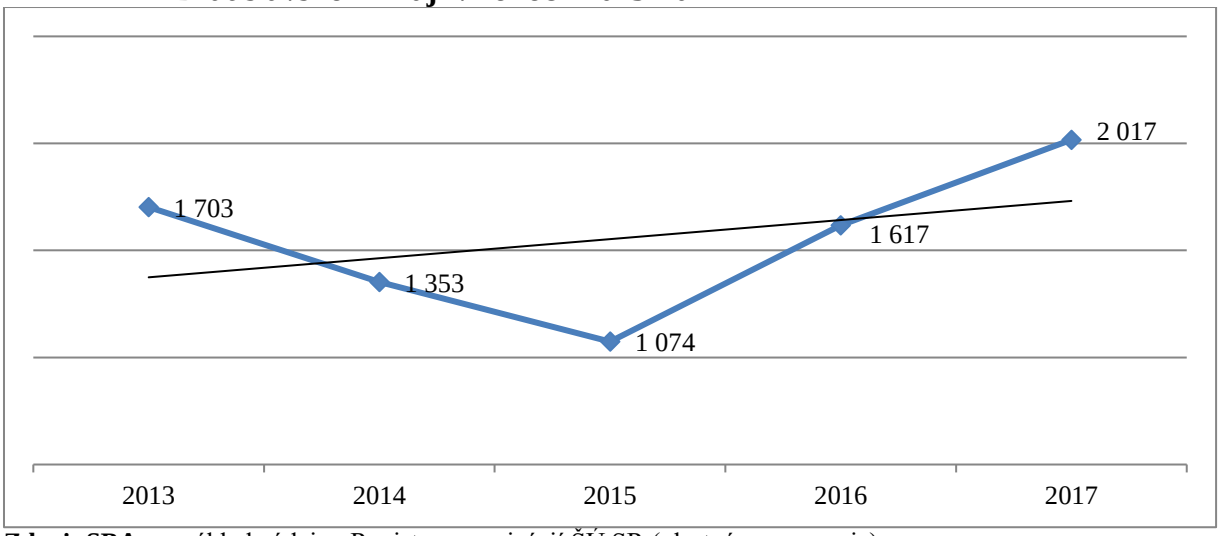
Graf č. 11 **Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Bratislavskom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Napriek nepriaznivému vývoju celkového počtu mladých podnikateľov v kraji je pozitívnejším zistením skutočnosť, že v 5-ročnom období dochádza k nárastu počtu novovzniknutých podnikateľov - FO vo veku do 29 rokov. Trend vývoja je podobný ako vo viacerých regiónoch Slovenska, kde v rokoch 2013-2015 možno pozorovať kontinuálny pokles novovznikajúcich podnikateľov do 29 rokov. V prípade Bratislavského kraja zaznamenávame približne 36%-ný pokles v roku 2015, čo predstavuje o 629 vzniknutých subjektov menej ako v roku 2013. Zvýšenie podnikateľskej aktivity mladých možno pozorovať rovnako od roku 2016. Napriek nepriaznivému vývoju v prvých troch rokoch skúmaného obdobia však možno celkovo skonštatovať nárast počtu novovzniknutých podnikateľov – FO do 29 rokov v 5-ročnom období, pričom zaznamenávame nárast z 1 703 novovzniknutých subjektov v roku 2013 na 2 017 nových podnikateľov v roku 2017 (zvýšenie o 18,4 %).

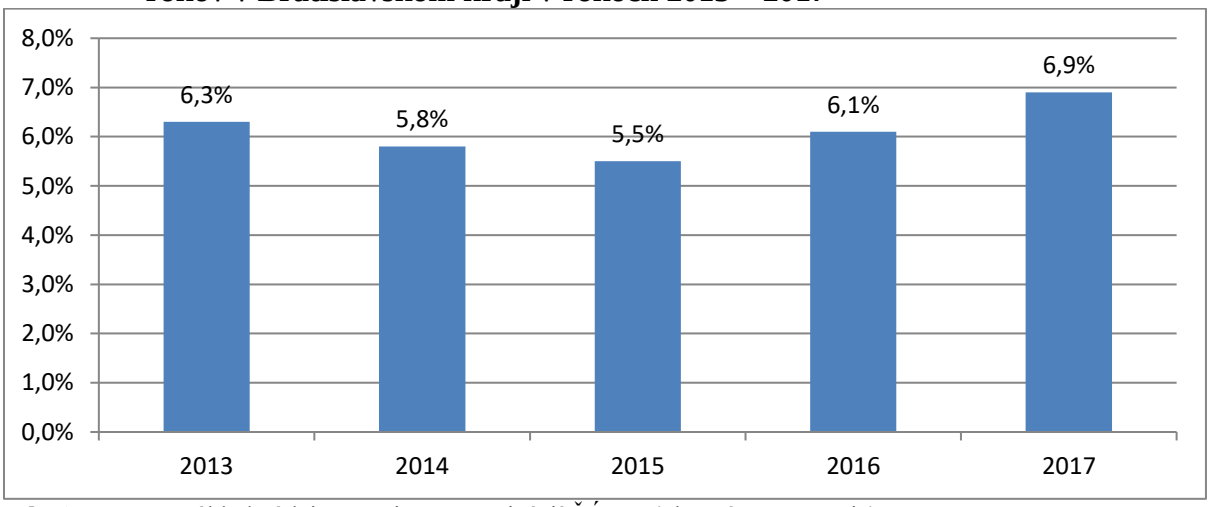
Graf č. 12 **Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Bratislavskom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Podiel mladých podnikateľov do 29 rokov na celkovom počte mladých ľudí vo veku od 18 do 29 rokov v Bratislavskom kraji kopíruje vývoj ukazovateľa celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov. V rokoch 2013-2015 mal podiel postupne klesajúcu tendenciu dosahujúcu úroveň od 6,3 do 5,5% z celkového počtu 18-29 ročných obyvateľov regiónu. Zvýšená podnikateľská aktivita mladých od roku 2016 sa odzrkadľuje v náraste pomerového ukazovateľa na úroveň 6,9% podnikateľov do 29 rokov v skupine mladých ľudí do 29 rokov v roku 2017. Celkovo sa teda skupina mladých podnikateľov medzi svojimi rovesníkmi v 5 ročnom období rozšírila o 0,6 percentuálneho bodu.

Graf č. 13 **Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Bratislavskom kraji v rokoch 2013 – 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Ďalším analyzovaným ukazovateľom je podiel mladých podnikateľov do 29 rokov na celkovom počte MSP v Bratislavskom kraji. Všeobecne možno konštatovať, že zastúpenie mladých podnikateľov na celkovom počte MSP v BSK je v na najnižšej úrovni spomedzi slovenských krajov. Nízky podiel zastúpenia je primárne spôsobený skutočnosťou, že v BSK pôsobí neporovnateľne vyšší počet MSP v porovnaní s ostatnými slovenskými krajmi. Celkový podiel za rok 2013 predstavuje úroveň 4,7% podnikateľov – FO do 29 rokov na celkovom počte MSP, v rokoch 2014-2016 dochádza k jeho postupnému poklesu o približne 0,7 percentuálneho bodu. V roku 2017 možno pozorovať mierny nárast podielu na 4,2%.

Naopak v prípade ukazovateľa počtu malých a stredných podnikov na 100 obyvateľov kraja je Bratislavský kraj suverénne na prvom mieste medzi slovenskými regiónmi. Kým priemer v samosprávnych krajoch dosahuje priemer približne 9,2 MSP/100 obyv., v prípade Bratislavského kraja dosahuje priemernú úroveň v skúmanom období 19,2 MSP/100 obyv. Trend vývoja je však naprieč krajmi podobný, nakoľko aj v prípade BSK v rokoch 2013-2015 zaznamenávame mierny pokles nasledovaný nárastom v rokoch 2016/2017 na súčasnú úroveň 19,4 MSP na 100 obyvateľov Bratislavského regiónu.

2.3 Košický kraj

Košický samosprávny kraj sa svojou rozlohou zaraďuje k stredne veľkým krajom, pričom v celkovom poradí je štvrtým najväčším regiónom Slovenska. Počtom obyvateľov na úrovni 799 217 (k 31.12.2017) je celkovo druhým najľudnatejším krajom Slovenska po Prešovskom samosprávnom kraji. Z hľadiska vývoja počtu obyvateľstva v kraji možno konštatovať, že Košický kraj patrí do skupiny slovenských regiónov s dlhodobým trendom medziročného nárastu obyvateľstva. V skúmanom období možno pozorovať celkový nárast počtu obyvateľov kraja o 0,6 % (resp. o 4 461 obyvateľov). Kraj súčasne patrí medzi najmladšie kraje v súvislosti s ukazovateľom priemerného veku populácie. Napriek uvedenému je aj pre obyvateľstvo Košického kraja typický postupný pokles obyvateľstva predproduktívnom a produktívnom veku a nárast podielu obyvateľstva v poproduktívnom veku. V skúmanom období možno pozorovať úbytok mladých ľudí do 29 rokov celkovo o 15 828, čo predstavuje pokles o 5,1% na súčasný stav približne 292 tisíc obyvateľov Košického kraja vo veku do 29 rokov (vrátane).Trend starnúcej populácie sa súčasne odráža v postupne sa znižujúcom podiele mladých ľudí do 29 rokov na celkovom počte obyvateľov Košického regiónu. Kým v roku 2013

bol pomer mladých ľudí do 29 rokov na úrovni 38,8% celkovej populácie v kraji, v roku 2017 pozorujeme pokles na 36,6%.

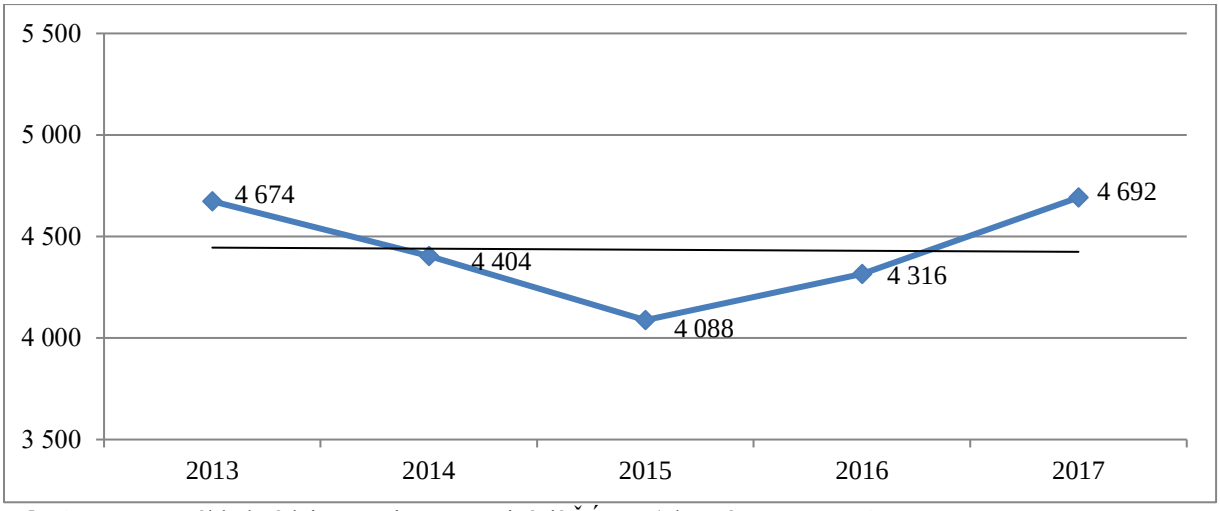
Tabuľka 3 **Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Košickom kraji v rokoch 2013-2017**

	2013	2014	2015	2016	2017
Počet obyvateľov	794 756	795 565	796 650	798 103	799 217
Počet nezamestnaných	70 000	58 400	48 900	42 300	41 400
Počet nezamestnaných mladých spolu (do 29 rokov)	24 500	19 200	16 300	15 100	14 400
Počet stredných škôl	94	100	102	99	100
Počet vysokých škôl	4	4	4	4	4
Počet MSP	57 999	57 768	54 209	56 394	57 423
Počet mladých spolu (do 29 rokov)	308 083	303 532	299 241	295 505	292 255
z toho mladí vo veku 18-29 rokov	*139 851*	*136 459*	*133 206*	*130 124*	*127 258*
Počet mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	4 674	4 404	4 088	4 316	4 692
Počet vzniknutých mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	1 667	1 454	1 206	1 644	2 169

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky (vlastné spracovanie)

Graf č. 14 znázorňuje kolísavý vývoj celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov v Košickom kraji. Kým v roku 2013 pôsobilo v kraji 4 676 podnikateľov- FO vo veku do 29 rokov, v nasledujúcich dvoch rokoch pozorujeme pokles o 12,5%, (úbytok o 586 subjektov). Vývoj celkového počtu je podobný ako v prípade ostatných krajov Slovenska, pričom k zvyšovaniu podnikateľskej aktivity dochádza rovnako od roku 2016. Sumárne však možno konštatovať mierne zvýšenie celkového počtu mladých podnikateľov v roku 2017 na 4 692 podnikateľov - FO do 29 rokov, čo predstavuje nárast o 0,4% oproti roku 2013 (18 subjektov).

Graf č. 14 **Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Košickom kraji v rokoch 2013-2017**

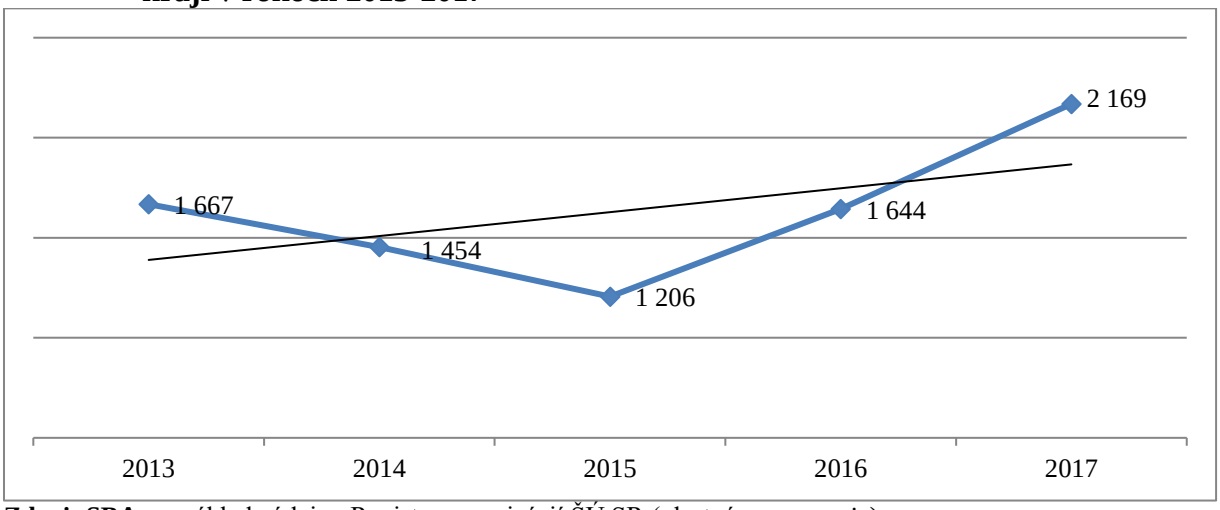


Zdroj: SBA**,** na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Napriek pomerne stagnujúcemu vývoju celkového počtu mladých podnikateľov v kraji je pozitívnym zistením výraznejší nárast počtu novovzniknutých podnikateľov - FO vo veku do 29 rokov v skúmanom období, aj napriek skutočnosti, že trend vývoja je v jednotlivých rokoch podobný. Z grafu č. 15 je zrejmý pokles počtu novovzniknutých subjektov v rokoch 2013-2015, celkovo o približne 28%, čo v porovnaní s rokom 2013 predstavuje pokles počtu

novovzniknutých podnikateľov v roku 2015 o 461 subjektov. Zvýšenie podnikateľskej aktivity mladých v rokoch 2016 a 2017 sa odzrkadľuje v celkovom navýšení počtu novovzniknutých podnikateľov - FO do 29 rokov v skúmanom období, pričom pozorujeme nárast z úrovne 1667 subjektov v roku 2013 na 2 169 nových podnikateľov v roku 2017, čo predstavuje celkové zvýšenie o 30,1%.

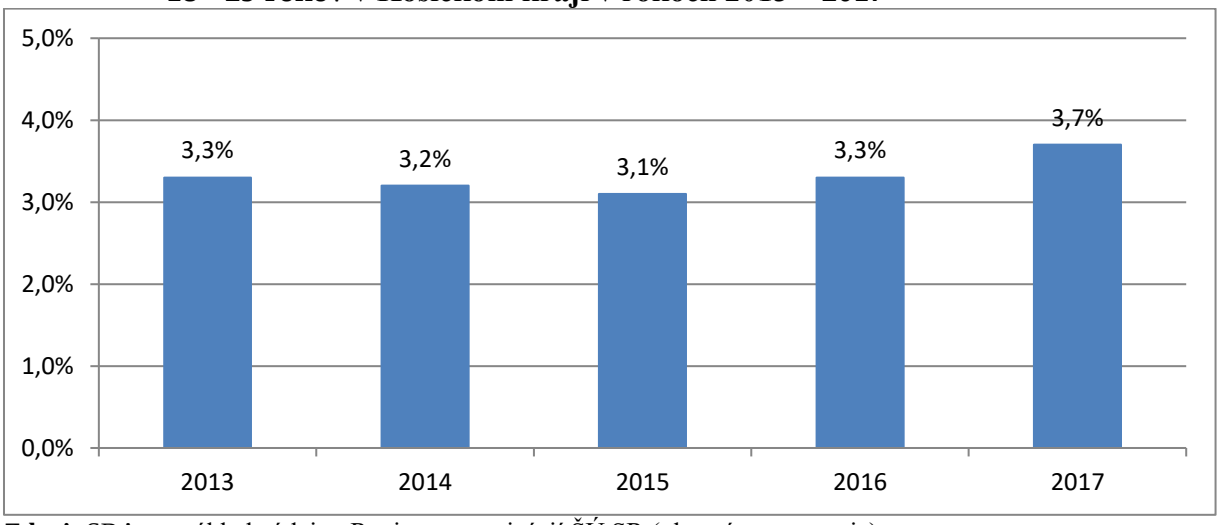
Graf č. 15 **Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Košickom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Zastúpenie mladých podnikateľov do 29 rokov na celkovom počte mladých ľudí vo veku od 18-29 rokov v kraji je v jednotlivých rokoch odlišné. V rokoch 2013-2015 má podiel mladých podnikateľov klesajúcu tendenciu dosahujúcu úroveň od 3,3 do 3,1% z celkového počtu mladých vo veku od 18-29 rokov v Košickom regióne. V roku 2017 sa zvýšenie podnikateľskej aktivity mladých odzrkadlilo na zvýšení pomerového ukazovateľa na 3,7%. Celkovo však možno konštatovať, že podiel mladých podnikateľov na celkovom počte mladých ľudí vo vekovej kategórii od 18 do 29 rokov v regióne je najnižší zo všetkých krajov Slovenska.

Graf č. 16 **Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18 - 29 rokov v Košickom kraji v rokoch 2013 – 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Kolísavý vývoj celkového počtu mladých podnikateľov v kraji sa odzrkadľuje súčasne aj na vývoji podielu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov na celkovom počte MSP v regióne. Kým pomerový ukazovateľ za rok 2013 predstavoval úroveň 8,1% mladých podnikateľov na celkovom počte MSP, v rokoch 2014 a 2015 došlo k jeho poklesu o približne ½ percentuálneho bodu. V rokoch 2016 a 2017 sa zvýšením celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov zvýšil aj ich podiel na počte malých a stredných podnikov v regióne na 7,7 % – 8,2%. Košický samosprávny kraj sa zaraďuje na posledné miesto v podiele mladých podnikateľov do 29 rokov na celkovom počte MSP medzi slovenskými krajmi.

Posledným analyzovaným ukazovateľom je počet MSP na 100 obyvateľov kraja. V rokoch 2013 a 2014 pripadalo 7,3 MSP na 100 obyvateľov kraja a v roku 2015 došlo k zníženiu na 6,8 MSP/100 obyv. Naopak v rokoch 2016 a 2017 pozorujeme nárast na 7,1-7,2 MSP na 100 obyvateľov Košického regiónu. Rovnako ako v prípade vyššie uvedených ukazovateľov sa Košický samosprávny kraj v počte MSP na 100 obyvateľov kraja zaraďuje na posledné miesto medzi slovenskými regiónmi.

2.4 Nitriansky kraj

Nitriansky samosprávny kraj sa svojou rozlohou zaraďuje k stredne veľkým krajom, pričom je v poradí piatym najväčším regiónom Slovenska. K 31.12.2017 je počtom obyvateľov na úrovni 678 692 celkovo štvrtým najľudnatejším krajom Slovenska po Prešovskom, Košickom a Žilinskom samosprávnom kraji. Rovnako ako v prípade viacerých slovenských krajov aj v rámci Nitrianskeho kraja možno v období rokov 2013-2017 pozorovať mierny úbytok obyvateľov na úrovni 1,2% (pokles o 7 970 obyvateľov).

Populácia v kraji dlhodobo starne, čoho potvrdením je kontinuálne zvyšovanie indexu starnutia ako pomeru poproduktívnej a detskej zložky obyvateľstva. V skúmanom období možno pozorovať pokles počtu mladých ľudí do 29 rokov celkovo o 18 588 (pokles o 8,2%) na súčasnú hodnotu približne 210 tisíc mladých ľudí do 29 rokov žijúcich v Nitrianskom kraji. Trend starnúcej populácie sa odráža v postupne sa znižujúcom podiele mladých ľudí do 29 rokov na celkovom počte obyvateľov v kraji. Kým v roku 2013 bol pomer mladých ľudí do 29 rokov na úrovni 33,3% celkovej populácie v kraji, v roku 2017 je na úrovni 30,9%.

Tabuľka 4 **Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Nitrianskom kraji rokoch 2013-2017**

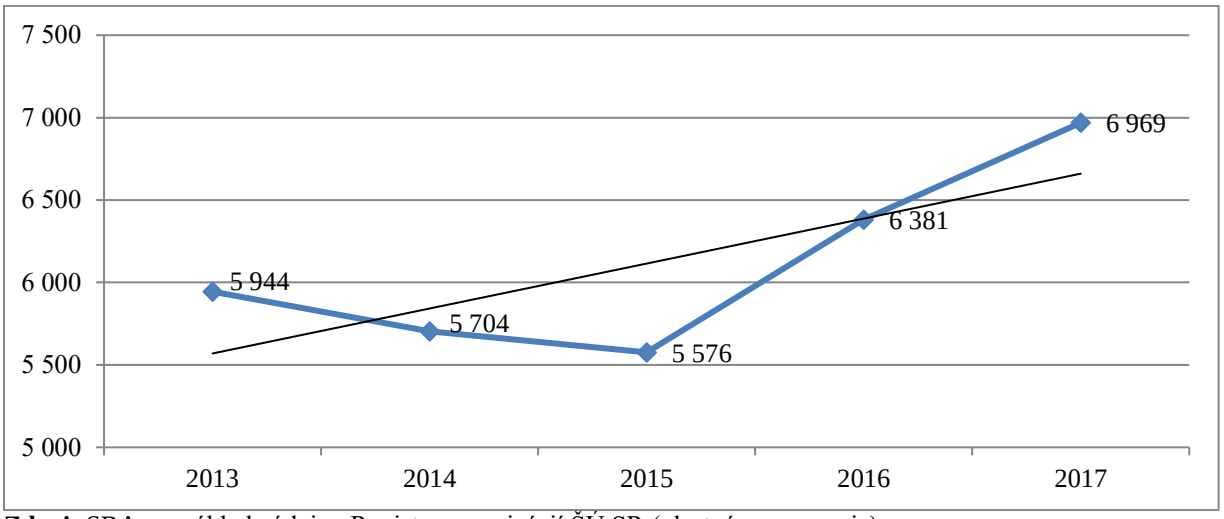
	2013	2014	2015	2016	2017
Počet obyvateľov	686 662	684 922	682 527	680 779	678 692
Počet nezamestnaných	45 500	41 200	37 400	30 200	22 100
Počet nezamestnaných mladých spolu (do 29 rokov)	16 100	13 600	10 600	8 800	5 200
Počet stredných škôl	88	87	88	87	87
Počet vysokých škôl	3	3	3	3	3
Počet MSP	67 731	68 104	64 569	68 103	68 947
Počet mladých spolu (do 29 rokov)	228 354	223 361	218 475	213 812	209 766
z toho mladí vo veku 18-29 rokov	*113 349*	*109 933*	*105 938*	*101 930*	*98 800*
Počet mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	5 944	5 704	5 576	6 381	6 969
Počet vzniknutých mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	1 934	1 829	1 591	2 349	2 723

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky (vlastné spracovanie)

Napriek negatívnemu trendu demografického vývoja v kraji je pozitívnym zistením skutočnosť, že v posledných piatich rokoch (2013-2017) dochádza k nárastu celkového počtu mladých podnikateľov. Kým v roku 2013 pôsobilo v kraji 5 944 podnikateľov- FO vo veku

do 29 rokov, v roku 2017 sa celkový počet zvýšil celkovo o 1 025 mladých podnikateľov na úroveň 6 969 podnikateľov – FO, čo predstavuje nárast o 17,2% v období piatich rokov. Vývoj v jednotlivých rokoch znázorňuje graf č. 17.

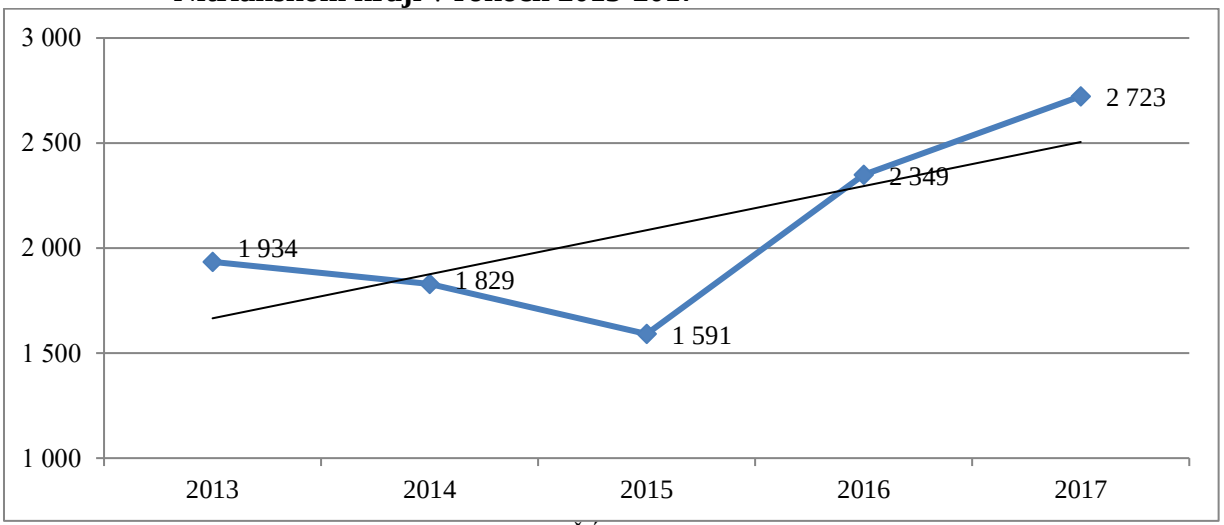
Graf č. 17 **Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Nitrianskom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Pozitívny trend zvyšovania celkového počtu mladých podnikateľov je okrem iného spojený s nárastom počtu novovznikajúcich mladých podnikateľov. Z grafu č. 18 je zrejmý nárast celkového počtu novovzniknutých podnikateľov do 29 rokov z hodnoty 1 934 v roku 2013 na 2 723 nových podnikateľov v roku 2017, čo predstavuje nárast o 40,8%. V rokoch 2013 – 2015 naopak pozorujeme zníženie počtu novovzniknutých podnikateľov v kraji o 343 subjektov, čo predstavuje pokles o 17%. Celkový pozitívny trend vývoja v skúmanom období je ovplyvnený zvýšením podnikateľskej aktivity mladých ľudí v rokoch 2016 a 2017.

Graf č. 18 **Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov – FO do 29 rokov v Nitrianskom kraji v rokoch 2013-2017**

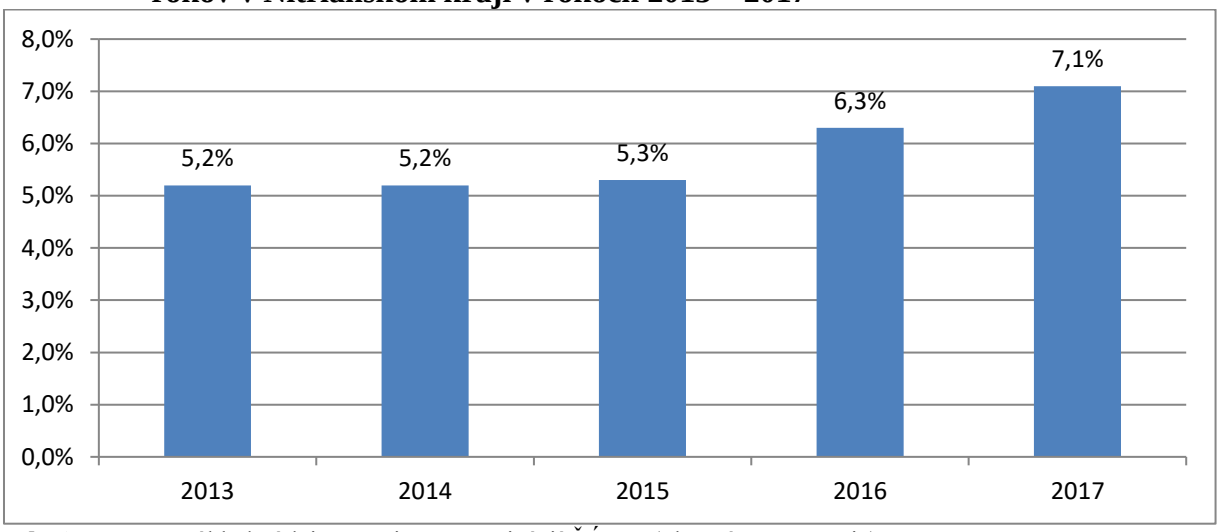


Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Nárast počtu mladých podnikateľov do 29 rokov sa súčasne odráža v zvyšujúcom sa pomere k celkovému počtu mladých ľudí vo veku 18-29 rokov v kraji. Kým v roku 2013 bol podiel mladých podnikateľov do 29 rokov z celkového počtu mladých ľudí v danej vekovej kategórii

na úrovni 5,2%, v roku 2017 došlo k zvýšeniu zastúpenia mladých podnikateľov na 7,1%. Nitriansky kraj sa v zastúpení mladých podnikateľov medzi svojimi rovesníkmi (18-29 r.) zaraďuje na druhé miesto v celoslovenskom meradle. Celkový pozitívny trend vývoja v skúmanom období je ovplyvnený zvýšením podnikateľskej aktivity mladých ľudí v rokoch 2016 a 2017.

Graf č. 19 **Podiel mladých podnikateľov – FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Nitrianskom kraji v rokoch 2013 – 2017**



Zdroj: SBA**,** na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Nárast počtu mladých podnikateľov sa pozitívne odráža aj v pomere k celkovému počtu MSP– FO pôsobiacich v kraji. Kým pomerový ukazovateľ za rok 2013 predstavuje hodnotu 8,8% mladých podnikateľov do 29 rokov na celkovom počte MSP, v roku 2017 zaznamenávame nárast na úroveň 10,10%.

Posledným analyzovaným ukazovateľom je počet MSP na 100 obyvateľov kraja. V roku 2013 pripadalo v Nitrianskom kraji 9,9 MSP na 100 obyvateľov, pričom možno pozorovať jeho postupný nárast (s výnimkou roka 2015 – pokles na 9,5 MSP/100 obyv.) až do roku 2017 na aktuálnu úroveň 10,2 MSP na 100 obyvateľov Nitrianskeho regiónu.

2.5 Prešovský kraj

Prešovský samosprávny kraj sa svojou rozlohou zaraďuje k najväčším krajom Slovenska, pričom v celkovom poradí mu patrí druhé miesto hneď za Banskobystrickým krajom. Počtom obyvateľov (ŠÚ SR 31/12/2017) na úrovni 823 826 je však najľudnatejším regiónom Slovenska (cca. 15% z celkového počtu obyvateľov SR). Demografický vývoj obyvateľstva v kraji je pomerne pozitívny, nakoľko dochádza k prirodzenému prírastku obyvateľstva v skúmanom období rokov na úrovni približne 0,6%, čo predstavuje zvýšenie počtu obyvateľov Prešovského kraja celkovo o 4 910 v priebehu posledných piatich rokov.

Prešovský kraj má v porovnaní s celoslovenským priemerom o niečo mladšiu vekovú štruktúru, postupne sa však aj tu zvyšuje počet obyvateľov v produktívnom a poproduktívnom veku. Uvedené konštatovanie potvrdzuje fakt, že aj v rámci Prešovského kraja dochádza v posledných rokoch k znižovaniu podielu mladých ľudí do 29 rokov na celkovom počte obyvateľov kraja (viď tabuľka č.5). V rokoch 2013-2017 zaznamenávame zníženie počtu mladých ľudí do 29 rokov celkovo o 17 474, čo predstavuje pokles o 5,2% na súčasnú hodnotu približne 321 tisíc obyvateľov do 29 rokov žijúcich na území Prešovského kraja. Trend

postupne starnúcej populácie sa odráža v kontinuálne znižujúcom sa podiele mladých ľudí (do 29 rokov) na celkovom počte obyvateľov Prešovského kraja. Kým v roku 2013 bol pomer mladých ľudí do 29 rokov na úrovni 41,3% celkovej populácie v kraji, v roku 2017 klesol na 38,9%.

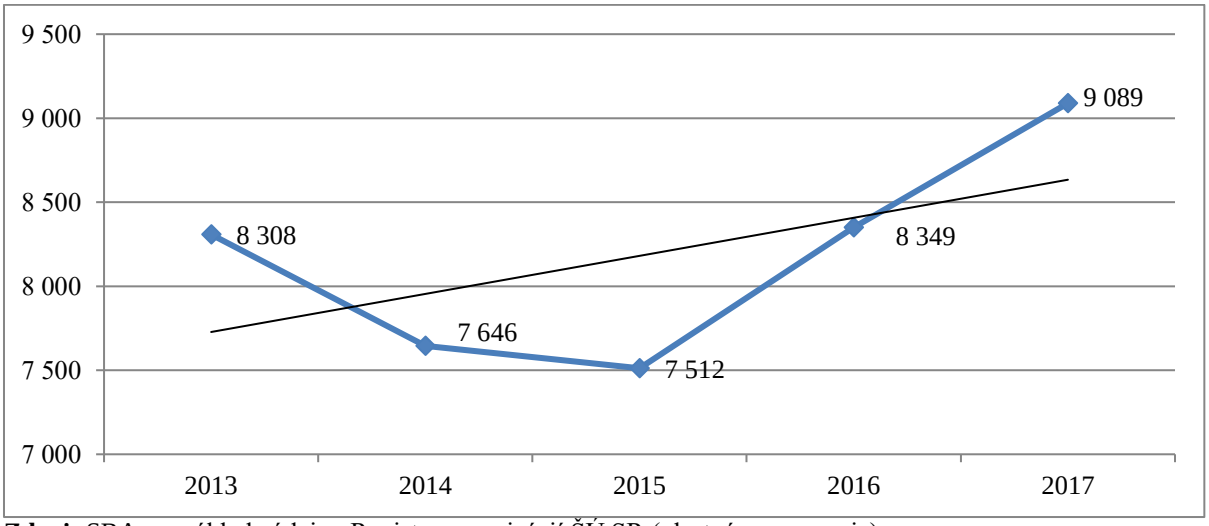
Tabuľka 5 **Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Prešovskom kraji v rokoch 2013-2017**

	2013	2014	2015	2016	2017
Počet obyvateľov	818 916	819 977	820 697	822 310	823 826
Počet nezamestnaných	71 500	69 200	66 700	59 200	51 900
Počet nezamestnaných mladých spolu (do 29 rokov)	26 200	23 600	21 700	22 200	19 300
Počet stredných škôl	117	111	116	114	114
Počet vysokých škôl	2	2	2	2	2
Počet MSP	71 695	70 871	66 766	69 404	70 616
Počet mladých spolu (do 29 rokov)	338 692	334 069	329 227	324 925	321 218
z toho mladí vo veku 18-29 rokov	*156 134*	*153 185*	*149 700*	*146 151*	*142 748*
Počet mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	8 308	7 646	7 512	8 349	9 089
Počet vzniknutých mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	2 931	2 420	2 025	3 066	3 856

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky (vlastné spracovanie)

Graf č. 20 znázorňuje kolísavý vývoj podnikateľskej aktivity mladých ľudí v jednotlivých rokoch. V rokoch 2013-2015 pozorujeme postupný pokles počtu mladých podnikateľov do 29 rokov, ktorý sa v roku 2015 dostal na úroveň 9,6% (pokles o 796 subjektov). Na druhej strane však možno konštatovať, že v skúmanom období aj v rámci Prešovského kraja rástla podnikateľská aktivita mladých ľudí do 29 rokov od roku 2016.

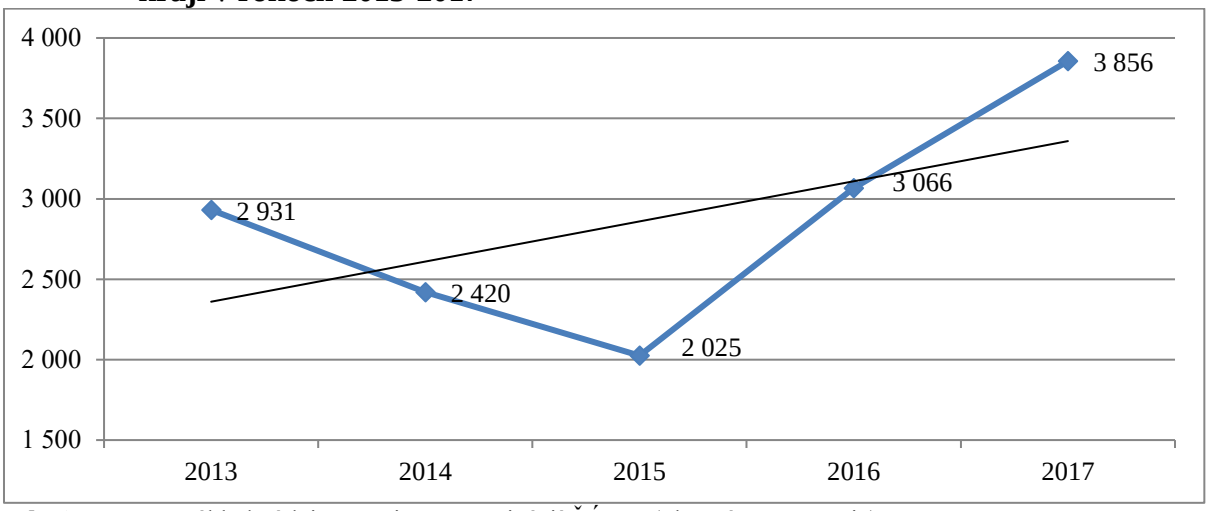
Graf č. 20 **Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Prešovskom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Klesajúci trend celkového počtu mladých podnikateľov - FO v rokoch 2013-2015 kopíruje aj vývoj počtu novovznikajúcich podnikateľských subjektov vo veku do 29 rokov. Na základe pozitívneho vývoja podnikateľskej aktivity v rokoch 2016 a 2017 však môžeme aj pri tomto ukazovateli konštatovať, že v skúmanom období došlo súčasne k zvýšeniu celkového počtu novovzniknutých podnikateľov - FO do 29 rokov.

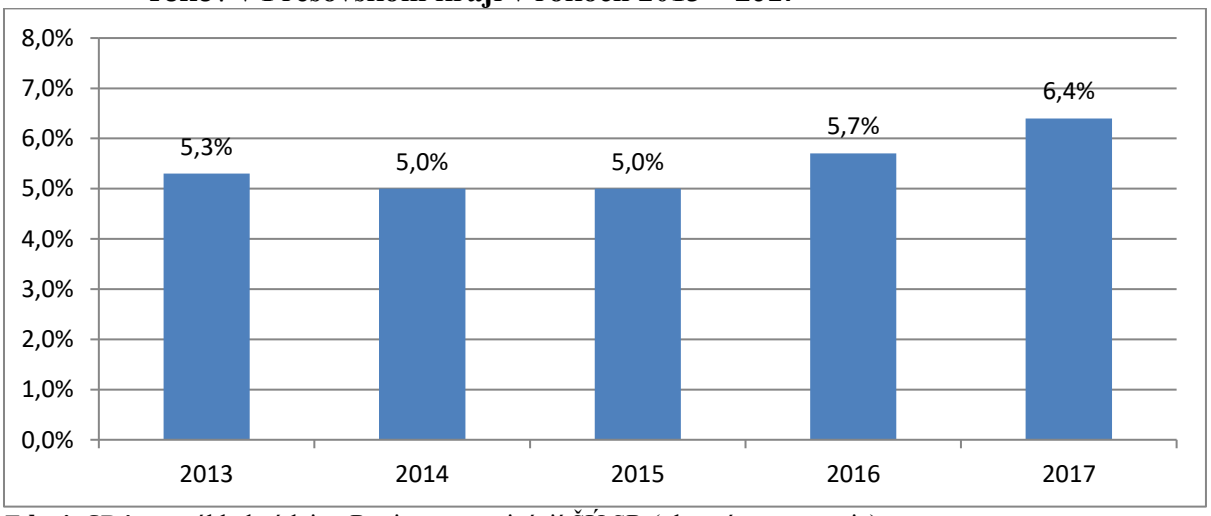
Graf č. 21 **Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Prešovskom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Percentuálny podiel mladých podnikateľov – FO do 29 rokov na celkovom počte mladých ľudí vo veku od 18 do 29 rokov v kraji je v jednotlivých rokoch odlišný. V rokoch 2013-2015 sa pokles celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov odzrkadľuje na ich znižujúcom sa pomere k celkovému počtu mladých vo veku 18-29 rokov v regióne z úrovne 5,3% na 5% v roku 2015. V roku 2016 sa podnikateľská aktivita mladých opätovne začala zvyšovať, čo sa automaticky odzrkadlilo aj na zvýšení zastúpenia mladých podnikateľov medzi svojimi rovesníkmi v Prešovskom regióne na 5,7% v roku 2016 a 6,4% v roku 2017.

Graf č. 22 **Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Prešovskom kraji v rokoch 2013 – 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Rovnako ako v prípade vyššie uvedených ukazovateľov, aj pri analýze podielu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov na celkovom počte MSP v regióne možno pozorovať kolísavý vývoj. Kým zastúpenie mladých podnikateľov do 29 rokov na celkovom počte MSP bolo v roku 2013 na úrovni 11,6%, v roku 2014 pozorujeme pokles o 0,7 percentuálneho bodu. Od roku 2015 podiel kontinuálne narastal z úrovne 11,3% na 12,9% percentný podiel mladých podnikateľov na MSP v roku 2017.

Posledným analyzovaným ukazovateľom je počet MSP na 100 obyvateľov kraja. V roku 2013 pripadlo v Prešovskom kraji 8,75 MSP na 100 obyvateľov, pričom možno pozorovať jeho kontinuálny pokles až do roku 2017 na aktuálnu úroveň 8,57 MSP na 100 obyvateľov Prešovského regiónu.

2.6 Trenčiansky kraj

Trenčiansky samosprávny kraj sa svojou rozlohou zaraďuje k najmenším krajom Slovenska, pričom rozlohou menšie sú len Bratislavský a Trnavský kraj. Počtom obyvateľov (ŠÚ SR 31/12/2017) na úrovni 587 364 je druhým najmenej ľudnatým regiónom Slovenska po Trnavskom kraji. Rovnako ako v prípade viacerých slovenských krajov aj v rámci Trenčianskeho kraja možno v období rokov 2013-2017 pozorovať mierny úbytok obyvateľov na úrovni 0,85% (pokles o 5 030 obyvateľov).

Podiel obyvateľov v produktívnom veku v kraji klesá už od roku 2009 a posledné štyri roky je tu najvyšší podiel obyvateľov v poproduktívnom veku zo všetkých regiónov Slovenska. Keďže populácia v kraji starne, znižuje sa percentuálny podiel mladých ľudí v kraji. V skúmanom období (2013-2017) možno pozorovať pokles počtu mladých ľudí do 29 rokov celkovo o 16 698, čo predstavuje pokles o 8,4% na súčasnú hodnotu približne 183 tisíc mladých ľudí do 29 rokov žijúcich na území Trenčianskeho kraja. Trend starnúcej populácie sa odráža v postupne sa znižujúcom podiele mladých ľudí (do 29 rokov) na celkovom počte obyvateľov Trenčianskeho regiónu. Kým v roku 2013 bol pomer mladých ľudí do 29 rokov na úrovni 33,6% celkovej populácie v kraji, v roku 2017 je na úrovni 31,1%.

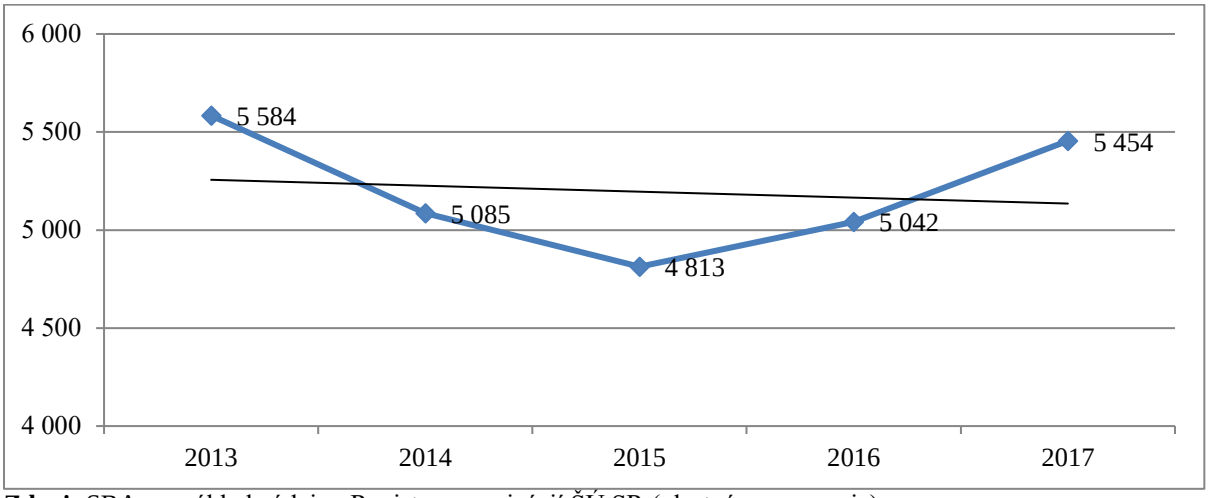
Tabuľka 6 **Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Trenčianskom kraji v rokoch 2013-2017**

	2013	2014	2015	2016	2017
Počet obyvateľov	592 394	591 233	589 935	588 816	587 364
Počet nezamestnaných	27 600	25 300	21 100	17 400	12 300
Počet nezamestnaných mladých spolu (do 29 rokov)	9 900	8 900	5 800	5 200	2 500
Počet stredných škôl	60	59	57	56	55
Počet vysokých škôl	3	3	3	3	3
Počet MSP	55 765	54 801	51 938	53 677	54 273
Počet mladých spolu (do 29 rokov)	199 531	195 130	190 697	186 593	182 833
z toho mladí vo veku 18-29 rokov	*101 357*	*97 883*	*94 069*	*90 124*	*86 550*
Počet mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	5 584	5 085	4 813	5 042	5 454
Počet vzniknutých mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	1 758	1 426	1 200	1 601	2 052

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky (vlastné spracovanie)

Napriek negatívnemu trendu demografického vývoja je pozitívnym zistením skutočnosť, že v posledných piatich rokoch (2013-2017) nedochádza k výraznému znižovaniu podnikateľskej aktivity mladých ľudí. V roku 2013 pôsobilo v kraji 5 584 podnikateľov- FO vo veku do 29 rokov, a aj napriek poklesu v nasledujúcich dvoch rokoch na úrovni 13,8% sa celkový počet mladých podnikateľov v roku 2017 dostal na približne rovnakú úroveň ako v roku 2013.

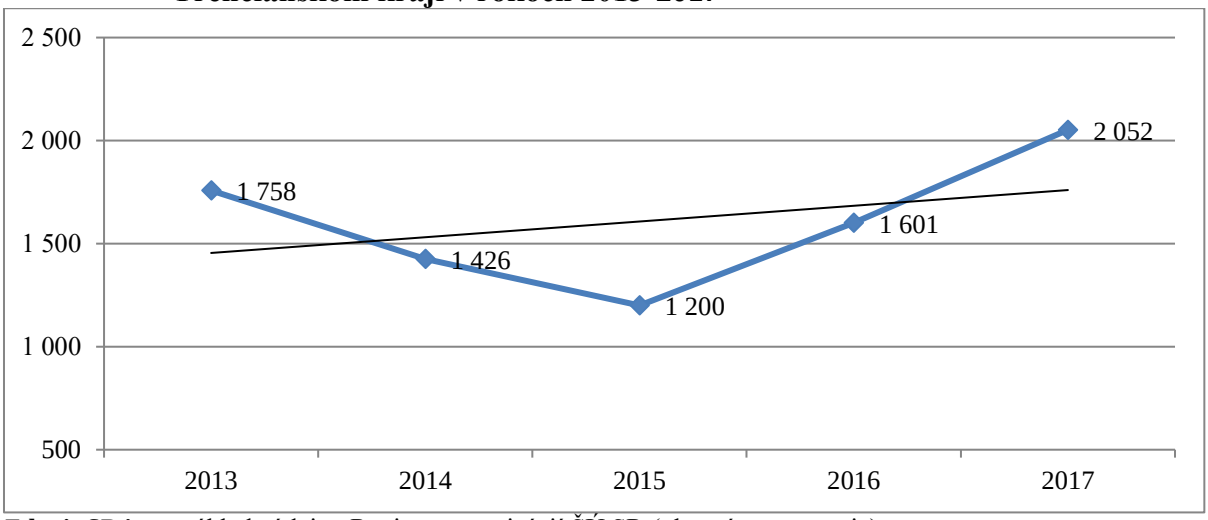
Graf č. 23 **Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Trenčianskom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Rovnako ako v prípade ukazovateľa vývoja celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov v skúmanom období možno pozorovať kolísavý vývoj počtu novovzniknutých podnikateľov - FO do 29 rokov. V rokoch 2013 – 2015 pozorujeme postupné zníženie počtu novovzniknutých podnikateľov v kraji o 558 subjektov, čo predstavuje pokles o 31,7%. Celkový nárast v skúmanom období je rovnako ovplyvnený zvýšením podnikateľskej aktivity mladých ľudí v rokoch 2016 a 2017. Na základe uvedeného možno sumárne konštatovať zvýšenie celkového počtu v 5-ročnom období o 294 subjektov na 2 052 nových podnikateľov do 29 rokov v roku 2017(nárast o 16,7%).

Graf č. 24 **Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Trenčianskom kraji v rokoch 2013-2017**

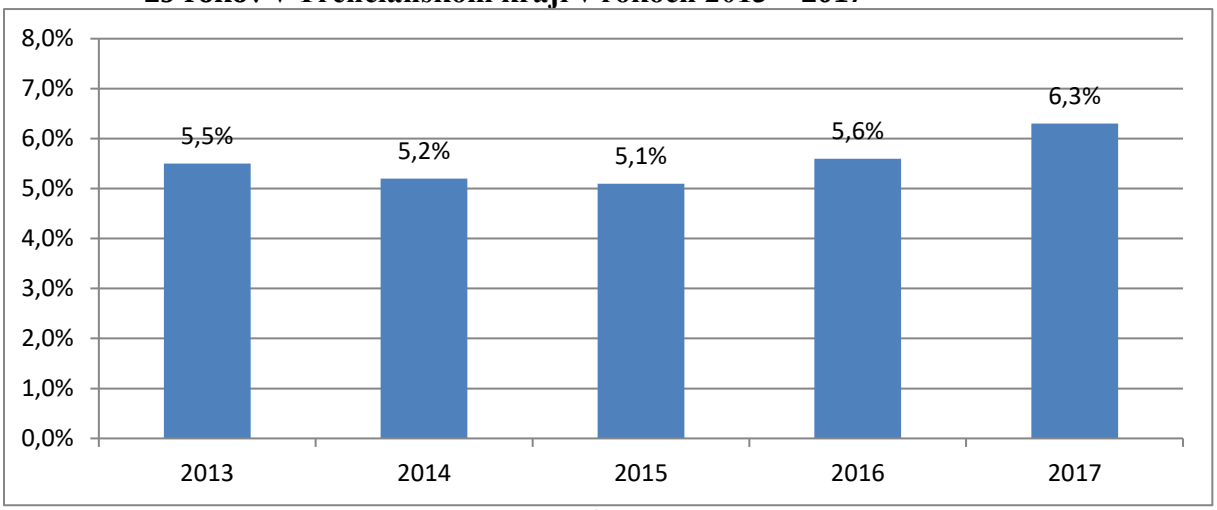


Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Podiel mladých podnikateľov do 29 rokov na celkovom počte mladých ľudí vo veku 18-29 rokov je rovnako ako v prípade vyššie uvedených krajov v jednotlivých rokoch odlišný. V rokoch 2013-2015, sa vplyvom poklesu celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov znižoval aj ich podiel na skupine 18-29 ročných v regióne postupne od 5,5 po 5,1%. Ako už bolo uvedené vyššie, v roku 2016 sa podnikateľská aktivita mladých opätovne začala zvyšovať, čo sa odzrkadlilo na zvýšení pomeru mladých podnikateľov na celkovom počte mladých vo veku od 18 do 29 rokov v Trenčianskom kraji na 5,6% v roku 2016 a 6,3% v roku

2017. Zastúpenie mladých podnikateľov medzi svojimi rovesníkmi však v roku 2017 predstavuje podpriemerné hodnoty v celoslovenskom meradle (priemer SR: 6,4%).

Graf č. 25 **Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 rokov na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Trenčianskom kraji v rokoch 2013 – 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Kolísavý trend vývoja zaznamenávame aj v oblasti zastúpenia mladých podnikateľov - FO do 29 rokov na celkovom počte MSP v regióne. Kým pomerový ukazovateľ za rok 2013 predstavuje hodnotu približne 10% mladých podnikateľov na celkovom počte MSP, v rokoch 2014 a 2015 dochádza k jeho poklesu na 9,3%. V rokoch 2016 a 2017 možno pozorovať postupný nárast na 9,4 a 9,7%.

Posledným analyzovaným ukazovateľom je počet MSP na 100 obyvateľov príslušného kraja. V roku 2013 pripadlo v Trenčianskom kraji 9,4 MSP na 100 obyvateľov, pričom možno pozorovať mierny pokles v roku 2014 na 9,3 MSP/100 obyv. a v roku 2015 na 8,8 MSP/100 obyv. Od roku 2016 pozorujeme opätovné zvyšovanie ukazovateľa z hodnoty 9,1 MSP/100 obyv. na aktuálnu úroveň 9,3 MSP na 100 obyvateľov Trenčianskeho regiónu.

2.7 Trnavský kraj

Trnavský samosprávny kraj sa svojou rozlohou radí na predposledné miesto medzi slovenskými krajmi, pričom rozlohou menší je len Bratislavský kraj. Počtom obyvateľov na úrovni 562 372 (k 31.12.2017) je najmenším krajom Slovenska. Napriek uvedenému, z hľadiska vývoja počtu obyvateľov v kraji možno konštatovať, že patrí do skupiny slovenských regiónov s dlhodobým trendom medziročného nárastu obyvateľstva. V skúmanom období možno pozorovať celkový nárast počtu obyvateľov kraja o 0,9% (resp. o 4 764 obyvateľov). Rovnako ako v prípade viacerých slovenských krajov je aj pre obyvateľstvo Trnavského kraja typický postupný pokles obyvateľstva v predproduktívnom a nárast podielu obyvateľstva v poproduktívnom veku a zvyšovanie priemerného veku populácie. V skúmanom období možno pozorovať úbytok mladých ľudí do 29 rokov celkovo o 11 056, čo predstavuje pokles o 5,9% na súčasný počet približne 177 tisíc obyvateľov Trnavského kraja vo veku do 29 rokov (vrátane). Trend starnúcej populácie sa súčasne odráža v postupne sa znižujúcom podiele mladých ľudí do 29 rokov na celkovom počte obyvateľov Trnavského regiónu. Kým v roku 2013 bol podiel mladých ľudí do 29 rokov na úrovni 33,7% celkovej populácie v kraji, v roku 2017 pozorujeme pokles na 31,5%.

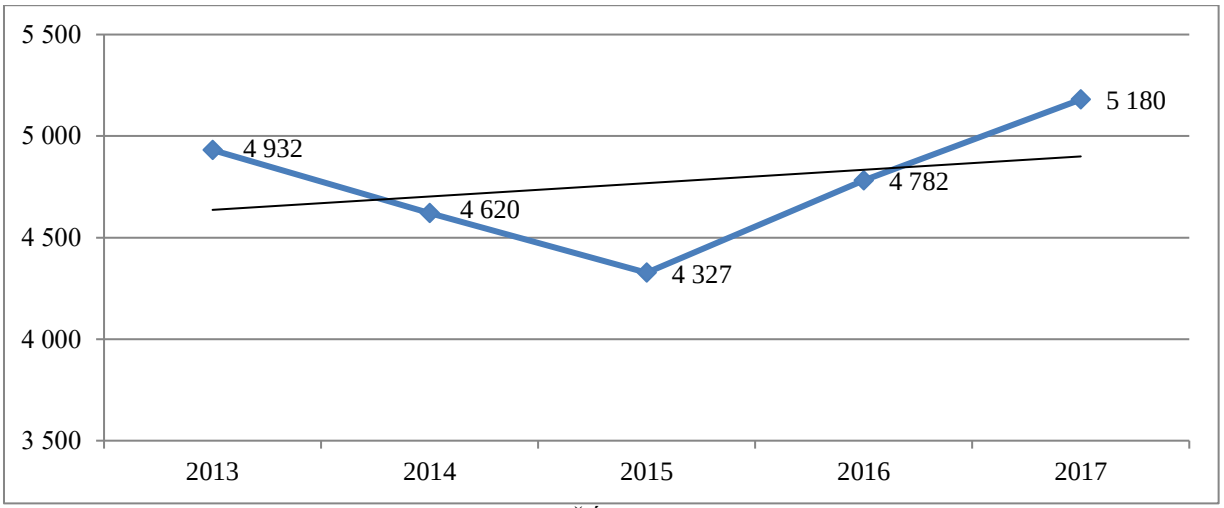
Tabuľka 7 **Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Trnavskom kraji v rokoch 2013-2017**

	2013	2014	2015	2016	2017
Počet obyvateľov	557 608	558 677	559 697	561 156	562 372
Počet nezamestnaných	36 400	36 900	33 300	25 900	17 500
Počet nezamestnaných mladých spolu (do 29 rokov)	14 100	12 300	11 400	8 100	5 500
Počet stredných škôl					
Počet vysokých škôl	4	4	4	4	4
Počet MSP	56 691	56 644	52 971	55 528	56 559
Počet mladých spolu (do 29 rokov)	188 104	184 869	181 889	179 297	177 048
z toho mladí vo veku 18-29 rokov	*92 959*	*89 949*	*86 815*	*84 016*	*81 365*
Počet mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	4 932	4 620	4 327	4 782	5 180
Počet vzniknutých mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	1 428	1 282	1 102	1 588	1 850

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky (vlastné spracovanie)

Rovnako ako v prípade ostatných slovenských krajov, vývoj celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov je kolísavý aj v prípade Trnavského kraja (graf č. 26). Kým v roku 2013 pôsobilo v kraji 4 932 podnikateľov- FO vo veku do 29 rokov, v nasledujúcich dvoch rokoch došlo k poklesu o 12,3%, (úbytok o 605 subjektov). Zvyšovanie počtu mladých podnikateľov možno pozorovať rovnako od roku 2016. Sumárne však možno konštatovať mierne zvýšenie celkového počtu mladých podnikateľov v roku 2017 na 5 180 podnikateľov - FO do 29 rokov, čo predstavuje nárast o približne 5% v porovnaní s rokom 2013 (navýšenie o 248 subjektov).

Graf č. 26 **Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Trnavskom kraji v rokoch 2013-2017**

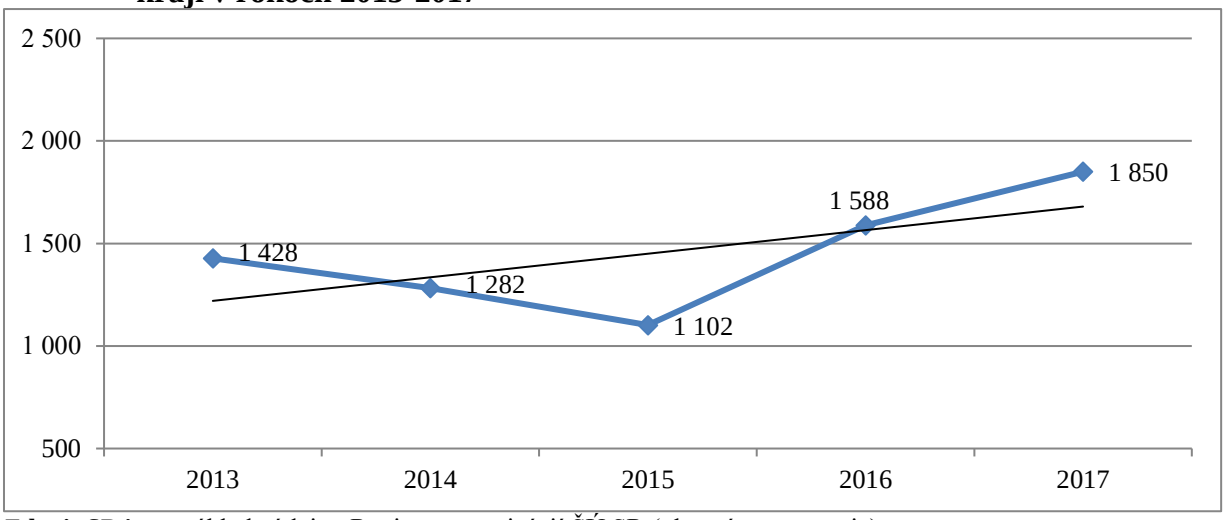


Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

O niečo výraznejší je celkový nárast počtu novovzniknutých podnikateľov - FO vo veku do 29 rokov v skúmanom období, aj napriek skutočnosti, že trend vývoja je v jednotlivých rokoch podobný s ukazovateľom celkového počtu mladých podnikateľov. Graf č. 27 znázorňuje pokles počtu novovzniknutých subjektov v prvých troch rokoch skúmaného obdobia celkovo o približne 23%, čo v porovnaní s rokom 2013 predstavuje pokles počtu novovzniknutých podnikateľov v roku 2015 o 326 subjektov. Zvýšenie podnikateľskej aktivity mladých v rokoch 2016 a 2017 sa odzrkadľuje v celkovom navýšení počtu novovzniknutých podnikateľov – FO do 29 rokov v 5-ročnom období, pričom pozorujeme nárast

z 1 428 subjektov v roku 2013 na 1 850 vzniknutých podnikateľov v roku 2017, čo predstavuje zvýšenie počtu novovzniknutých podnikateľov o 29,6%.

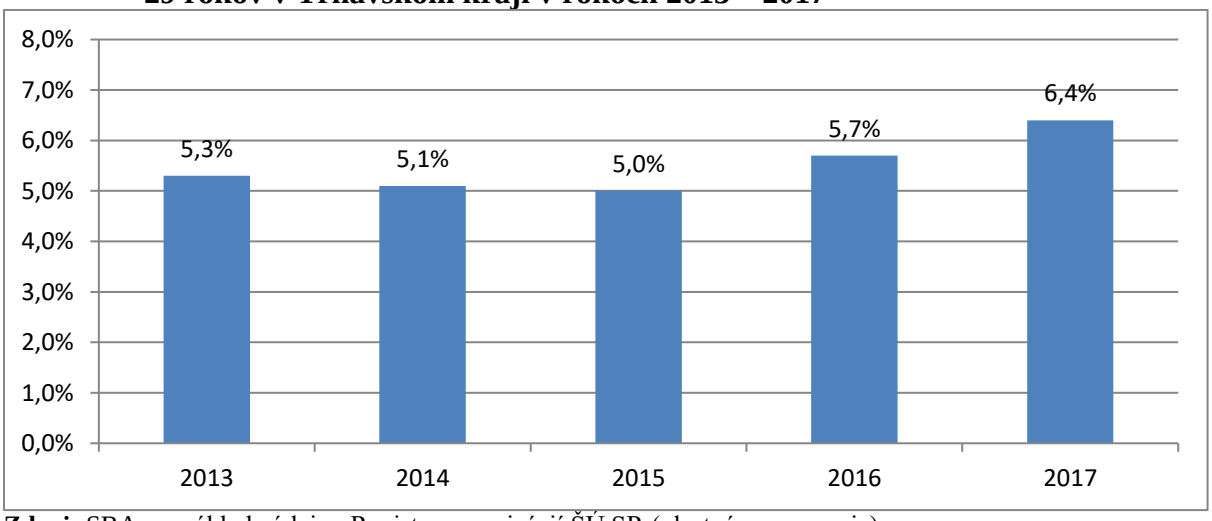
Graf č. 27 **Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Trnavskom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Podiel mladých podnikateľov na celkovom počte mladých ľudí vo veku od 18 do 29 rokov v kraji kopíruje vývoj ukazovateľa celkového počtu mladých podnikateľov v kraji. V rokoch 2013-2015 má podiel mladých podnikateľov postupne klesajúcu tendenciu dosahujúcu úroveň od 5,3 do 5,0% z celkového počtu mladých vo veku 18-29 rokov v Trnavskom regióne. Rovnako ako v prípade vyššie uvedených ukazovateľov v roku 2016 súčasne zaznamenávame nárast pomerového ukazovateľa na 5,7%.

Graf č. 28 **Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 rokov na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Trnavskom kraji v rokoch 2013 – 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Medzi ukazovatele podnikateľskej aktivity mladých ľudí zaraďujeme aj ich podiel na celkovom počte MSP v príslušnom kraji. Vývoj ukazovateľa v Trnavskom kraji je podobný ako v ostatných krajoch Slovenska, kde dochádza k jeho nárastu od roku 2016. Kým podiel za rok 2013 predstavoval úroveň 8,7% podnikateľov – FO do 29 rokov na celkovom počte MSP, v rokoch 2014 a 2015 došlo k jeho postupnému poklesu o približne 1/2 percentuálneho

bodu. V roku 2017 sa zvýšením celkového počtu mladých podnikateľov do 29 rokov zvýšil aj ich podiel na celkovom počte MSP v Trnavskom regióne na 9,2%.

Posledným analyzovaným ukazovateľom je počet MSP na 100 obyvateľov Trnavského kraja. V rokoch 2013 a 2014 pripadalo približne 10,2 MSP na 100 obyvateľov kraja, pričom v roku 2015 došlo k zníženiu na 9,5 MSP/100ob. Naopak v rokoch 2016 a 2017 pozorujeme nárast na 9,9-10,1 MSP na 100 obyvateľov Trnavského regiónu.

2.8 Žilinský kraj

Žilinský samosprávny kraj je svojou rozlohou tretím najrozľahlejším krajom Slovenska, pričom rozlohou väčšie sú len Banskobystrický a Prešovský kraj. Počtom obyvateľov (ŠÚ SR 31/12/2017) na úrovni 691 023 sa súčasne zaraďuje medzi najľudnatejšie regióny Slovenska po Prešovskom a Košickom kraji. Z hľadiska vývoja počtu obyvateľstva v kraji možno konštatovať, že Žilinský kraj patrí spolu s Bratislavským, Trnavským, Prešovským a Košickým krajom medzi kraje s dlhodobým trendom medziročného nárastu obyvateľstva, aj napriek skutočnosti, že v posledných rokoch sa dynamika nárastu obyvateľstva postupne spomaľuje. Súčasne sa z hľadiska priemerného veku populácie zaraďuje na tretí najmladší kraj Slovenska za Prešovským a Košickým krajom. Nárast počtu obyvateľov v skúmanom období rokov 2013-2017 je na úrovni 0,1%, čo predstavuje zvýšenie počtu obyvateľov Žilinského kraja celkovo o 603 v priebehu posledných piatich rokov.

Rovnako ako v prípade väčšiny slovenských krajov, aj v prípade Žilinského kraja možno sledovať nepriaznivý trend vo vekovej štruktúre obyvateľstva, kde narastá počet obyvateľov vo veku nad 65 rokov, kým počet obyvateľov v produktívnom veku klesá. Zvyšovaním počtu obyvateľov v poproduktívnom veku Žilinský kraj kopíruje celoslovenský vývoj, pričom uvedené platí aj pre trend vývoja obyvateľov v produktívnom veku. V skúmanom období (2013-2017) možno pozorovať zníženie počtu mladých ľudí do 29 rokov celkovo o 16 069, čo predstavuje pokles o 6,2% na súčasnú hodnotu približne 243 tisíc obyvateľov Žilinského kraja vo veku do 29 rokov (vrátane).

Tabuľka 8 **Prehľad stavu a vývoja vybraných štatistických ukazovateľov v Žilinskom kraji v rokoch 2013-2017**

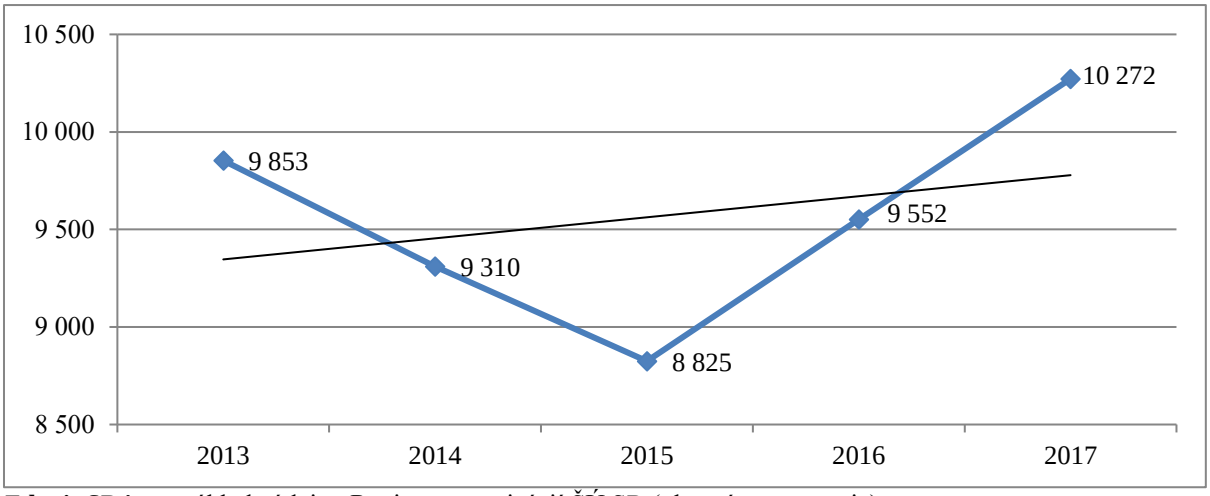
	2013	2014	2015	2016	2017
Počet obyvateľov	690 420	690 449	690 434	690 778	691 023
Počet nezamestnaných	47 200	46 000	35 500	29 900	23 000
Počet nezamestnaných mladých spolu (do 29 rokov)	17 100	16 700	10 800	8 800	7 000
Počet stredných škôl	90	94	94	89	89
Počet vysokých škôl	3	3	3	3	3
Počet MSP	74 502	75 534	72 365	75 386	76 199
Počet mladých spolu (do 29 rokov)	259 262	254 968	250 593	246 615	243 193
z toho mladí vo veku 18-29 rokov	*124 994*	*122 016*	*118 810*	*115 384*	*112 423*
Počet mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	9 853	9 310	8 825	9 552	10 272
Počet vzniknutých mladých podnikateľov spolu (do 29 rokov)	2 892	2 545	2 012	2 863	3 262

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky (vlastné spracovanie)

Napriek nepriaznivému trendu vo vývoji vekovej štruktúry obyvateľstva aj v prípade Žilinského kraja možno konštatovať celkovo pozitívny trend vývoja podnikateľskej aktivity mladých ľudí do 29 rokov v skúmanom období. V roku 2013 pôsobilo v kraji 9 853 podnikateľov- FO vo veku do 29 rokov, a aj napriek poklesu v nasledujúcich dvoch rokoch na úrovni 10,4% sa počet mladých podnikateľov v 5-ročnom období zvýšil. Počet

mladých podnikateľov v roku 2017 vzrástol na 10 272 podnikateľov - FO, čo predstavuje nárast o 4,3% oproti roku 2013 (419 mladých podnikateľov).

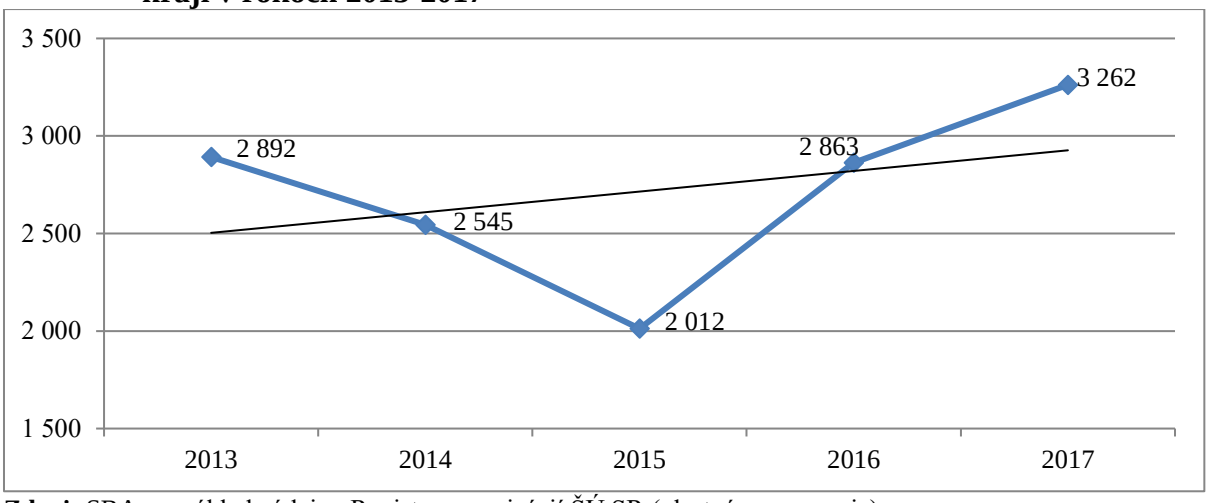
Graf č. 29 **Vývoj počtu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Žilinskom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

V skúmanom období môžeme rovnako konštatovať nárast celkového počtu novovzniknutých podnikateľov - FO vo veku do 29 rokov, aj napriek jeho kolísavému vývoju. Trend vývoja je v jednotlivých rokoch podobný ako v prípade celkového počtu podnikateľov do 29 rokov. Z grafu č. 30 je zrejmý pokles podnikateľskej aktivity mladých podnikateľov v rokoch 2013-2015 celkovo o približne 30%, čo v porovnaní s rokom 2013 znamená pokles počtu novovzniknutých podnikateľov v roku 2015 o 880 subjektov. Čo sa týka vývoja celkového počtu novovzniknutých podnikateľov - FO do 29 rokov v skúmanom období, z grafu je zrejmý nárast z úrovne 2 892 subjektov v roku 2013 na 3 262 nových podnikateľov v roku 2017, čo predstavuje nárast o 12,79%. Zvýšenie počtu novovzniknutých podnikateľských subjektov v skúmanom období je podporený hlavne zvyšujúcou sa podnikateľskou aktivitou podnikateľov do 24 rokov.

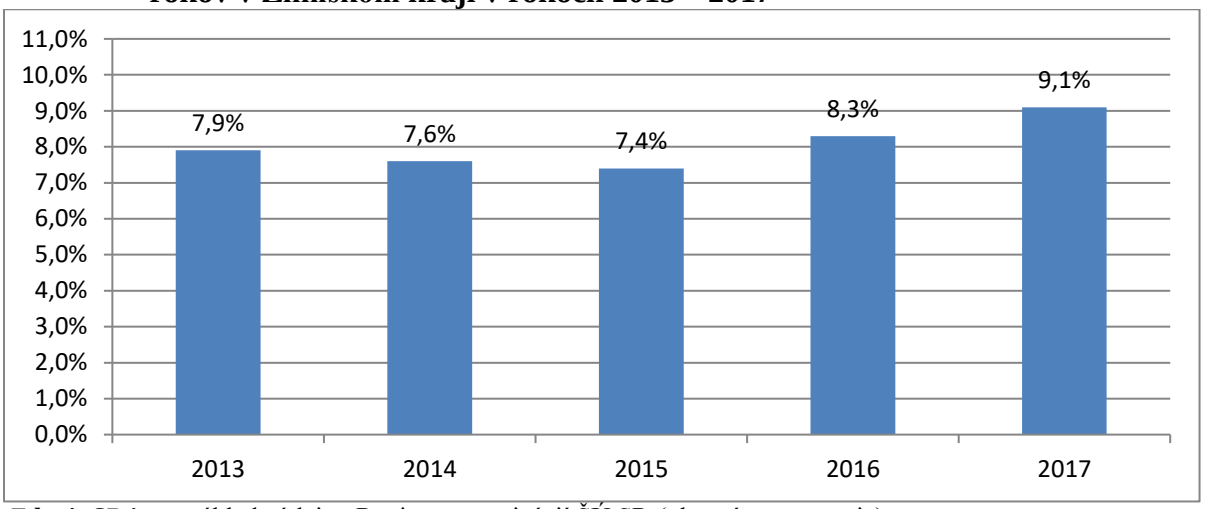
Graf č. 30 **Vývoj počtu vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v Žilinskom kraji v rokoch 2013-2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Celkovo najvyšší podiel mladých podnikateľov do 29 rokov na počte mladých ľudí vo veku 18-29 rokov je pozorovateľný v Žilinskom kraji, kde výrazne prevyšuje celoslovenský priemer. Rovnako ako v prípade väčšiny samosprávnych krajov je vývoj pomerového ukazovateľa v jednotlivých rokoch skúmaného obdobia odlišný a kopíruje vývoj v celkovom počte mladých podnikateľov v Žilinskom regióne. V rokoch 2013-2015 pozorujeme pokles pomerového ukazovateľa o približne 0,5 percentuálneho bodu na úroveň 7,5%-ného zastúpenia mladých podnikateľov medzi svojimi rovesníkmi. V roku 2016 sa podnikateľská aktivita mladých opätovne začala zvyšovať, čo sa odzrkadlilo na zvýšení ukazovateľa podnikateľskej aktivity mladých vo veku 18-29 rokov na 8,3% v roku 2016 a 9,1% v roku 2017.

Graf č. 31 **Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 r. na počte mladých vo veku 18-29 rokov v Žilinskom kraji v rokoch 2013 – 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Striedavý vývoj celkového počtu mladých podnikateľov v kraji sa odzrkadľuje súčasne aj na kolísavom vývoji ukazovateľa podielu mladých podnikateľov - FO do 29 rokov na celkovom počte MSP v regióne. Kým pomerový ukazovateľ za rok 2013 predstavuje hodnotu 13,2% mladých podnikateľov na celkovom počte MSP, v rokoch 2014 a 2015 dochádza k jeho poklesu o približne jeden percentuálny bod. V rokoch 2016 a 2017 sa vplyvom zvýšenej podnikateľskej aktivity mladých zvýšil podiel mladých podnikateľov na MSP na 12,6 % – 13,5%.

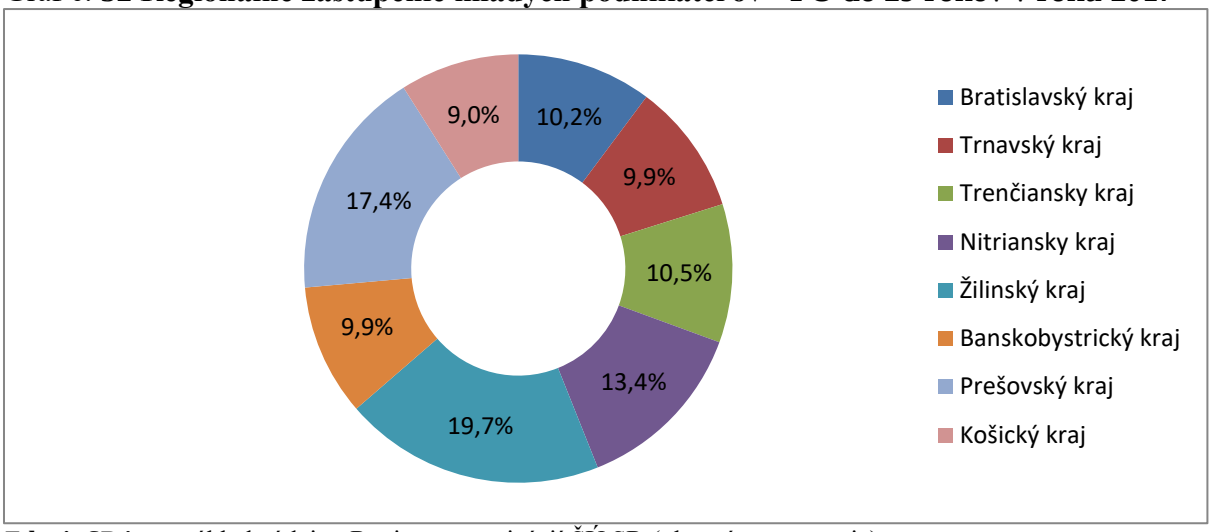
Posledným analyzovaným ukazovateľom je počet MSP na 100 obyvateľov kraja. V roku 2013 pripadlo v Žilinskom kraji 10,8 malých a stredných podnikov na 100 obyvateľov, pričom možno pozorovať jeho kontinuálny nárast (s výnimkou roku 2015) až do roku 2017 na aktuálnu úroveň približne 11 MSP na 100 obyvateľov Žilinského regiónu.

2.9 Komparácia aktuálneho stavu ukazovateľov v regiónoch SR

Celkový počet mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v celoslovenskom meradle predstavuje k 31.12.2017 celkovo 52 168 subjektov. Podnikateľská aktivita mladých je naprieč regiónmi pomerne rozdielna, pričom celoslovenský priemer dosahuje úroveň 6 521 mladých podnikateľov na jeden samosprávny kraj. Sumárne však možno konštatovať, že v piatich krajoch je celkový počet podnikateľov nižší ako celoslovenský priemer. Naopak nadpriemerný počet mladých podnikateľov zaznamenávame v Nitrianskom, Prešovskom a Žilinskom kraji. Celkovo 19,7% mladých podnikateľov (resp. 10 272 subjektov) pôsobí/pôsobilo v roku 2017 v Žilinskom kraji, 17,4% v Prešovskom kraji a za zmienku stojí tiež Nitriansky kraj s celkovým počtom 6 969 mladých podnikateľov (13,4%). Na druhej strane najnižší počet mladých

podnikateľov možno pozorovať v Košickom kraji, kde sa aktuálne podnikaniu venuje 4 692 mladých ľudí do 29 rokov, čo predstavuje 9,0% z celkového počtu v SR. Graf č. 32 znázorňuje zastúpenie mladých podnikateľov v jednotlivých krajoch SR.

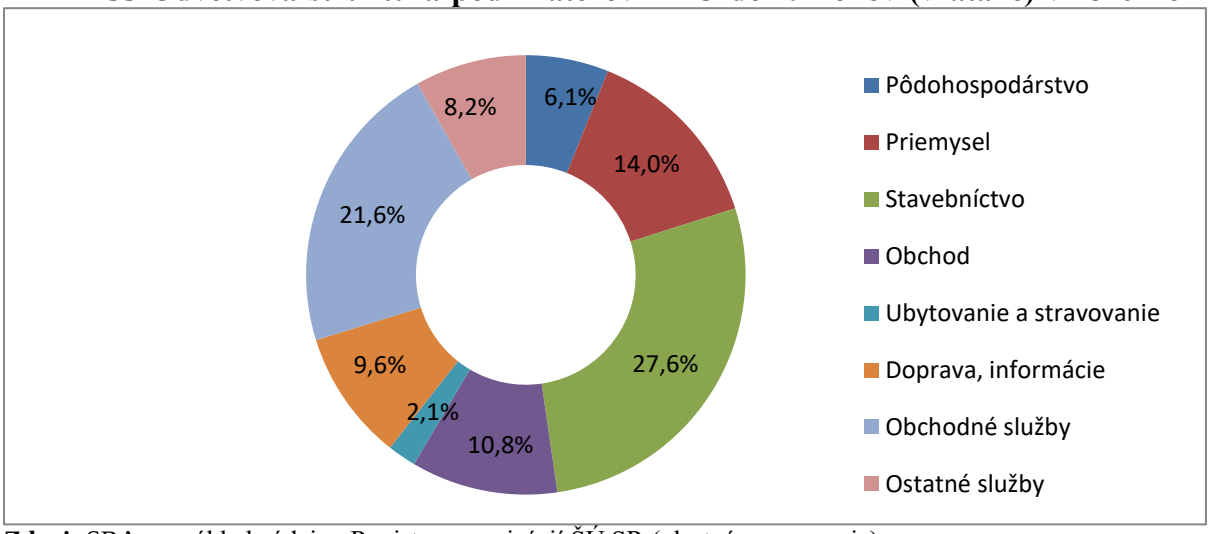
Graf č. 32 **Regionálne zastúpenie mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v roku 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Čo sa týka odvetvovej štruktúry podnikateľov – FO do 29 rokov, celkovo najvýraznejšie zastúpenie možno pozorovať v oblasti stavebníctva, kde pôsobí 27,6% mladých podnikateľov (resp. 14 398 subjektov). Rovnako vysoký podiel je pozorovateľný v oblasti obchodných služieb, kde podniká viac ako 21% mladých podnikateľov. Pomerne veľké zastúpenie je rovnako v oblasti priemyslu, v ktorom aktuálne podniká 14% mladých podnikateľov, čo predstavuje celkovo 7 303 subjektov. Naopak najmenej preferované oblasti podnikania sú medzi mladými do 29 rokov aktuálne pôdohospodárstvo s podielom 6,1% a tiež oblasť ostatných služieb, kde podniká približne 8% podnikateľov - FO do 29 rokov. Graf č. 33 znázorňuje zastúpenie mladých podnikateľov v jednotlivých odvetviach hospodárstva.

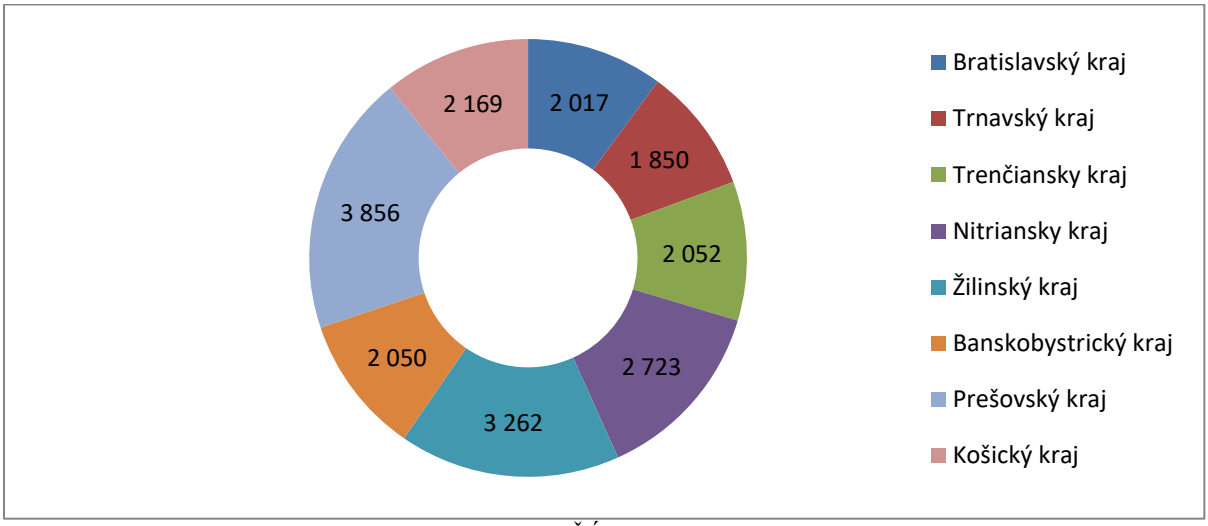
Graf č. 33 **Odvetvová štruktúra podnikateľov – FO do 29 rokov (vrátane) v roku 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

V súvislosti s počtom novovzniknutých podnikateľských subjektov – FO do 29 rokov v roku 2017 možno konštatovať, že celkovo sa v rámci Slovenska rozhodlo začať podnikať 19 979 mladých ľudí do 29 rokov. Rovnako ako v prípade celkového počtu mladých podnikateľov, je počet vznikajúcich podnikateľov – FO do 29 rokov naprieč regiónmi v roku 2017 pomerne rozdielny. Kým v priemere vzniklo 2 497 mladých podnikateľov na jeden samosprávny kraj, vo viacerých krajoch pozorujeme nižšiu podnikateľskú aktivitu, ktorá sa odráža na nižšom počte novovzniknutých subjektov. Hodnoty pod priemerom možno pozorovať v Bratislavskom, Trnavskom, Trenčianskom, Banskobystrickom a Košickom samosprávnom kraji. Naopak nadpriemerný počet vzniknutých mladých podnikateľov do 29 rokov zaznamenávame v Nitrianskom, Žilinskom a Prešovskom kraji. Celkovo najvyšší počet nových podnikateľov - FO do 29 rokov pribudlo v Prešovskom kraji, kde sa v roku 2017 rozhodlo pre začatie podnikania 3 856 obyvateľov kraja do 29 rokov, čo predstavuje podiel 19,3% z celkového počtu vzniknutých mladých podnikateľov na Slovensku v roku 2017. Druhý najvyšší počet zaznamenávame v Žilinskom kraji, kde sa v roku 2017 rozhodlo začať podnikateľskú činnosť 3 262 mladých do 29 rokov (16,3%). Na druhej strane najmenej mladých podnikateľov – FO do 29 rokov pribudlo v Trnavskom kraji, kde sa pre cestu realizácie svojho podnikateľského plánu rozhodlo celkovo 1 850 mladých ľudí do 29 rokov. Pomerne nízky počet vzniknutých mladých podnikateľov pozorujeme v Bratislavskom kraji, v ktorom v roku 2017 pribudlo celkovo 2 017 mladých podnikateľov do 29 rokov, čo predstavuje približne 10% z celkového prírastku v rámci Slovenska. Graf č. 34 znázorňuje počet vzniknutých mladých podnikateľov do 29 rokov v jednotlivých regiónoch Slovenska v roku 2017.

Graf č. 34 **Počet vzniknutých mladých podnikateľov - FO do 29 rokov v regiónoch Slovenska v roku 2017**

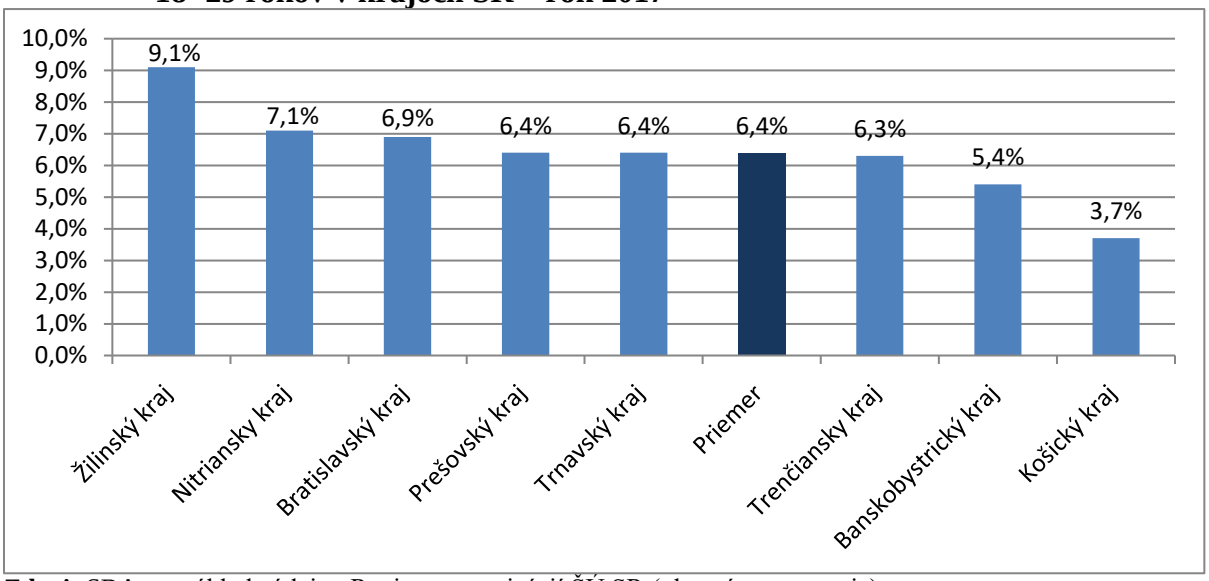


Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Čo sa týka zastúpenia mladých podnikateľov do 29 rokov na celkovom počte mladých ľudí vo veku 18 až 29 rokov v jednotlivých regiónoch Slovenska, stav k 31.12. 2017 popisuje graf č. 35. Z grafu je zrejmý najvyšší podiel mladých podnikateľov medzi svojimi rovesníkmi v Žilinskom kraji, kde z celkového počtu mladých vo veku 18 - 29 rokov aktívne podniká 9,1% (10 272 podnikateľov – FO do 29 rokov). Pomerne vysoký podiel možno súčasne pozorovať v Nitrianskom a Bratislavskom kraji, kde sa z celkového počtu mladých vo veku 18 - 29 rokov venuje podnikaniu od 7,1 po 6,9% mladých ľudí. Priemerný podiel na úrovni 6,4% je pozorovateľný v Trnavskom a Prešovskom kraji. Na druhej strane najmenšie zastúpenie mladých podnikateľov – FO do 29 rokov medzi svojimi rovesníkmi pozorujeme

v Košickom kraji, kde zo 127 258 obyvateľov vo veku od 18 do 29 rokov podniká len 4 692, čo predstavuje zastúpenie mladých podnikateľov na úrovni 3,7%.

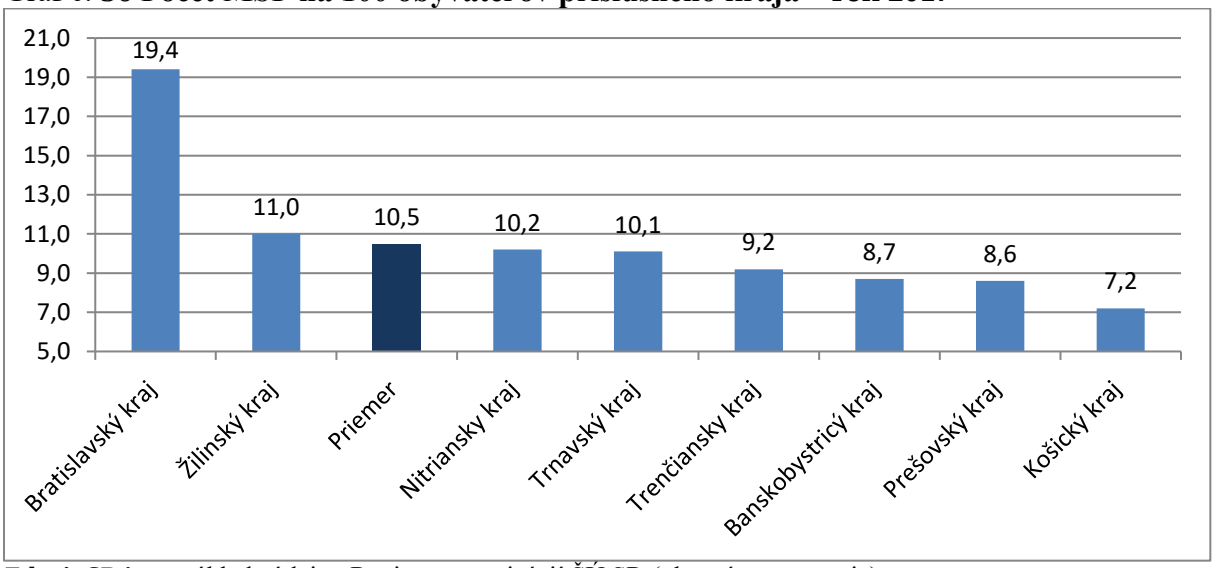
Graf č. 35 **Podiel mladých podnikateľov - FO do 29 rokov na počte mladých vo veku 18- 29 rokov v krajoch SR – rok 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

Graf č. 36 znázorňuje komparáciu počtu MSP pripadajúcich na 100 obyvateľov podľa jednotlivých regiónov Slovenska. Najvyšší počet MSP na 100 obyvateľov bol k 31.12. 2017 v Bratislavskom kraji, kde pripadalo 19,4 MSP/100 obyv. Z grafu č. 36 je zrejmé, že v prípade ďalších krajov už dochádza k výraznejším rozdielom. Celoslovenský priemer na úrovni 10,5 MSP/100 obyv. prevýšil okrem Bratislavského len Žilinský kraj, kde pripadalo 11,0 MSP na 100 obyvateľov regiónu. Za Žilinským krajom nasleduje Nitriansky a Trnavský kraj, kde sa hodnota pohybuje v rozmedzí 10,1-10,2 MSP/ 100 obyv. Podpriemerné hodnoty pozorujeme súčasne v Trenčianskom (9,2), Banskobystrickom (8,6) a Prešovskom kraji (8,6). Naopak najnižšiu početnosť MSP na 100 obyvateľov možno pozorovať v Košickom kraji, kde je hodnota na úrovni 7,2.

Graf č. 36 **Počet MSP na 100 obyvateľov príslušného kraja – rok 2017**



Zdroj: SBA, na základe údajov Registra organizácií ŠÚ SR (vlastné spracovanie)

3 Kvantitatívny prieskum podnikateľského potenciálu mladých

3.1 Charakteristika, cieľ a metodika prieskumu

V mesiaci október 2018 bol na vybraných školách v regiónoch SR realizovaný dotazníkový prieskum, **cieľom ktorého bolo zistiť, aké postoje majú žiaci stredných škôl a študenti vysokých škôl ku podnikaniu, aká je ich miera informovanosti o podnikaní a záujem o podnikanie.** V každom zo siedmych krajov SR boli oslovené 3 stredné školy (gymnázium, obchodná akadémia a odborná škola) a 3 fakulty vybraných vysokých škôl (ekonomická, technická a spoločensko-vedná) so sídlom v jednom z regiónov SR (Žilinský, Trenčiansky, Trnavský, Nitriansky, Banskobystrický, Prešovský a Košický). Minimálny počet oslovených žiakov/študentov na každej škole alebo fakulte bol 20. Celkovo bolo na Slovensku vyzbieraných 2 101 dotazníkov, pričom do analýzy bolo vybraných 2 002 dotazníkov, teda 95,29% zo všetkých zozbieraných. 99 dotazníkov nebolo zaradených do vyhodnotenia z dôvodu neúplného alebo nekorektného vyplnenia. Najviac dotazníkov, 319, bolo zozbieraných v Žilinskom a najmenej, 249, v Košickom kraji, kde sa nám do konečného vyhodnotenia nepodarilo získať vyplnené dotazníky z technickej fakulty. Priemerne bolo v jednotlivých krajoch vyhodnotených 138 dotazníkov na stredných a 152 dotazníkov na vysokých školách.

Tabuľka 9 **Charakteristika skúmanej vzorky podľa krajov**

	Ženy	Muži	Priemerný vek	Mesto	Obec
Žilinský kraj	156	144	19,63	121	179
Trenčiansky kraj	156	122	20,41	165	113
Trnavský kraj	194	72	20,77	119	147
Nitriansky kraj	184	103	20,81	116	171
Banskobystrický kraj	203	106	20,65	175	134
Prešovský kraj	183	130	20,81	161	152
Košický kraj	134	115	20,04	132	117
Celkom	**1 210**	**792**		**989**	**1 013**

Zdroj: vlastné spracovanie

Skúmaná vzorka respondentov v jednotlivých krajoch mala vekové zloženie, ktoré sa pohybovalo od 19,63 rokov v Žilinskom kraji po 20,81 rokov v Nitrianskom a Prešovskom kraji. Vo vzorke bolo viac zúčastnených žien (60,4%) ako mužov (39,6%). Respondenti v dotazníkovom prieskume uviedli, že v takmer rovnakom zastúpení bývajú na dedine (50,6%) aj v meste (49,4%).

Dotazník bol rozdelený do troch častí. Prvú skupinu otázok 1 – 10 tvorili otázky, ktoré sa týkali postojov respondentov k podnikaniu. Respondenti si mohli vybrať jednu zo štyroch ponúknutých odpovedí (úplne súhlasím, čiastočne súhlasím, čiastočne nesúhlasím a úplne nesúhlasím), za ktorú dostali pridelené body 1 – 4 podľa toho, aké podnikateľské alebo nepodnikateľské postoje sledovala. Čím vyššie skóre žiaci/študenti dosiahli, tým viac „**pro-podnikateľské“ postoje** sa u nich prejavovali. Hodnotu odpovedí 10 – 25 sme označili ako nepodnikateľské postoje, kým hodnotu 26 - 40 sme označili ako pro-podnikateľské postoje.

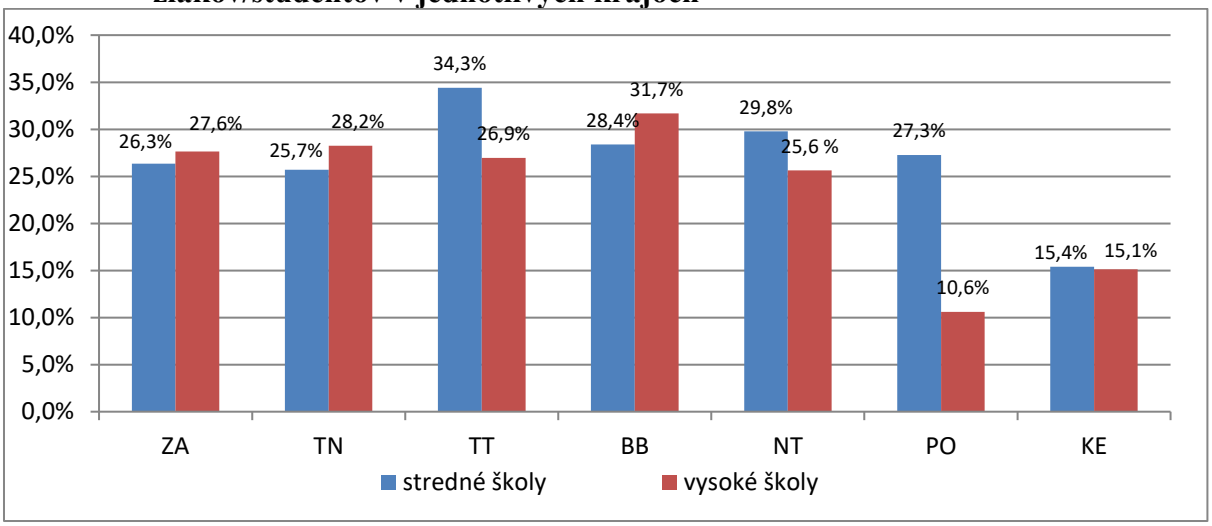
Druhú skupinu otázok, 11 – 23 pre študentov VŠ a 11 - 24 pre žiakov SŠ, tvorili uzavreté otázky, kde si respondenti mohli z viacerých ponúknutých možností vybrať jednu, alebo aj niekoľko odpovedí. Vo viacerých otázkach mali respondenti možnosť doplniť aj vlastné názory.

Otázky pre žiakov stredných a študentov vysokých škôl sa odlišovali len jednou otázkou, ktorá bola určená len žiakom stredných škôl. Poslednú skupinu otázok tvorili identifikačné odpovede, ktorých výsledok je zachytený v tabuľke číslo 9.

3. 1. 1 Pro-podnikateľské postoje mladých

Skupinu otázok 1 – 10 sme vyhodnocovali ako jednu otázku, v ktorej mohli respondenti dosiahnuť hodnotu odpovede na stupnici 10 – 40. Po vypočítaní priemernej hodnoty podnikateľských postojov pre jednotlivé typy škôl, sme medzi respondentmi nezistili výrazné rozdiely medzi školami ani medzi regiónmi. Priemerne sa hodnota ukazovateľa postoje k podnikaniu pohybovala na úrovni 24 bodov, čo predstavuje viac nepodnikateľské ako pro-podnikateľské postoje. Pre podrobnejšiu analýzu pro-podnikateľských postojov sme v každom regióne spočítali tie odpovede, pri ktorých respondenti získali počet bodov rovný alebo vyšší ako 26. Následne sme vypočítali podiel skupiny pro-podnikateľsky orientovaných respondentov na skupine respondentov v kraji a v príslušnom type školy, ktorí sa do prieskumu zapojili.

Graf č. 37 **Podiel žiakov/študentov s pro-podnikateľskými postojmi na celkovom počte žiakov/študentov v jednotlivých krajoch**



Zdroj: vlastné spracovanie

Najviac pro-podnikateľských postojov sa prejavilo u žiakov stredných škôl v Trnavskom kraji (34%) a študentov vysokých škôl v Banskobystrickom kraji (32%). Najmenej pro-podnikateľsky naladení sú študenti vysokých škôl v Prešovskom kraji (11%), ale aj v Košickom kraji (po 15% zhodne žiaci SŠ aj študenti VŠ)

Nízka pro-podnikateľská aktivita, teda aj malý záujem o podnikanie ako kariérnu cestu, sa prejavil aj na hodnote pro-podnikateľských postojov, keď pro-podnikateľské postoje u podnikateľsky naladených respondentov dosahovali hodnotu 26 – 30 bodov. Len v nemnohých prípadoch sa vyskytla hodnota vyššia ako 30, a to u študentov technickej fakulty v Banskobystrickom kraji, kde jeden zo študentov dosiahol hodnotu 32 bodov. 33 bodov dosiahol jeden žiak na gymnáziu v Žiline a jeden v Košiciach, ale aj na obchodnej akadémii v Trenčíne. Najviac pro-podnikateľsky sa prejavil študent spoločensko-vednej fakulty v Žiline, ktorý dosiahol celkové pro-podnikateľské skóre 37 bodov.

Pozitívne možno hodnotiť, že nízke hodnoty ne-podnikateľského skóre (10 – 19 bodov), dosiahlo v rámci celého Slovenska len necelé 1% respondentov. Najmenej týchto respondentov sa nachádza v Nitrianskom kraji (0,3%) a najviac, 2% v Košickom kraji. Treba ešte poznamenať, že viac sa ne-podnikateľské postoje prejavovali u žiakov stredných škôl

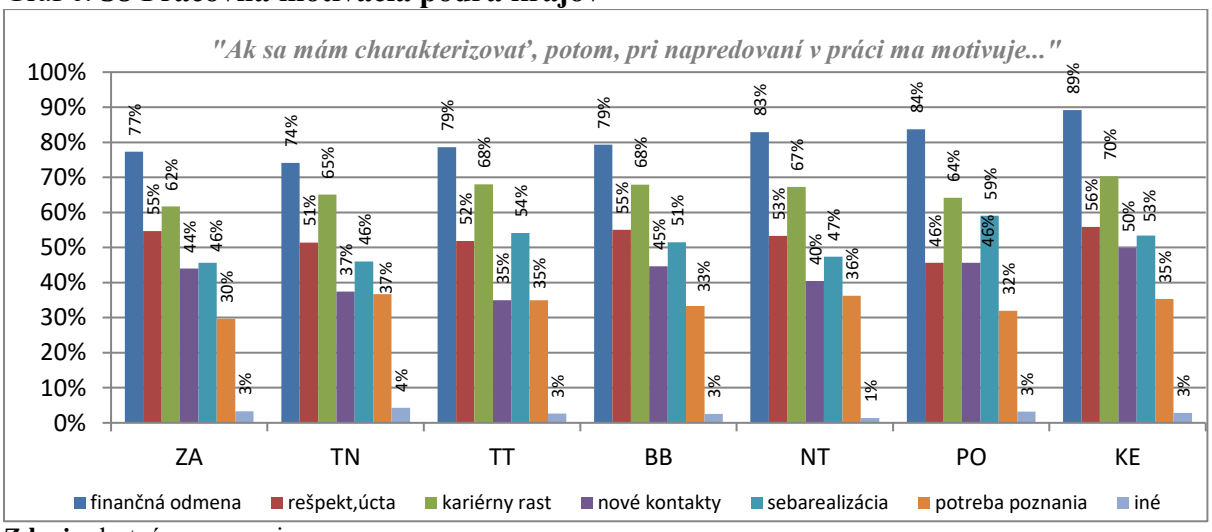
ako u študentov na vysokých školách. Celkovo možno povedať, že respondenti v skúmanej vzorke stredných a vysokých škôl nemajú ani výrazne pro-podnikateľské, ani ne-podnikateľské postoje. Vo všetkých krajoch SR a na všetkých typoch škôl by sme respondentov mohli v prevažnej miere označiť ako nevyhranených, prípadne nerozhodnutých.

3. 1. 2 Záujem mladých o podnikanie

Prvou uzavretou otázkou sme nadviazali na postoje respondentov k podnikaniu a chceli sme získať odpoveď na otázku „Ak sa mám charakterizovať, potom pri napredovaní v práci ma motivuje."

Z odpovedí respondentov vo všetkých krajoch vyplynulo, že jednoznačne najvýraznejším motivátorom pri napredovaní v práci je **finančná odmena**. Túto odpoveď si vybralo od 74% respondentov v Trenčianskom po 89% respondentov v Košickom kraji.

Graf č. 38 **Pracovná motivácia podľa krajov**



Zdroj: vlastné spracovanie

Finančná odmena, ako najväčší motivátor, sa však nevzťahuje na motívy začatia podnikania. Získanie vyššieho zárobku ako dôvod na podnikanie bola síce treťou najčastejšou odpoveďou, ale percento zastúpenia odpovedí bolo výrazne nižšie ako pri odpovedi motivácii pri napredovaní v práci.

Druhá najčastejšia voľba bol **kariérny rast**, kde sa v jednotlivých regiónoch sústredilo od 62% odpovedí v Žilinskom kraji až po 70% odpovedí v Košickom kraji.

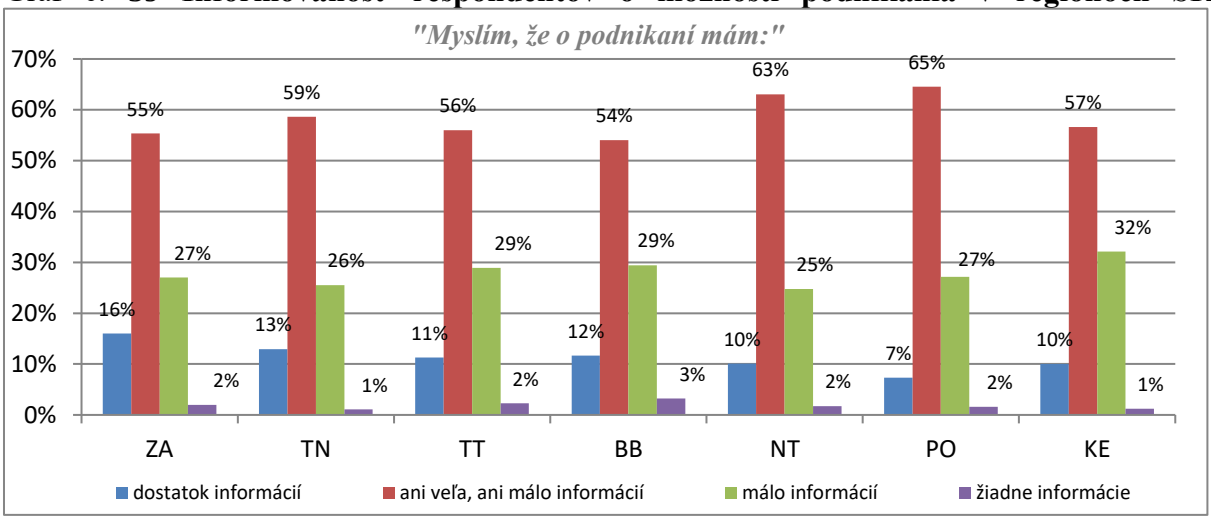
V prípade kariérneho rastu ako silnej motivácie v práci by bolo vhodné využiť a ponúknuť na školách príbehy úspešných podnikateľov, tak aby sa pre žiakov/študentov stala možnosť byť podnikateľom prvou možnosťou realizácie na trhu práce, nie len alternatívou v prípade nevyhnutnosti (nemôžu/nevedia si nájsť prácu).

Silnou motiváciou pre podnikateľa, ale rovnako aj pre človeka, ktorý je aktívny a v práci trávi väčšinu svojho života by mala byť prirodzená potreba sebarealizácie. Táto potreba je dávaná do popredia hlavne s výkonnosťou či už podnikateľa, ale aj zamestnanca, pre ktorých platí, že ak v práci nenachádzajú uspokojenie a realizáciu, potom sa v práci cítia frustrovane a následne sa to prejavuje aj na výkonnosti zamestnanca. Preto je zaujímavé, že odpoveď **sebarealizácia** je iba v dvoch krajoch na treťom, najviac preferovanom mieste – Trnavský 54% a Prešovský 59%. V ostatných krajoch potreba sebarealizácie nasleduje až po tretej najčastejšej odpovedi, **rešpekt a úcta,** ktorú si vybralo 46% v Prešovskom až 56% v Košickom kraji.

Nasledujúca skupina otázok bola zameraná na informácie o podnikaní. Na otázku „Myslím, že o podnikaní mám...“ si respondenti mohli vybrať zo štyroch ponúkaných odpovedí.

Najčastejšia odpoveď bola, že respondenti majú o podnikaní **ani veľa, ani málo informácií**. Túto odpoveď si vybralo viac ako 50% respondentov, a to bez ohľadu na región a na typ školy.

Graf č. 39 **Informovanosť respondentov o možnosti podnikania v regiónoch SR**

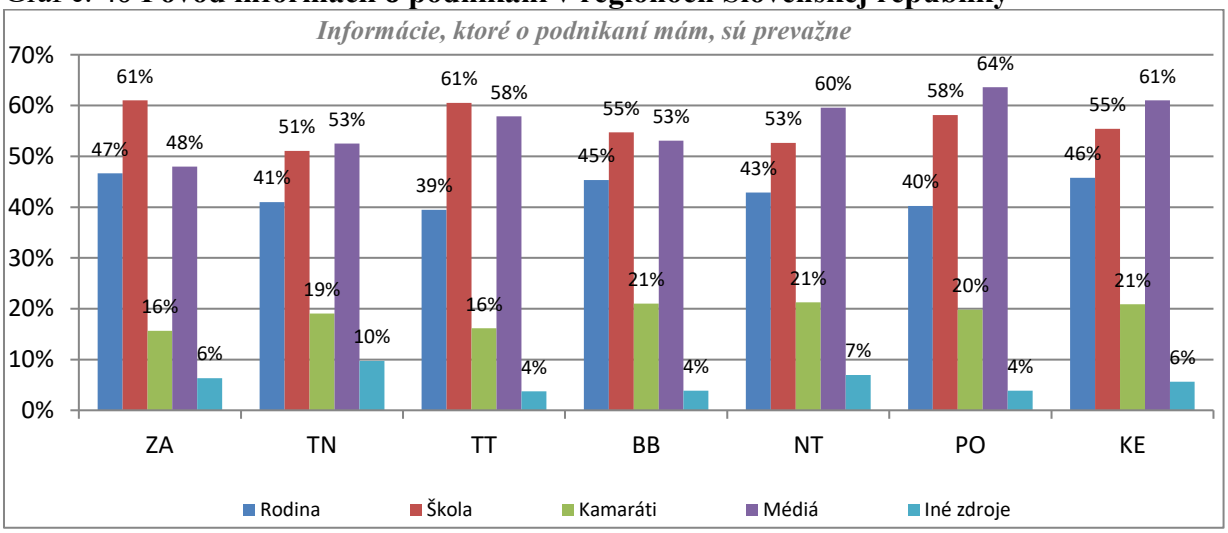


Zdroj: vlastné spracovanie

Zaujímavé je, že druhou najčastejšou odpoveďou bolo, že o podnikaní mám **málo informácií**, čo si vybrali respondenti vo všetkých krajoch a na všetkých typoch škôl. Odpovede sa pohybovali medzi 25% v Nitrianskom kraji po 32% odpovedí v Košickom kraji. Odpoveď **dostatok informácií** si vybralo iba 7% (Prešovský) – 16% respondentov (Žilinský).

Keďže cieľom prieskumu bolo zistiť nielen to, či respondenti majú o podnikaní dostatok informácií, ale aj to, odkiaľ tieto informácie pochádzajú. V nasledujúcej otázke bola možnosť vybrať si maximálne dve z piatich odpovedí.

Graf č. 40 **Pôvod informácií o podnikaní v regiónoch Slovenskej republiky**

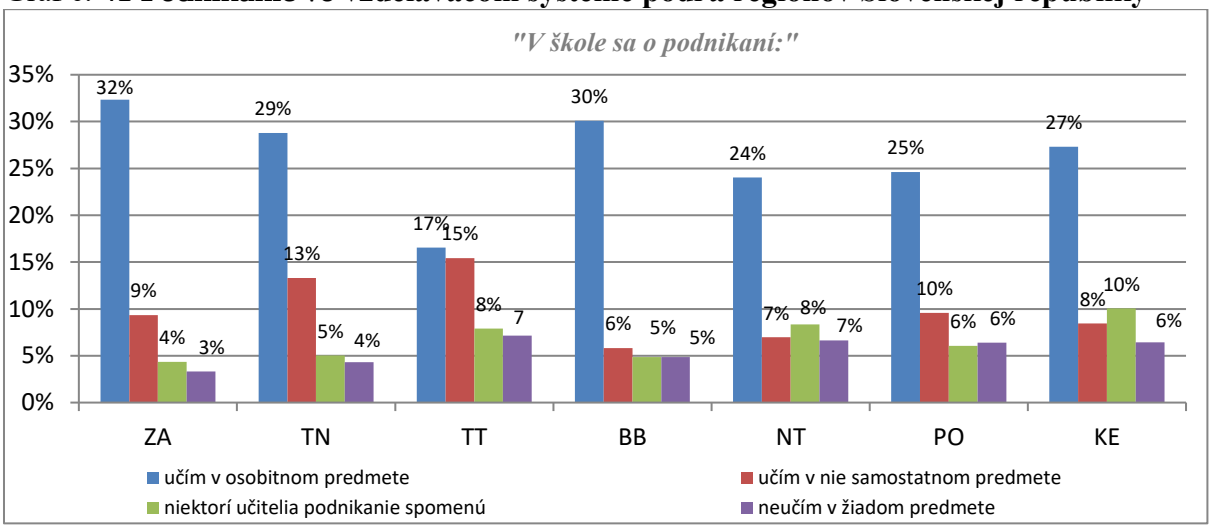


Zdroj: vlastné spracovanie

Napriek tomu, že v odpovediach, ktoré si respondenti vybrali sú medzi regiónmi mierne rozdiely, môžeme vo všeobecnosti povedať, že na prvých dvoch miestach, ktoré sú medzi respondentmi preferované, sa nachádza **škola** a **médiá**. Kým škola je viac preferovaná medzi respondentmi v Žilinskom (61%), Trnavskom (61%) a Banskobystrickom (55%) kraji, tak v Trenčianskom (53%), Nitrianskom (60%), Prešovskom (64%) a Košickom (61%) kraji sú najčastejším zdrojom informácií médiá. Druhá najčastejšia odpoveď je medzi regiónmi vymenená a v Žilinskom (48%), Trnavskom (58%) a Banskobystrickom (53%) kraji sú to média, pre Trenčiansky (51%), Nitriansky (53%), Prešovský (58%) a Košický (55%) kraj je to škola.

Rodina ako zdroj informácií o podnikaní, sa počtom odpovedí umiestnila na treťom najpočetnejšom mieste a pohybovala sa od 37% v Trnavskom po 47% v Žilinskom kraji. Výraznejšie zaostávali kamaráti ako zdroj informácií o podnikaní, kde sa ich podiel na odpovedi pohyboval od 16% po 21%. Ďalšia otázka bola určená iba žiakom stredných škôl.

Graf č. 41 **Podnikanie vo vzdelávacom systéme podľa regiónov Slovenskej republiky**



Zdroj: vlastné spracovanie

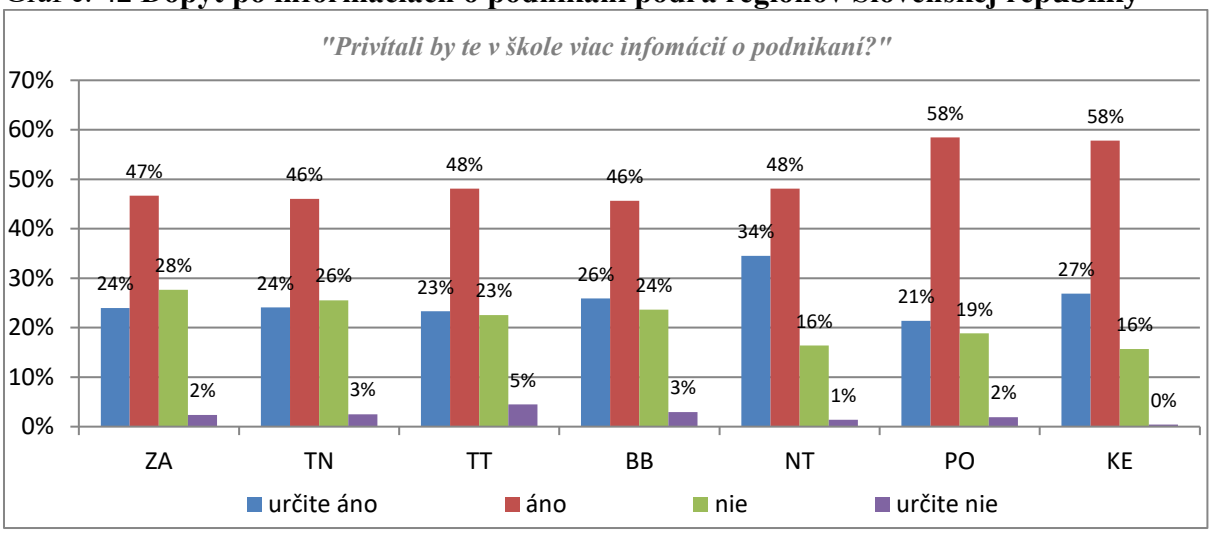
Žiaci si mohli vybrať zo štyroch ponúkaných odpovedí. Vo všetkých stredných školách a vo všetkých regiónoch prevládala odpoveď, že **o podnikaní sa učím v osobitnom predmete**. Túto odpoveď si vybralo od 17% žiakov v Trnavskom kraji po 30% žiakov v Banskobystrickom kraji. Táto odpoveď prevažovala u žiakov obchodných akadémií a doplňaná bola žiakmi gymnázia, ktorí uvádzali ako osobitný predmet najmä cvičnú firmu alebo aplikovanú ekonómi

Pozitívom je, že najmenej odpovedí bolo sústredných do možnosti **o podnikaní sa neučím v žiadnom predmete**. Počet odpovedí sa pohyboval medzi 3 a 7%, pričom iba v dvoch krajoch (Prešovský a Banskobystrický) sa percento odpovedí zhodovalo s odpoveďou niektorí učitelia podnikanie niekedy spomenú.

Zistenie, že mladí ľudia získavajú informácie z dvoch základných zdrojov – školy a médií, dáva možnosť ponúkať mladým ľuďom informácie o podnikaní, aj úspešné podnikateľské príbehy ako v škole, tak aj prostredníctvom médií, medzi ktorými jednoznačne vyhráva internet.

Nasledujúce otázky boli pre žiakov stredných a študentov vysokých škôl rovnaké. V poslednej otázke zameranej na informácie sme sa respondentov pýtali, či by privítali v škole viac informácií o podnikaní?

Graf č. 42 **Dopyt po informáciách o podnikaní podľa regiónov Slovenskej republiky**



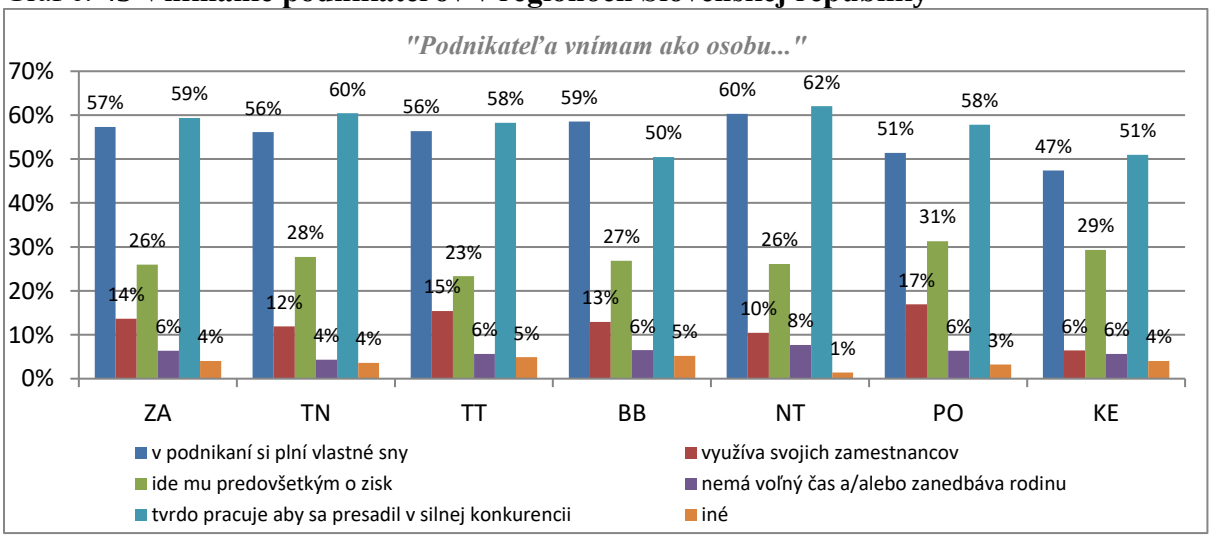
Zdroj: vlastné spracovanie

Najčastejšia odpoveď, ktorú si respondenti vo všetkých krajoch vybrali, bola, že o podnikaní by **privítali viac informácií, aj keď škola ich o podnikaní učí, hoci len okrajovo**. Najviac, 58% odpovedí označili respondenti v Prešovskom a Košickom kraji, najmenej respondentov si túto odpoveď vybralo v Trnavskom a Banskobystrickom kraji, zhodne po 46%. Ak k tejto možnosti prirátame aj odpoveď **určite áno, o podnikaní nemáme v škole žiadne informácie**, potom viac ako 60% respondentov by na škole privítalo viac informácií o podnikaní.

Pomerne vysokým percentom je zastúpená aj možnosť, že **o podnikaní by sme na škole neprivítali viac informácií, lebo súčasná úroveň postačuje**. Túto možnosť si vybralo od 16% respondentov v Košickom a Nitrianskom kraji až po 28% respondentov v Žilinskom kraji.

Nasledujúca otázka znela „Podnikateľa vnímam ako...“, kde mali respondenti doplniť maximálne dve odpovede.

Graf č. 43 **Vnímanie podnikateľov v regiónoch Slovenskej republiky**



Zdroj: vlastné spracovanie

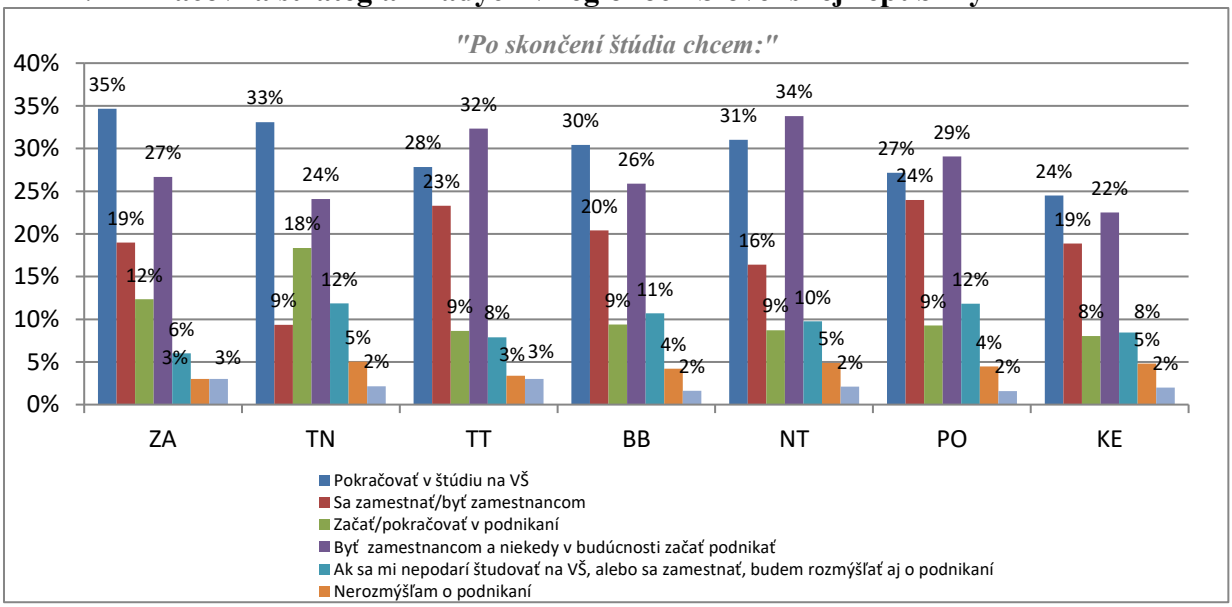
V odpovediach respondentov prevládali dve možnosti. S výnimkou Banskobystrického kraja (50%), vo všetkých ostatných krajoch prevládala odpoveď, že podnikateľ je **človek, ktorý**

tvrdo pracuje, aby sa presadil v silnej konkurencii. Túto odpoveď si vybrali respondenti v rozpätí od 51% (Košický kraj) po 62% (Nitriansky kraj). V Banskobystrickom kraji prevládala odpoveď **podnikateľa vnímam ako človeka, ktorý si plní svoje sny**. Túto odpoveď si vybralo celkom 59% respondentov. V ostatných krajoch bola táto druhá najpočetnejšia skupina odpovedí zastúpená 47% v Košickom až 60% v Nitrianskom kraji.

23% (Trnavský kraj) – 31% (Prešovský kraj) respondentov vníma podnikateľa ako **človeka, ktorému ide predovšetkým o zisk**. Táto odpoveď prevládla nad odpoveďou, že **podnikateľa vnímam ako človeka, ktorý využíva svojich zamestnancov** (6 – 17% odpovedí). V niektorých prípadoch respondenti k výberu odpovede dopísali, že podnikateľ je ten, čo využíva, ale nie zneužíva svojich zamestnancov.

Podnikateľ je teda respondentmi vnímaný pozitívne, čo je dobrý signál pre ďalší rozvoj a rast podnikania. V otázke „Po skončení štúdia chcem...“, mali respondenti na výber 7 možností, pričom pre študentov VŠ bola vynechaná prvá možnosť, pokračovať v štúdiu na VŠ.

Graf č. 44 **Pracovná stratégia mladých v regiónoch Slovenskej republiky**



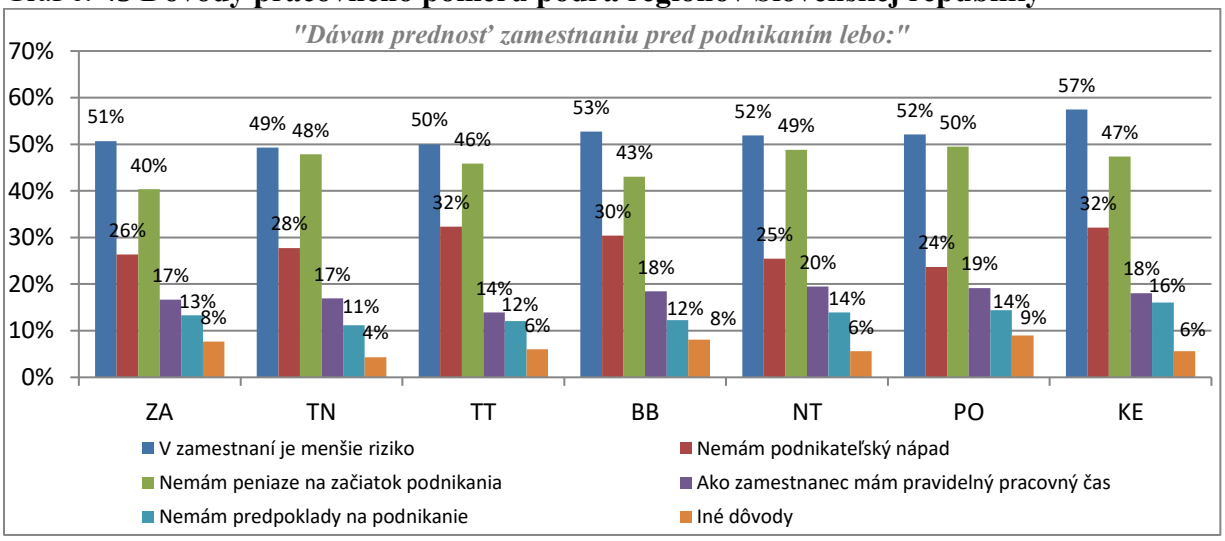
Zdroj: vlastné spracovanie

Medzi stredoškolákmi prevládala vo výbere odpovedí možnosť **pokračovať v štúdiu na vysokej škole**, a to bez ohľadu na typ školy a kraj. Snaha o štúdium na vysokej škole sa prejavila nielen medzi žiakmi gymnázií, ale aj žiakmi odborných škôl a v menšej miere aj medzi žiakmi obchodných akadémií. Iba v Nitrianskom, Prešovskom a Trnavskom kraji prevládla nad možnosťou pokračovať v štúdiu na vysokej škole možnosť **byť zamestnancom a niekedy v budúcnosti začať podnikať**. Táto možnosť bola v ostatných krajoch druhá najčastejšia odpoveď. Tým sa potvrdzujú aj závery z okrúhleho stola, kde prítomní konštatovali, že súčasní podnikatelia nevstupujú do vysokého rizika, ale toto riziko odsúvajú a podnikať začínajú až vtedy, ak už sú relatívne finančne zabezpečení. Ak skutočne dôjde, alebo už aj dochádza k realizácii tejto možnosti, potom sú s tým spojené ďalšie následky, ako je napríklad vyšší vek začínajúceho podnikateľa, možnosť úplného vzdania sa možnosti podnikať, výber menej rizikového podnikania. Výnimkou je v tomto prípade len Trenčiansky kraj, kde 18% respondentov svojimi odpoveďami na tretie miesto zaradili odpoveď **začnem podnikať/budem pokračovať v podnikaní**.

Ak by sme k možnosti byť zamestnancom a niekedy v budúcnosti začať podnikať pripočítali aj odpoveď začať podnikať/pokračovať v podnikaní a možnosť ak sa mi nepodarí študovať na VŠ alebo sa zamestnať, budem rozmýšľať o podnikaní, čo môžeme vnímať ako potenciálnych podnikateľov, potom o podnikaní rozmýšľa pomerne vysoké percento respondentov, ktoré sa pohybuje na úrovni od 39% v Prešovskom kraji po 54% v Trenčianskom kraji. Na opačnej strane sa nachádzajú tí respondenti, ktorí **o podnikaní nerozmýšľajú**. V skúmanej vzorke sa ich nachádzalo 3 – 5%.

Predpokladáme, že respondenti, ktorí sa prieskumu zúčastnili, sa vo veľkej miere zamestnajú a sami nebudú podnikať. Preto sme chceli vedieť, čo mladých ľudí vedie k tomu, aby sa zamestnali pýtali sme sa „Dávam prednosť zamestnaniu pred podnikaním, lebo...“

Graf č. 45 **Dôvody pracovného pomeru podľa regiónov Slovenskej republiky**



Zdroj: vlastné spracovanie

Napriek možnosti výberu viacerých odpovedí, žiaci a študenti zhodli na dvoch najviac preferovaných odpovediach, prečo dávajú prednosť zamestnaniu pred podnikaním. Prvou je, že **v zamestnaní je menšie riziko** (krachu, straty financií...). Túto odpoveď si vybralo 49% (Trenčiansky) až 57% (Košický). Pri výbere tejto odpovede treba poznamenať, že riziko straty financií ani krachu zamestnancov neobchádza, lebo zvyčajne sú zamestnancami u súkromného podnikateľa. Je ale pravda, že toto riziko vnímajú len ako sekundárne, lebo primárne sa dotýka majiteľa podniku. V prípade že majiteľa podniku postihne riziko straty, prenáša sa toto riziko čiastočne aj na zamestnancov v podobe krátenia odmien, miezd, prepúšťania a môže sa prejaviť aj napríklad v neplatení odvodov alebo daní za zamestnancov.

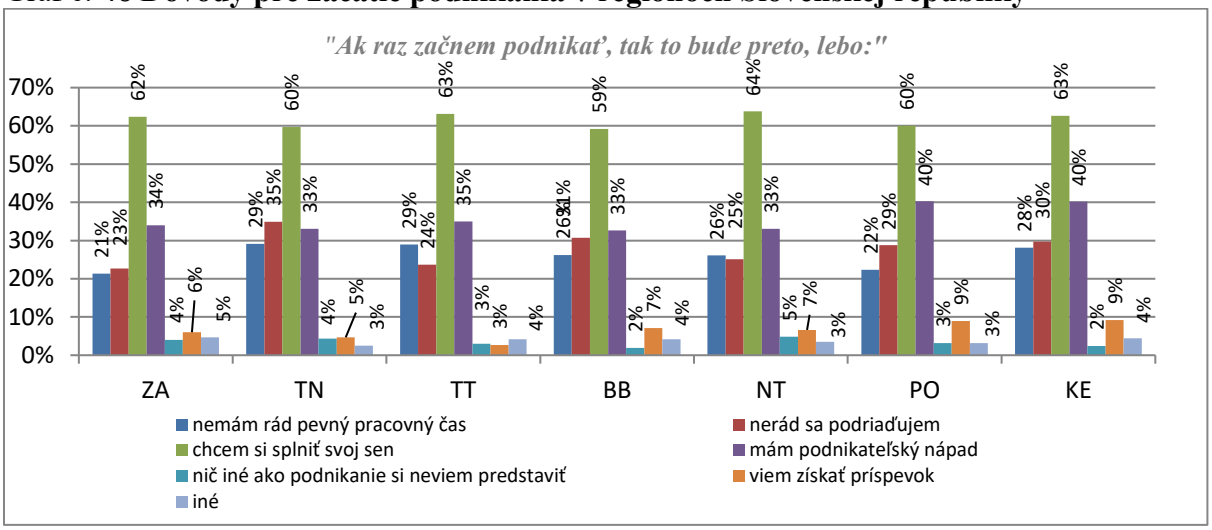
Druhá najčastejšia odpoveď bola, že **nemám peniaze na začiatok podnikania**. Napriek tomu, že na tejto odpovedi sa zhodli respondenti v počte 40% (Žilinský kraj) až 50% (Prešovský kraj), možno túto odpoveď považovať len za teoretickú, alebo za odpoveď, pri ktorej respondenti úplne nepoznajú pomery na finančnom trhu. V období realizácie dotazníkového prieskumu je už niekoľko rokov veľmi priaznivá situácia na finančnom trhu a podnikatelia majú viacero možností ako získať návratné alebo nenávratné pôžičky a úvery. Dokonca možnosti získania financií, aj keď nie v takých mnohorakých podobách ako pre podnikateľov s históriou, existujú aj pre úplne začínajúcich podnikateľov.

Za oprávnený dôvod prečo nezačať podnikať, možno považovať dôvod že **nemám podnikateľský nápad**. Na tejto odpovedi sa zhodlo od 25% respondentov v Nitrianskom kraji po 32% respondentov v Trnavskom a Košickom kraji. S touto odpoveďou znova súvisí to, že nie každý má predpoklady na to, aby sa stal podnikateľom a že podnikateľ je predovšetkým

človek, ktorý vidí na trhu možnosti realizácie nápadu. Bez nápadu, ktorý je na trhu možné realizovať, je podnikanie takmer nemožné.

Kým v predchádzajúcej otázke sme zisťovali dôvody pre čo stať sa zamestnancom, nasledujúca otázka zisťovala dôvody pre začiatok podnikania. Respondenti mali odpovedať na otázku „Ak raz začnem podnikať, tak to bude preto, lebo...“

Graf č. 46 **Dôvody pre začatie podnikania v regiónoch Slovenskej republiky**

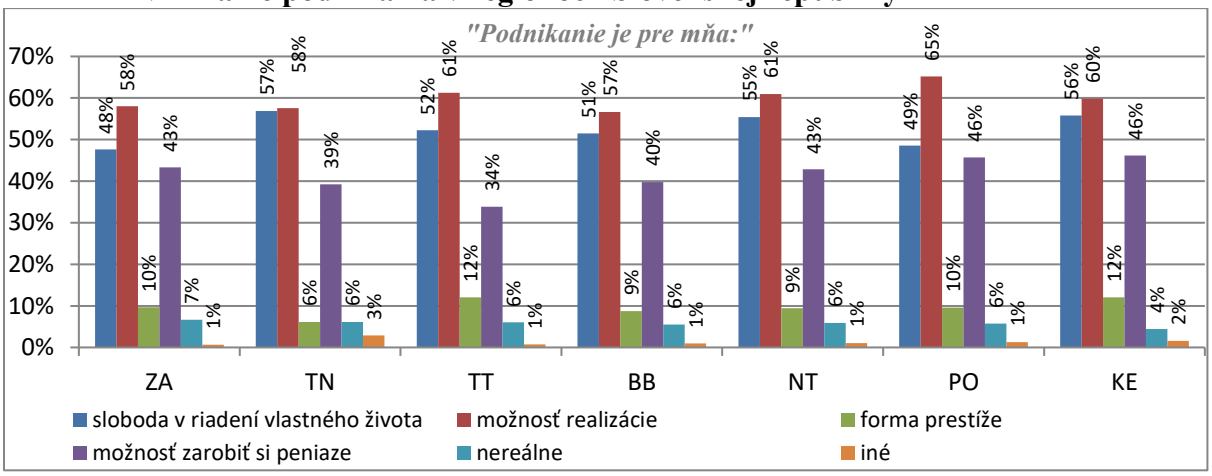


Zdroj: vlastné spracovanie

Zo všetkých odpovedí, z ktorých si respondenti mohli vybrať, jednoznačne najväčšie percento tvorila odpoveď **chcem si splniť svoj sen**. Kým v Banskobystrickom kraji sa na tejto odpovedi zhodlo 59% respondentov, vo všetkých ostatných krajoch bol pomer odpovedí rovný alebo vyšší ako 60% a maximálne 63% odpovedí bolo v Trnavskom a Košickom kraji. Druhou najčastejšou odpoveďou bola odpoveď **mám podnikateľský nápad**. S touto odpoveďou sa stotožnilo 33% respondentov v Trenčianskom, Banskobystrickom a Nitrianskom kraji, 34% v Žilinskom kraji, 35% v Trnavskom kraji a 40% v Prešovskom a Košickom kraji.

Takmer najmenšie percento odpovedí bolo pri možnosti **nič iné ako podnikanie si neviem predstaviť**, kde sa odpovede pohybovali od 2% v Banskobystrickom a Košickom kraji po 5% v Nitrianskom kraji. Aj nasledujúce otázky boli zamerané na podnikanie.

Graf č. 47 **Vnímanie podnikania v regiónoch Slovenskej republiky**



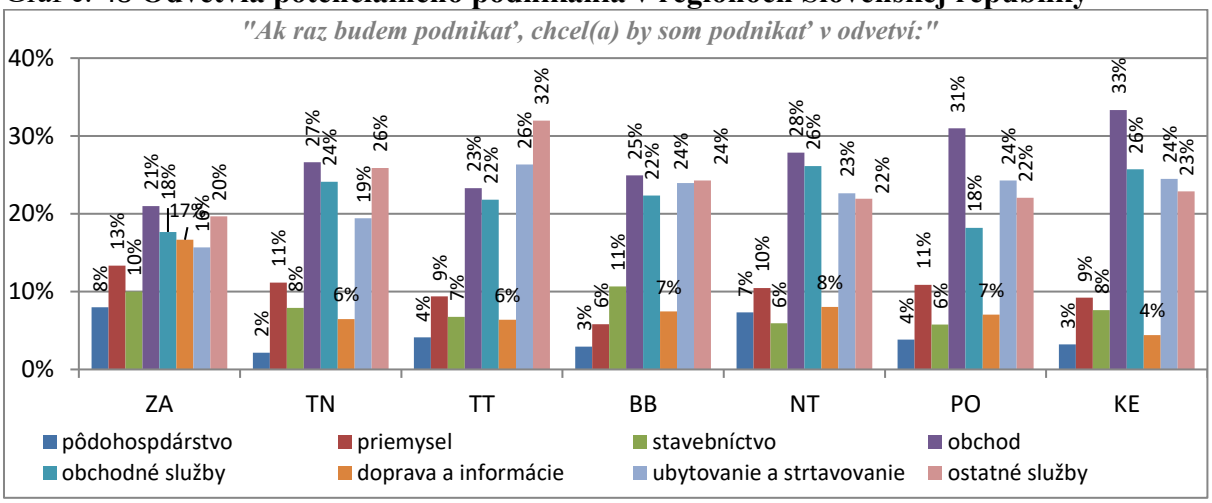
Zdroj: vlastné spracovanie

Vo všetkých krajoch dominovali tri možnosti odpovedí. Jednoznačne najviac preferovaná odpoveď bola, že podnikanie je pre mňa **možnosť realizácie**. S touto odpoveďou sa stotožnilo od 57% respondentov v Banskobystrickom kraji po 61% respondentov v Nitrianskom a Trnavskom kraji. Druhá najpočetnejšie možnosť bola **sloboda v riadení vlastného života**. Túto odpoveď si vybralo len o niečo menej respondentov ako pri predchádzajúcej možnosti. Odpovede sa pohybovali medzi 48% v Žilinskom a 57% v Trenčianskom kraji. Treťou najčastejšou odpoveďou bolo, podnikanie je pre mňa **možnosť zarobiť si peniaze**. S touto možnosťou sa stotožnilo 34% respondentov v Trnavskom až 46% respondentov v Prešovskom a Košickom kraji.

Výber odpovede možnosť zarobiť si peniaze na treťom mieste potvrdzujú aj názory získané z okrúhlych stolov, kde účastníci uvádzali, že začiatok podnikania nie je spojený s financiami. Aj keď financie sú pre budúcich podnikateľov dôležité, sú pre podnikateľov na začiatku ich podnikateľskej kariéry dôležitejšie iné faktory. Podnikanie vníma ako **nereálnu možnosť** 4% - 6% respondentov, čo možno považovať za pozitívny výsledok.

V prípade, že sa respondenti rozhodnú začať podnikať, zaujímalo nás, aké odvetvie by preferovali. Aj v tejto otázke sa vyskytlo viacero odpovedí.

Graf č. 48 **Odvetvia potenciálneho podnikania v regiónoch Slovenskej republiky**



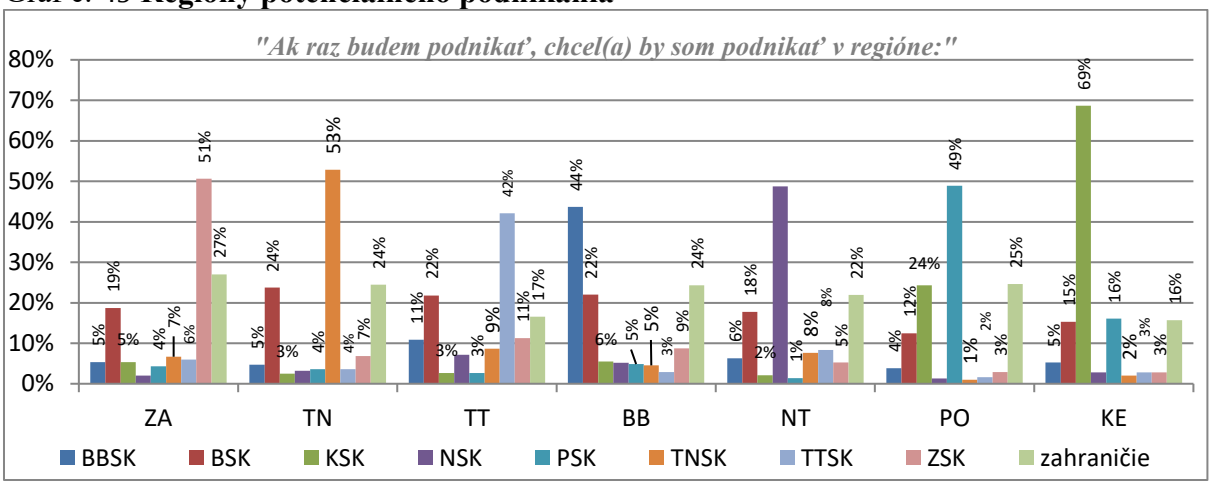
Zdroj: vlastné spracovanie

V prípade tejto otázky sa medzi krajmi vyskytli mierne rozdiely v preferovaných odvetviach. Najviac zastúpený bol **obchod** a to vo všetkých krajoch s výnimkou Trnavského kraja, kde respondenti na prvé miesto zaradili ostatné služby s 32% odpovedí. Obchod preferovalo od 21% respondentov v Žilinskom, po 33% respondentov v Košickom kraji.

Na druhom mieste sa v troch krajoch – Žilinskom (20%), Trenčianskom (26%) a Banskobystrickom kraji (24%), sa nachádzajú **ostatné služby.** 24% respondentov v Banskobystrickom kraji si vybralo aj možnosť **ubytovanie a stravovanie** a rovnakým percentom si vybrali túto možnosť aj respondenti v Prešovskom kraji. Ubytovanie a stravovanie bola druhá možnosť voľby aj pre Trenčiansky kraj, kde si ju vybralo 26% respondentov. Respondenti v Nitrianskom a Košickom kraji sa 26% zhodli na odvetví **obchodné služby**. Najmenší záujem bol o **pôdohospodárstvo**, a to bez ohľadu na región a školu, aj keď sa medzi respondentmi nachádzali aj žiaci strednej poľnohospodárskej školy.

Otázku o podnikaní sme dopĺňali aj informáciou o tom, kde by respondenti dotazníkového prieskumu chceli podnikať. Na výber mali všetky regióny a zahraničie a aj pri tejto odpovedí mali respondenti možnosť vybrať si viac možností.

Graf č. 49 **Regióny potenciálneho podnikania**

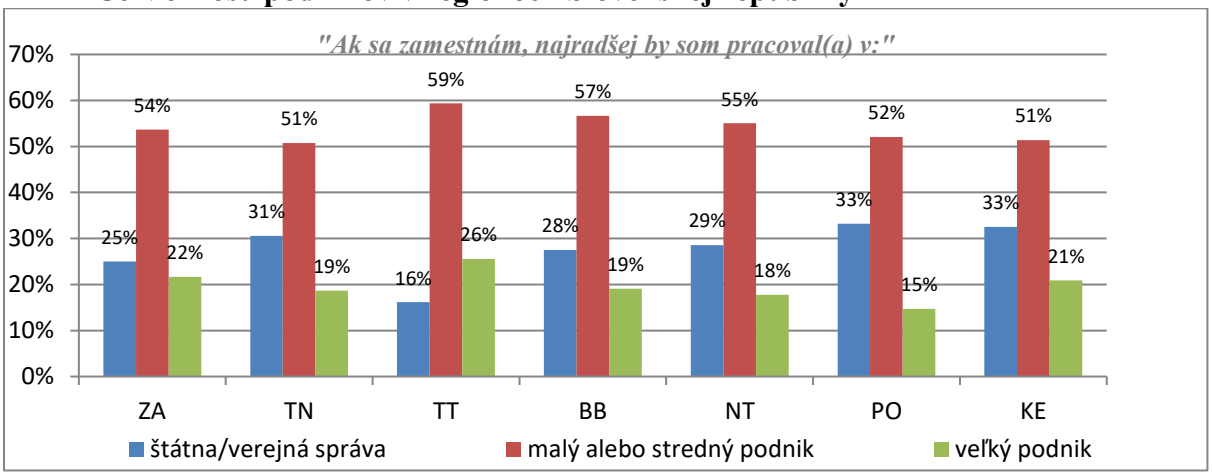


Zdroj: vlastné spracovanie

Takmer vo všetkých regiónoch Slovenska bola medzi stredoškolákmi preferovaná možnosť zahraničie pred krajom, kde žijú. U vysokoškolákov prevládala odpoveď, že by chceli podnikať **v kraji, kde žijú,** za touto odpoveďou nasledovalo **zahraničie**. Celkovo pri vyhodnotení odpovedí u všetkých respondentoch prevážil kraj, v ktorom žijú (medzi 42% odpovedí v Trnavskom kraji a 69% odpovedí v Košickom kraji). Na druhom najpočetnejšom mieste uvádzali respondenti s výnimkou Trnavského kraja zahraničie. Respondenti žijúci v Trnavskom kraji preferovali pred zahraničím Bratislavský kraj. Treťou najpočetnejšou odpoveďou bol najbližší, ekonomicky prosperujúci kraj. Preto sa v Žilinskom, Trnavskom, Trenčianskom a Banskobystrickom, s menším percentom aj v Nitrianskom kraji uvádzal ako ďalší možný kraj na podnikanie – Bratislavský kraj. Pri Prešovskom a Košickom kraji išlo o presun medzi regiónmi a z Prešovského kraja bol záujem o podnikanie v Košickom kraji a následne v Bratislavskom, podobne aj v Košickom kraji bol na treťom mieste Prešovský kraj, za ktorým tesne nasledoval Bratislavský kraj.

Nasledujúca otázka sa zameriavala na to, že ak už nezačnú respondenti podnikať, v akom podniku by sa chceli zamestnať.

Graf č. 50 **Veľkosť podnikov v regiónoch Slovenskej republiky**



Zdroj: vlastné spracovanie

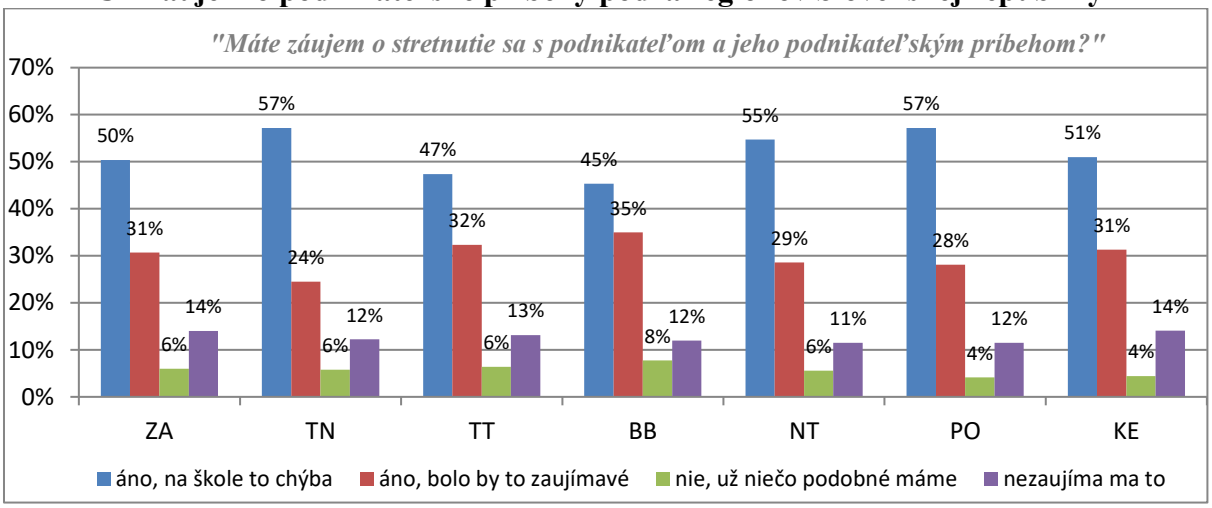
Aj keď pri podrobnejšom hodnotení výsledkov dotazníka nájdeme rozdiely, vo všeobecnosti možno povedať, že najväčší záujem o prácu je **v malom alebo strednom podniku**. Možnosť zamestnať sa v malom alebo strednom podniku si vybralo 51 (Trenčiansky)

– 59% respondentov (Trnavský kraj). Spomedzi ďalších dvoch možností dali respondenti v krajoch s výnimkou Trnavského kraja prednosť štátnej/verejnej správe pred veľkým podnikom.

To, že medzi respondentmi ide predovšetkým o hypotetické možnosti budúcej realizácie na trhu práce, svedčia aj odpovede, ktoré v jednotlivých otázkach nie sú úplne konzistentné. Prejavilo sa to napríklad pri odpovedi, že pri napredovaní v práci ma motivuje kariérny rast a výber podniku, kde by chceli po skončení školy pracovať, teda malé a stredné podniky, kde je kariérny rast obmedzený počtom zamestnancov, čo sa týka najmä malých podnikov.

U mladých ľudí silne rezonujú príbehy úspešných podnikateľov. Výskumy potvrdzujú, že mladí muži, ktorí majú záujem o podnikanie, sú príbehom úspešného podnikateľa ovplyvnení viac ako mladé ženy. Preto nás zaujímalo, či žiaci stredných a študenti vysokých škôl majú záujem o podnikateľské príbehy.

Graf č. 51 **Záujem o podnikateľské príbehy podľa regiónov Slovenskej republiky**



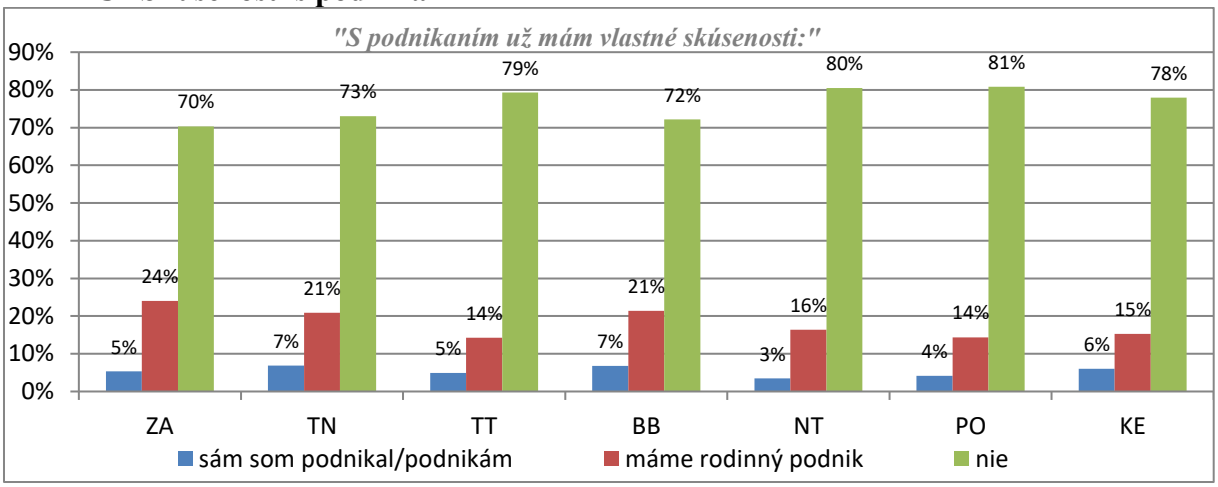
Zdroj: vlastné spracovanie

Vo všetkých krajoch a vo všetkých typoch škôl jednoznačne najpočetnejšia odpoveď bola, že žiaci aj študenti majú záujem o podnikateľské príbehy. Odpoveď **áno, určite mi na škole niečo podobné chýba**, si vybralo 45% (Banskobystrický kraj) až 57% (Prešovský a Trenčiansky kraj) respondentov. Aj keď z odpovedí vyplynulo, že na školách sa podobné aktivity realizujú, žiaci aj študenti majú o podnikateľské príbehy záujem. Potvrdili to v odpovedi **áno, aj keď sa podobné aktivity na škole realizujú, bolo by to zaujímavé**, čo si vybralo 24% (Trenčiansky) až 32% (Trnavský) respondentov. Celkovo tam má o podnikateľský príbeh záujem viac ako 80% respondentov.

11% (Nitriansky) až 14% (Žilinský a Košický kraj) respondentov uviedlo, že podnikateľské príbehy ich **nezaujímajú**.

Poslednou otázkou sme u respondentov chceli zistiť, či už majú nejaké skúsenosti s podnikaním.

Graf č. 52 **Skúsenosti s podnikaním**



Zdroj: vlastné spracovanie

Podľa predpokladov, drvivá väčšina respondentov, viac ako 70%, **s podnikaním skúsenosti nemá**. 14% (Trnavský a Prešovský kraj) až 24% (Žilinský kraj) respondentov uviedlo, že majú **rodinný podnik** a len 3% (Nitriansky) až 7% (Trenčiansky a Banskobystrický kraj) uviedlo, že majú skúsenosti s podnikaním, lebo sami podnikajú alebo podnikali.

3.2 Hypotézy a ich overenie

Pri zostavení dotazníka sme stanovili hypotézy, týkajúce sa podnikania, ktoré sme overovali prostredníctvom štatistického spracovania na základe korelačného koeficientu.

Hypotézy:

- Žiaci/študenti, ktorí chcú podnikať, uvádzali úplný alebo čiastočný súhlas s odlišnými postojmi ako žiaci/študenti, ktorí chcú byť zamestnaní
- Žiaci/študenti, ktorí majú dostatok informácií o podnikaní, budú chcieť podnikať
- Žiaci/študenti, ktorí majú dostatok informácií o podnikaní, ich získali z rodiny alebo od kamarátov
- Žiaci/študenti, ktorí chcú podnikať, majú podnikateľský nápad, alebo si chcú splniť sen
- Žiaci/študenti, ktorých pri práci motivuje kariérny rast, majú záujem o podnikateľské príbehy
- Žiaci/študenti, ktorí podnikajú, alebo majú rodinný podnik, majú záujem o podnikateľské príbehy
- Muži začnú podnikať s vyššou pravdepodobnosťou ako ženy.

Hypotéza 1: *Žiaci/študenti, ktorí chcú podnikať, uvádzali úplný alebo čiastočný súhlas s odlišnými postojmi ako žiaci/študenti, ktorí chcú byť zamestnaní*

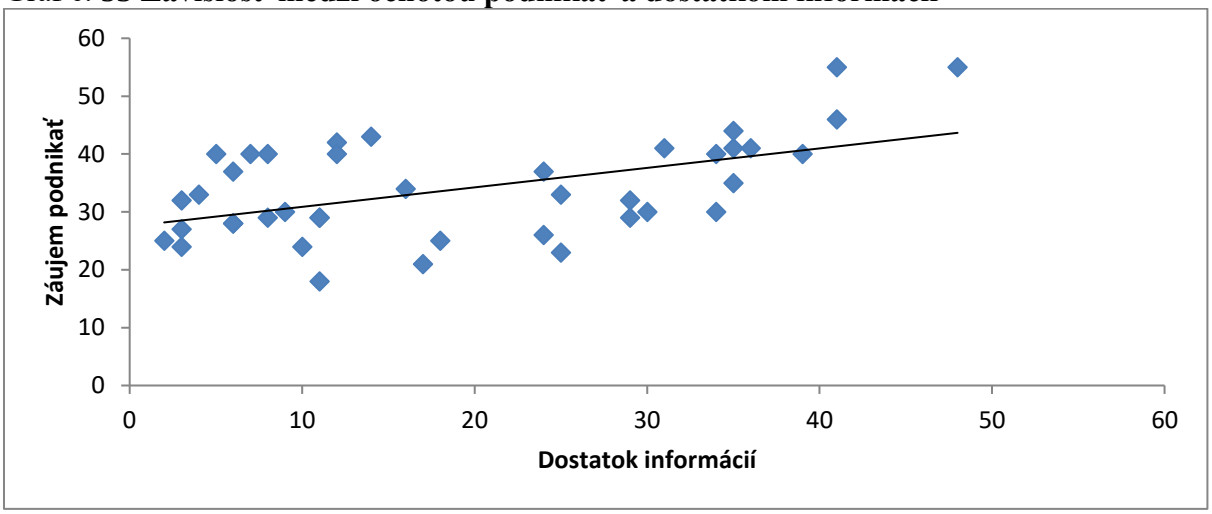
Hypotézu sme overovali na základe skóre, ktoré respondenti dosiahli v odpovedi na otázky 1 - 10. Ani pri jednej škole, či už strednej alebo vysokej sa nevyskytovali výrazné rozdiely medzi dosahovanými hodnotami. Priemerná hodnota pro-podnikateľského smerovania bola na úrovni 24-25 bodov a teda hypotézu, pri ktorej sme tvrdili, že budúci podnikatelia budú mať vyššie skóre odpovedí (odpovedajú úplne alebo čiastočne odlišne na rovnaké postoje ako tí ktorí podnikať nechcú), sme **nepotvrdili a hypotézu zamietame**.

Hypotéza 2: *Žiaci/študenti, ktorí majú dostatok informácií o podnikaní, budú chcieť podnikať*

Na základe hodnoty korelačného koeficientu môžeme konštatovať, že medzi množstvom

informácií a ochotou začať podnikať existuje štatisticky priemerne významný vzťah, keďže hodnota koeficientu je 0,53 na hladine významnosti p≤0,05. Tento vzťah je zrejmý aj z nasledujúceho grafu, kde hodnoty miestami vzájomne korelujú, ale zároveň sa pri jednotlivých hodnotách výraznejšie odkláňajú, čo zodpovedá hodnote korelačného koeficienta.

Graf č. 53 **Závislosť medzi ochotou podnikať a dostatkom informácií**



Zdroj: vlastné spracovanie

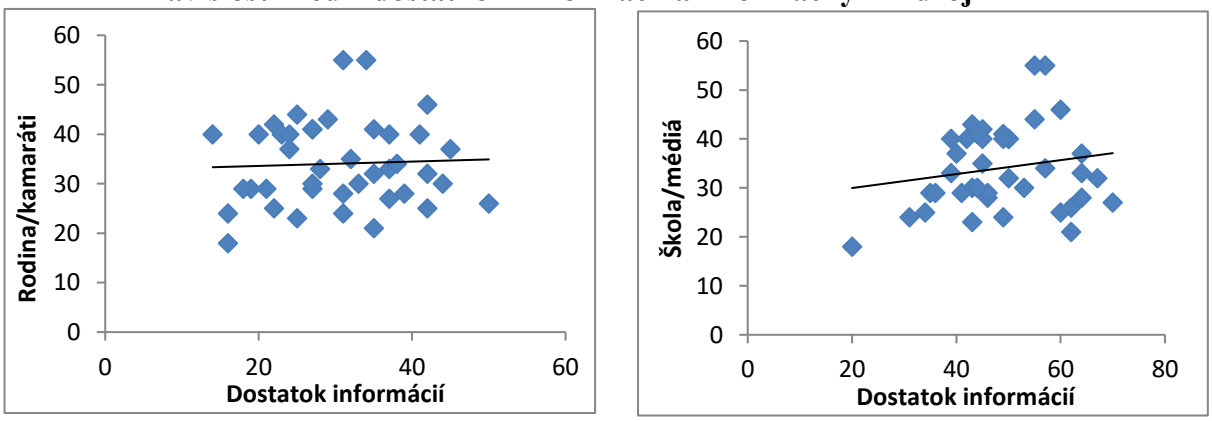
Mladí podnikatelia sa rozhodujú o začatí/nezačatí podnikať na základe iných hľadísk ako je dostatok informácií a toto hľadisko je pre nich irelevantné. Nedostatok informácií však môže viesť ku skorému zániku v prípade, ak si potenciálny podnikateľ nie je vedomý všetkých rizík spojených s vlastnou podnikateľskou činnosťou.

Preto môžeme povedať, že nami stanovená **hypotéza sa nepotvrdila a zamietame ju**.

Hypotéza 3: *Žiaci/študenti, ktorí majú dostatok informácií o podnikaní, ich získali z rodiny alebo od kamarátov*

Už pri vyhodnocovaní dotazníkových odpovedí bolo zjavné, že pri získavaní informácií o podnikaní nezohráva rozhodujúcu úlohu rodina ani kamaráti, hypotézu sme mali stanovenú na začiatku prieskumu, preto sme ju podrobili testovaniu na základe korelácie. Test potvrdil popisnú štatistiku, lebo hodnota korelačného koeficientu pre dané premenné dosiahla hodnotu iba 0,04, čo je veľmi nízka korelácia.

Obrázok 1 **Závislosť medzi dostatkom informácií a informačnými zdrojmi**



Zdroj: vlastné spracovanie

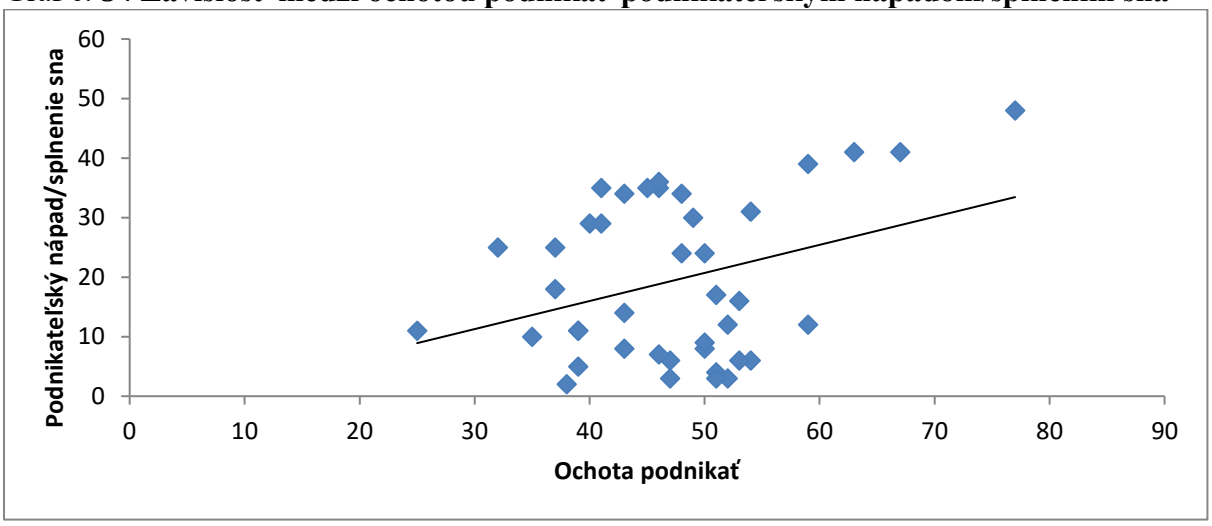
Preto sme sa rozhodli otestovať korelačným koeficientom aj najpočetnejšie odpovede, a to informácie mám zo školy a z médií. V tomto prípade dosiahol korelačný koeficient hodnotu vyššiu ako v prvom prípade = 0,43, na hladine významnosti $p \leq 0,05$. Stále však ide o štatisticky priemerne významnú hodnotu koeficienta.

Aj v tomto prípade môžeme povedať, že nami stanovená **hypotéza sa nepotvrdila**.

Hypotéza 4: *Žiaci/študenti, ktorí chcú podnikať, majú podnikateľský nápad, alebo si chcú splniť sen*

Pri stanovení tejto hypotézy sme vychádzali z prieskumu, ktorý v roku 2011 realizovalo Združenie mladých podnikateľov (ZMPS, Iuventa 2011), ktorí mali vo svojom prieskume podobnú otázku. Tí mladí, ktorí už začali podnikať, uvádzali najčastejší dôvod pre podnikanie podnikateľský nápad/splnenie sna. Chceli sme vedieť, či tento predpoklad stále platí, alebo sa za 7 rokov niečo v motivácii mladých začať podnikať zmenilo.

Graf č. 54 **Závislosť medzi ochotou podnikať podnikateľským nápadom/splnením sna**



Zdroj: vlastné spracovanie

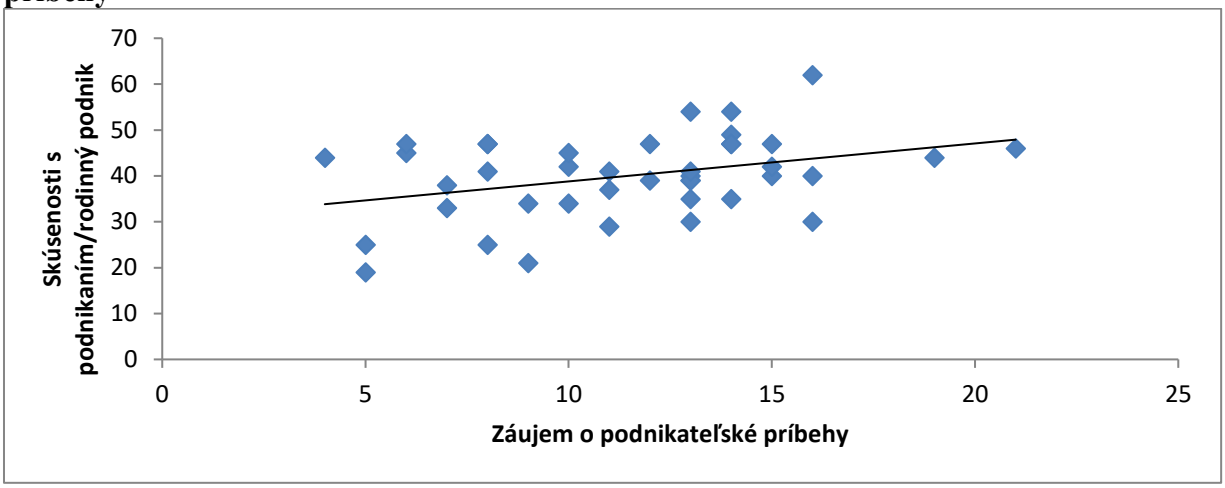
Aj keď najčastejší dôvod na začatie podnikania uvádzali respondenti práve podnikateľský nápad, alebo splnenie si svojho sna (tvorili takmer 97% všetkých odpovedí), pre podnikanie by sa rozhodlo 39,8% študentov. To sa prejavilo aj na korelačnom koeficiente, ktorého hodnota bola štatisticky nízka (0,35), na hladine významnosti pri ktorej nebol dodržaný vzťah $p \leq 0,05$.

Preto aj túto hypotézu musíme **zamietnuť**.

Hypotéza 5: *Žiaci/študenti, ktorí podnikajú alebo majú rodinný podnik, majú záujem o podnikateľské príbehy*

Zo štatistických výsledkov prieskumu sme zistili, že 23,5% respondentov má vlastné skúsenosti s podnikaním, alebo majú rodinný podnik. No až 82% respondentov má záujem o podnikateľské príbehy. Z týchto popisných údajov vychádza aj hodnota korelačného koeficienta, ktorý v prípade hypotézy dosiahol hodnotu 0,36 na hladine významnosti, pre ktorú nebol dodržaný vzťah $p \leq 0,05$.

Graf č. 55 **Závislosť medzi podnikaním/rodinným podnikom a záujmom o podnikateľské príbehy**



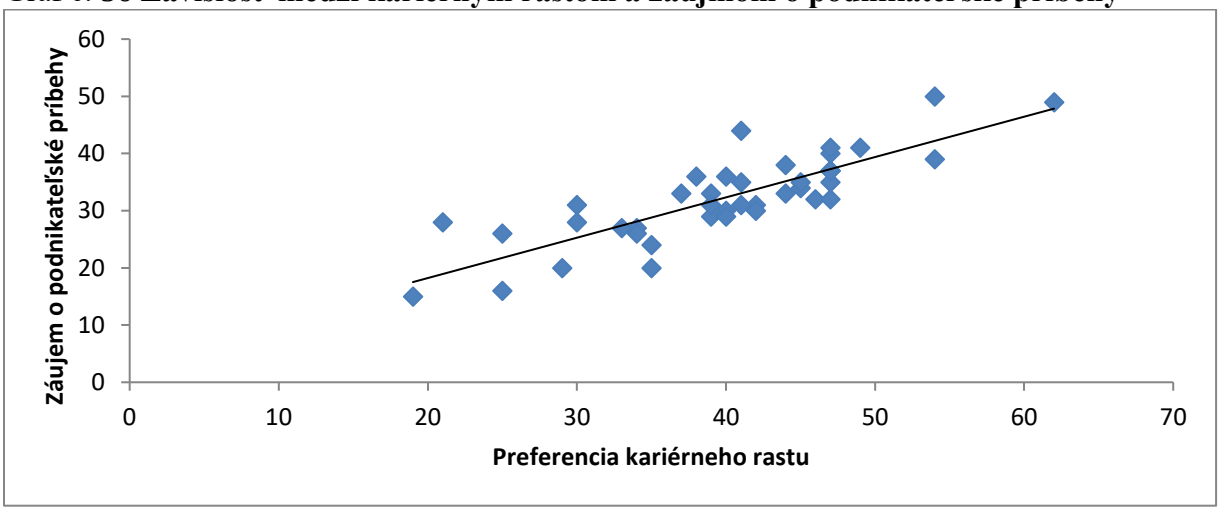
Zdroj: vlastné spracovanie

Hypotézu na základe štatistických hodnôt **zamietame**.

Hypotéza 6: *Žiaci/študenti, ktorých pri práci motivuje kariérny rast, majú záujem o podnikateľské príbehy*

Pri tejto hypotéze sme predpokladali, že tí respondenti, ktorí uvádzali ako motivátor kariérny rast, majú tendenciu byť úspešní možno o niečo viac ako ich kolegovia. Preto sme predpokladali, že budú chcieť poznať príbehy tých, ktorí sa úspešnými už stali, lebo aj toto bude pre nich motiváciou pre ich ďalší profesionálny rast.

Graf č. 56 **Závislosť medzi kariérnym rastom a záujmom o podnikateľské príbehy**



Zdroj: vlastné spracovanie

Hypotézu sme štatisticky otestovali a zistili sme, že hodnota korelačného koeficientu je vysoká a rovná 0,83 na hladine významnosti, pre ktorú platí $p \leq 0,05$. Podobný vývoj oboch premenných je zjavný aj z grafu. Vzťah medzi kariérnym rastom u respondentov a ich záujmom o podnikateľské príbehy bol potvrdený štatisticky aj graficky.

Hypotézu na základe štatistických hodnôt **prijímame**.

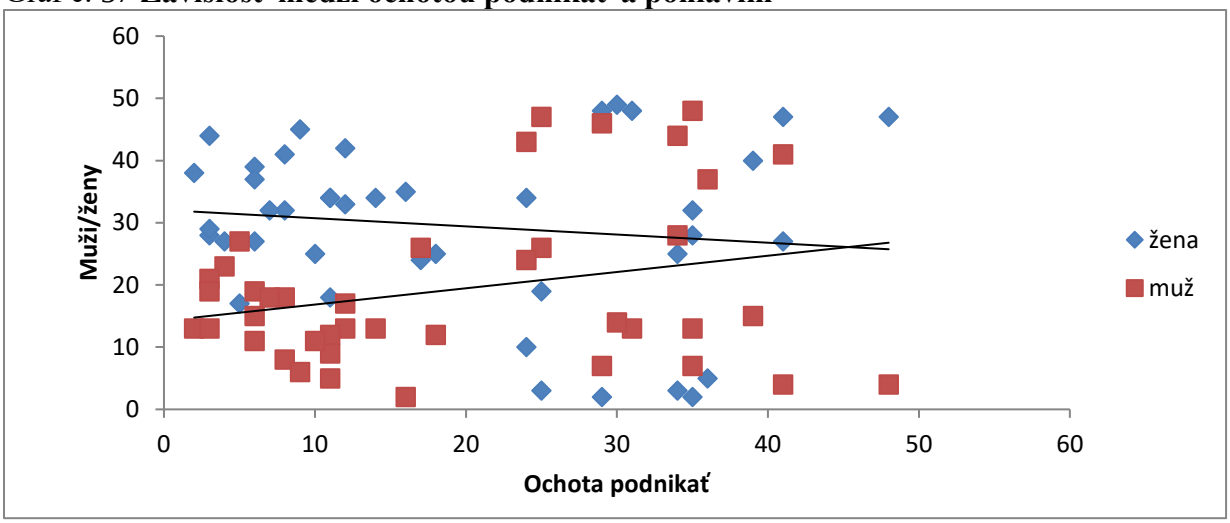
Hypotéza 7: *Muži začnú podnikať s vyššou pravdepodobnosťou ako ženy*

Podľa prieskumu realizovaného Univerzitou Komenského v Bratislave bolo zistené,

že typický mladý podnikateľ na Slovensku je *„muž; študuje technické alebo ekonomické študijné odbory, umenie alebo šport; podnikanie, ktoré rozbehol počas štúdia na vysokej škole neplánuje vždy udržať ako hlavný zdroj príjmu aj po skončení vysokoškolského štúdia; podnikanie zakladá sám alebo s jedným spoločníkom (v tomto prípade sa často neskôr osamostatní) a nemá žiadnych zamestnancov; podnikateľský nápad získal z voľnočasových aktivít a hobby, prípadne v rámci práce popri škole; podniká prevažne v obchode a finančných službách; jeho podnikanie generuje tržby a je ziskové; napriek tomu, že je len mierne spokojný so svojim životom podnikateľa, pustil by sa znova do toho istého podnikania“* (Holienka a kol. 2018). Vychádzajúc z tohto tvrdenia, sme predpokladali, že v skúmanej vzorke respondentov sa u mužov sa prejaví vyššia ochota začať podnikať, ako u žien.

V našom prípade sme testovali koreláciu medzi ochotou začať podnikať a mužmi, ale aj ženami. Korelačný koeficient pre mužov mal hodnotu 0,28, u žien vykázal dokonca zápornú hodnotu -0,13. V oboch prípadoch ide teda o veľmi slabú štatistickú závislosť. Zároveň hodnota hladiny významnosti (p), bola u žien vyššia ako 0,05, u mužov p=0,08.

Graf č. 57 **Závislosť medzi ochotou podnikať a pohlavím**



Zdroj: vlastné spracovanie

Korelačný koeficient nepotvrdil štatisticky významnú závislosť medzi pohlavím a ochotou podnikať, ale to, že u mužov sa prejavil vyšší záujem o podnikanie by sme mohli vyvodiť na základe hodnoty korelačného koeficienta, ktorý bol u mužov vyšší ako u žien.

Štatistické výsledky túto hypotézu jasne nepotvrdili, a tak aj túto hypotézu **zamietame.**

3.3 Závery

Kým mladí ľudia na jednej strane predstavujú potenciálnych podnikateľov s vysokou perspektívou podnikať v rizikových a nových oblastiach, na druhej strane predstavujú ohrozenú skupinu budúcich zamestnancov v prípade, že na trh práce vstúpia s malými alebo žiadnymi pracovnými skúsenosťami. Aj preto sa medzi mladými podnikateľmi, ale aj študentmi robia prieskumy týkajúce sa pracovnej orientácie a podnikateľskej preferencie. Výsledky z týchto prieskumov bývajú často rozdielne a niekedy aj protichodné. Závery nášho dotazníkového prieskumu dopĺňajú už existujúce informácie a napriek tomu, že do prieskumu bola zapojená pomerne veľká vzorka respondentov, nešlo o reprezentatívny prieskum, preto sa jeho výsledky vzťahujú len na skúmanú vzorku.

Respondenti, ktorí sa prieskumu zúčastnili, nemajú výrazný sklon k podnikaniu, čo môže byť spôsobené aj tým, že viac ako 70% respondentov nemá skúsenosti s podnikaním (sami nepodnikajú, ani nemajú rodinný podnik) a len malé percento z nich prejavilo záujem podnikať bezprostredne po skončení školy.

Žiaci aj študenti sa zhodli na tom, že o podnikaní majú tak primerane informácií a tieto informácie pochádzajú z dvoch základných zdrojov – zo školy a z médií, kde jednoznačne dominuje internet. Táto informácia je dôležitá z hľadiska marketingovej podpory podnikania, ktoré je možné realizovať prostredníctvom dobre nastavených školských systémov, aj prostredníctvom médií. Napriek tomu, že respondenti nemali ani veľa ani málo informácií o podnikaní, mnohí uvádzali, že by o podnikaní privítali na škole viac informácií. Ak k dopytu po väčšom množstve informácií prirátame vysoký záujem o podnikateľské príbehy, je možné žiakom aj študentom sprostredkovať nové informácie a príbehy oboma cestami – prostredníctvom školy aj médií.

Pre žiakov/študentov dotazníkového prieskumu platí nový trend, pri ktorom by sa po skončení školy chceli zamestnať a niekedy v budúcnosti začať podnikať. Len veľmi malá časť súčasných žiakov či študentov už podniká, alebo má po skončení školy záujem o podnikanie. Zároveň však podnikanie pre respondentov predstavuje jednu z možností realizácie.

Podnikateľa vnímajú súčasní mladí respondenti ako človeka, ktorý tvrdo pracuje, aby sa presadil v silnej konkurencii, ale aj ako človeka, ktorý si plní svoje sny. Ak by sa respondenti rozhodli podnikať, tak by to bolo preto, aby si splnili svoj sen alebo aby realizovali svoj podnikateľský nápad. Budúci podnikatelia by chceli podnikať v obchode alebo v ostatných službách a miesto realizácie ich podnikania je prevažne v kraji, v ktorom žijú.

U respondentov, ktorí dávali prednosť zamestnaniu pred podnikaním bolo dôvodom najmä menšie riziko spojené so zamestnaním, ale aj to, že nemajú dostatok peňazí na začiatok podnikania. Pri zamestnaní by dali prednosť malým a stredným podnikom pred štátnou/verejnou správou a pred veľkými podnikmi. Mladých ľudí, ktorí sa zúčastnili prieskumu motivujú k práci predovšetkým financie.

Na záver treba ešte uviesť, že medzi jednotlivými krajmi neexistujú výraznejšie rozdiely ani vo vzťahu k podnikaniu, v záujmoch respondentov o podnikanie, ani v miere informovanosti o podnikaní.

4 Závery z okrúhlych stolov o podnikateľskom potenciáli mladých

Slovak Business Agency (ďalej „SBA“) sa v druhej polovici roka 2018 venovala skúmaniu podnikateľského potenciálu mladých ľudí v regiónoch Slovenskej republiky. Vzhľadom na nedostatok analytických údajov, realizovala SBA kvantitatívny prieskum medzi mladými ľuďmi na stredných a vysokých školách. Jeho výsledky sú súčasťou tejto analýzy. V priebehu novembra 2018 následne SBA v rámci projektu „Monitoring podnikateľského prostredia v súlade s uplatňovaním princípu „Think Small First““ usporiadala okrúhle stoly v mestách Prešov, Nitra a Trenčín. Cieľom diskusných stretnutí bola identifikácia dôvodov a motivátorov pre rast vstupu mladých ľudí do podnikania. Išlo o kvalitatívnu časť v rámci širšieho prieskumu o podnikateľskom potenciáli mladých v regiónoch SR. Kvantitatívna časť bola realizovaná v mesiacoch september a október medzi študentmi slovenských stredných škôl a univerzít. Študenti odpovedali na dotazníky s otázkami zameranými na ich vedomosti a postoje k podnikaniu. Otázky boli zamerané aj na možnosť ich pôsobenia ako súkromných podnikateľov – teda či by si mladí ľudia zvolili takúto životnú realizáciu namiesto zamestnania sa.

Okrúhlych stolov sa vo vyššie uvedených mestách zúčastnili predstavitelia verejnej správy (Úradu práce, sociálnych vecí a rodiny SR), mladí podnikatelia, študenti stredných a vysokých škôl, stredoškolskí a univerzitní pedagógovia, zástupcovia Združenia mladých podnikateľov Slovenska (ZMPS), Národného podnikateľského centra a Slovenského živnostenského zväzu Slovenskej republiky.

Účastníkom okrúhlych stolov boli predstavené prvé výstupy z kvantitatívnej časti prieskumu o podnikateľskom potenciáli mladých v regiónoch Slovenskej republiky. Následne sa k téme podujatia vyjadrovali najmä prostredníctvom svojich životných príbehov mladí podnikatelia, študenti stredných škôl a univerzít, pedagógovia a zástupcovia verejného sektora. Nasledujúce podkapitoly obsahujú závery z jednotlivých diskusií.

4.1 Základné predpoklady pre začatie podnikania

K povahovým vlastnostiam možno priradiť **záujem o sebarealizáciu**, ktorá môže byť čiastočne podnecovaná aj istou **túžbou po dobrodružstve**, alebo prirodzenou **ľudskou zvedavosťou**. Menej otvorene priznávaným motívom je **túžba vyniknúť** alebo **mať sa (nadštandardne) dobre**. Ako o primárny motivátor možno tiež uviesť istý **zápal pre podnikanie**. Súčasne s osobnosťou podnikateľa súvisí **vytrvalosť** umožňujúca prekonávať v profesionálnom živote väčšie i menšie prekážky. Táto vlastnosť nemusí byť najmä u mladých ľudí v súčasnosti úplne vyvinutá, pretože dnešní mladí ľudia majú vo viacerých ohľadoch možnosť voľby, ktorá im paradoxne môže komplikovať výber vlastnej životnej cesty.

Ďalším nevyhnutným predpokladom osobnosti podnikateľa je **vynaliezavosť**. Pod ňou je potrebné si predstaviť nekonvenčné alebo inovatívne výrobné postupy či poskytovanie služieb, ale môžu sem tiež patriť aj riešenia rutinných problémov. Bežnou súčasťou zdravej podnikateľskej osobnosti sú kognitívne vlastnosti ako záujem o **učenie sa** a **samovzdelávanie**. Obe metódy prijímania nových informácií, poznatkov a zručností sú plnohodnotnými a nevyhnutnými spôsobmi podnikateľského rastu sprostredkovaných inovatívnosťou. Časť z nich pokrýva formálny vzdelávací systém, ale podnikateľský život si vyžaduje aj poznatky, ktoré vzdelávací systém neobsahuje.

K ďalším rovnako významným vlastnostiam podnikateľskej povahy patria vysoká **znášanlivosť stresu**, **psychickej záťaže** a **ochota riskovať**. Tieto schopnosti sú ťažko

zastupiteľné a nie je možné ich u človeka nahradiť alebo vyvážiť inými osobnostnými dispozíciami. Pre podnikanie ako rýchlo sa vyvíjajúcu oblasť ľudského pôsobenia môže mať ich absencia u podnikateľa nebezpečné až fatálne následky. Pokiaľ je zo psychologického hľadiska podnikateľská dráha vyhovujúca viac pre ľudí s temperamentnými povahami hľadajúci inovácie, rovnaká vlastnosť nemusí byť dostatočne konštruktívna pri riešení stresových situácií a konfliktoch.

Rodina predstavuje spoločne s inherentnými vlastnosťami človeka druhý a rovnako **významný faktor ovplyvňujúci rozhodovanie pri výbere budúceho povolania** alebo všeobecne pri náplni profesionálneho života. Väčšina mladých podnikateľov, ktorí sa zúčastnili okrúhlych stolov k podnikateľskému potenciálu mladých sa vyjadrila, že pre podnikanie nachádzali základnú životnú filozofiu v rodinnom prostredí.

To u niektorých mladých podnikateľov viedlo dokonca k tomu, že prvé skúsenosti nadobúdali už v tínedžerskom veku: „Môj otec začal podnikať už na začiatku 90. rokov. Ten mi opakoval, že keď budem veľký, musím podnikať. A keď som mal 12 rokov, rozhodol som sa kúpiť tisíc plyšových medveďov z Číny. To boli moje podnikateľské začiatky.“ (mladý podnikateľ z Bánoviec nad Bebravou) Rodinné podnikanie bolo tiež súčasťou životných príbehov ďalších mladých podnikateľov.

Mladá podnikateľka z Nitry na okrúhlom stole uviedla, že zastupuje rodinný podnik v rámci ktorého pôsobí ako zástupkyňa pre zahraničný trh, ktorý existuje takmer 30 rokov, v súčasnosti má 15 zamestnancov s obratom milión Eur ročne. Súčasne však mladá podnikateľka vedie druhú – vlastnú – firmu zaoberajúcou sa predajom nábytku konečnému spotrebiteľovi. Dotyčná podnikateľka pred začatím samostatného podnikania prešla aj zamestnaneckými pozíciami v zahraničných firmách pôsobiacich na Slovensku, ale aj v samotnom zahraničí. Neskôr prešla kvôli odlišným predstavám o výrobných procesoch, ale tiež o celkovej firemnej kultúre na samostatné živnostenské podnikanie.

Ani rodinné prostredie však nemusí byť rozhodujúce alebo demotivujúce, ak je mladý človek rozhodnutý alebo zapálený pre podnikateľskú dráhu. Vyššie zmienené osobnostné vlastnosti ako túžba po podnikaní, konkrétna predstava o sebarealizácii, neochota podriadiť sa „zamestnaneckej rutine“, môžu spôsobiť, že ani záporné stanovisko rodiny, neprekoná u mladých ľudí záujem o podnikanie. Takto sa k podnikaniu prepracoval napr. mladý podnikateľ z Červeníka, ktorý prostredníctvom vlastného e-shopu predáva víno, pivo a kávu domácich výrobcov zo Slovenska. Dotyčný mladý podnikateľ kompenzoval absenciu rodinnej podpory tým, že začal podnikať popri hlavnom zamestnaneckom pomere. Záujem o podnikanie bol v tomto konkrétnom prípade natoľko intenzívny, že na začiatku do podnikania vložil výhradne kapitál z vlastných osobných úspor a odmietal si brať pôžičky z bánk, nebankových inštitúcií alebo akýchkoľvek osôb.

Súčasne popri prezentácii týchto podnikateľských príbehov je dôležité zdôrazniť, že v praktických otázkach podnikania si mladí podnikatelia nachádzali vlastnú cestu k informáciám – teda museli sa dovzdelávať. Túto okolnosť však nie je možné primárne vysloviť ako kritiku formálneho vzdelávacieho systému. Primeraným konštatovaním je, že formálne vzdelávanie dalo budúcim podnikateľom konkrétny vzdelanostný základ na ktorom budovali svoje ďalšie podnikateľské know-how. Dovzdelávanie sa alebo aktualizácia poznatkov v konkrétnom odvetví podnikania trvala u mladých podnikateľov zvyčajne niekoľko mesiacov a prebiehala vo forme štúdia rôznorodých podnikateľských materiálov, ale aj sledovaním inštruktážnych videí na youtube.com, ktoré sú v súčasnosti u mladých ľudí atraktívne.

4.2 Faktory pôsobiace u mladých podnikateľov v začiatkoch podnikania

Rovnako významnou epizódou podnikateľského života ako etapa rozhodovania sa o podnikaní je obdobie, kedy začali mladí ľudia podnikať. **Ide o kritické obdobie, kedy mladí ľudia musia znášať tlak z obáv tak o osobnú budúcnosť ako aj o samotný výsledok podnikania.** Z racionálneho a emocionálneho hľadiska k zvládnutiu začiatkov podnikania mladým podnikateľom pomáhal správny odhad dopytu, nájdenie „diery" na trhu, dobrý podnikateľský plán a neupadajúci podnikateľský zápal.

Účastníci okrúhleho stola spomedzi mladých podnikateľov svoje spomienky na toto obdobie formulovali ako čas, **kedy sa naplno prejavovala ich osobnosť a silné i zatiaľ neprejavené osobnostné črty**. Museli sa vedieť vysporiadať s rizikom, ktoré so sebou prináša premenlivý biznis a z neho pochádzajúci stres. K tomu je potrebné objektívne dodať, že mladí ľudia (a určite tínedžeri) sa zo psychologického hľadiska nachádzajú z hľadiska veku v období, kedy si ešte stále tvoria osobnosť a začínajú využívať s nižšou mierou istoty svoje vedomosti a zručnosti.

K zvládnutiu začiatkov podnikania mladým podnikateľom na základe ich skúseností pomáhala **vysoká miera osobnostnej integrity**. Tá bola tvorená predovšetkým odhodlaním vytrvalo napĺňať svoj podnikateľský zámer. Mladí podnikatelia si podľa vlastných slov boli v tomto čase vedomí, že rizikám biznisu môžu čeliť iba **tvrdou** a **poctivou prácou**: „Pri začiatkoch a hlavne rozvoji svojho biznisu je mimoriadne dôležitá prvotná myšlienka a motivácia, ktorá musí byť nasledovaná cieľavedomosťou človeka a každodennou poctivou a tvrdou prácou. Odhodlanosťou, vytrvalosťou a poctivou prácou sa potom dá vybudovať stabilný a neustále sa rozširujúci biznis", uviedol mladý podnikateľ z okresu Nitra.

Vyššie uvedené závery o význame poctivej práce môžu byť **najdôležitejšími argumentmi v rámci všeobecnej popularizácie podnikania** ako takého a osobitne ich treba poctivo tlmočiť aj mladým ľuďom v rámci formálneho a ďalšieho vzdelávania, nakoľko majú kľúčový význam pre chápanie napĺňania individuálnych potrieb a spoločenských potrieb. Základné poznatky ekonomických a spoločenských vied sa v súčasnosti zhodujú na konštatovaní, že **súkromné podnikanie je jediným tvorcom bohatstva spoločnosti**. Štát a verejný sektor zastáva funkcie, ktoré spoločnosť zhodnotila, že je lepšie, aby racionálne regulovali ich orgány (bezpečnosť, starostlivosť o komunikácie, zdravotná starostlivosť, sociálne zabezpečenie atď.), ale od pôsobenia verejnej autority (štátu) v živote spoločnosti sa tvorba hodnôt neočakáva. Tá je primárnou úlohou súkromného sektora a jeho podnikavosti.

Za najdôležitejší odkaz mladých podnikateľov z okrúhlych stolov k podnikateľskému potenciálu mladých možno považovať pripomenutie, ktoré je čiastočne v súčasnosti opomínané, že práve **ich poctivá a tvrdá práca** pomáha nielen **k spotrebiteľskej spokojnosti,** ale bez ktorej by nebola možná ani **všeobecná prosperita**. Odovzdávajú tak spoločnosti svoju pridanú hodnotu, za ktorú by mali mať v spoločnosti primeraný rešpekt.

4.3 Vzdelávací systém a pro-podnikateľská mentalita

Na formálne vzdelávanie sú od začatia transformačných procesov po roku 1989 kladené vysoké nároky. Jeho súčasný stav je v rámci verejnej diskusie jednak porovnávaný s minulým režimom najmä ľuďmi v strednom a vyššom veku. Súčasne je pôsobenie slovenského vzdelávacieho systému porovnávané so zahraničným vzdelávaním prostredníctvom medzinárodných rankingových meraní, kde sa slovenské univerzity nachádzajú v poradí aj s prestížnymi súkromnými zahraničnými univerzitami.

Takmer tri desaťročia preto na Slovensku existuje presvedčenie, že slovenský vzdelávací systém by mal byť reformovaný tak, aby slovenskí žiaci a absolventi boli kvalifikovanými a konkurencieschopnými zamestnancami a zlepšila sa jeho medzinárodná povesť. Z týchto dôvodov bolo pripravených a v rôznej miere realizovaných viacero reforiem najmä regionálneho školstva (predprimárne vzdelávanie, základné a stredné školy). Reformy sa v minulosti týkali tak učebných plánov ako aj osnov. Vznikali základné a stredné školy s novými špecifickými zameraniami. Z hľadiska svojho zamerania sú na odovzdávanie filozofie podnikavosti prirodzene najdisponovanejšie spomedzi stredných škôl obchodné akadémie a medzi univerzitami sú to školy s ekonomickými odbormi.

Obchodné akadémie okrem svojich povinných predmetov ponúkajú svojim stredoškolským študentom voliteľné predmety ako napr. cvičná firma. Ide o predmet, prostredníctvom ktorého žiaci pochopia elementárne súvislosti s chodom výrobnej firmy alebo obchodnej spoločnosti. Ak si študenti vyberú ako voliteľný predmet cvičnú firmu, ich úlohou je prejsť všetkými štádiami vývoja súkromnej spoločnosti od jej založenia, cez napr. vyplácanie dividend, až po úkony súvisiace s jej rušením. Predmet je strednými školami organizovaný tak, že študentom ponúka aj medzinárodné skúsenosti prostredníctvom účasti na medzinárodných kongresoch cvičných firiem v zahraničí. „Voliteľnosť“ predmetu cvičná firma bola identifikovaná podľa vyjadrení jedného zo zúčastnených pedagógov na okrúhlom stole v školskom roku 2017/ 2018 približne na 16%.

Stredoškolskí pedagógovia vyjadrovali čiastočný nesúhlas so **zapájaním obchodných akadémií do systému duálneho vzdelávania** (SDV). Napriek tomu, že existuje relatívne široký priestor na zapájanie sa obchodných akadémií do SDV a **študenti by tak nadobudli reálnejší obraz o fungovaní firemného prostredia,** ich **pedagogickí zástupcovia boli skeptickí**. Argumentovali zväčša problematickosťou kvôli firemnému know-how a tiež napr. bankovým tajomstvom alebo citlivosťou ekonomických údajov klientov v spoločnostiach, kde by ich študenti mohli pôsobiť v rámci duálneho vzdelávania.

Identická **zdržanlivosť** bola medzi stredoškolskými pedagógmi v rámci diskusie **o možnostiach** odovzdávania „podnikateľského ducha“ prostredníctvom **diskusií so skúsenými podnikateľmi**. Tieto by sa mohli stať účinnými nástrojmi podpory podnikavosti medzi mladými ľuďmi, avšak **stredné školy na okrúhlych stoloch tlmočili klasické stanovisko založené na predstave, že ich poslaním je odovzdávať elementárne poznatky a zručnosti**, ktoré je potrebné aj trénovať, **aby sa študenti mohli neskôr prakticky uplatniť v odbore**, ktorý študujú. Ďalej **stredoškolskí pedagógovia** pripomenuli, že **sú zodpovední za praktické napĺňanie študijných plánov**. Podujatia typu **diskusií** s úspešnými podnikateľmi **by im uberali časový fond**, ktorý im slúži na plnenie základných pedagogických úloh. Vzhľadom na to možno konštatovať, že v súčasnosti slovenské **stredné školy predstavujú prostredie, ktoré len veľmi obmedzene podporuje podnikavosť mladých ľudí**.

Progresívnejší prístup k príprave mladých ľudí na podnikateľský život by mohlo naznačovať fungovanie niektorých súkromných stredných škôl, v rámci ktorých sú v rámci štátneho vzdelávacieho programu napr. **predmety s nižším dôrazom na teóriu a väčším obsahom praktických informácií o podnikaní**, ekonomiku, riadenie firmy a pod. Štúdium na týchto stredných školách je ukončované **maturitnou skúškou** formou **vypracovania podnikateľského plánu vychádzajúceho z konkrétnej prípadovej štúdie**. Školy takto výuku organizujú zámerne vzhľadom na ich skúsenosť, podľa ktorej študentov zaujímajú viac praktické informácie ako napr. spôsoby začatia podnikania a možnosti jeho ďalšieho rozvoja. Okrem toho súkromné stredné školy pôsobia v rámci **projektu „Rozbehni sa“, ktorý podporuje podnikateľské nápady a je určený pre študentov končiacich ročníkov**.

Ekonomické fakulty slovenských vysokých škôl okrem svojich študijných plánov spolupracujú s rôznymi inštitúciami ako napr. Nadácia pre podporu podnikania mladých. Na Fakulte ekonomiky a manažmentu Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre je 15 rokov prednášaný **predmet „Podnikanie malých a stredných podnikov“**. Ambíciou pedagógov z tohto akademického prostredia je, aby bol predmet zaradený do portfólia predmetov ďalších fakúlt, čím by sa **rozšírilo povedomie osobitne o malom a strednom podnikaní medzi vysokoškolskými študentmi**. Predmet obsahuje priame prepojenie teórie s praxou, predstavuje základné súvislosti podnikateľských činností, pôsobenie inštitúcií, formy a spôsobia podpory podnikania, možné bariéry ale **aj možnosti podnikania v rámci Európskej únie** a **jeho inštitucionálneho zabezpečenia**.

Podobne ako na stredných školách s cvičnými firmami, **ponúkajú slovenské ekonomicky orientované univerzity vytváranie tzv. fiktívnych podnikov**, kde sa môžu univerzitní študenti zapájať aj do súťaží v rámci ktorých sú odborníkmi hodnotené ich podnikateľské zámery a fiktívne rozhodnutia. Tento konkrétny **predmet**, pri ktorom boli študentom zabezpečované aj praktické semináre, **bol však ukončený a zatiaľ nie je naplánované jeho pokračovanie**.

Aj preto zo strany vysokých škôl vzišiel na okrúhlom stole v Nitre všeobecný návrh na spoluprácu so Slovak Business Agency. Poukazovali pritom na skutočnosť, že študenti prejavovali záujem o praktické prednášky a diskusie s majiteľmi firiem. Okrem toho sa zmienili o zahraničných príkladoch, v rámci ktorých absolventi škôl disponujú širšími informáciami o podnikaní, čo má za následok vyšší podiel mladých podnikateľov a vyšší hospodársky rast.

4.4 Spolupráca a podpora mladých podnikateľov

Najvýznamnejším subjektom zabezpečujúcim vzájomnú pomoc a spoluprácu medzi mladými podnikateľmi je Združenie mladých podnikateľov Slovenska. Právnou formou občianske združenie pôsobí v praktickej rovine na neformálnom a networkingovom princípe, pričom takto je organizovaných niekoľko stoviek mladých podnikateľov. Základnými aktivitami združenia sú **prepájanie mladých podnikavých ľudí na neformálnych stretnutiach**, kde si môžu **vymieňať svoje skúsenosti a informácie k rozvoju podnikania**. ZMPS je otvorenou organizáciou, ktorá sprístupňuje svoje aktivity aj pre nečlenov a širokú verejnosť.

ZMPS je členom JEUNE (Young Entrepreneurs Organization of the European Union), ktorá je zastrešujúcou inštitúciou až pre 1 600 000 mladých podnikateľov zo všetkých krajín Európskej únie. **Prostredníctvom JEUNE môžu členovia a sympatizanti ZMPS získať informácie o praktickom fungovaní podnikania v zahraničí a na medzinárodnej úrovni**. Radia sa sem informácie nielen o právnom rámci, ale aj o zvyklostiach a spotrebiteľskom správaní v rôznych krajinách.

ZMPS sa snaží rozvíjať popularizačné aktivity o podnikaní **vydavateľskou činnosťou**. Vďaka tomu boli publikované knihy ako 99 inšpiratívnych podnikateľských nápadov obsahujúce zaujímavé životné príbehy podnikateľov z celého sveta. Súčasne sa ZMPS podieľa na **edukačných programoch** a **napomáha dobrým podnikateľským nápadom** spoluprácou v rámci Klub podnikateľských anjelov Slovenska (KPAS).

Podľa interného prieskum ZMPS z roku 2015 **mladí podnikatelia považovali za najväčšiu prekážku v podnikaní príliš časté zmeny legislatívneho prostredia**. Druhým najväčším negatívnom je **byrokracia**, na čo ZMPS reaguje vyhlasovaním súťaže „Byrokratický nezmysel roka“. Prieskum nevyhodnotil ako prekážku pre podnikanie mladých ľudí nedostatok kapitálu.

Záver

Podnikateľská aktivita mladých ľudí bola sledovaná medziregionálne a priniesla nasledujúce zistenia. Najväčšie zastúpenie mladých podnikateľov – FO mal v roku 2017 Žilinský kraj (19,7%) nasledovaný Prešovským krajom (17,4%) a o 5% nižší podiel mal nitriansky región (13,4%). V ďalšom poradí sa umiestnili Trenčiansky (10,5%), Bratislavský (10,2%), Trnavský (9,9%) a poradie uzatvoril košický región (9,0%). Spomedzi hospodárskych odvetví sa mladí podnikatelia – FO uplatnili najmä v stavebníctve (27,6%), obchodných službách (21,6%) a priemysle (14,0%). Významné zastúpenie tu tiež mali obchod (10,8%), ostatné služby (8,2%) a doprava (9,6%). Najmenej mladí podnikali v oblasti pôdohospodárstva (6,1%) a ubytovaní a stravovaní (2,1%). V rámci medziregionálneho porovnania pribudlo v roku 2017 najviac mladých podnikateľov – FO v Prešovskom a Žilinskom kraji, pričom výraznejší podiel dosiahol aj Nitriansky kraj. Počet vzniknutých podnikateľov – FO dosiahol najnižšiu úroveň v Bratislavskom a Trnavskom kraji.

Najviac pro-podnikateľsky uvažujúcich stredoškolských študentov sa nachádzalo v Trnavskom kraji (34,4%), za ktorým nasledovali Nitriansky (29,8%) a Prešovský kraj (27,3%). Úroveň 25% až 29% medzi stredoškolskými ako aj vysokoškolskými študentmi dosiahli Žilinský, Trenčiansky a Banskobystrický kraj. Zaujímavé údaje prieskum zistil v Prešovskom a Košickom kraji. V prešovskom regióne bol výrazný rozdiel medzi pro- podnikateľskými názormi študentov stredných (27,3%) a vysokých škôl (10,6%). Košický kraj vynikal celkovo nízkymi pro-podnikateľskými postojmi tak medzi stredo- ako aj vysokoškolskými študentmi na úrovni 15%, čo v porovnaní s Trnavským krajom predstavuje v priemere polovičnú hodnotu.

Najvýraznejšou motiváciou v pracovnom napredovaní je pre mladých ľudí finančná odmena. V regiónoch dosiahla priemernú hodnotu 80,7% (až 89% respondentov si túto možnosť vybralo v Košickom kraji a 84% v prešovskom regióne). Nasledoval kariérny rast (67%) a možnosť sebarealizácie (52,6%). Najmenej atraktívnym motivátorom pre záujem o zamestnanie sa stala potreba poznania (34%). Pri zisťovaní záujmu o informácie o podnikaní bolo v rámci kvantitatívneho výskumu respondentmi deklarované, že majú primerané množstvo informácií – v priemere 58%. Pri porovnaní množstva odpovedí od respondentov, ktorí uviedli, že o podnikaní majú dostatok informácií a tých, ktorí priznali, že ich majú málo, bolo viac záporných odpovedí. Dostatok informácií uviedlo v priemere iba 11,3% a nedostatok až 27,9% respondentov.

Medzi zdrojmi informácií o podnikaní vo všetkých regiónoch Slovenska viedli škola (56,3%) a médiá (56,7%) – až na treťom mieste študenti stredných a vysokých škôl uviedli, že informácie o podnikaní majú z rodinného prostredia (19,1%). Tieto údaje sú zaujímavé najmä v porovnaní s odpoveďami na ďalšiu otázku, ktorá zisťovala, či mladí ľudia získavajú podnikateľské informácie v rámci samostatných predmetov, ktoré sú výhradne venované podnikaniu, alebo či sú to predmety, ktorých súčasťou je aj podnikanie, prípadne, či ich príležitostne spomenú učitelia. Výsledkom boli prevažujúce odpovede – učím sa v osobitnom predmete. Odpovede respondentov na danú otázku tak potvrdili dominantný vplyv vzdelávacieho systému na to, čo si mladí ľudia myslia a vedia o podnikaní.

Prieskum sa ďalej snažil identifikovať mieru dopytu po informáciách o podnikaní, pričom výsledky priniesli informáciu, že medzi mladými ľuďmi v priemere prevláda 64% pozitívny záujem. V porovnaní s výsledkami merania pro-podnikateľských postojov je potrebné uviesť, že o informácie o podnikaní bol zvýšený dopyt v regiónoch s nižším výskytom pro-podnikateľských názorov (Nitra, Prešov, Košice). Súčet odpovedí určite áno a áno bol v týchto regiónoch v priemere až 82%. Ako vyplynulo z odpovedí na ďalšiu otázku, podnikanie

je mladými ľuďmi vnímané rozporuplne vzhľadom na to, že ho súčasne vnímajú ako cestu v plnení si svojich snov, ale tiež si uvedomujú, že podnikatelia zanedbávajú svoju rodinu a nemajú dostatok voľného času.

Mladí ľudia preferujú zamestnanecký pracovný pomer najmä z dôvodov menšieho rizika pre svoju existenciu a ďalším z dôvodov bola absencia kapitálu na začatie podnikania a až posledným významným dôvodom bolo, že nedisponujú základným podnikateľským nápadom. Ak by sa mladí ľudia rozhodli podnikať, bolo to najmä preto, aby si splnili svoj životný sen, alebo mali konkrétny podnikateľský nápad. V menšej miere preferovali možnosti nemám rád pevný pracovný čas a nerád sa podriaďujem. Najviac si na podnikaní študenti stredných a vysokých škôl vážili možnosť realizácie, ďalej slobodu v riadení vlastného života, pričom trojicu najvýznamnejších faktorov uzatvárala možnosť zarobiť si peniaze.

V rámci potenciálneho podnikania by si mladí ľudia spomedzi ponúkaných odvetví hospodárstva vybrali najmä obchod, obchodné služby, ostatné služby a ubytovanie a stravovanie. Vzhľadom na relatívne vysokú prítomnosť preferencií ostatných služieb možno logicky dedukovať neistotu respondentov pri identifikácii možných oblastí potenciálneho podnikania. Súčasne sú predstavy mladých ľudí odlišné od odvetví, v ktorých mladí podnikatelia reálne podnikajú (vid. graf č. 33 Odvetvová štruktúra podnikateľov – FO do 29 rokov v roku 2017), kde okrem obchodu a obchodných služieb tiež prevládajú stavebníctvo a priemysel.

Študenti stredných a vysokých škôl majú záujem o vypočutie si podnikateľských príbehov predovšetkým z dvoch dôvodov – takáto forma vzdelávania na školách chýba (priemer odpovedí 51,7%) a zároveň to vnímajú ako zaujímavú formu sprostredkúvania informácií o podnikaní (30%). Pri zisťovaní skúseností mladých ľudí s podnikaním respondenti vo viac ako 76% uviedli, že nemajú žiadne skúsenosti a necelých 18% prakticky poznalo podnikanie z prostredia rodinných firiem.

Účastníci okrúhlych stolov sa väčšinovo zhodli na tom, že pre začatie podnikania a jeho úspešné rozvíjanie sú potrebné viaceré osobnostné vlastnosti ako záujem o sebarealizáciu, ochota riskovať prípadne chcieť vyniknúť, ktoré ale musia byť vyvážené vytrvalosťou, vynaliezavosťou a záujmom o učenie sa. Významnú, ale nie úplne jedinečnú úlohu pri začiatkoch podnikania má rodina. Pre úspešný rozbeh podnikania mladým ľuďom výrazne pomáha osobnostná integrita a ochota tvrdo pracovať – tieto súvislosti by mali byť aj popularizované v súvislosti s podnikaním.

Vzdelávací systém na stredných školách dostatočne pro-podnikateľskú mentalitu nepodporuje a to napriek tomu, že študenti majú samostatné predmety venované podnikaniu. Pro-podnikateľská mentalita je viac prítomná na univerzitách – avšak týka sa to ekonomicky zameraných fakúlt. Vzájomná spolupráca mladých podnikateľov má skôr spontánny charakter, nemá výraznejšie formálne organizovanú podobu a mladým podnikateľom v súčasnosti vyhovuje. Za najväčšiu prekážku v podnikaní považujú najmä byrokraciu, na čo sa snažia kontinuálne upozorňovať účasťou v súťaži Byrokratický nezmysel roka.

Inštitucionálna pomoc mladým podnikateľom je organizovaná prostredníctvom rozvíjajúceho sa Národného podnikateľského centra (ďalej „NPC“). Pre začatie a rozvoj podnikania ponúka viacero programov – akceleračný, inkubačno-stážový a rastový program. V rámci týchto programov dostávajú podnikatelia pomoc formou špecializovaných konzultácií, mentorstvom a taktiež tzv. mikropôžičkami. Ďalšou unikátnou aktivitou je podpora účasti mladých podnikateľov na medzinárodných odborných podujatiach, ktoré majú preukázateľne pozitívny vplyv na rozvoj ich podnikania.

Pôsobenie SBA a NPC bola prítomnými mladými podnikateľmi na okrúhlych stoloch hodnotená pozitívne. Viacerým z nich SBA a NPC už pomohli a kladne oceňujú vzájomnú spoluprácu. Mladí podnikatelia pri tom naznačili, že činnosť SBA a NPC by mala byť v budúcnosti viac propagovaná, aby mohla byť poskytnutá pomoc väčšiemu počtu mladých alebo začínajúcich podnikateľov.

Použitá literatúra a zdroje

Holienka, M., Gál, P., Pilková, A. 2018. *Podnikanie študentov na Slovensku.* Pohľad projektu GUESSS 2016. Dostupné na: http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2016/GUESSS_Report_2016_Slovakia_slov.pdf.

Združenie mladých podnikateľov Slovenska, Iuventa. 2011. *Prieskum potrieb mladých podnikateľov a prekážok v ich podnikaní.* Dostupné na: https://zmps.sk/others/downloads/6717208519_2011-pieskum.pdf.

BARÁNIK, M. – HABÁNIK, J. Makroekonómia. TNUNI. 2004.

DUDA, P. Ekonomické a právne minimum súkromného podnikateľa. Agentúra Titán. 1991. ISBN 80-85437-24-4

HAYEK, von A. F. Cesto do nevoľníctva. Nadácia F. A. Hayeka. 2001. ISBN 80-968601-9-4

MARX, K. – ENGELS, F. Manifest komunistickej strany

MARX, K. Kapitál. Slovenské vydavateľstvo politickej literatúry. 1955

MISES, von L. Liberalizmus. Liberální institut. ISBN 80-86119-08-4

SMITH, A. Pojednání o podstatě a původu bohatství národů. Liberální institut. 2001. ISBN 80-86389-15-4

VANIŠ, L. Úvod do pedagogiky. Slovenská akadémia vied. 2000. ISBN 9788081052798

ZELINA, M. Rozvoj tvorivosti detí a mládeže. Slovenské pedagogické nakladateľstvo. 1990. ISBN 80-08-00442-8

Eurostat

Osobitná správa č. 5/2017 Európskeho dvora audítorov

Programové vyhlásenie vlády SR 2016

Stratégia štátnej politiky vo vzťahu k mládeži v SR na roky 2014 – 202

SBA Fact Sheet, European Commission (2017)

Prílohy

Kvantitatívny prieskum podnikateľského potenciálu mladých z pohľadu zapojených škôl

Charakteristika, cieľ a metodika prieskumu

V mesiaci október 2018 bol na vybraných školách v regiónoch SR realizovaný dotazníkový prieskum, **cieľom ktorého bolo zistiť, aké postoje majú žiaci stredných škôl a študenti vysokých škôl ku podnikaniu, aká je ich miera informovanosti o podnikaní a záujem o podnikanie.** V každom zo siedmych krajov SR boli oslovené 3 stredné školy (gymnázium, obchodná akadémia a odborná škola) a 3 fakulty vybraných vysokých škôl (ekonomická, technická a spoločensko-vedná) so sídlom v jednom z regiónov SR (Žilinský, Trenčiansky, Trnavský, Nitriansky, Banskobystrický, Prešovský a Košický). Minimálny počet oslovených žiakov/študentov na každej škole alebo fakulte bol 20. Celkovo bolo na Slovensku vyzbieraných 2 101 dotazníkov, pričom do analýzy bolo vybraných 2002 dotazníkov, teda 95,29% zo všetkých zozbieraných. Dotazníky nezaradené do vyhodnotenia boli z dôvodu neúplného alebo nekorektného vyplnenia. Najviac dotazníkov, 319, bolo zozbieraných v Žilinskom a najmenej, 249, v Košickom kraji, kde sa nám do konečného vyhodnotenia nepodarilo získať vyplnené dotazníky z technickej fakulty. Priemerne bolo v jednotlivých krajoch vyhodnotených 138 dotazníkov na stredných a 152 dotazníkov na vysokých školách.

Tabuľka 10 **Charakteristika skúmanej vzorky podľa typu škôl**

	Ženy	Muži	Priemerný vek	Mesto	Dedina	Celkom
Gymnáziá	193	144	18,03	208	129	337
Obchodné akadémie	254	81	18,13	134	201	335
Odborné školy	150	143	18,39	137	156	293
Ekonomické fakulty	274	99	22,51	173	200	373
Technické fakulty	101	229	22,80	158	172	330
Spoločensko-vedné fakulty	238	96	23,21	165	169	334

Zdroj: vlastné spracovanie

V skúmanej vzorke bolo najviac respondentov z ekonomických fakúlt, najmenej zo stredných odborných škôl. Vo vzorke bolo viac zúčastnených žien (60,4%) ako mužov (39,6%). Podľa očakávaní, viac žien študovalo na obchodných akadémiách (75,8%), no viac ako 70% žien študovalo aj na ekonomických fakultách (73,5%) a spoločensko-vedných fakultách (71,3%). Muži boli najvyššou mierou zastúpení na technických fakultách (69,4%), v ostatných odboroch bol ich podiel nižší ako 50%, pričom viac ako 40% ich študovalo na gymnáziách (42,7%) a na odborných školách (48,8%). Respondenti v dotazníkovom prieskume bývali takmer v rovnakom zastúpení na dedine (50,6%) ako v meste (49,4%). Viac žiakov gymnázií bývalo v meste (61,7%) ako na dedine. Na ostatných školách sa ich podiel pohyboval pod 50%. Na dedine bývali najčastejšie žiaci obchodných akadémií (60%), s výnimkou gymnázií, kde bol podiel žiakov bývajúcich na dedinách 38,3%, bol podiel respondentov bývajúcich vyšší ako 50%.

Dotazník bol rozdelený do troch častí. Prvú skupinu otázok 1 – 10 tvorili otázky, ktoré sa týkali postojov respondentov k podnikaniu. Respondenti si mohli vybrať jednu zo štyroch ponúknutých odpovedí (úplne súhlasím, čiastočne súhlasím, čiastočne nesúhlasím a úplne nesúhlasím), za ktorú dostali pridelené body 1 – 4 podľa toho, aké podnikateľské alebo nepodnikateľské postoje sledovala. Čím vyššie skóre žiaci/študenti dosiahli, tým viac

pro-podnikateľské postoje sa u nich prejavovali. Hodnotu odpovedí 10 – 25 sme označili ako ne-podnikateľské postoje, kým hodnotu 26 - 40 sme označili ako pro-podnikateľské postoje.

Druhú skupinu otázok, 11 – 23 pre študentov VŠ a 11 - 24 pre žiakov SŠ, tvorili uzavreté otázky, kde si respondenti mohli z viacerých ponúknutých možností vybrať jednu, alebo aj niekoľko odpovedí. Vo viacerých otázkach mali respondenti možnosť doplniť aj vlastné názory.

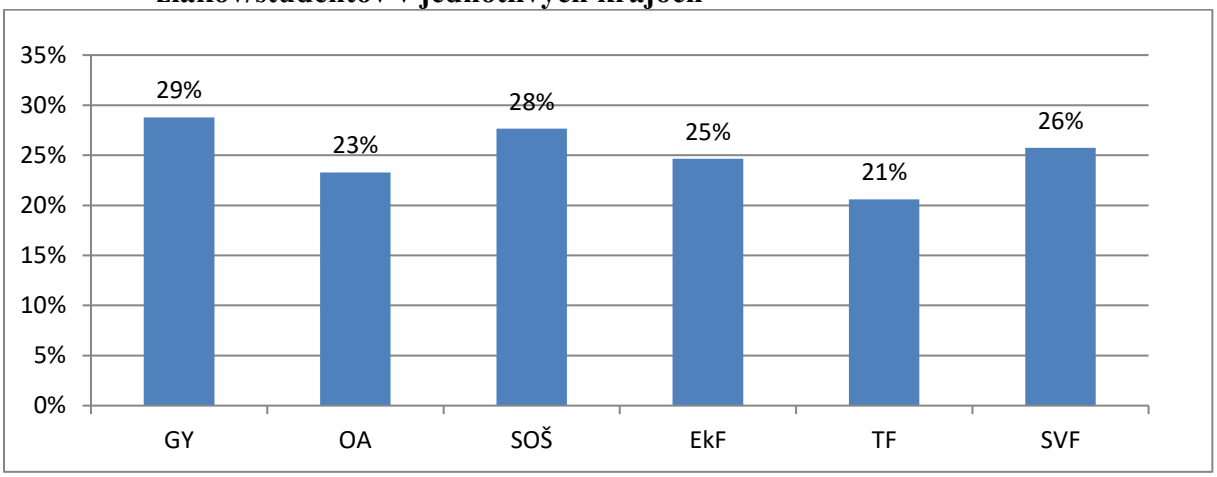
Otázky pre žiakov stredných a študentov vysokých škôl sa odlišovali len jednou otázkou, ktorá bola určená len žiakom stredných škôl.

Poslednú skupinu otázok tvorili identifikačné odpovede, ktorých výsledok je zachytený v tabuľke číslo 1.

Pro-podnikateľské postoje mladých

Skupinu otázok 1 – 10 sme vyhodnocovali ako jednu otázku, v ktorej mohli respondenti dosiahnuť hodnotu odpovede na stupnici 10 – 40. Po vypočítaní priemernej hodnoty podnikateľských postojov pre jednotlivé typy škôl, sme medzi respondentmi nezistili výrazné rozdiely medzi školami ani medzi regiónmi. Priemerne sa hodnota ukazovateľa postoje k podnikaniu pohybovala na úrovni 24 bodov, čo predstavuje viac ne-podnikateľské ako pro-podnikateľské postoje. Pre podrobnejšiu analýzu pro-podnikateľských postojov sme v každom regióne spočítali tie odpovede, pri ktorých respondenti získali počet bodov rovný alebo vyšší ako 26. Následne sme vypočítali podiel skupiny pro-podnikateľsky orientovaných respondentov na skupine respondentov v kraji a v príslušnom type školy, ktorí sa do prieskumu zapojili.

Graf č. 58 **Podiel žiakov/študentov s pro-podnikateľskými postojmi na celkovom počte žiakov/študentov v jednotlivých krajoch** [3]



Zdroj: vlastné spracovanie

Najviac žiakov s pro-podnikateľskými postojmi študuje na gymnáziách. Z celkového počtu respondentov z gymnázií tvoria žiaci s pro-podnikateľskými postojmi takmer 29% respondentov. Za nimi, len s rozdielom 1%, sú žiaci, ktorí navštevujú stredné odborné školy. 26% respondentov má pro-podnikateľské postoje na spoločensko-vednej fakulte, kde dokonca jeden respondent dosiahol najvyšší počet bodov v skupine otázok 1-10, a to zo 40 možných 37 bodov. Štvrtina, teda 25% respondentov s pro-podnikateľskými postojmi

[3] Poznámka: GY – gymnáziá, OA – obchodné akadémie, SOŠ – stredné odborné školy, EkF – ekonomické fakulty, TF – technické fakulty, SVF – spoločensko-vedné fakulty

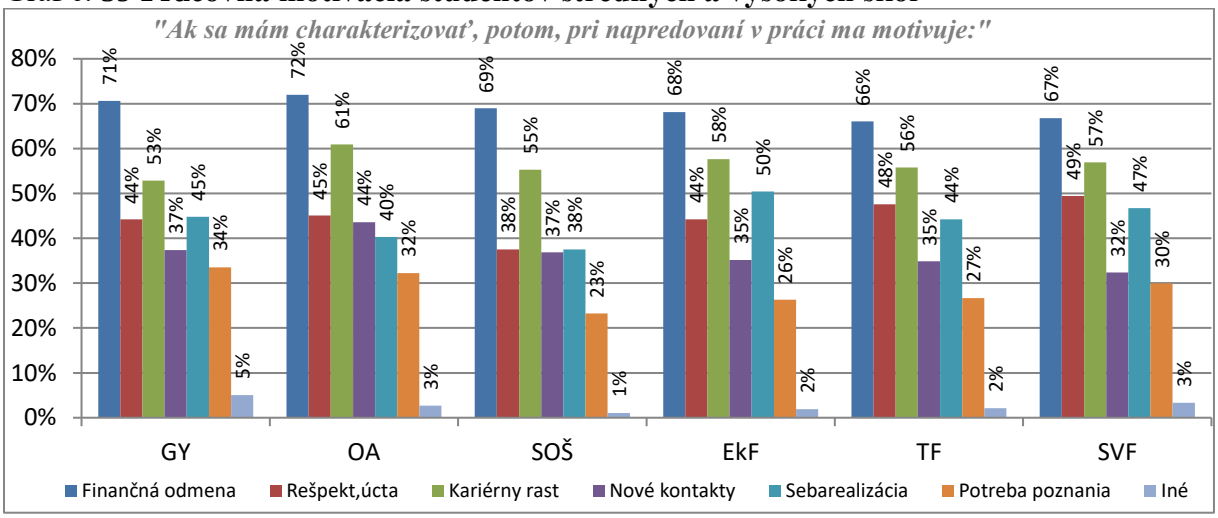
študuje na ekonomických fakultách. Najmenej respondentov s pro-podnikateľskými postojmi študuje na obchodných akadémiách 23% a 21% na technických fakultách.

Celkovo možno teda povedať, že zásadné rozdiely medzi školami v pro-podnikateľských postojoch medzi žiakmi a študentmi neexistujú. Je to zrejmé jednak z percentuálneho zastúpenia jednotlivých žiakov s pro-podnikateľskými postojmi (v otázkach 1-10 získali na stupnici 10-40 bodov 26 a viac bodov), ale aj z priemernej hodnoty pro-podnikateľského skóre, ktoré bolo vo všetkých typoch a stupňoch škôl na priemernej úrovni 24,45 bodov (od 24,07 po 24,98).

Záujem mladých o podnikanie

Prvá uzavretá otázka sa týkala toho, čo žiakov/študentov motivuje k práci. Napriek rozdielnym typom a stupňom škôl, aj ich umiestneniu v regiónoch, najčastejšie odpovede boli **finančná odmena a kariérny rast.**

Graf č. 59 **Pracovná motivácia študentov stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

Finančná odmena je jednoznačným motivátorom pre žiakov obchodných akadémií (72%), ale aj gymnázií (71%). Na ostatných školách bola odpoveď finančná motivácia preferovaná menej ako 70 % (SOŠ 69%, ekonomické 68%, spoločensko-vedné 67% a technické fakulty 66%).

Druhá najčastejšia odpoveď, **kariérny rast**, získala približne o 10% menej odpovedí. Najčastejšie by si ju ako motiváciu vybrali žiaci obchodných akadémií (62%) a najmenej žiaci z gymnázií (53%).

Približne rovnaké percento odpovedí získali **rešpekt a úcta** a **sebarealizácia.** Najviac, 49% odpovedí vzťahujúcich sa k tomu, že motivátorom pri napredovaní v práci je rešpekt a úcta, si vybrali študenti spoločensko-vedných fakúlt, len o jedno percento menej preferovali túto motiváciu aj študenti technických fakúlt. Pre najmenej odpovedí, 38% sa rozhodli žiaci odborných škôl.

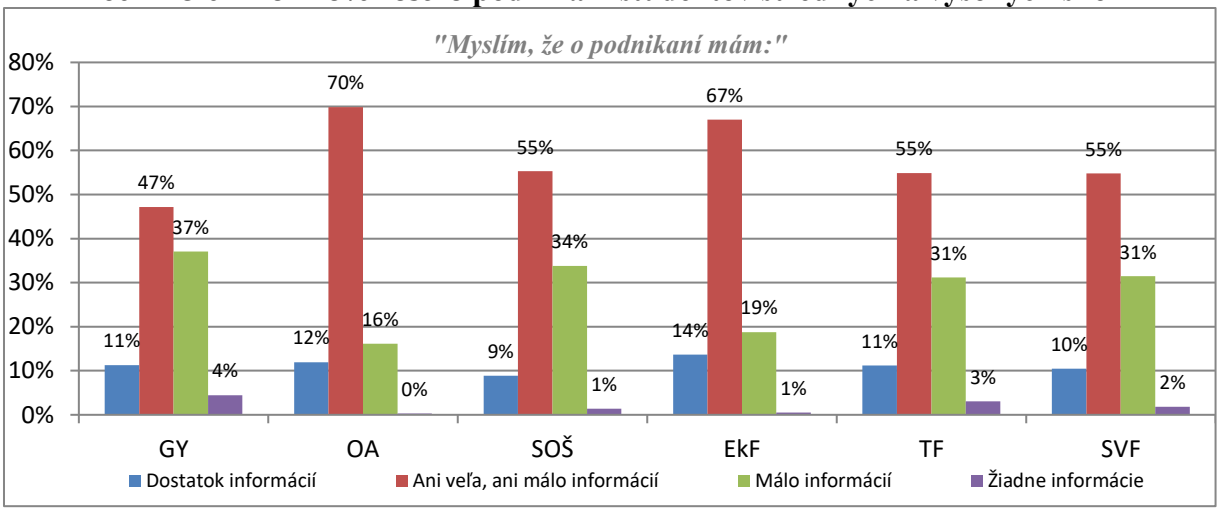
Sebarealizáciu preferovali najviac študenti ekonomických fakúlt (50%), najmenej žiaci odborných škôl, rovnako ako pri odpovedi rešpekt a úcta, sa aj na tejto zhodlo 38% žiakov.

Na opačnom konci, motivátorom s najnižším percentom odpovedí sa vo všetkých školách umiestnila **potreba poznania**, ktorú si vybralo 23% (odborné školy) až 34% (gymnáziá).

Viaceré otázky dali respondentom možnosť doplniť ku otázke vlastnú odpoveď, čo aj pomerne hojne využívali. Okrem už uvedených a vyhodnotených otázok, respondenti uvádzali, že pri napredovaní v práci ich motivuje podpora tvorivosti a kreativita, pričom tieto odpovede sa niekoľko krát opakovali. Ďalšie odpovede boli – byť líder a ísť príkladom, dosiahnutie cieľov, kolektív, pomoc iným, snaha o nápravu niečoho, čo iný pokazili, sebarealizácia, schopnosť učiť sa nové veci a využiť ich v živote, nové skúsenosti, robiť niečo čo ma baví a mať za to finančnú odmenu, životný úspech, získanie nových skúseností, dobré pracovné podmienky, spoznávanie nových ľudí, pochvala za dobre vykonanú prácu, peniaze. No vyskytli sa aj odpovede „nemotivuje ma nič, lebo motivácia úplne vymizla; milujem slobodu a tvorivosť“, alebo „vidina bezdomovectva“, „potreba zabezpečiť svoju rodinu, potreby a byt“.

To, že pri odpovedi na otázku týkajúcej sa množstva informácií o podnikaní si respondenti vybrali neutrálnu odpoveď ani veľa ani málo, je zrejmé z vyhodnotenia za celé Slovensko. Napriek tomu sme medzi jednotlivými typmi škôl našli predpokladané rozdiely.

Graf č. 60 **Miera informovanosti o podnikaní študentov stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

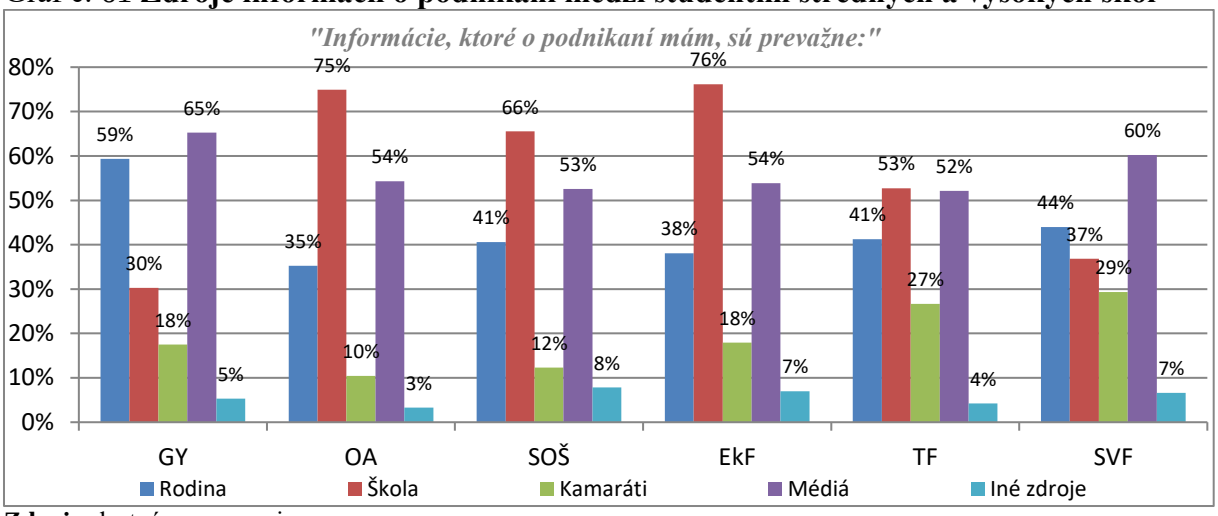
Na odpovedi ani veľa ani málo informácií sa najviac zhodli žiaci obchodných akadémií (70%) a študenti ekonomických fakúlt (67%). V ostatných typoch škôl sa rovnaké odpovede pohybovali na úrovni od 55% (odborné školy, technické a spoločensko-vedné fakulty) po 47% (žiaci gymnázií).

Druhú najčastejšiu odpoveď – **o podnikaní mám málo informácií** označili respondenti všetkých škôl. Kým spomedzi žiakov gymnázií označilo túto odpoveď 37% respondentov, zo žiakov odborných škôl 34%, pri študentoch technických a spoločensko-vedných fakúlt zhodne po 31%, tak u žiakov obchodných akadémií to bolo iba 16% a študentov ekonomických fakúlt 19%.

Napriek tomu, že podľa očakávaní, žiaci obchodných akadémií (12%) a študenti ekonomických fakúlt (14%) uviedli, že o podnikaní **majú dostatok informácií**, ich podiel sa od ostatných škôl zásadne nelíšil, keďže respondenti ostatných škôl uviedli, že dostatok informácií majú v rozpätí 9% (odborné školy) – 11% (technické a gymnáziá).

Najčastejším zdrojom informácií o podnikaní sú pre žiakov a študentov škola a médiá.

Graf č. 61 **Zdroje informácií o podnikaní medzi študentmi stredných a vysokých škôl**



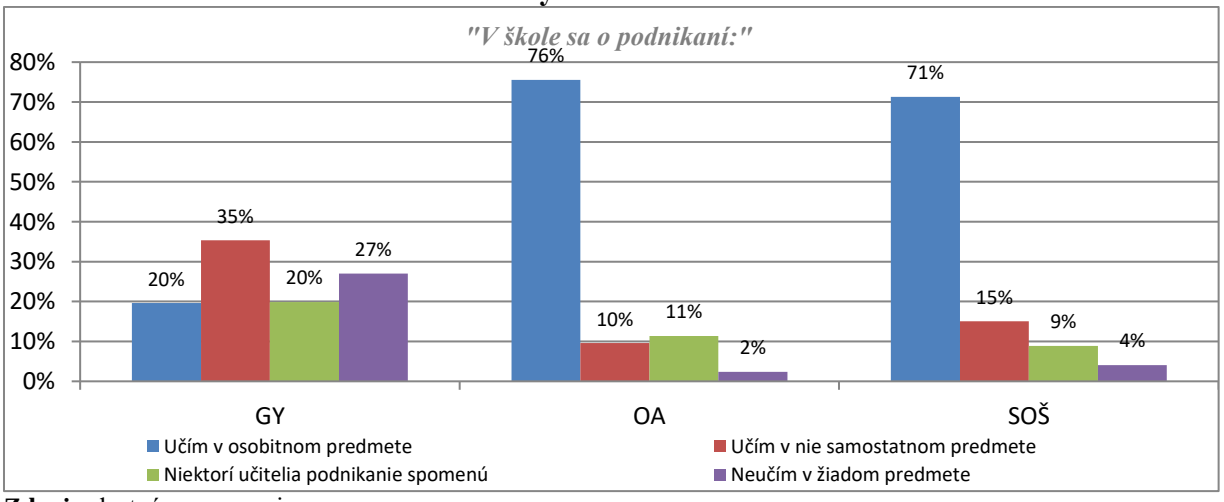
Zdroj: vlastné spracovanie

Pri bližšom pohľade na zdroj informácií o podnikaní vidíme medzi jednotlivými školami rozdiely. **Škola** je základný zdroj informácií o podnikaní pre respondentov, ktorí študujú na obchodných akadémiách (75%), odborných školách (66%), ekonomických fakultách (76%) a technických fakultách (53%). Pre respondentov študujúcich na gymnáziách (65%) a spoločensko-vedných fakultách (60%) sú základným zdrojom informácií o podnikaní **médiá**. V týchto dvoch typoch škôl je druhým najčastejším zdrojom informácií o podnikaní **rodina** (gymnáziá 59% a spoločensko-vedné fakulty 49%). Pre ostatné školy sú na druhom mieste média, ktoré označilo 52% študentov technických fakúlt, 53% žiakov odborných škôl a 54% respondentov študujúcich na obchodných akadémiách a na ekonomických fakultách.

Od 3% (obchodné akadémie) do 8% (odborné školy) respondentov doplnilo, že informácie o podnikaní majú aj z iných zdrojov. Medzi iné zdroje informácií, ktoré boli uvádzané pomerne často môžeme zaradiť, knihy, internet, kolektív, brigády a s tým súvisiace zdroje informácií ako spolupracovníci, majiteľ, kolegovia, skúsenosti z práce. K týmto zdrojom ešte patria aj rôzne formy prednášok a seminárov, organizované či už priamo na škole, ale aj v rámci voľného času respondentov, rodinný podnik, ale aj Junior Achievement.

Pre žiakov stredných škôl bola určená nasledujúca otázka, v ktorej sme chceli vedieť, či sa žiaci o podnikaní učia v nejakom osobitnom predmete, alebo nie.

Graf č. 62 **Podnikanie vo vzdelávacom systéme**



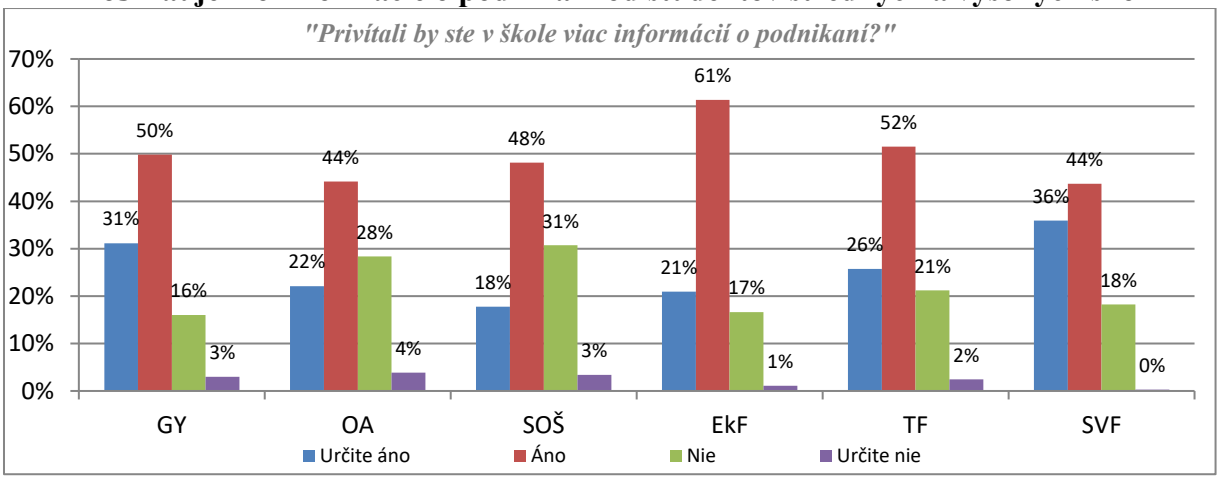
Zdroj: vlastné spracovanie

76% žiakov obchodných akadémií a 71% odborných škôl uviedlo, že o podnikaní sa učia **v osobitnom predmete**. Žiaci gymnázií uviedli, že o podnikaní sa učia, ale **nie v samostatnom predmete** (35%).

Za negatívum možno považovať, že žiaci gymnázií uviedli, že o podnikaní sa **neučia v žiadnom predmete**, čo bola druhá najčastejšia odpoveď a označilo ju až 27% respondentov. Iba 2% žiakov obchodných a akadémií a 4% žiakov odborných škôl uviedli, že o podnikaní sa neučia v žiadnom predmete.

Napriek tomu, že v tejto otázke nebola možnosť doplnenia odpovede, jeden žiak gymnázia dopísal, že „na škole sa neučíme o podnikaní a s praxou učenie o podnikaní nemá nič spoločné, lebo z teórie sa podnik nevybuduje, aspoň nie z tej školskej“. Nasledujúcou otázkou sme chceli zistiť, či by mali respondenti záujem o ďalšie informácie o podnikaní.

Graf č. 63 **Záujem o informácie o podnikaní od študentov stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

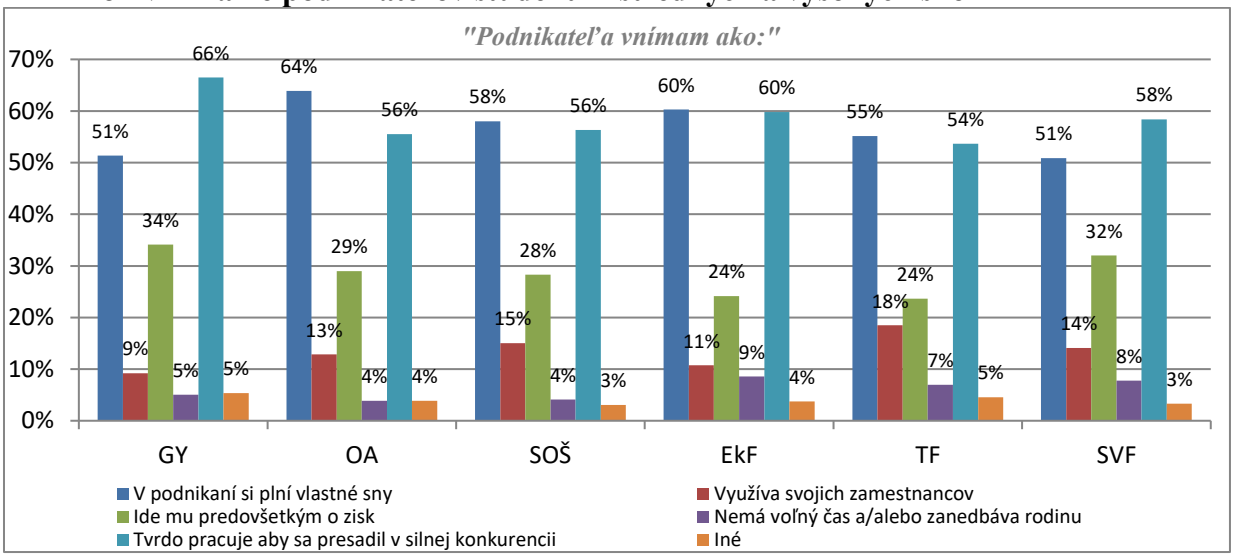
Vo všetkých typoch a stupňoch škôl jednoznačná odpoveď je **áno**, v škole by sme privítali viac informácií o podnikaní, **aj keď náš škola o podnikaní informuje/učí, je to len okrajovo**. Túto odpoveď si vybralo od 44% respondentov obchodných akadémií a spoločensko-vedných fakúlt až po 61% študentov ekonomických fakúlt. To znamená, že napriek tomu, že školy ponúkajú svojim študentom a žiakom informácie o podnikaní, stále by ich respondenti privítali aj vo väčšom množstve. Ak k tejto možnosti prirátame aj druhú najčastejšiu odpoveď, o podnikaní by sme v škole **určite privítali viac informácií**, potom o dodatočné informácie o podnikaní má záujem viac ako 80% respondentov. Výnimkou sú žiaci obchodných akadémií a odborných škôl, ktorí na druhé miesto zaradili odpoveď, na škole by sme **neprivítali viac informácií o podnikaní, lebo súčasná úroveň postačuje**. S touto odpoveďou sa stotožnilo 31% žiakov odborných škôl a 28% žiakov obchodných akadémií.

Aj keď súčasťou tejto otázky nebola možnosť otvorenej odpovede, napriek tomu viacerí respondenti uvideli, že aj keď majú dostatok informácií, privítali by ich ešte viac.

Odpoveď **určite nie, o podnikaní počúvam z každej strany** si vybralo menej ako 5% respondentov, dokonca ani jeden študent spoločensko-vedných fakúlt.

Prevažná väčšina respondentov si pri odpovedi na otázku ako vnímajú podnikateľa, vybrala dve odpovede – ako človeka, čo si v podnikaní plní svoje sny, alebo ako človeka, ktorý tvrdo pracuje aby sa presadil v silnej konkurencii.

Graf č. 64 **Vnímanie podnikateľov študentmi stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

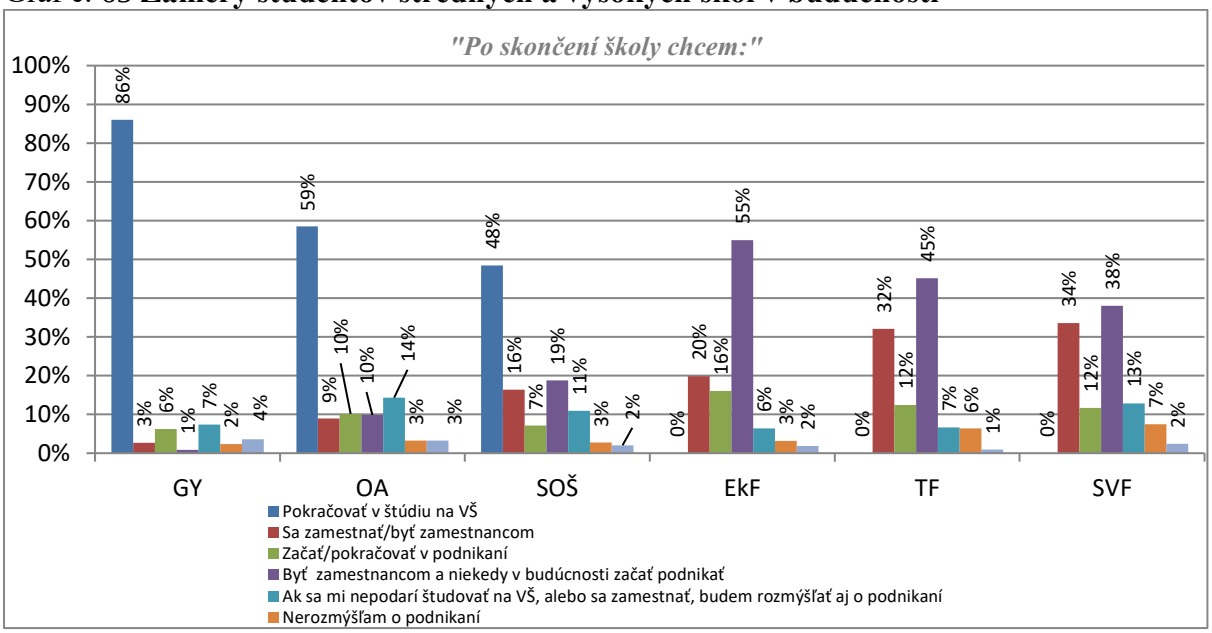
Najčastejšiu odpoveď, podnikateľa vnímam ako človeka, ktorý **tvrdo pracuje, aby sa presadli v silnej konkurencii** si vybrali respondenti študujúci na gymnáziách (66%), spoločensko-vedných fakultách (58%) a technických fakultách (54%). Najviac odpovedí na obchodných akadémiách (64%) a stredných odborných školách (58%) získala odpoveď, podnikateľa vnímam ako človeka, ktorý si **v podnikaní plní svoje sny**. U študentov na ekonomických fakultách získali obe odpovede zhodne po 60%.

Tretia najčastejšia odpoveď, podnikateľa vnímam ako človeka, ktorému **ide predovšetkým o zisk**, získala od 24% (ekonomické a technické fakulty) po 34% (gymnáziá). Ešte menej odpovedí zaznamenala odpoveď, podnikateľa vnímam ako človeka, ktorý **využíva svojich zamestnancov na dosiahnutie svojich cieľov**, kde sa odpovede pohybovali od 9% na gymnáziách po 18% na technických fakultách.

To, že podnikateľa nie je možné charakterizovať niektorým z uvedených znakov a že každý podnikateľ je iný a osobitný odlišný od ostatných, vyjadrili aj respondenti, ktorí mali potrebu doplniť vlastné názory na podnikateľa. Aj keď respondenti uvádzali aj negatívne odpovede, že podnikateľ „je zlodej a okrádač štátu, ktorý hľadá dieru v sociálnom systéme“, alebo „je to často arogantný chamtivec, ktorý rieši všetko peniazmi“, väčšina odpovedí bola pozitívna. Najviac sa respondenti zhodovali na tom, že ide o človeka, ktorý buduje a ponúka pracovné miesta, ide príkladom, robí niečo naviac, má ciele a vízie, ambície, využíva svoje osobné schopnosti k sebarealizácii a uspokojeniu, človeka, čo žije svoj vlastný sen, je sám sebe pánom, snaží sa presadiť a zarábať, chce pracovať sám na seba, nebaví ho byť zamestnancom, má väčšiu zodpovednosť, je pánom svojho času, našiel si svoju vlastnú cestu, správa sa k zamestnancom férovo, ktorý vybudoval z ničoho niečo, snaží sa zlepšiť svet, pomáha sebe aj ľuďom vo svojom okolí, dokáže vystúpiť z radu, miluje to, čo robí, má možno vyšší príjem ako obyčajní Slováci, ale peniaze získa zaslúžene, má cit pre príležitosť a realizáciu nápadu.

To, že podnikanie ako prvú voľbu po skončení školy si vybralo iba 6% žiakov na gymnáziách a maximálne 16% študentov na ekonomických fakultách sme zistili v nasledujúcej otázke, kde sme sa pýtali na preferencie v budúcom profesionálnom živote.

Graf č. 65 **Zámery študentov stredných a vysokých škôl v budúcnosti**



Zdroj: vlastné spracovanie

Na všetkých typoch škôl je prioritou po skončení strednej školy **štúdium na vysokej škole**. Túto odpoveď uvádzalo 48% žiakov stredných odborných škôl, 59% žiakov obchodných akadémií a 86% žiakov gymnázií. Na vysokých školách zase prevládala odpoveď **byť zamestnancom a niekedy v budúcnosti začať podnikať**, čo môžeme považovať za potenciálny záujem o podnikanie. Túto odpoveď si vybralo 38% študentov na spoločensko-vedných fakultách, 45% študentov technických fakúlt a 55% študentov ekonomických fakúlt.

Druhou najčastejšou odpoveďou na stredných školách bolo, **ak sa mi nepodarí študovať na VŠ, alebo sa zamestnať, budem rozmýšľať aj o podnikaní**. Túto odpoveď si vybrali žiaci na gymnáziách (7%), aj obchodných akadémiách (14%). U žiakov na stredných odborných školách sa 19% respondentov priklonilo k odpovedi byť zamestnancom a niekedy v budúcnosti začať podnikať.

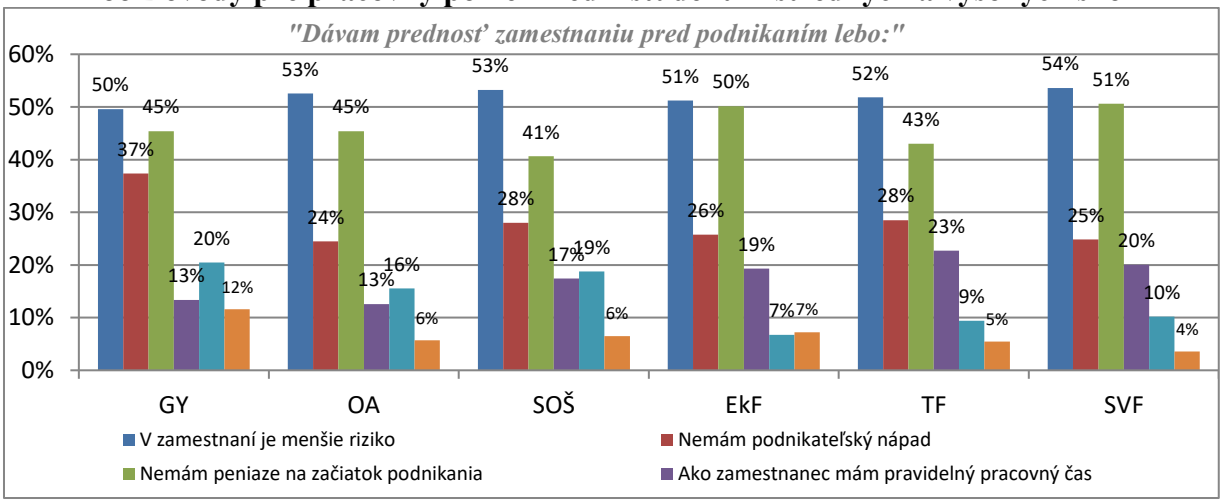
Pre študentov vysokých škôl bola druhá najčastejšia voľba odpovede po skončení štúdia **sa chcem zamestnať**, byť zamestnancom, ktorú si vybralo 20% študentov ekonomických fakúlt, 32% študentov technických a 34% študentov spoločensko-vedných fakúlt.

Za pozitívnu možno označiť odpoveď, že **o podnikaní vôbec nerozmýšľam**, čo si vybralo len 2% (gymnáziá) až 7% respondentov (spoločensko-vedné fakulty).

V možnosti doplniť vlastnú odpoveď si 1% - 4% respondentov vybralo najmä odpoveď, že po štúdiu dávajú prednosť rodine, stredoškoláci uvádzali že popri štúdiu by chceli začať aj podnikať, chceli by cestovať, ale aj študovať na VŠ, potom sa zamestnať, získať skúsenosti a následne začať podnikať. U študentov vysokých škôl prevládala rovnako odpoveď mať rodinu, byť šťastný, ale aj odpoveď zamestnať sa a neskôr začať podnikať, ísť do zahraničia, potom sa vrátiť a robiť niečo pre ľudí, ale aj ak nevyjde podnikanie, tak sa zamestnám.

Bez ohľadu na to, či by sa respondenti rozhodli pre podnikanie alebo pre zamestnanie, chceli sme vedieť, prečo by sa rozhodli práve pre zamestnanie alebo pre podnikanie.

Graf č. 66 **Dôvody pre pracovný pomer medzi študentmi stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

Na všetkých typoch škôl by respondenti dali prednosť zamestnaniu pred podnikaním z dôvodu **menšieho rizika**, a to v 50% (gymnáziá) a viac percentách (maximálne 54% študenti spoločensko-vedných odborov). Rovnako dôležitým dôvodom na to, aby po skončení školy dali prednosť zamestnaniu pred podnikaním je, že **nemajú peniaze na začiatok podnikania**. Túto možnosť si vybralo 41% (odborné školy) až 51% (spoločensko-vedné fakulty).

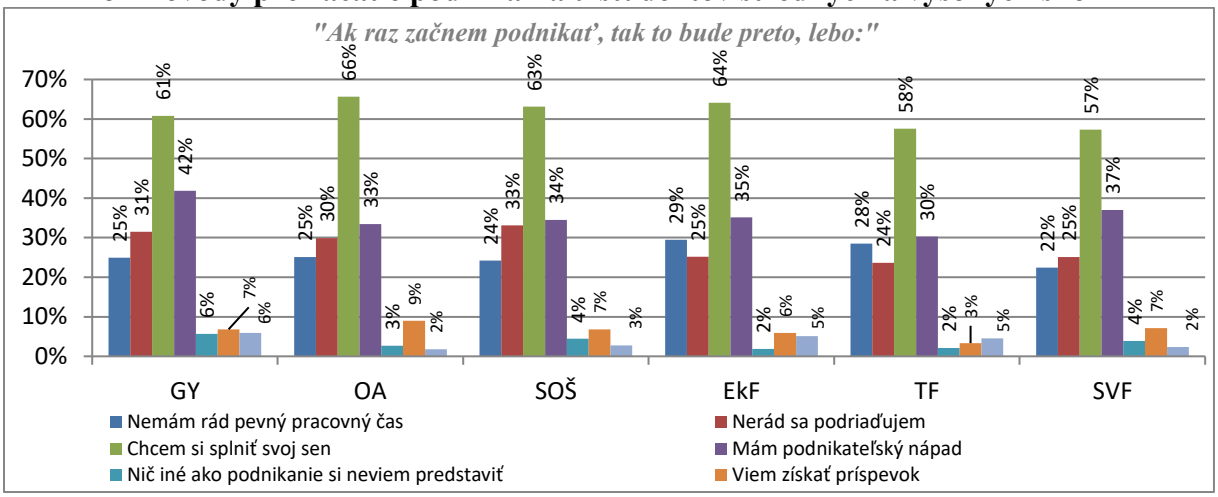
To, že podnikanie nie je určené všetkým, je viditeľné aj na tretej najčastejšej odpovedi, ktorú si respondenti dotazníkového prieskumu vybrali - **nemám podnikateľský nápad**. S výnimkou gymnázií, kde si túto možnosť vybralo 37% respondentov, si na ostatných školách vybralo od 24% (obchodné akadémie) po 28% respondentov (odborné školy a technické fakulty).

Pre žiakov stredných škôl je ďalším rozhodujúcim dôvodom, prečo dajú prednosť zamestnaniu pred podnikaním to, že si myslia, že **nemajú predpoklady pre podnikanie**. Túto odpoveď si vybralo 16% žiakov obchodných akadémií, 19% žiakov stredných odborných škôl a 20% žiakov gymnázií. Pre študentov vysokých škôl bola štvrtou najčastejšou odpoveďou, že **ako zamestnanec mám pravidelný pracovný čas**, čo uviedlo 19% študentov ekonomických, 20% študentov spoločensko-vedných a 23% študentov technických fakúlt. Túto odpoveď potvrdili aj účastníci okrúhleho stola, ktorí viac krát uviedli že pre študentov je podnikanie činnosť, ktorej sa nechcú venovať počas celého dňa, ale len v určitom, vopred vymedzenom čase, skôr pre potešenie alebo sebarealizáciu, ako pre základný zdroj príjmu.

Nič iné ako podnikanie si neviem predstaviť, preferovalo necelých 5% respondentov na jednotlivých typoch a formách škôl.

Až 12% respondentov chcelo doplniť otázku o otvorenú odpoveď. Pri tejto otázke dochádzalo ku zhode medzi respondentmi a najčastejšie odpovede boli, že nedávam prednosť zamestnaniu, pred tým, než začnem podnikať, chcem si zarobiť, chcem podnikať, ale aj podnikanie ma nebaví, prípadne nezaujíma, ako aj chcem mať viac času na rodinu, nie je správny čas na podnikanie, nemám správy podnikateľský nápad, bojím sa podnikať, zatiaľ je pre zamestnanca lepšia situácia ako pre podnikateľa, istejší kariérny rast. Rovnako sa vyskytli aj odpovede, kde respondenti uvádzali, že štát dostatočne nepodporuje podnikanie, prípadne mladých a začínajúcich podnikateľov.

Graf č. 67 **Dôvody pre začatie podnikania u študentov stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

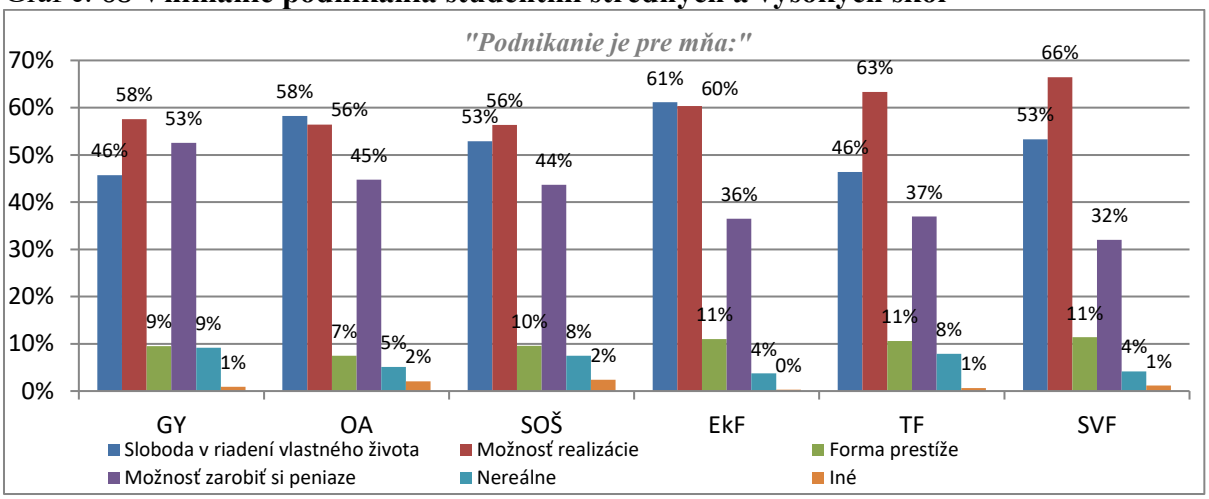
Respondenti, ktorí sa do prieskumu zapojili, by dali prednosť podnikaniu pred zamestnaním jednoznačne preto, lebo si **chcú splniť svoj sen**. S touto odpoveďou sa stotožnilo od 57% respondentov na spoločensko-vedných fakultách po 66% respondentov na obchodných akadémiách. Druhou najčastejšou odpoveďou bolo, že respondenti **majú podnikateľský nápad**, čo uviedlo od 30% respondentov (technické fakulty) po 42% (gymnáziá). Podnikateľský nápad je pre všetkých respondentov dôležitý, preto že je dôvodom na to, aby respondenti začali podnikať, ale ak absentuje, je dôvodom na to, aby respondenti dali prednosť zamestnaniu pred podnikaním.

Tretia najčastejšia odpoveď bola pre žiakov stredných škôl a študentov spoločensko-vedných fakúlt rovnaká. Respondenti by dali prednosť podnikaniu pred zamestnaním preto, lebo **sa neradi podriaďujú** (od 25% spoločensko-vedné fakulty po 33% odborné školy). Pre študentov ekonomických (29%) a technických (28%) je treťou najčastejšou odpoveďou prečo by dali prednosť podnikaniu pred zamestnaniu je, že **nemajú radi pevný pracovný čas**.

Rovnako ako v predchádzajúcej otázke, aj v tejto sa respondenti pri odpovedi na otvorenú otázku pomerne často zhodli na odpovedi, že nezačnem podnikať, alebo už podnikám. Rovnako sa vyskytli aj odpovede, že respondenti dávajú prednosť podnikaniu pred zamestnaním aj kvôli peniazom, nebude ma baviť monotónnosť, regulujem, riadim svoj čas, chcem byť slobodný, byť sám sebe šéfom, vytvoriť niečo nové, lebo ma to baví, nenájdem si prácu, založím sociálny podnik, chcem zviditeľniť málo obývanú obec.

V nasledujúcej otázke si mohli respondenti vybrať, čo pre nich podnikanie predstavuje.

Graf č. 68 **Vnímanie podnikania študentmi stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

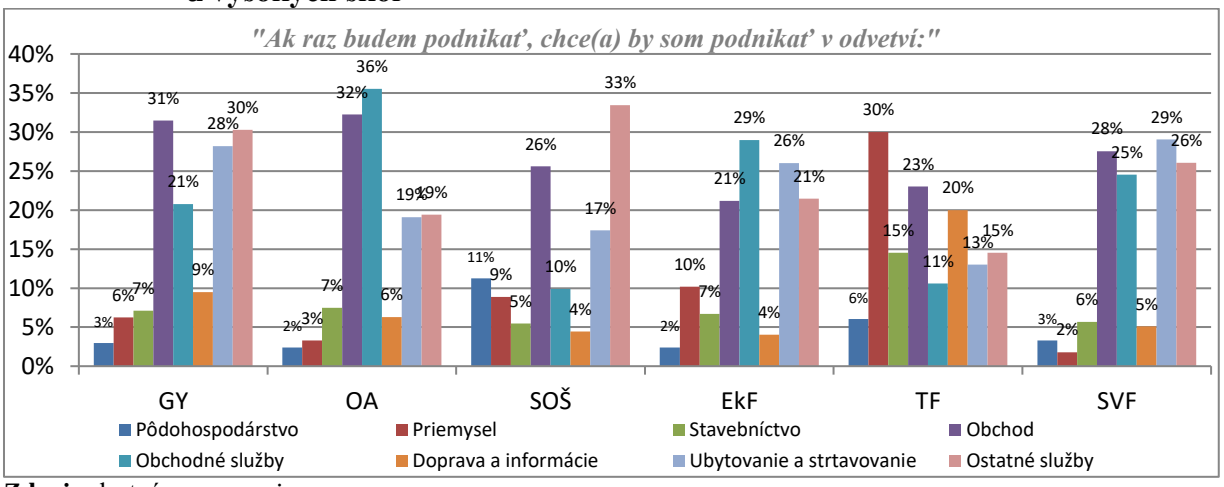
Respondenti si vybrali tri najčastejšie odpovede – sloboda v riadení vlastného života, možnosť realizácie a možnosť zarobiť si peniaze. Vzhľadom k jednotlivým typom škôl sa poradie mierne menilo. Kým s výnimkou obchodných akadémií (56%) a ekonomických fakúlt (60%) je najdôležitejším znakom podnikania **možnosť realizácie** (gymnáziá 58%, odborné školy 56%, technické fakulty 63% a spoločensko-vedné fakulty 66%), v obchodných akadémiách (58%) a ekonomických fakultách (61%) bola najčastejšou odpoveďou **sloboda v riadení vlastného života** (odborné školy spolu so spoločensko-vednými fakultami 53% a technické fakulty 46%). Žiaci gymnázií na druhom najpočetnejšom mieste vybrali odpoveď, že podnikanie je pre mňa **možnosť zarobiť si peniaze** (53%), kým sloboda v riadení vlastného života sa umiestnila na treťom mieste so 46%. Práve možnosť zarobiť si peniaze bola treťou najpočetnejšou odpoveďou aj vo všetkých ostatných typoch a stupňoch škôl (od 32% spoločensko-vedné fakulty po 45% obchodné akadémie).

Napriek tomu, že v tejto otázke len pomerne malá časť respondentov využila možnosť otvorenej odpovede, niektoré odpovede uvádzame. Podnikanie je pre nich šanca možno žiť lepšie, byť sám sebe pánom, posunúť svet dopredu, možno vyšší príjem, rizikové povolanie bez oddychu, ťažká práca, splnenie sna, ale našla sa aj odpoveď „budovanie dlhodobého ekonomicko-sociálno-kultúrneho rozvoja nášho štátu tak, ako to bolo pred druhou svetovou vojnou“.

Aj z tejto otázky je zrejmé, že respondenti sa pre podnikanie rozhodujú primárne nie za účelom získania finančných prostriedkov. Dôležitejšie sú faktory sebarealizácie, hoci financie patria medzi základné motívy podnikania. Bez ziskov nemá podnikanie význam pre žiadneho podnikateľa, ale ani pre spotrebiteľa.

Nasledujúce otázky boli zamerané na zistenie odvetvia, ktoré respondenti na podnikanie preferujú, ako aj regiónu, kde by chceli svoje podnikateľské aktivity realizovať.

Graf č. 69 **Preferencie odvetví potenciálneho podnikania u študentov stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

Aj keď respondenti všetkých škôl sa zhodli na takmer rovnakých odvetviach, v ktorých by chceli podnikať, rozdiely sú v preferenciách odvetví.

Gymnazisti na prvom mieste preferujú obchod (31%), ale aj ostatné služby (30%). Rovnako je pre gymnazistov zaujímavé aj odvetvie ubytovanie a stravovanie (28%). K pomerne početnému zastúpeniu možno priradiť aj obchodné služby, ktorým by dalo prednosť 21% žiakov gymnázií.

U žiakov **obchodných akadémií** boli najviac preferované dva odvetvia obchodné služby (36%) a obchod (32%). Tretie najpočetnejšie odvetvie s výraznejším odstupom 19% tvorili dve odvetvia – ubytovanie a stravovanie a ostaté služby.

Jednoznačne najzaujímavejším odvetvím pre žiakov **stredných odborných škôl** je odvetvie ostatné služby (33%). Druhé najviac zaujímavé odvetvie bol obchod s 26%. Ostatné odvetvia sa nedostali počtom odpovedí nad 20%.

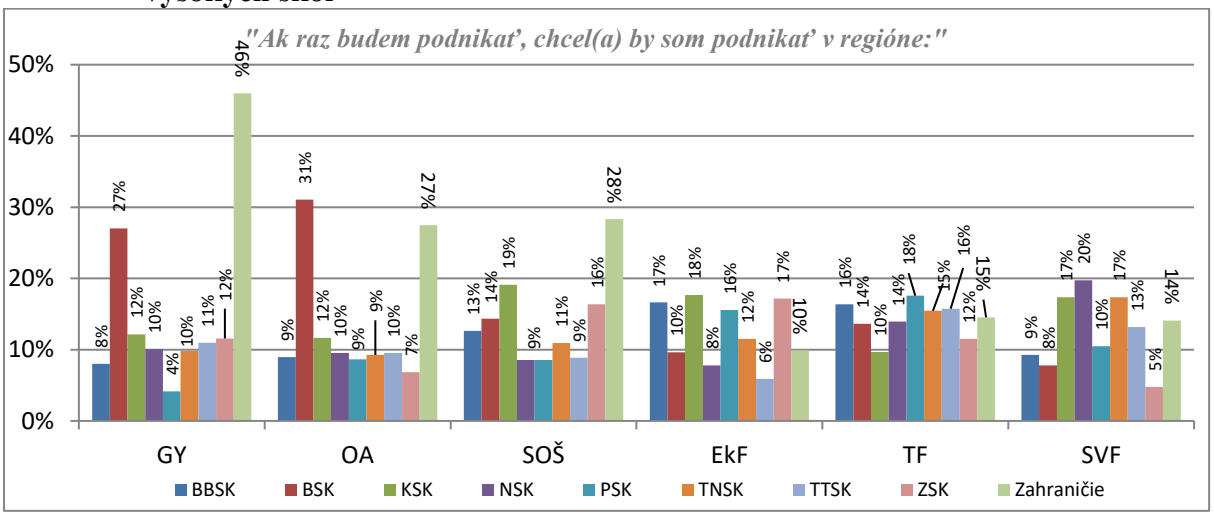
Aj pre študentov **ekonomických fakúlt** sú rozhodujúce dve odvetvia, ktoré získali najviac odpovedí. S podielom 29% bolo najpočetnejšie odvetvie obchodné služby, s 26% podielom bolo druhým najviac zastúpených odvetvím ubytovanie a stravovanie. 21% odpovedí bolo v dvoch ďalších odvetviach – obchod a ostatné služby.

Iba pre študentov **technických fakúlt** bolo najdôležitejšie odvetvie, v ktorom by chceli podnikať, priemysel, ktoré by si vybralo až 30% respondentov. Na druhom mieste s 23% sa umiestnil obchod, a treťom najpočetnejšom doprava a informácie (20%). S výnimkou obchodu boli ostatné odvetvia úplne odlišné od ostatných škôl a študenti ich vyberali pravdepodobne podľa študijného zamerania.

Študenti **spoločensko-vedných fakúlt** uvádzali, že ak by podnikali, potom by si vybrali štyri odvetvia, ktoré získali viac ako 20% odpovedí. 29% respondentov by si vybralo ubytovanie a stravovanie, 28% obchod. 26% študentov by si vybralo podnikanie v odvetví ostatné služby a 25% v odvetví obchodné služby.

Pri zisťovaní miesta podnikania sa nevyskytli žiadne zásadné rozdiely medzi krajmi a konštatovali sme, že respondenti preferovali kraj kde bývali pred susednými krajmi a zahraničím. To, či rovnakú odpoveď získame aj pri analýze z pohľadu školy zachytáva nasledujúci graf.

Graf č. 70 **Preferované regióny pre potenciálne podnikanie medzi študentmi stredných a vysokých škôl**

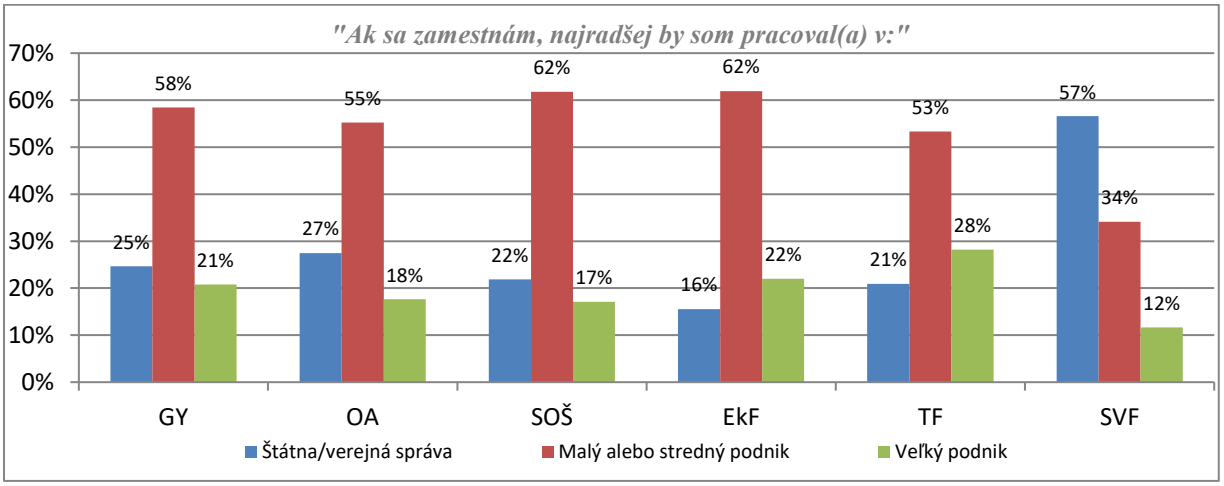


Zdroj: vlastné spracovanie

Pri analýze dotazníkových výsledkov podľa typov škôl sú na prvý pohľad viditeľné rozdiely medzi strednými a vysokými školami, čo sa potvrdilo aj v iných prieskumoch. Žiaci stredných škôl majú najväčší záujem po strednej škole vycestovať do **zahraničia**. Najvýraznejšie sa táto skutočnosť prejavila u žiakov gymnázií, kde zahraničiu dáva prednosť 46% žiakov a na stredných odborných školách preferuje zahraničie 28% žiakov. Žiaci obchodných akadémií dávajú prednosť Bratislavskému kraju 31% pred zahraničím 27%. Bratislavský kraj je preferovaným krajom aj u žiakov gymnázií, kde by si ho ako miesto podnikanie zvolilo 27% žiakov, pričom u žiakov odborných škôl pred Bratislavským krajom prevláda Košický kraj a to 19%. U študentov vysokých škôl je poradie jednotlivých regiónov takmer vyrovnané a výber regiónu je závislý od miesta bydliska a študijného odboru. O zahraničie má záujem 10% študentov ekonomických, 14% študentov spoločensko-vedných a 15% študentov technických fakúlt. Tieto výsledky môžu súvisieť so záujmov budúcich absolventov nájsť si zamestnanie v študovanom odbore na Slovensku.

Ak by sa po skončení školy mali respondenti zamestnať, potom majú na výber v podstate malé/stredné podniky, veľké podniky alebo štátnu a verejnú správu. Ako by sa rozhodovali, je zrejmé z nasledujúceho grafu.

Graf č. 71 **Veľkosť podnikov pre zamestnanie sa medzi študentmi stredných a vysokých škôl**

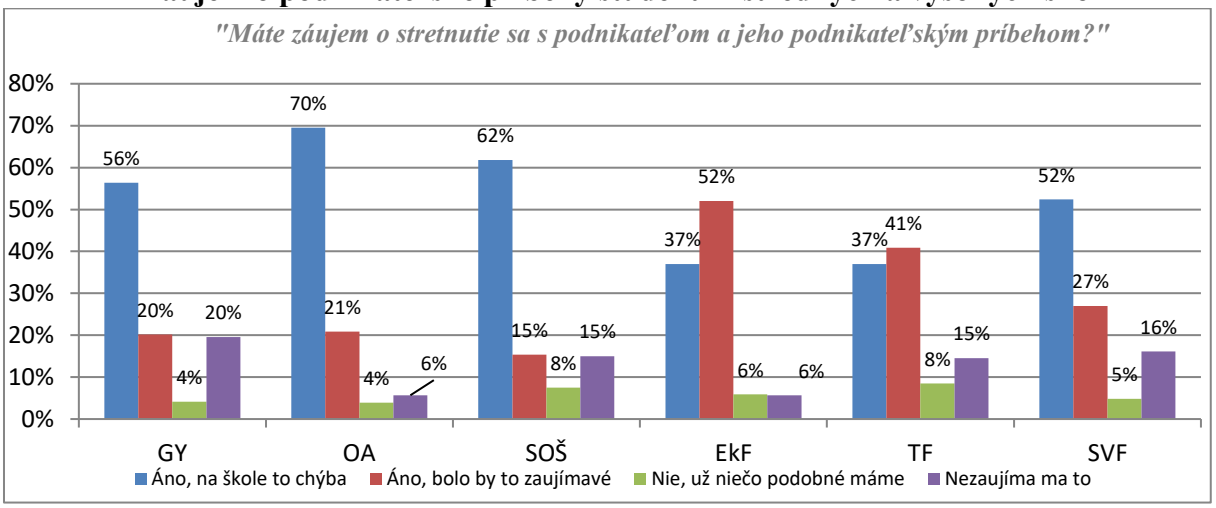


Zdroj: vlastné spracovanie

S výnimkou spoločensko-vedných fakúlt, kde sa malý alebo stredný podnik s preferenciou 34% umiestnil na druhom mieste po štátnej/verejnej správe s 57%, dávajú **malým alebo stredným podnikom** prednosť respondenti na všetkých školách. Najmenší záujem o malé a stredné podniky je u študentov technických fakúlt, kde by si ich vybralo 53%, najväčší záujem je u respondentov študujúcich na odborných školách a ekonomických fakultách, kde by si ich vybralo 62%. Druhou, najviac sa vyskytujúcou kategóriou podnikov u žiakov stredných škôl, bola **štátna/verejná správa**, pre ktorú by sa rozhodlo 22% žiakov odborných škôl, 25% žiakov gymnázií a 27% žiakov obchodných akadémií.

U študentov technických fakúlt na druhom mieste s 28% a u študentov ekonomických fakúlt s 22% rezonovali **veľké podniky**. Pre žiakov aj študentov je najväčšou motiváciou príklad úspešného človeka a to bez ohľadu na to, v akej oblasti pôsobí. Preto sme zisťovali, či by respondenti mali záujem o podnikateľské príbehy.

Graf č. 72 **Záujem o podnikateľské príbehy študentmi stredných a vysokých škôl**



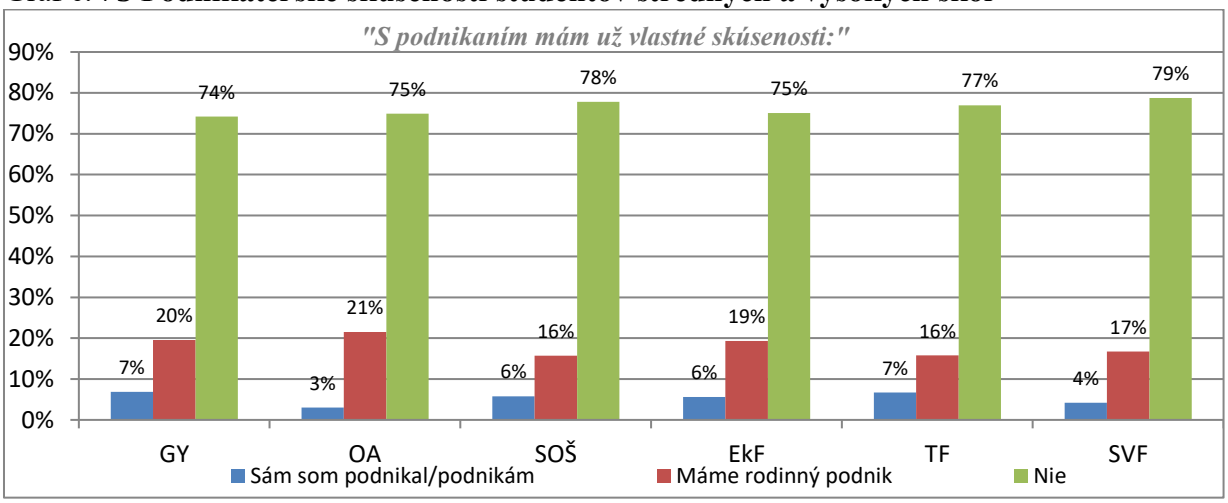
Zdroj: vlastné spracovanie

Aj pri tejto otázke môžeme registrovať rozdiely medzi jednotlivými typmi škôl. S výnimkou ekonomických a technických fakúlt, bola vo všetkých stredných školách a na spoločensko-vedných fakultách odpoveď, že **o stretnutie s podnikateľskými príbehmi majú záujem, lebo niečo podobné na škole chýba.** Túto odpoveď zvolilo 52% študentov spoločensko-vedných fakúlt, 56% žiakov gymnázií, 62% žiakov odborných škôl a až 70% žiakov obchodných akadémií. Na ekonomických a technických fakultách prevládala odpoveď **áno, o stretnutie s podnikateľom mám záujem, aj keď sa podobné aktivity na škole realizujú, bolo by to zaujímavé**. Túto odpoveď preferovalo 52% respondentov ekonomických fakúlt pred 37%, ktorí si vybrali odpoveď áno, na škole to chýba. Rovnako sa vyjadrili aj študenti technických fakúlt, ktorých 41% si vybralo odpoveď, bolo by to zaujímavé, aj keď sa podobné aktivity na škole realizujú, kým odpoveď áno, na škole to chýba si vybralo 37% študentov.

Práve odpoveď áno, mám záujem o podnikateľský príbeh, aj keď podobné aktivity sa na škole realizujú, prevládala u žiakov stredných škôl. U žiakov obchodných akadémií to bolo 21%, u žiakov gymnázií 20% a u žiakov odborných škôl 15%. Zároveň však treba upozorniť aj na to, žiaci gymnázií aj odborných škôl rovnakým zastúpením vybrali aj odpoveď **nezaujíma ma to** (gymnáziá 20% a odborné školy 15%).

Posledná uzavretá otázka sa týkala skúseností s podnikaním.

Graf č. 73 **Podnikateľské skúsenosti študentov stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

Podľa predpokladov, viac ako 70% respondentov uviedlo, že s podnikaním **nemá vlastné skúsenosti** (od 74% žiaci gymnázií po 79% študentov spoločensko-vedných fakúlt). Od 16% respondentov na odborných školách po 21% respondentov na gymnáziách uviedlo, že **majú rodinný podnik**. Iba v rozpätí 3% (obchodné akadémie) až 7% (gymnáziá a technické fakulty) respondentov uviedlo, že **sami podnikali alebo stále podnikajú**.

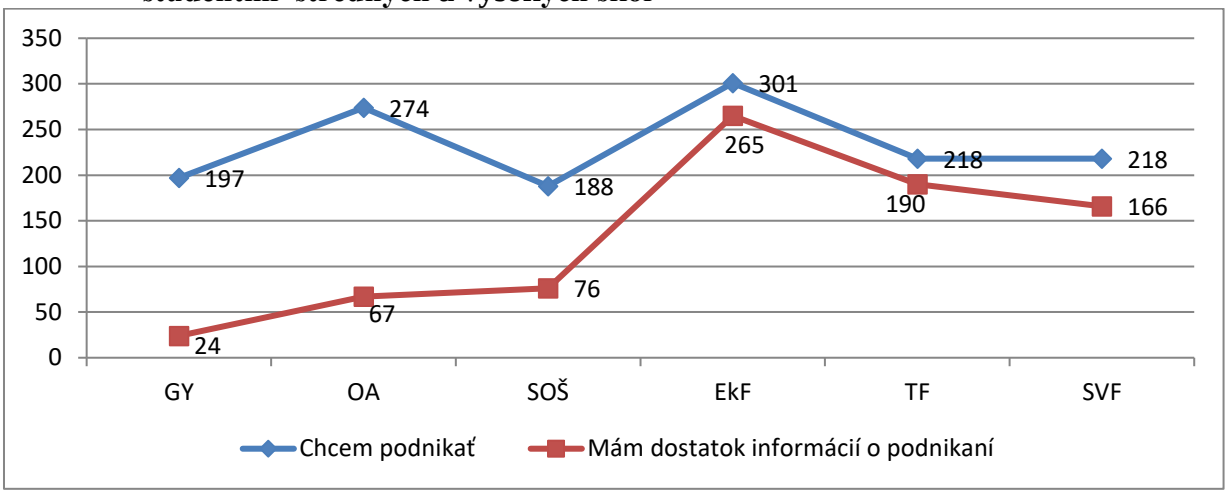
Hypotézy a ich overenie

Keďže všetky stanovené hypotézy sme testovali pre Slovensko ako celok, do analýzy dotazníkového prieskumu sme vybrali iba dve hypotézy, o ktorých môžeme povedať, že sa štatisticky potvrdili na hladine významnosti $p \leq 0,05$.

Hypotéza: *Žiaci/študenti, ktorých pri práci motivuje kariérny rast, majú záujem o podnikateľské príbehy.*

Hypotézu sme prijali aj v prípade Slovenska ako celku, kde hodnota korelačného koeficienta dosiahla úroveň 0,83. V prípade testovania hypotézy z pohľadu jednotlivých škôl dosiahol korelačný koeficient hodnotu 0,98, čo znamenám že v prípade respondentov študujúcich na jednotlivých školách záujem o podnikateľské príbehy a preferencia kariérneho rastu korelujú silnejšie ako v prípade hodnotenia výsledkov za Slovensko ako celok.

Graf č. 74 **Závislosť medzi kariérnym rastom a záujmom o podnikateľské príbehy medzi študentmi stredných a vysokých škôl**



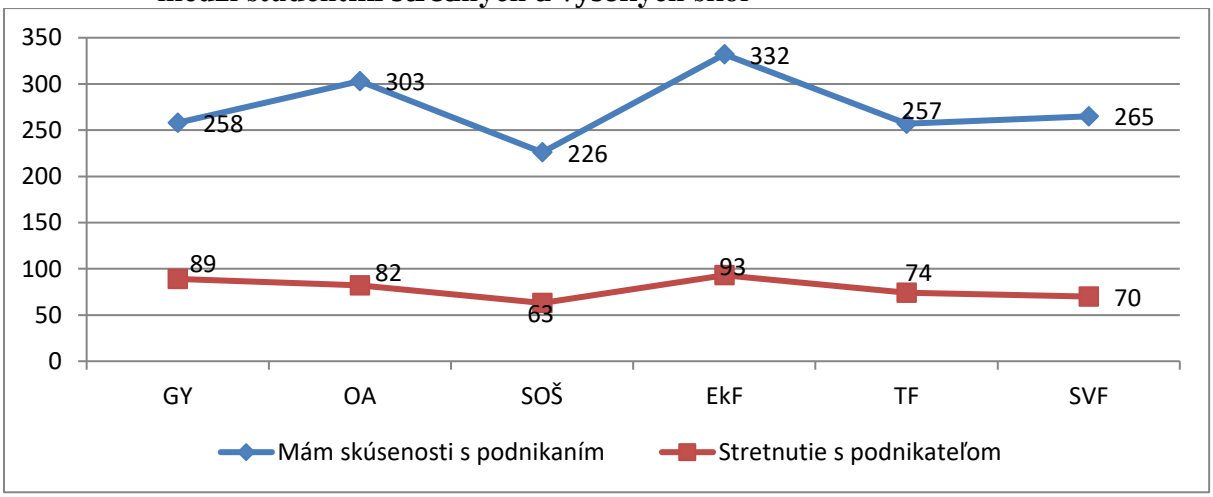
Zdroj: vlastné spracovanie

Druhá hypotéza, pri ktorej sa predpoklad potvrdil bola:

Hypotéza: *Žiaci/študenti, ktorí podnikajú alebo majú rodinný podnik, majú záujem o podnikateľské príbehy*

Napriek tomu, že pri overovaní hypotézy za Slovensko sa vzájomná korelácia zistených hodnôt nepotvrdila, iná situácia nastala pri posúdení hypotézy z pohľadu jednotlivých škôl, kde údaje vzájomne korelovali a hodnota korelačného koeficientu bola 0,77, čo môžeme považovať za hraničnú hodnotu korelácie na hladine významnosti pre ktorú platí $p \leq 0,05$. Preto z pohľadu škôl môžeme túto hypotézu potvrdiť.

Graf č. 75 **Závislosť medzi rodinným podnikom a záujmom o podnikateľské príbehy medzi študentmi stredných a vysokých škôl**



Zdroj: vlastné spracovanie

Závery prieskumu podľa jednotlivých stredných škôl

Pretože celý dotazník bol vyhodnocovaný podľa jednotlivých typov škôl, záverečné zhrnutie je rovnako z pohľadu jednotlivých škôl.

Gymnáziá

Napriek tomu, že gymnáziá sú považované za školy, kde sa žiaci pripravujú štúdium na vysoké školy, až 29% respondentov má pro-podnikateľské postoje, čo v skúmanej vzorke predstavuje najvyššie percento pro-podnikateľských postojov.

Žiaci gymnázií uvádzajú, že o podnikaní majú málo informácií (37% respondentov) a dokonca 4% žiakov uvádza, že o podnikaní nemajú žiadne informácie, čo je najvyššie percento respondentov spomedzi všetkých typov a stupňov škôl, ktoré sa dotazníkového prieskumu zúčastnili. Najviac informácií o podnikaní majú žiaci gymnázií z médií (65%), z rodiny (59%) a len 30% respondentov uviedlo, že informácie o podnikaní má zo školy, a to aj napriek tomu, že 35% žiakov uviedlo, že o podnikaní sa na škole učia nie v samostatnom predmete a až 27% žiakov uvádza, že o podnikaní sa neučia v žiadnom predmete. Preto nie je zarážajúce, že až 80% žiakov gymnázií by na škole privítalo viac informácií o podnikaní.

Po skončení školy má najviac žiakov gymnázií záujem o štúdium na vysokej škole (86%) a 20% žiakov si myslí, že nemá na podnikanie predpoklady. Ak by sa však žiaci gymnázií rozhodli podnikať, potom by dávali prednosť obchodu pred ostatnými službami a ubytovaním a stravovaním, chceli by podnikať najviac v zahraničí (46%) alebo v Bratislavskom kraji a v podnikaní by videli možnosť zarobiť si peniaze (53%) a možnosť realizácie (58%). Zároveň až 76% žiakov má záujem o podnikateľské príbehy.

Ak by sa žiaci na všetkých stredných školách zamestnali, potom by dali prednosť malým a stredným podnikom pred štátnou/verejnou službou.

Obchodné akadémie

To, že obchodné akadémie sú zamerané na informácie o podnikaní je zjavné z toho, že ani jeden respondent neuviedol, že by mal o podnikaní málo informácií. Zároveň až 75% žiakov uviedlo, že najviac informácií o podnikaní má zo školy a 54% z médií, čo sa potvrdilo aj tým, že 76% žiakov uviedlo, že o podnikaní sa učia v osobitnom predmete. Napriek tomu, až 66% žiakov uviedlo, že o podnikaní by na škole privítali viac informácií. Zároveň ale treba poznamenať, že 28% žiakov uviedlo, že informácie o podnikaní na škole by neprivítali, lebo súčasná úroveň informácií postačuje.

Ako absolventi obchodnej akadémie by dávali prednosť štúdiu na vysokej škole (59%) a 14% uviedlo, že ak sa im nepodarí študovať na vysokej škole, alebo zamestnať sa, budú rozmýšľať o podnikaní. Napriek tomu, že žiaci študujú na obchodných akadémiách, až 16% si myslí, že na podnikanie nemajú predpoklady, čo sa prejavilo aj v odpovedi, že skúsenosti s podnikaním majú len 3% opýtaných, čo je najmenej spomedzi všetkých zúčastnených. V prípade, že by sa rozhodli podnikať, dávali by prednosť obchodným službám pred obchodom a podnikali by predovšetkým v Bratislavskom kraji a zahraničí. Zároveň by žiaci obchodných akadémií na škole privítali podnikateľské príbehy.

Stredné odborné školy

Z hľadiska predmetu štúdia sa javia ako školy s najvyšším podnikateľským potenciálom stredné odborné školy. Z výsledkov dotazníkového prieskumu sme zistili že pro-podnikateľské sklony má na odborných školách 28% žiakov, čo je druhé najvyššie percento žiakov na gymnáziách. Napriek tomu, až 34% žiakov uvádza, že má o podnikaní málo informácií, pričom prevažuje odpoveď, že o podnikaní sa učia v osobitnom predmete a rovnako

je pre žiakov najčastejším zdrojom informácií škola a médiá. Napriek tomu, že 48% žiakov odborných škôl by na škole privítalo viac informácií o podnikaní, až 31% žiakov odpovedalo, že na škole by neprivítali viac informácií o podnikaní, lebo súčasná úroveň informovanosti postačuje.

Rovnako aj v tejto skupine respondentov platí, že po skončení školy by chceli pokračovať v štúdiu na vysokej škole (48%), ale zároveň 19% uviedlo, že po skončení školy by sa chceli zamestnať a niekedy v budúcnosti začať podnikať. Zároveň však 19% žiakov uvádza, že nemajú predpoklady na podnikanie.

V prípade, že by sa žiaci odborných škôl rozhodli, že po skončení školy budú podnikať, dali by prednosť podnikaniu v odbore ostatné služby (33%) a obchod (26%) a z regiónov by najviac preferovali zahraničie (28%). O podnikateľské príbehy má záujem 77% žiakov, zároveň však 15% uvádza, že o podnikateľské príbehy nemajú záujem, lebo niečo podobné na škole už existuje.

Ekonomické fakulty

Ekonomické fakulty vychovávajú svojich študentov k tomu, aby mohli pracovať v rôznych oblastiach, bez špecifického zamerania na podnikanie. Jedna štvrtina študentov ekonomických fakúlt, ktorí sa do dotazníkového prieskumu zapojili, prejavila pro-podnikateľské postoje. No až 67% študentov uviedlo, že o podnikaní má dostatok informácií, čo je po obchodných akadémiách druhé najvyššie percento odpovedajúcich. Informácie získali študenti predovšetkým zo školy a z médií. Napriek tomu až 82% študentov uviedlo, že o podnikaní by na škole prijalo viac informácií, čo sa prejavilo aj na tom, že 89% študentov uviedlo, že by na škole privítali podnikateľské príbehy.

Na rozdiel od stredných škôl, uviedli študenti vysokých škôl, že po skončení školy by chceli byť zamestnancom a niekedy v budúcnosti začať podnikať a na druhom najpočetnejšom mieste uviedli, že chcú byť zamestnancom, chcú sa zamestnať.

V podnikaní sú u študentov ekonomických fakúlt preferované obchodné služby a ubytovanie a stravovanie. Z regiónov študenti dávajú prednosť Košickému, Banskobystrickému a Žilinskému kraju pred ostatnými krajmi a zahraničím.

Ak by sa mali študenti ekonomických fakúlt po skončení školy zamestnať, potom by dávali prednosť malým a stredným podnikom pred veľkými podnikmi.

Technické fakulty

Najmenej študentov s pro-podnikateľskými postojmi študuje na technických fakultách. V krajoch SR ich bolo 21%. S výnimkou ekonomických fakúlt ostatné fakulty uvádzajú, že o podnikaní majú málo informácií. Inak tomu nie je ani u študentov technických fakúlt, kde 31% študentov uviedlo, že o podnikaní má málo informácií a informácie o podnikaní pochádzajú predovšetkým z médií a zo školy. Nemožno sa teda čudovať, že 79% študentov uvádza, že by na škole privítali určite viac informácií, no zároveň 21% študentov uvádza, že viac informácií by neprivítali, lebo súčasná úroveň informovanosti je postačujúca. V takmer rovnakom podiele sa vyskytujú aj odpovede o tom, či majú záujem o podnikateľské príbehy. Kým 78% študentov uvádza, že o ne majú záujem, 15% študentov uviedlo, že podnikateľské príbehy ich nezaujímajú. Tieto informácie sú zaujímavé aj v tom, že 7% študentov uviedlo, že má skúsenosti s podnikaním, čo bolo najvyššie percento odpovedí na uvedenú otázku a percentuálne sa výsledkom vyrovnali iba so žiakmi gymnázií.

V prípade, že by študenti po skončení školy mali záujem podnikať, potom by dávali prednosť priemyslu pred obchodom a dopravou a informáciami. V podstate ide o jedinú skupinu respondentov, ktorá preferovala iné odvetvia ako všetky ostatné školy. Z krajov by boli

na prvých troch miestach Prešovský, Banskobystrický a Trnavský kraj.

Pri zamestnaní by študenti dali prednosť práci v malom alebo strednom podniku pred veľkým podnikom.

Spoločensko-vedné fakulty

Najvyššie percento spomedzi vysokoškolských študentov s pro-podnikateľskými postojmi je medzi študentmi spoločensko-vedných fakúlt, a to 26%. Napriek tomu, až 31% študentov uviedlo, že o podnikaní má málo informácií. Za základný zdroj informácií o podnikaní študenti označili médiá a rodinu a 80% študentov uviedlo, že by na škole privítali viac informácií o podnikaní. Rovnako 79% študentov má záujem o podnikateľské príbehy.

Aj keď iba 4% respondentov uviedlo, že majú skúsenosti s podnikaním, ak by sa študenti spoločensko-vedných fakúlt rozhodli podnikať, potom by preferovali ubytovanie a stravovanie pred obchodom. Najväčší záujem o podnikanie by bol v Nitrianskom kraji.

Po skončení školy by študenti spoločensko-vedných fakúlt najradšej pracovali v štátnej alebo verejnej správe a na druhom mieste v malom alebo strednom podniku.

Dotazník pre študentov SŠ

Vážení respondenti,

Slovak Business Agency realizuje v rámci projektu Národný projekt Monitoring podnikateľského prostredia v súlade s uplatňovaním princípu „Think Small First" prieskum zameraný na analýzu postojov študentov stredných škôl k podnikaniu. Preto by sme Vás chceli poprosiť o vyplnenie nasledujúceho dotazníka.

1. V živote je pre mňa dôležité mať zaujímavú prácu

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

2. V živote je pre mňa dôležité mať istotu zamestnania

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

3. V živote je pre mňa dôležité mať stály príjem

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

4. V živote je pre mňa dôležité mať vysoký zárobok

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

5. V živote je pre mňa dôležité využívať vlastnú tvorivosť

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

6. V živote je pre mňa dôležité mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

7. V živote je pre mňa dôležité byť samostatný v práci

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

8. V živote je pre mňa dôležité mať zodpovednosť

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

9. V živote je pre mňa dôležité byť sám sebe šéfom

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

10. V živote je pre mňa dôležité mať moc

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

11. Ak sa mám charakterizovať, potom, pri napredovaní v práci ma motivuje (možno vyznačiť viacero odpovedí)

a) finančná odmena
b) rešpekt, úcta
c) kariérny rast
d) nadviazanie nových kontaktov

e) sebarealizácia, potreba niečo dokázať
f) potreba poznania – orientácia vo svete pomocou informácii
g) iné .....

12. Myslím si, že o podnikaní mám:

a) dostatok informácií
b) ani veľa, ani málo informácií
c) málo informácií
d) žiadne informácie

13. Informácie, ktoré o podnikaní mám sú prevažne (uveďte maximálne 2 odpovede):

a) z rodiny
b) zo školy
c) od kamarátov
d) z médií (internet, noviny, rádio, sociálne siete...)
e) iné zdroje, uveďte aké .....

14. V škole sa o podnikaní:

a) učím v osobitnom predmete (aplikovaná ekonómia, hospodársky týždeň, cvičná firma...)
b) učím v inom, nie samostatnom predmete (napr. v náuke o spoločnosti ...)
c) niektorí učitelia podnikanie niekedy spomenú
d) neučím v žiadnom predmete

15. Privítali by ste v škole viac informácií o podnikaní?

a) určite áno (o podnikaní nemáme v škole žiadne informácie)
b) áno (škola nás o podnikaní informuje/učí, ale len okrajovo)
c) nie (súčasná informovanosť postačuje)
d) určite nie (o podnikaní počúvam z každej strany)

16. Podnikateľa vnímam ako (uveďte maximálne 2 odpovede):

a) človeka, čo si v podnikaní plní svoje sny
b) človeka, čo využíva svojich zamestnancov na dosiahnutie svojich cieľov
c) človeka, ktorému ide predovšetkým o zisk
d) človeka, ktorý nemá voľný čas a/alebo zanedbáva rodinu
e) človeka, ktorý tvrdo pracuje aby sa presadil v silnej konkurencii
f) iné, uveďte .....

17. Po skončení štúdia chcem:

a) pokračovať v štúdiu na VŠ
b) sa zamestnať/byť zamestnancom
c) začať podnikať/pokračovať v podnikaní
d) byť zamestnancom a niekedy v budúcnosti začať podnikať
e) ak sa mi nepodarí študovať na VŠ, alebo sa zamestnať, budem rozmýšľať aj o podnikaní
f) nerozmýšľam o podnikaní
g) iné, uveďte .....

18. Dávam prednosť zamestnaniu pred podnikaním lebo (možnosť viacerých odpovedí):

a) v zamestnaní je menšie riziko (krachu, straty financií ...)
b) nemám podnikateľský nápad
c) nemám peniaze na začiatok podnikania
d) ako zamestnanec mám pravidelný pracovný čas
e) nemám predpoklady na podnikanie
f) iné dôvody, uveďte aké.....

19. Ak raz začnem podnikať (resp. podnikám)**, tak to bude preto, lebo** (možnosť viacerých odpovedí):

a) nemám rád/rada pevný pracovný čas
b) nerád/nerada sa podriaďujem
c) chcem si splniť svoj sen
d) mám podnikateľský nápad, ktorý chcem realizovať
e) nič iné ako podnikanie si neviem predstaviť
f) viem získať príspevok na podnikanie a to je pre mňa motívom na jeho začatie
g) iné, uveďte.....

20. Podnikanie je pre mňa (uveďte maximálne 2 odpovede):

a) sloboda v riadení vlastného života
b) možnosť realizácie
c) forma prestíže
d) možnosť zarobiť si peniaze
e) nereálne
f) iné, uveďte.....

21. Ak raz budem podnikať, chcel(a) by som podnikať (resp. podnikám) **v odvetví:**

a) pôdohospodárstvo
b) priemysel
c) stavebníctvo
b) obchod (veľkoobchod, maloobchod, oprava vozidiel...)
c) obchodné služby (finančné, poisťovacie, administratívne činnosti, činnosti v oblasti nehnuteľností)
d) doprava a informácie
e) ubytovanie a stravovanie
f) ostatné služby

22. Ak raz budem podnikať, chcel(a) by som podnikať (resp. podnikám) **v regióne:**

a) Banskobystrický kraj
b) Bratislavský kraj
c) Košický kraj
d) Nitriansky kraj
e) Prešovský kraj
f) Trenčiansky kraj
g) Trnavský kraj
h) Žilinský kraj
i) zahraničie

23. Ak sa zamestnám, najradšej by som pracoval(a) v:
a) štátnej/verejnej správe
b) malom alebo strednom podniku (do 250 zamestnancov)

c) veľkom podniku (viac ako 250 zamestnancov)

24. Máte záujem o stretnutie sa s podnikateľom a jeho podnikateľským príbehom?

a) áno, určite mi na škole niečo podobné chýba
a) áno, aj keď sa podobné aktivity na škole realizujú, bolo by to zaujímavé
c) nie, podobné aktivity sa na škole realizujú
d) nie, nezaujíma ma to

25. S podnikaním už mám vlastné skúsenosti:

a) áno, sám som podnikal/podnikám
b) áno, máme rodinný podnik
c) nie

Doplňujúce informácie:

Študujem na (uveďte prosím názov školy):

.....

Bývam v:
a) meste
b) na dedine

Kraj, v ktorom bývam:

.....

Kraj, v ktorom študujem:

.....

Uveďte prosím Vaše pohlavie:
a) žena
b) muž

Uveďte prosím Váš vek:

.....

Za Vašu ochotu Vám ďakujú regionálni koordinátori tímu NP Monitoring.

Dotazník pre študentov VŠ

Vážení respondenti,

Slovak Business Agency realizuje v rámci projektu Národný projekt Monitoring podnikateľského prostredia v súlade s uplatňovaním princípu „Think Small First" prieskum zameraný na analýzu postojov študentov vysokých škôl k podnikaniu. Preto by sme Vás chceli poprosiť o vyplnenie nasledujúceho dotazníka.

1. V živote je pre mňa dôležité mať zaujímavú prácu

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

2. V živote je pre mňa dôležité mať istotu zamestnania

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

3. V živote je pre mňa dôležité mať stály príjem

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

4. V živote je pre mňa dôležité mať vysoký zárobok

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

5. V živote je pre mňa dôležité využívať vlastnú tvorivosť

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

6. V živote je pre mňa dôležité mať voľný čas na oddych, rodinu a priateľov

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

7. V živote je pre mňa dôležité byť samostatný v práci

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

8. V živote je pre mňa dôležité mať zodpovednosť

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

9. V živote je pre mňa dôležité byť sám sebe šéfom

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

10. V živote je pre mňa dôležité mať moc

úplne súhlasím čiastočne súhlasím čiastočne nesúhlasím úplne nesúhlasím

11. Ak sa mám charakterizovať, potom, pri napredovaní v práci ma motivuje (možno vyznačiť viacerých odpovedí)

a) finančná odmena
b) rešpekt, úcta
c) kariérny rast
d) nadviazanie nových kontaktov

e) sebarealizácia, potreba niečo dokázať
f) potreba poznania – orientácia vo svete pomocou informácii
g) iné .....

12. Myslím si, že o podnikaní mám:

a) dostatok informácií
b) ani veľa, ani málo informácií
c) málo informácií
d) žiadne informácie

13. Informácie, ktoré o podnikaní mám sú prevažne (uveďte maximálne 2 odpovede):

a) z rodiny
b) zo školy
c) od kamarátov
d) z médií (internet, noviny, rádio, sociálne siete...)
e) iné zdroje, uveďte aké .....

14. Privítali by ste v škole viac informácií o podnikaní?

a) určite áno (o podnikaní nemáme v škole žiadne informácie)
b) áno (škola nás o podnikaní informuje/učí, ale len okrajovo)
c) nie (súčasná informovanosť postačuje)
d) určite nie (o podnikaní počúvam z každej strany)

15. Podnikateľa vnímam ako (uveďte maximálne 2 odpovede):

a) človeka, čo si v podnikaní plní svoje sny
b) človeka, čo využíva svojich zamestnancov na dosiahnutie svojich cieľov
c) človeka, ktorému ide predovšetkým o zisk
d) človeka, ktorý nemá voľný čas a/alebo zanedbáva rodinu
e) človeka, ktorý tvrdo pracuje aby sa presadil v silnej konkurencii
f) iné, uveďte .....

16. Po skončení štúdia chcem:

a) sa zamestnať/byť zamestnancom
b) začať podnikať/pokračovať v podnikaní
c) byť zamestnancom a niekedy v budúcnosti začať podnikať
d) ak sa mi nepodarí zamestnať, budem rozmýšľať aj o podnikaní
e) nerozmýšľam o podnikaní
f) iné, uveďte .....

17. Dávam prednosť zamestnaniu pred podnikaním lebo (možnosť viacerých odpovedí):

a) v zamestnaní je menšie riziko (krachu, straty financií ...)
b) nemám podnikateľský nápad
c) nemám peniaze na začiatok podnikania
d) ako zamestnanec mám pravidelný pracovný čas
e) nemám predpoklady na podnikanie
f) iné dôvody, uveďte aké.....

18. Ak raz začnem podnikať (resp. podnikám)**, tak to bude preto, lebo** (možnosť viacerých odpovedí):

a) nemám rád/rada pevný pracovný čas
b) nerád/nerada sa podriaďujem
c) chcem si splniť svoj sen
d) mám podnikateľský nápad, ktorý chcem realizovať
e) nič iné ako podnikanie si neviem predstaviť
f) viem získať príspevok na podnikanie a to je pre mňa motívom na jeho začatie
g) iné, uveďte.....

19. Podnikanie je pre mňa (uveďte maximálne 2 odpovede):

a) sloboda v riadení vlastného života
b) možnosť realizácie
c) forma prestíže
d) možnosť zarobiť si peniaze
e) nereálne
f) iné, uveďte.....

20. Ak raz budem podnikať, chcel(a) by som podnikať (resp. podnikám) **v odvetví:**

a) pôdohospodárstvo
b) priemysel
c) stavebníctvo
b) obchod (veľkoobchod, maloobchod, oprava vozidiel...)
c) obchodné služby (finančné, poisťovacie, administratívne činnosti, činnosti v oblasti nehnuteľností)
d) doprava a informácie
e) ubytovanie a stravovanie
f) ostatné služby

21. Ak raz budem podnikať , chcel(a) by som podnikať (resp. podnikám) **v regióne:**

a) Banskobystrický kraj
b) Bratislavský kraj
c) Košický kraj
d) Nitriansky kraj
e) Prešovský kraj
f) Trenčiansky kraj
g) Trnavský kraj
h) Žilinský kraj
i) zahraničie

22. Ak sa zamestnám, najradšej by som pracoval(a) v:
a) štátnej/verejnej správe
b) malom alebo strednom podniku (do 250 zamestnancov)
c) veľkom podniku (viac ako 250 zamestnancov)

23. Máte záujem o stretnutie sa s podnikateľom a jeho podnikateľským príbehom?

a) áno, určite mi na škole niečo podobné chýba
a) áno, aj keď sa podobné aktivity na škole realizujú, bolo by to zaujímavé
c) nie, podobné aktivity sa na škole realizujú
d) nie, nezaujíma ma to

24. S podnikaním už mám vlastné skúsenosti:

a) áno, sám som podnikal/podnikám
b) áno, máme rodinný podnik
c) nie

Doplňujúce informácie:

Študujem na (uveďte prosím názov školy a fakultu):

.....

Bývam v:
a) meste
b) na dedine

Kraj, v ktorom bývam:

.....

Kraj, v ktorom študujem:

.....

Uveďte prosím Vaše pohlavie:
a) žena
b) muž

Uveďte prosím Váš vek:

.....

Za Vašu ochotu Vám ďakujú regionálni koordinátori tímu NP Monitoring.