



Európska únia
Európsky fond regionálneho rozvoja



**OPERAČNÝ PROGRAM
VÝSKUM A INOVÁCIE**

Prieskum prekážok v podnikaní mladých na Slovensku

Správa z kvantitatívneho prieskumu

Bratislava
2019

Vydavateľ:
Slovak Business Agency

© SBA, Bratislava, 2019

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

Neprešlo jazykovou úpravou.

OBSAH

Zoznam tabuliek.....	4
Zoznam grafov.....	4
Úvod.....	6
1 Charakteristika skúmanej vzorky mladých podnikateľov	7
2 Metodika zberu a vyhodnocovania údajov	12
3 Hodnotenie faktorov vonkajšieho prostredia podniku	14
3.1 Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania	17
3.2 Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti	18
3.3 Stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov	19
3.4 Transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek	21
3.5 Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily	22
3.6 Flexibilita pracovného práva, povinnosti spojené so zamestnávaním.....	23
3.7 Cena práce kvalifikovanej pracovnej sily.....	25
3.8 Dostupnosť rizikového kapitálu (investori).....	26
3.9 Dostupnosť kvalifikovaných mentorov	27
3.10 Dostupnosť klasického financovania	28
3.11 Konkurenčné prostredie v podnikaní	30
3.12 Kúpna sila slovenských zákazníkov	31
3.13 Platobná disciplína zákazníkov	32
4 Hodnotenie faktorov vnútorného prostredia podniku.....	33
4.1 Fluktuácia zamestnancov.....	33
4.2 Investovanie do rozvoja zamestnancov	44
4.3 Investovanie mladých podnikateľov do vlastného rozvoja	55
5 Hodnotenie prístupu k marketingovým činnostiam	57
6 Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb.....	69
7 Motivácie, výzvy a návrhy na uľahčenie podnikania	82
7.1 Návrhy mladých podnikateľov na uľahčenie podnikania.....	83
Hlavné zistenia prieskumu	85
Dotazník	88

Zoznam tabuliek

Tab. č. 1: Respondenti podľa hlavného druhu ekonomickej činnosti.....	9
Tab. č. 2: Miera fluktuácie zamestnancov za obdobie posledných 12 mesiacov	34
Tab. č. 3: Podiel zamestnancov, ktorí za posledných 12 mesiacov opustili firmu dobrovoľne.....	35
Tab. č. 4: Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy.....	37
Tab. č. 5: Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme	41
Tab. č. 6: Finančné prostriedky investované za posledných 12 mesiacov do rozvoja svojich zamestnancov	45
Tab. č. 7: Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu	48
Tab. č. 8: Plánované investície do vzdelávania zamestnancov v porovnaní s obdobím predchádzajúcich 12 mesiacov.....	51
Tab. č. 9: Postoje mladých podnikateľov k vzdelávaniu sa v oblasti vedenia ľudí	53
Tab. č. 10: Finančné prostriedky investované za posledných 12 mesiacov do vlastného rozvoja	56
Tab. č. 11: Preferované oblasti doplnenia vzdelania a zručností mladých podnikateľov v nasledujúcich 12 mesiacoch	59
Tab. č. 12: Forma reklamy používaná v podnikaní	64
Tab. č. 13: Finančné prostriedky investované do marketingových aktivít ročne	68
Tab. č. 14: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby.....	70
Tab. č. 15: Kto zabezpečuje vedenie účtovníctva firmy.....	73
Tab. č. 16: Zabezpečenie právnych služieb	77
Tab. č. 17: Postoje mladých podnikateľov k využívaniu externých konzultantov v podnikaní	80

Zoznam grafov

Graf č. 1: Respondenti podľa právnej formy.....	7
Graf č. 2: Skúmané MSP podľa počtu zamestnancov	8
Graf č. 3: Štruktúra skúmanej vzorky podľa pohlavia a veku	9
Graf č. 4: Štruktúra skúmanej vzorky podľa dĺžky podnikania.....	10
Graf č. 5: Štruktúra skúmanej vzorky podľa tržieb z predchádzajúceho roka 2017 a priemernej obchodnej prírážky	10
Graf č. 6: Štruktúra skúmanej vzorky podľa teritoriálnej príslušnosti a typu zákazníkov	11
Graf č. 7: Hodnotenie vybraných zložiek podnikateľského prostredia	15
Graf č. 8: Index prekážok v podnikaní mladých na Slovensku v roku 2018.....	16
Graf č. 9: Index daňovo-odvodového zaťaženia podnikania.....	18
Graf č. 10: Index registračných, nahlasovacích a iných administratívnych povinností	19
Graf č. 11: Index stálosti legislatívy a frekvencie zmien zákonov	20
Graf č. 12: Index transparentnosti a prístupnosti k verejným tendrom.....	21
Graf č. 13: Index dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily.....	23
Graf č. 14: Index flexibility pracovného práva a povinností spojených so zamestnávaním.....	24
Graf č. 15: Index ceny práce kvalifikovanej pracovnej sily.....	25
Graf č. 16: Index dostupnosti rizikového kapitálu	26
Graf č. 17: Index dostupnosti kvalifikovaných mentorov	28
Graf č. 18: Index dostupnosti klasického financovania	29
Graf č. 19: Index konkurenčného prostredia	30
Graf č. 20: Index kúpnej sily slovenských zákazníkov	31
Graf č. 21: Index platobnej disciplíny zákazníkov	32
Graf č. 22: Miera fluktuácie zamestnancov	33
Graf č. 23: Podiel dobrovoľných odchodov	33
Graf č. 24: Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy	36
Graf č. 25: Opatrenia na udržanie zamestnancov vo firme	40
Graf č. 26: Výška finančných prostriedkov investovaných do rozvoja zamestnancov	44
Graf č. 27: Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu zvyšovania vedomostí a kvalifikácie zamestnancov	46
Graf č. 28: Plánované investície do vzdelávania zamestnancov v nasledujúcich 12 mesiacoch.....	50
Graf č. 29: Vzdelávanie sa mladých podnikateľov v oblasti riadenia ľudí	52
Graf č. 30: Výška finančných prostriedkov investovaných do vlastného rozvoja podnikateľov	55

Graf č. 31: Preferované oblasti doplnenia vzdelania a zručností mladých podnikateľov v nasledujúcich 12 mesiacoch	57
Graf č. 32: Forma reklamy používaná v podnikaní	62
Graf č. 33: Výška finančných prostriedkov investovaných do marketingových aktivít ročne	67
Graf č. 34: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby	69
Graf č. 35: Zabezpečenie účtovníctva firmy	72
Graf č. 37: Hodnotenie dôležitosti jednotlivých oblastí v súvislosti s účtovnými službami	75
Graf č. 37: Zabezpečenie právnych služieb	76
Graf č. 38: Postoje mladých podnikateľov k využívaniu externých konzultantov v podnikaní	79
Graf č. 39: Motivácia mladých podnikateľov v podnikaní	82
Graf č. 40: Najväčšia podnikateľská výzva v najbližšom roku	83
Graf č. 41: Návrhy na uľahčenie podnikania	84

Úvod

Mladí podnikatelia predstavujú dôležitý prvok malého a stredného podnikania na Slovensku. Vo všeobecnosti sú mladí ľudia často označovaní za nositeľov kreativity a inovatívnych prístupov, ktorým sa v podnikaní pripisuje čoraz väčšia dôležitosť. Skúsenosti, postoje, názory a inovácie súčasných mladých podnikateľov budú s veľkou pravdepodobnosťou ovplyvňovať a určovať vývoj podnikateľského prostredia na Slovensku počas nasledujúcich rokov a desaťročí. Preto je dôležité poznať názory mladých podnikateľov na aktuálny stav jednotlivých zložiek podnikateľského prostredia, ktoré môžu predstavovať príležitosti, ale aj ohrozenia pre ďalší rozvoj podnikania mladých na Slovensku.

Za účelom identifikácie hlavných prekážok v podnikaní mladých na Slovensku realizovala Slovak Business Agency v spolupráci so Združením mladých podnikateľov Slovenska (ZMPS) kvantitatívny prieskum, ktorého výsledky sú prezentované v tejto správe. Realizovaný prieskum sa zameriaval najmä na nasledujúce oblasti:

- zhodnotenie vonkajších faktorov, ktoré ovplyvňujú každodenné podnikanie mladých podnikateľov (celkovo 13 faktorov, ako napr.: dostupnosť financovania, dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily, daňovo-odvodové zaťaženie, stálosť legislatívy a podobne);
- posúdenie interných faktorov ovplyvňujúcich podnikanie mladých podnikateľov na Slovensku, ktoré zahŕňajú prístup k zamestnancom, podporu rozvoja svojich zamestnancov a vlastný rozvoj;
- zhodnotenie prístupu mladých podnikateľov k marketingovým aktivitám a využívaniu externých služieb;
- zmapovanie základných faktorov motivácie a očakávaných výziev mladých podnikateľov vo svojom podnikaní.

Prieskum bol realizovaný formou telefonických rozhovorov v mesiacoch august až október 2018 na celkovej vzorke 1000 mladých podnikateľov vo veku 18 až 39 rokov, ktorých firmy spĺňajú kritéria platné pre kategóriu malých a stredných podnikov. Zameranie prieskumu na najmladšie skupiny podnikateľov potvrdzuje aj dominantné zastúpenie podnikateľov vo veku do 29 rokov, ktorí tvorili 70 % z celkového počtu respondentov.

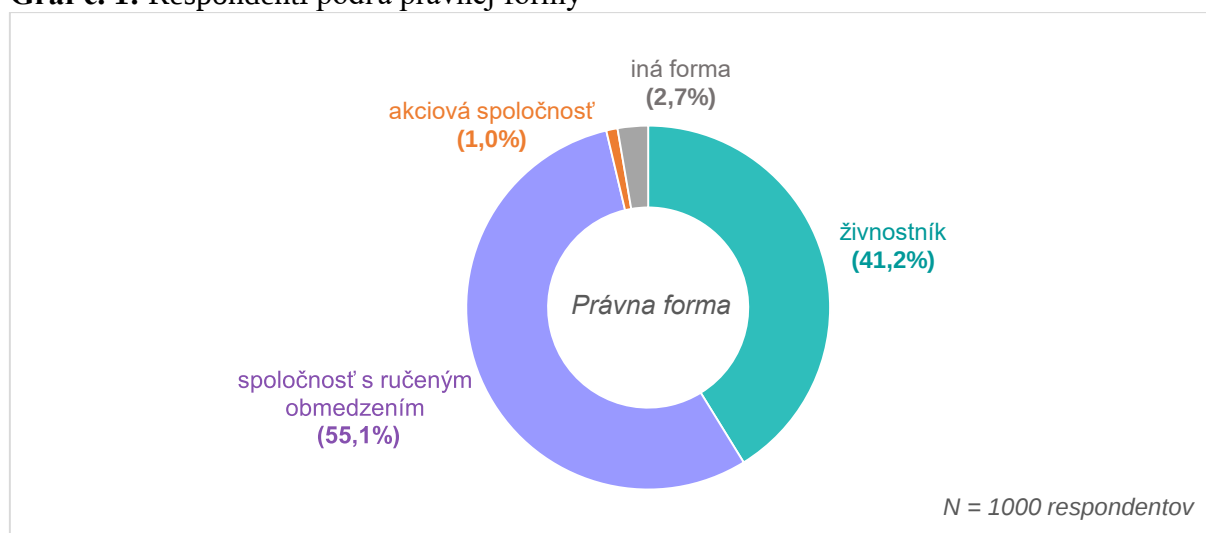
Zber údajov realizovala spoločnosť Crystal Call, a.s. Respondenti prieskumu boli predstavitelia podnikateľských subjektov s rozhodovacou právomocou, teda majitelia firiem, generálni riaditelia, výkonní riaditelia alebo kompetentní pracovníci poverení odpovedať na otázky zodpovednou osobou vo firme s rozhodovacou právomocou.

1 Charakteristika skúmanej vzorky mladých podnikateľov

Nasledujúca časť prezentuje základné charakteristiky skúmanej vzorky mladých podnikateľov v kategórii malých a stredných podnikov z viacerých pohľadov: právnej formy ich podnikania, veľkostnej kategórie podniku na základe počtu zamestnancov, hlavného druhu činnosti (podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností SK NACE), regionálnej príslušnosti, dĺžky podnikania, tržieb, priemernej obchodnej prírážky, pohlavia a veku respondenta.

Z výberovej vzorky 1000 mladých podnikateľov do 39 rokov tvorili fyzické osoby – podnikatelia 41,2 %. Prevažná časť oslovených podnikateľov (58,8 %) zastupovala právnu formu MSP – právnické osoby. Pri podrobnejšom pohľade na štruktúru právnych foriem oslovených mladých podnikateľov možno sledovať najvyššie zastúpenie spoločností s ručením obmedzeným – s.r.o. (55,1 %). Nasledujú živnostníci s podielom 41,2 % a akciové spoločnosti, ktoré predstavujú 1 % zo všetkých respondentov. Vzorku ďalej doplnili podnikateľské subjekty s inou právnou formou (2,7 %). Do skupiny „iná právna forma“ boli zaradené napr.: družstvá, komanditné spoločnosti, verejno-obchodné spoločnosti, alebo jednoduché spoločnosti na akcie. Vo všetkých prípadoch sa jedná o MSP – právnické osoby.

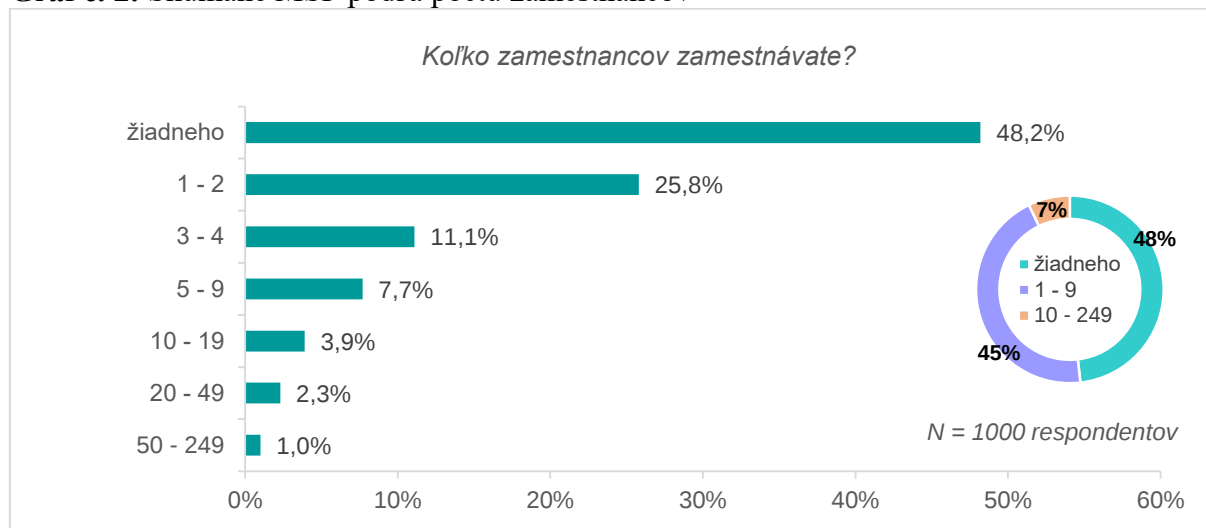
Graf č. 1: Respondenti podľa právnej formy



Zdroj: Slovak Business Agency

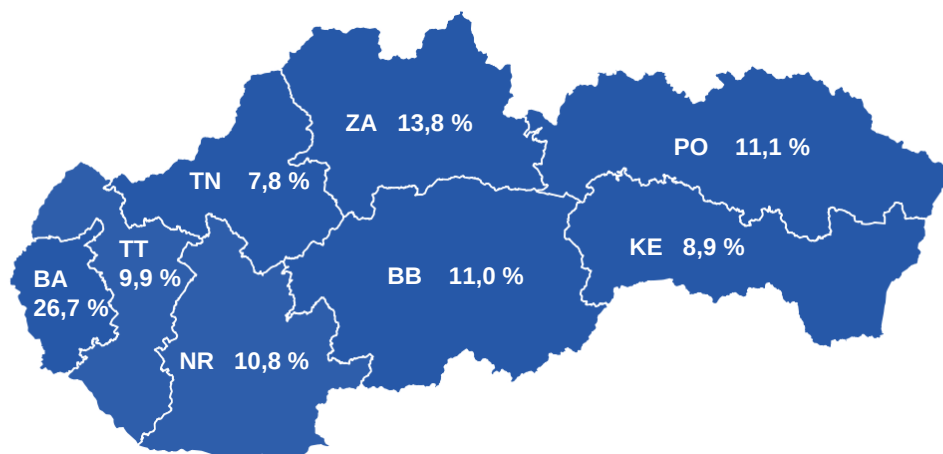
V prieskume mali dominantné zastúpenie mladí podnikatelia s nižším počtom zamestnancov. Takmer polovicu respondentov (48 %) predstavovali podnikateľské subjekty, ktoré nezamestnávali žiadneho zamestnanca. Ďalších 45 % skúmanej vzorky tvorili firmy s jedným až deviatimi zamestnancami. Najmenšiu skupinu mladých podnikateľov (7 %) predstavovali respondenti, ktorí zamestnávajú 10 až 249 zamestnancov.

Takmer štvrtina mladých podnikateľov v prieskume uviedla, že vo svojej firme zamestnáva aj iných rodinných príslušníkov. Najviac (16,3 %) zamestnáva jedného člena rodiny, 6,0 % mladých podnikateľov zamestnáva dvoch alebo troch rodinných príslušníkov a ďalších 1,9 % respondentov zamestnáva minimálne štyroch členov rodiny. Približne tri štvrtiny (75,8 %) oslovených podnikateľov nezamestnávali žiadneho rodinného príslušníka.

Graf č. 2: Skúmané MSP podľa počtu zamestnancov

Zdroj: Slovak Business Agency

Regionálna štruktúra respondentov zodpovedala regionálnej štruktúre mladých podnikateľov na Slovensku ku koncu roka 2017. V prieskume boli najpočetnejšie zastúpení mladí podnikatelia so sídlom firmy na území Bratislavského kraja, ktorí tvorili viac ako štvrtinu respondentov (26,7 %). Nižší podiel tvorili mladí podnikatelia zo sídlom v Žilinskom kraji (13,8 %). Zastúpenie respondentov zo sídlom na území ostatných krajov sa pohybovalo v intervale od 8 % do 11 %.

Obrázok č. 1: Respondenti podľa sídla firmy – regionálna úroveň NUTS 3

Zdroj: Slovak Business Agency; Mapový podklad © Úrad geodézie, kartografie a katastra SR.

Medzi oslovenými mladými podnikateľmi zo Slovenska mali v realizovanom prieskume najväčšie zastúpenie podnikateľské subjekty, ktoré vykonávali svoju hlavnú činnosť v odvetví obchodu (26,9 %). Vzorku ďalej doplnili MSP pôsobiace v sektore obchodných služieb (22,6 %), stavebníctva (13,4 %) dopravy a informácií (11,4 %) a priemyslu (9,0 %). Odvetvová štruktúra respondentov plne reflektuje odvetvovú štruktúru mladých podnikateľov z kategórie malých a stredných podnikov na Slovensku v roku 2017. Podrobnejšiu odvetvovú štruktúru prezentuje nasledujúca tabuľka.

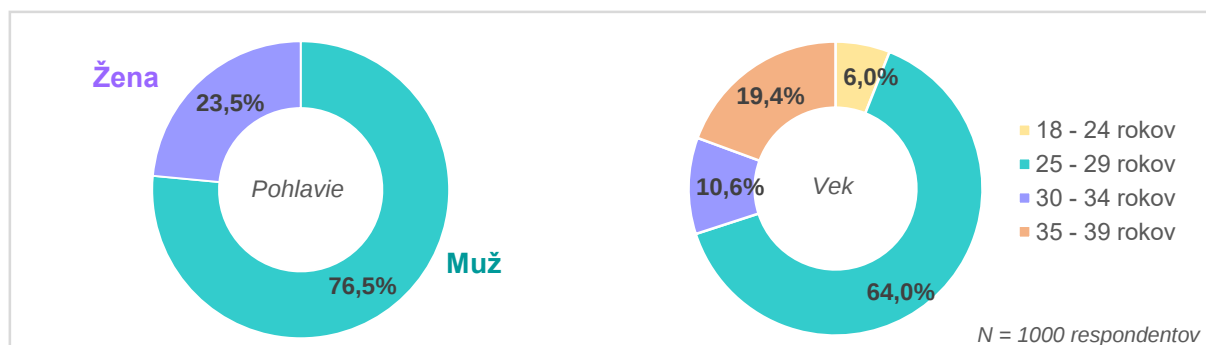
Tab. č. 1: Respondenti podľa hlavného druhu ekonomickej činnosti

Hlavný druh ekonomickej činnosti	v %
Pôdohospodárstvo (sekcia A)	3,8
Priemysel (sekcie B, C, D, E)	9,0
Stavebníctvo (sekcia F)	13,4
Obchod (sekcia G)	26,9
Doprava, informácie a komunikácie (sekcia H, J)	4,2
Ubytovanie a stravovanie (sekcia I)	11,4
Obchodné služby (sekcia K, L, M, N)	22,6
Ostatné služby (sekcia O, P, Q, R, S)	8,7
Spolu	100,0

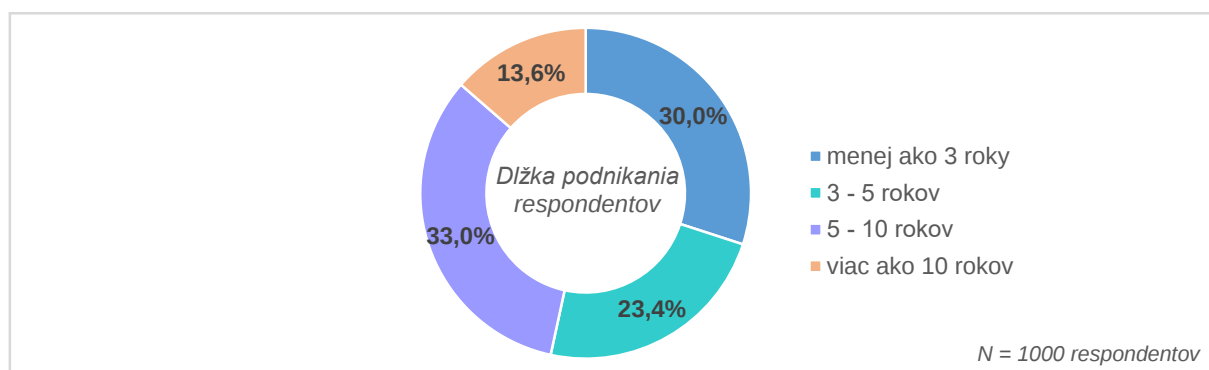
Zdroj: Slovak Business Agency

Viac ako tri štvrtiny z oslovených mladých podnikateľov tvorili muži (76,5 %). Mladé ženy – podnikateľky boli na prieskume zastúpené 23,5 %. Vyššie zastúpenie mužov v prieskume odzrkadľuje už viackrát potvrdenú vyššiu podnikateľskú aktivitu mužov v nižších vekových kategóriách. V prípade pohlavia zakladateľov je štruktúra podobná. Ženy ako zakladateľky, resp. spoluzakladateľky vystupovali v prípade 29,4 % oslovených podnikateľských subjektov.

Veková štruktúra skúmanej vzorky respondentov bola do značnej miery ovplyvnená stratifikačnými kritériami, ktoré sú bližšie špecifikované v kapitole 2. Stratifikačné kritérium určujúce zastúpenie mladých podnikateľov do 29 rokov na úrovni 70 % viedlo k vysokému podielu respondentov (64,0 %) vo vekovej kategórii 25 až 29 rokov. Z tohto dôvodu boli vyššie vekové kategórie na prieskume zastúpené v nižšej miere, pričom respondenti vo veku 30 až 34 rokov predstavovali 10,6 % z celkovej skúmanej vzorky a zástupcovia mladých podnikateľov vo veku 35 až 39 rokov tvorili 19,4 %. Najnižšie zastúpenie (6,0 %) zaznamenali mladí podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov.

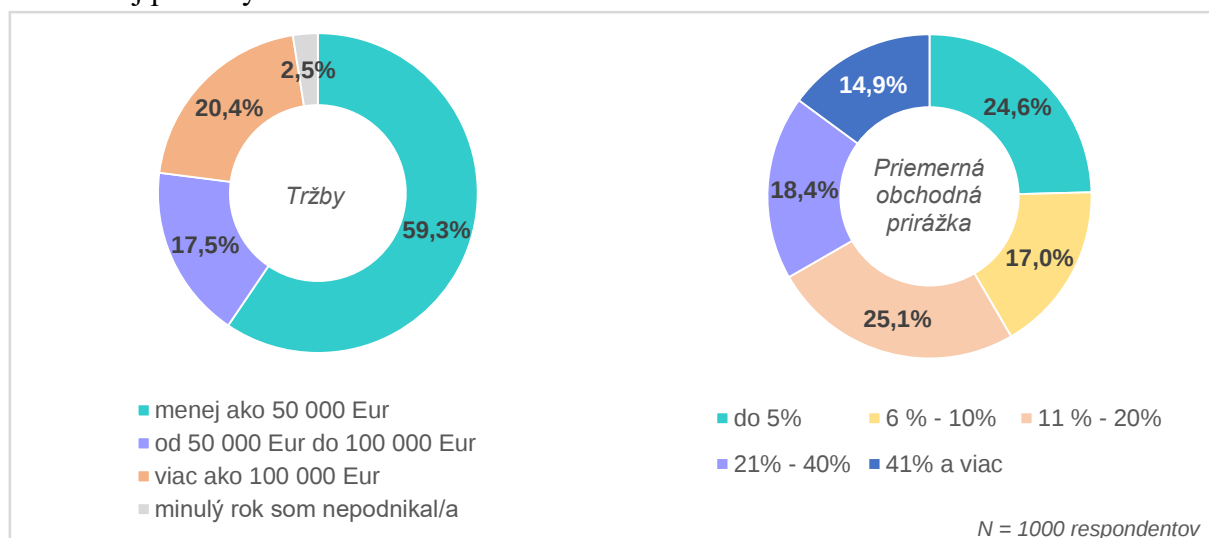
Graf č. 3: Štruktúra skúmanej vzorky podľa pohlavia a veku**Zdroj:** Slovak Business Agency

Necelú jednu tretinu skúmanej vzorky (30,0 %) tvorili mladí podnikatelia, ktorí vykonávajú svoju podnikateľskú činnosť menej ako 3 roky. Možno ich teda označiť za skupinu začínajúcich mladých podnikateľov. Ako možno sledovať aj na nižšie uvedenom grafe, mladí podnikatelia nie sú v podnikaní žiadnymi „nováčikmi“. Najpočetnejšou skupinou respondentov sú totiž mladí podnikatelia podnikajúci 5 až 10 rokov, na základe čoho ich možno zaradiť do skupiny etablovaných podnikateľov. Vzorku ďalej doplnili mladí podnikatelia, ktorí na trhu pôsobia 3 až 5 rokov (23,4 %), resp. viac ako 10 rokov (13,6 %).

Graf č. 4: Štruktúra skúmanej vzorky podľa dĺžky podnikania**Zdroj:** Slovak Business Agency

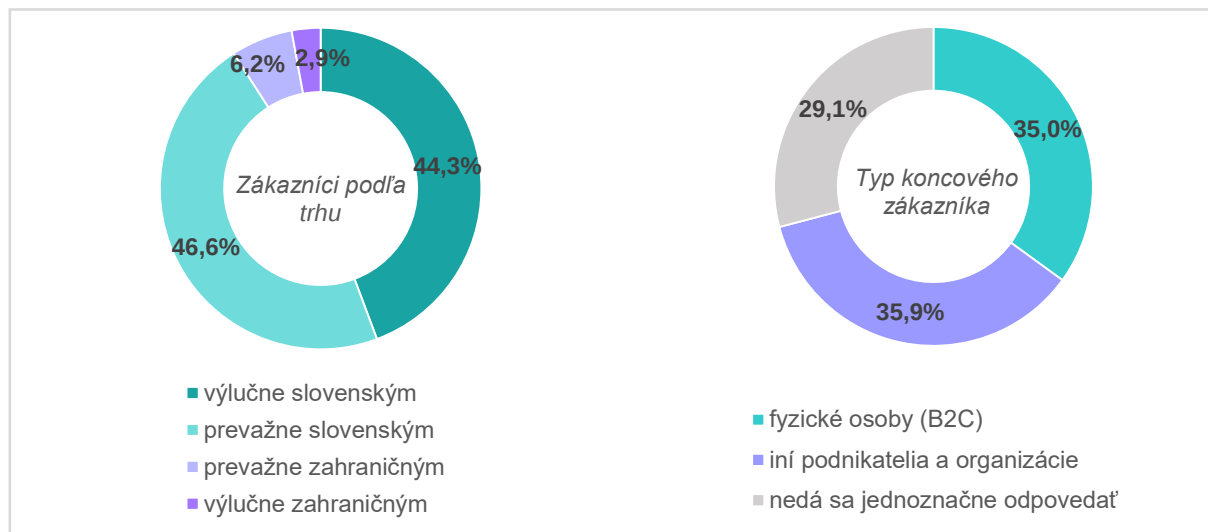
Z výsledkov prieskumu vyplýva, že až 59,3 % mladých podnikateľov dosiahlo v predchádzajúcom roku 2017 tržby nižšie ako 50 000 Eur. V intervale tržieb od 50 000 do 100 000 Eur sa nachádzalo 17,5 % oslovených podnikateľských subjektov a jedna pätina (20,4 %) podnikateľov dosiahla v predchádzajúcom roku tržby nad úrovňou 100 000 Eur. Medzi respondentmi sa nachádzala aj skupina mladých podnikateľov (2,5 % z celkovej vzorky), ktorí v roku 2017 nepodnikali.

Skúmaná vzorka podnikateľských subjektov zároveň vykazuje vysokú variabilitu priemernej obchodnej prirážky voči cene vstupov. Približne štvrtinový podiel (24,6 %) tvorili firmy operujúce s priemernou obchodnou prirážkou do 5 %. Podobné zastúpenie (25,1 %) mali v prieskume aj firmy s priemernou obchodnou prirážkou v intervale 11 % až 20 %. S nižšou obchodnou prirážkou v intervale 6 % až 10 % podniká 17,0 % respondentov. Medzi oslovenými mladými podnikateľmi sa nachádzala aj početnejšie zastúpená skupina firiem (18,8 %) s pomerne vysokou priemernou obchodnou prirážkou v rozmedzí 21 % až 40 % (18,8 %). S priemernou obchodnou prirážkou nad 40% podniká 14,9 % z oslovených mladých podnikateľov.

Graf č. 5: Štruktúra skúmanej vzorky podľa tržieb z predchádzajúceho roka 2017 a priemernej obchodnej prirážky**Zdroj:** Slovak Business Agency

Zákazníci oslovených podnikateľských subjektov sú výlučne (44,3 %) alebo prevažne (46,6 %) zo Slovenska. Prevažne zahraničným zákazníkom predáva svoje produkty alebo služby 6,2 % mladých podnikateľov a výhradne zahraničných odberateľov má len 2,9 % oslovených firiem. Zároveň sa viac ako tretina respondentov (35 %) vyjadrila, že ich zákazníkmi sú v prevažnej miere fyzické osoby. Iní podnikatelia a organizácie predstavujú koncových zákazníkov pre 35,9 % respondentov z radov mladých podnikateľov. V prípade 29,1 % podnikateľských subjektov nebolo možné určiť kto tvorí prevažujúcu časť ich zákazníkov.

Graf č. 6: Štruktúra skúmanej vzorky podľa teritoriálnej príslušnosti a typu zákazníkov



Zdroj: Slovak Business Agency

2 Metodika zberu a vyhodnocovania údajov

Zber informácií sa realizoval prostredníctvom telefonického prieskumu pomocou tzv. CATI metódy (Computer Assisted Telephone Interviewing), ktorá je označovaná za jednu z najspoľahlivejších a najrýchlejších metód zberu dát. Pri CATI dopytovaní sú otázky ako aj odpovede pripravené v elektronickej podobe, pričom odpovede získané od respondenta sa už počas rozhovoru kontinuálne spracúvajú. Táto časť prieskumu sa uskutočnila v období od 8. augusta do 2. októbra 2018. Za zber údajov zodpovedali pracovníci spoločnosti Crystal Call, a.s. na základe dotazníka, ktorý spracovalo Združenie mladých podnikateľov Slovenska v spolupráci so Slovak Business Agency. Dotazník pozostával celkovo z 35 otázok, z čoho bolo 33 uzavretých, resp. polouzavretých otázok a 2 otvorené.

Cieľová vzorka predstavovala 1 000 respondentov a bola vytvorená na princípe stratifikovaného náhodného výberu zo základného súboru mladých malých a stredných podnikateľov (s počtom zamestnancov od 0 do 249) so sídlom firmy na území Slovenskej republiky. Respondenti prieskumu boli predstavitelia podnikateľských subjektov s rozhodovacou právomocou, teda majitelia firiem, generálni riaditelia, výkonní riaditelia alebo kompetentní pracovníci poverení odpovedať na otázky zodpovednou osobou vo firme s rozhodovacou právomocou. V prípade výberovej vzorky respondentov bolo aplikovaných **päť stratifikačných kritérií**:

- Vekové ohraničenie respondentov v intervale od 18 do 39 rokov.
- Z celkového počtu respondentov tvoria zástupcovia vekovej kategórie do 29 rokov (resp. menej ako 30 rokov) 70 %.
- Z celkového počtu mladých podnikateľov tvoria 30 % podnikatelia, ktorí podnikajú menej ako 3 roky.
- Rozdelenie podnikateľských subjektov podľa ich sídla z hľadiska regionálneho členenia na úrovni NUTS 3 na: Bratislavský, Trnavský, Trenčiansky, Nitriansky, Žilinský, Banskobystrický, Prešovský a Košický kraj.
- Rozdelenie podnikateľských subjektov podľa hlavného druhu ekonomickej činnosti na základe klasifikácie SK NACE. Kategorizácia hlavných ekonomických činností bola stanovaná nasledovne: pôdohospodárstvo (sekcia A); priemysel (sekcia B, C, D, E); stavebníctvo (sekcia F); obchod (sekcia G); ubytovanie a stravovanie (sekcia I); doprava, informačné a komunikačné činnosti (sekcia H, J); obchodné služby (sekcia K, L, M, N) a ostatné služby (sekcia O, P, Q, R, S).

Pri konštrukcii indexu prekážok v podnikaní mladých bola uplatnená metodika, ktorú spracovalo Združenie mladých podnikateľov Slovenska. Metodika vychádza z predchádzajúceho zisťovania prekážok v podnikaní mladých z roku 2015¹. Aplikovaním rovnakej metodiky sa docielila porovnateľnosť výsledkov aktuálneho prieskumu s predchádzajúcim prieskumom z roku 2015. V časovej perióde troch rokov tak možno

¹ Index prekážok v podnikaní mladých 2015 – Zistenia z prieskumu o bariérach v podnikaní mladých ľudí na Slovensku. Dostupné na: <https://zmps.sk/aktuality/informacie/vysledky-indexu-prekazok-v-podnikani-mladych-2015>

identifikovať základné vývojové tendencie vo vnímaní prekážok mladých ľudí pri ich podnikaní na Slovensku.

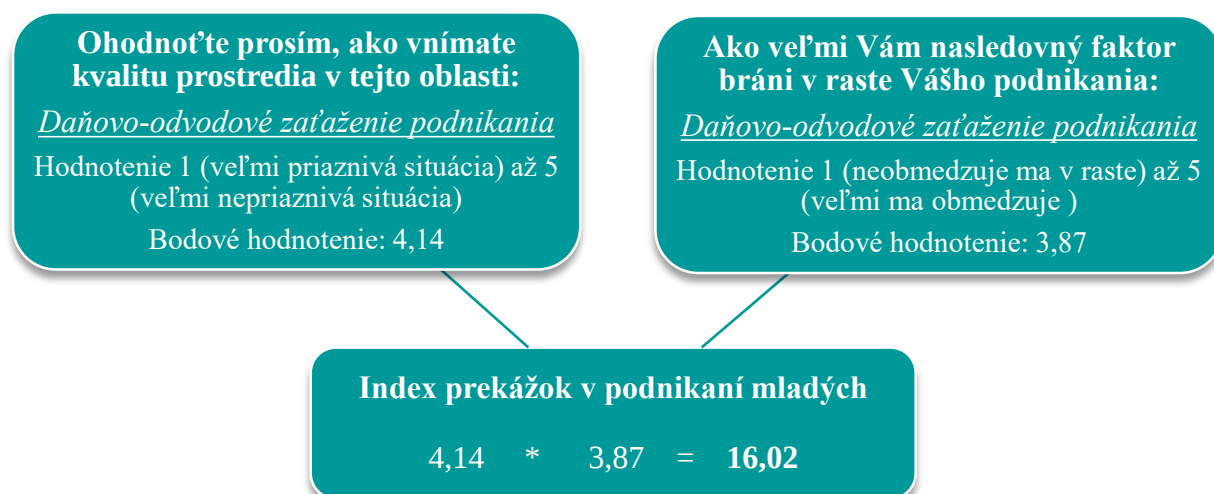
Index prekážok v podnikaní mladých tematicky pokrýva najdôležitejšie faktory vonkajšieho mikroprostredia a makroprostredia podniku, ktoré ovplyvňujú fungovanie a rozvoj každej firmy. Vo všeobecnosti ide o faktory, ktoré zásadným spôsobom vplyvajú na biznis plán každého podnikateľa. Index nezahŕňa makroekonomické veličiny, ako: inflácia, zmena menových kurzov a pod., napriek tomu, že sú považované za súčasť vonkajšieho makroprostredia. Index prekážok v podnikaní mladých sa tiež nezaobera hodnotením prekážok rozvoja vyplývajúcich z vnútorného prostredia firmy (neschopnosť riadiť, inovovať, plánovať a pod.). Prioritným cieľom indexu je identifikovať prekážky v podnikaní mladých, ktoré podstatným spôsobom vplyvajú na úspech, ochotu a chuť ďalej podnikat'. Samotný index pozostáva z **13 faktorov** vonkajšieho prostredia podniku, ktoré sú agregované do **štyroch tematických oblastí**:

1. dostupnosť kapitálu (štandardné financovanie a rizikový kapitál);
2. dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily a jej cena (zamestnanci, cena práce kvalifikovanej pracovnej sily, dostupnosť know-how napr. od mentora);
3. kvalita trhového prostredia (úroveň konkurencie, kúpna sila slovenských zákazníkov, platobná disciplína zákazníkov, prístup k verejným tendrom a zákazkám);
4. legislatívne prostredie a povinnosti podnikateľa voči štátu (daňovo-odvodové zaťaženie, flexibilita pracovného práva a zamestnávateľské povinnosti, registračné, nahlásacie a iné administratívne povinnosti podnikateľa, stálosť legislatívy a frekvencia zmien v zákonoch).

Konštrukcia indexu vychádza z logiky, že každá bariéra v podnikateľskom prostredí sa týka každého podnikateľa. Všeobecné **hodnotenie situácie** a **vplyv na rast firmy** sú dve zásadné veličiny, ktoré majú vplyv na hodnotenie kvality konkrétnej zložky podnikateľského prostredia. Hodnotenie sa realizovalo vo forme známkovania na stupnici 1 až 5. Výpočet indexu vychádzal z percentuálneho zastúpenia jednotlivých odpovedí (napr. hodnotu 5 označilo 20 % respondentov, hodnotu 4 označilo 30 %, atď.). Percentá boli následne prenasobené zodpovedajúcim počtom bodov. Prenásobené hodnoty za všetky odpovede boli v ďalšom kroku sčítané, pričom maximálna možná hodnota je 500. Z dôvodu prevedenia bodov na stupnicu od 1 do 5 bol súčet vydelený hodnotou 100. Rovnaký postup bol uplatnený v prípade hodnotenia situácie (kvality prostredia) i v prípade hodnotenia vplyvu na ďalší rast firmy. Príklad výpočtu indexu prekážok v podnikaní mladých je uvedený v nasledujúcej schéme.

Najväčšiu bariéru predstavujú tie oblasti prostredia, ktorých situáciu podnikatelia hodnotili ako nepriaznivú a zároveň sa ich priamo týka a obmedzuje ďalší rozvoj ich podnikania. Z vyššie uvedeného postupu vyplýva, že hodnotenie faktorov vonkajšieho prostredia sa teoreticky môže pohybovať v intervale od 1 do 25 bodov. Na základe bodového hodnotenia boli jednotlivé faktory následne začlenené do štyroch kategórií:



Obrázok č. 2: Výpočet indexu prekážok v podnikaní mladých

Zdroj: Index prekážok v podnikaní mladých 2015 (ZMPS)

Metodika indexu prekážok v podnikaní mladých na Slovensku ďalej umožňuje kvantifikovať agregovaný Index podnikateľských prekážok, ktorý predstavuje súčet hodnôt jednotlivých bariér, teda indexov. Individuálne hodnoty jednotlivých zložiek vonkajšieho prostredia ako aj celkový agregovaný ukazovateľ sú (v prípade dodržania metodiky prieskumu) porovnateľné v čase. Všetky údaje získané z prieskumu boli spracované a vyhodnotené pomocou programu IBM SPSS Statistics a Microsoft Excel.

3 Hodnotenie faktorov vonkajšieho prostredia podniku

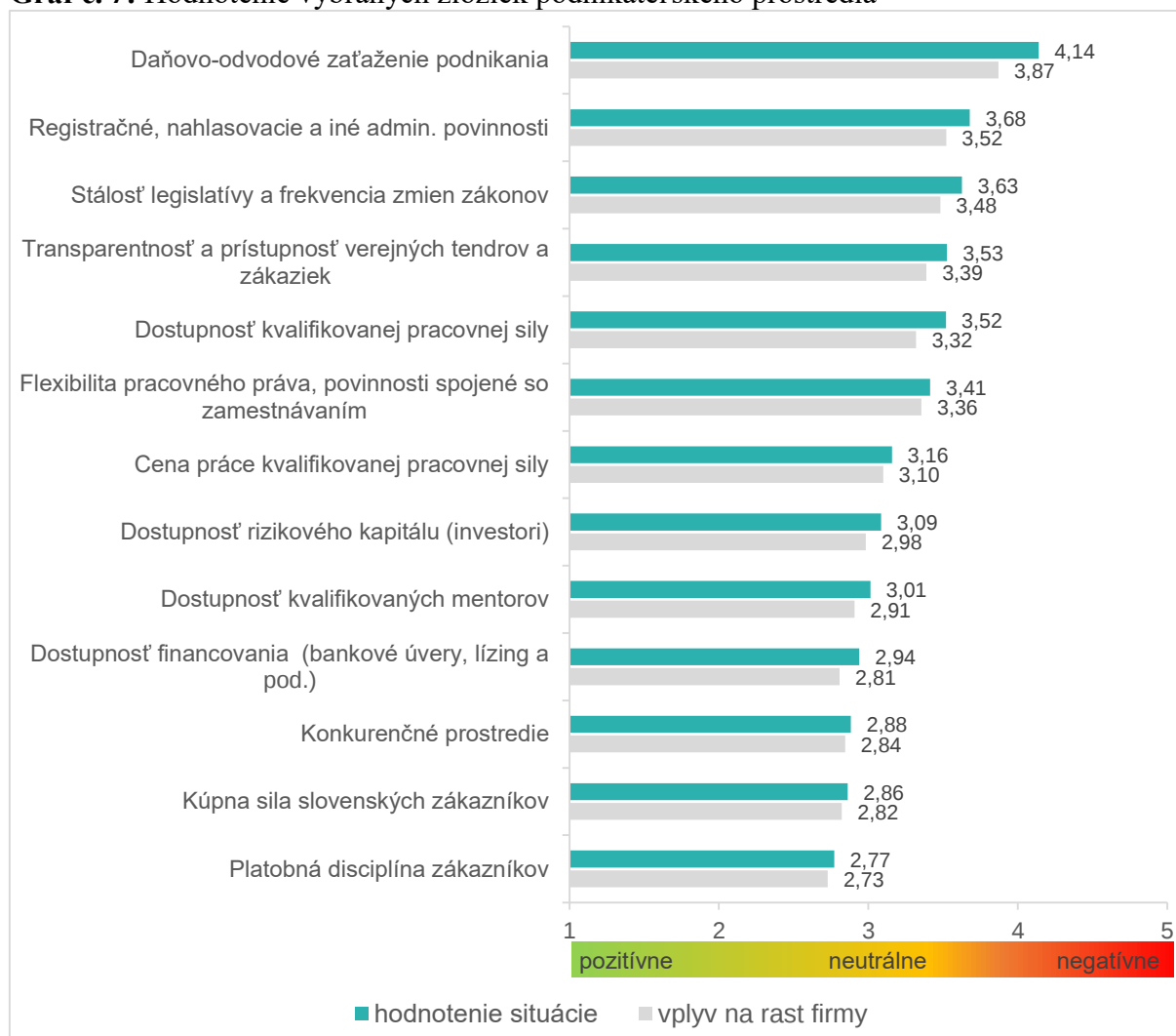
V súlade s vyššie uvedenou metodikou konštrukcie jednotlivých indexov je nižšie prezentovaný graf, ktorý reflektuje ako mladí podnikatelia hodnotia vybrané zložky podnikateľského prostredia. Graf vyhodnocuje odpovede respondentov z dvoch otázok – všeobecné hodnotenie kvality vybraných oblastí podnikateľského prostredia na Slovensku a hodnotenie vplyvu jednotlivých faktorov na rozvoj vlastného podnikania.

Na základe výsledkov prieskumu možno konštatovať, že mladí podnikatelia na Slovensku najnegatívnejšie hodnotia situáciu v oblasti daňovo-odvodového zaťaženia (4,14 bodu). Prevažne negatívne hodnotili respondenti aj ďalšie oblasti podnikateľského prostredia ako napr.: registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti (3,68 bodu), alebo stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov (3,63 bodu). Zástupcovia mladých podnikateľov udelili neutrálne hodnotenie oblastiam ako: platobná disciplína zákazníkov (2,77 bodu); kúpna sila zákazníkov na domácom trhu (2,86 bodu); alebo konkurenčné prostredie v podnikaní (2,88 bodu).

Hodnotenie vplyvu vonkajších faktorov na ďalší rozvoj podnikania vykazuje u mladých podnikateľov podobné charakteristiky ako tomu bolo v prípade všeobecného hodnotenia podnikateľského prostredia. Z výsledkov vyplýva, že mladých podnikateľov v raste najvýznamnejšie obmedzuje vysoké daňovo-odvodové zaťaženie (3,87 bodu), ďalej registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti (3,52 bodu) a faktor nestabilnej legislatívy s častou frekvenciou zmien v zákonoch (3,48 bodu). Ďalší rast podnikania mladých

podnikateľov najmenej obmedzovali faktory ako: platobná disciplína zákazníkov (2,73 bodu); dostupnosť financovania prostredníctvom bankových úverov, lízingu a podobne (2,81 bodu); a kúpna sila slovenských zákazníkov (2,82 bodu).

Graf č. 7: Hodnotenie vybraných zložiek podnikateľského prostredia



Zdroj: Slovak Business Agency

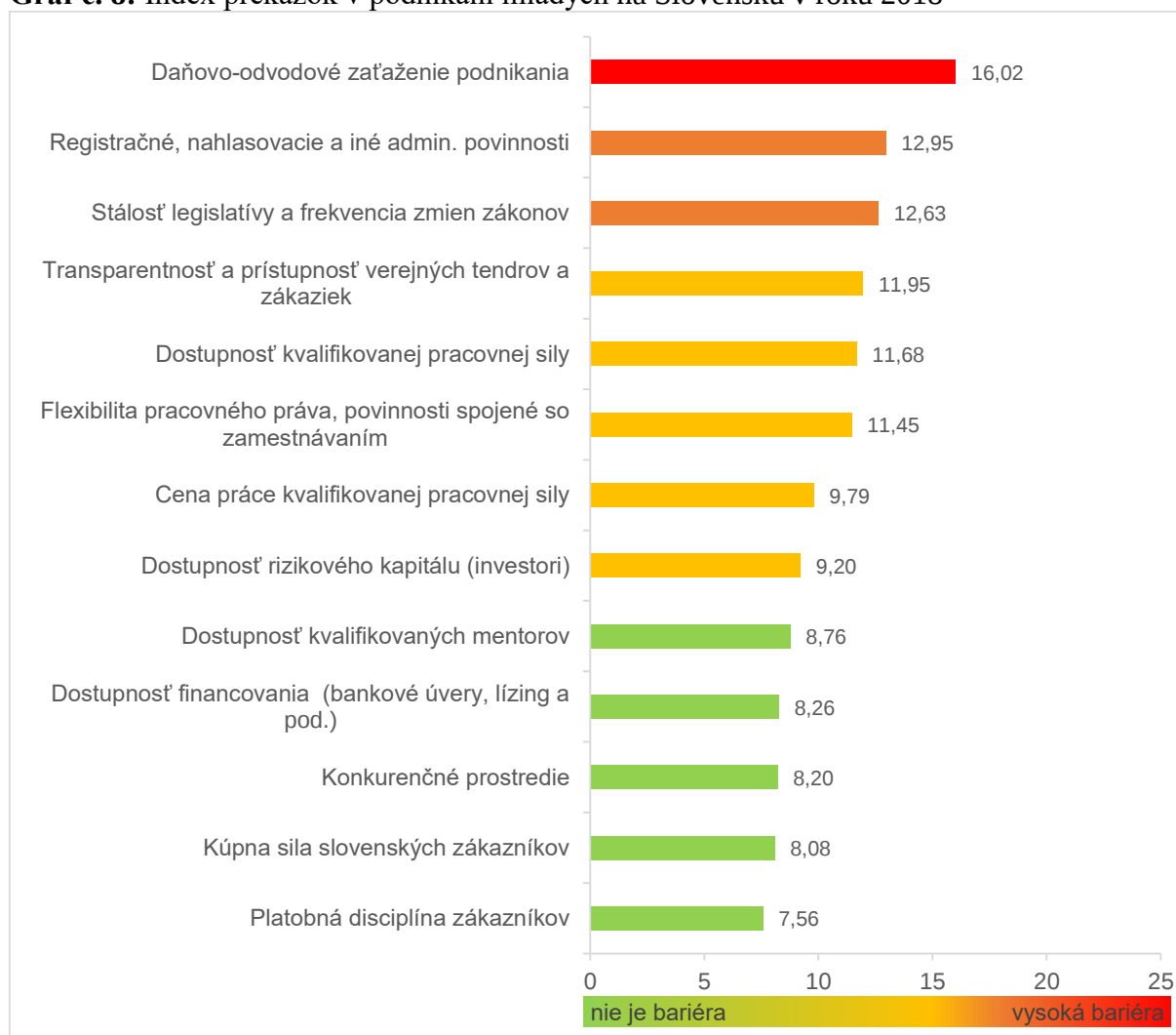
V porovnaní s výsledkami obdobného prieskumu, ktorý realizovalo Združenie mladých podnikateľov Slovenska v roku 2015 (charakteristický nižším počtom respondentov a použitím inej metódy zberu údajov) dochádza k miernemu zlepšeniu v hodnotení kvality vybraných oblastí podnikateľského prostredia a tiež v hodnotení obmedzení v raste firiem. V aktuálnom prieskume hodnotili mladí podnikatelia negatívnejšie hlavne dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily. Pozorovaná zmena v hodnotení jasne reflektuje súčasnú situáciu na slovenskom trhu práce, ktorá súvisí aj s nedostatkom kvalifikovaných zamestnancov.

Výsledky prieskumov z roku 2015 a 2018 zároveň naznačujú negatívnejšie vnímanie vplyvu niektorých faktorov na rast podnikania. Mladých podnikateľov v raste ich podnikania čoraz viac obmedzujú faktory ako: transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov; dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily a jej cena. Naopak, ako menej obmedzujúci faktor rozvoja podnikania sa javí rastúca kúpna sila slovenských zákazníkov a lepšia platobná disciplína zákazníkov.

Sumárne hodnotenie vybraných zložiek podnikateľského prostredia na Slovensku, vyjadrené indexom prekážok v podnikaní mladých, prezentuje nasledujúci graf č. 8. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že **najvýznamnejšiu prekážku v podnikaní mladých podnikateľov na Slovensku je neúmerne vysoké daňovo-odvodové zaťaženie podnikania**. V hodnotení respondentov získalo 16,02 bodu z 25 možných bodov. V súlade s použitou metodikou možno tento faktor (ako jediný) označiť za vysokú bariéru v podnikaní mladých podnikateľov. Do skupiny faktorov, ktoré predstavujú stredne veľkú bariéru respondenti zaradili **registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti** voči štátu (12,95 bodu) a **nestálosť legislatívy spojená s častými zmenami zákonov** súvisiacich s podnikateľských prostredím (12,63 bodu).

Za nízku bariéru v podnikateľskom prostredí na Slovensku mladí podnikatelia označili viacero faktorov: transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek (11,95 bodu); dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (11,68 bodu); flexibilita pracovného práva a povinnosti spojené so zamestnávaním (11,45 bodu); cena práce kvalifikovanej pracovnej sily (9,79 bodu) a dostupnosť rizikového kapitálu/investorov (9,20 bodu).

Graf č. 8: Index prekážok v podnikaní mladých na Slovensku v roku 2018



Zdroj: Slovak Business Agency

Prieskum zároveň ukázal, že **mladí podnikatelia nevnímajú ako bariéru v podnikaní:** dostupnosť kvalifikovaných mentorov (8,76 bodu); dostupnosť klasických foriem financovania (8,26 bodu); konkurenčné prostredie (8,20 bodu); kúpna sila slovenských zákazníkov (8,08 bodu) a platobná disciplína zákazníkov (7,56 bodu).

Agregovaný index predstavujúci súčet indexov všetkých trinástich hodnotených faktorov **dosiahol hodnotu 136,53 bodu** z 325 možných bodov. Obdobne spracovaný index z roku 2015 predstavoval hodnotu 154,17 bodu, čo **môže z pohľadu mladých podnikateľov naznačovať určité zlepšenie v podnikateľskom prostredí na Slovensku**. S prihliadnutím na nie úplne porovnateľnú vzorku respondentov prieskumu z roku 2015 možno identifikovať oblasti s najväčším, resp. najmenším progresom. Z odpovedí mladých podnikateľov vyplýva najvýraznejšie zhoršenie podnikateľského prostredia v oblasti dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily (zhoršenie o 1,64 bodu) a dostupnosti rizikového kapitálu (pokles o 0,94 bodu), čo potvrdzujú údaje publikované OECD o znižovaní podielu investícií rizikového kapitálu na HDP Slovenska.

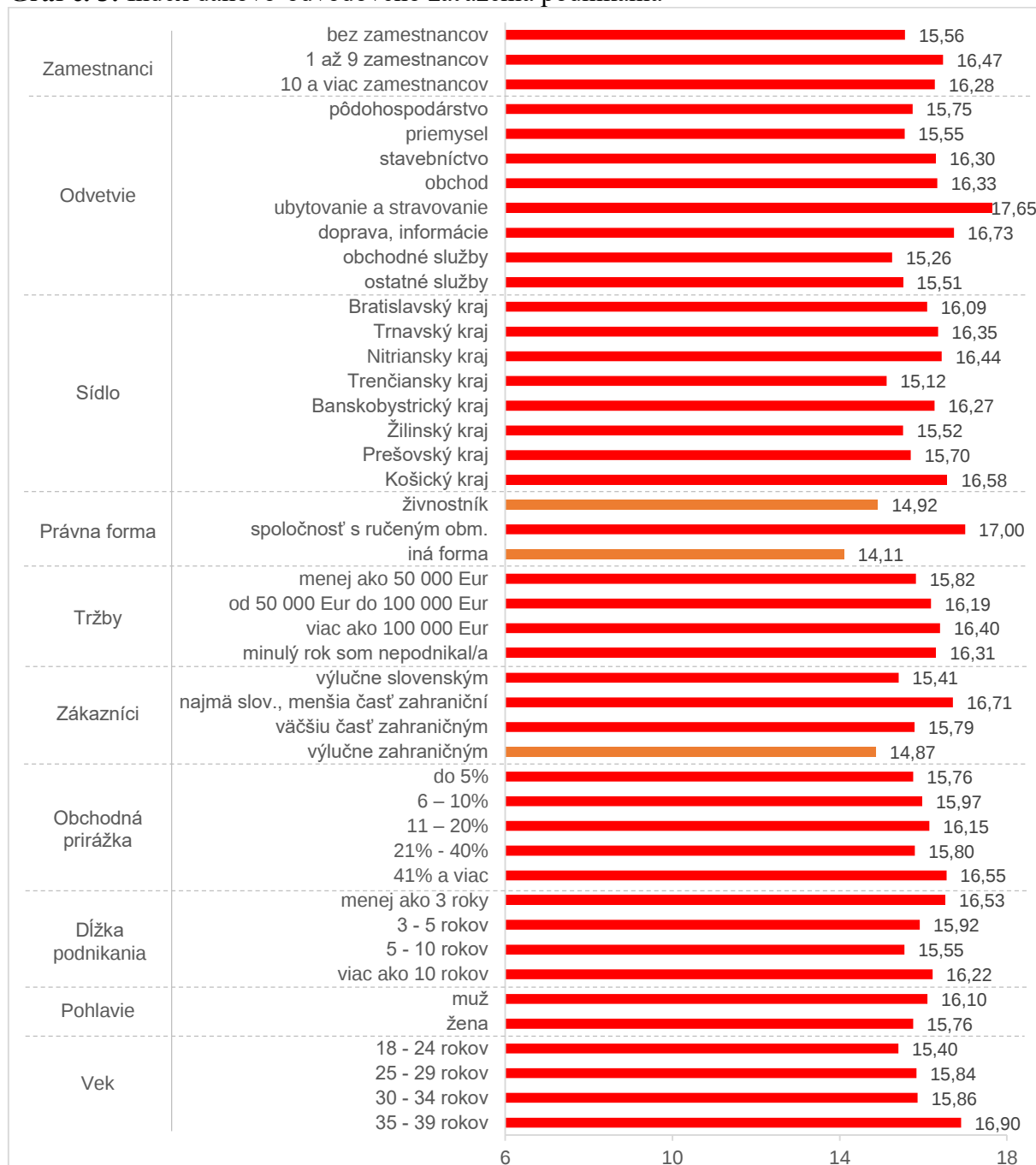
Naopak, náznaky určitého zlepšenia podnikateľského prostredia sa prejavili hlavne v oblasti kúpnej sily slovenských zákazníkov, ktorá sa aj pod vplyvom rastu miezd v poslednom období zvyšuje. Za menšiu prekážku považujú respondenti aj flexibilitu pracovného práva a povinnosti spojené so zamestnávaním zamestnancov. Pozitívnym javom je tiež mierne zlepšenie hodnotenia v oblastiach predstavujúcich vysokú alebo stredne veľkú bariéru podnikania mladých, ako napr.: registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti; stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov; a daňovo-odvodové zaťaženie podnikania.

Nasledujúce podkapitoly prezentujú detailnejší pohľad na hodnotené oblasti podnikateľského prostredia z perspektívy jednotlivých skupín respondentov. Skupiny respondentov boli zvolené na základe nasledujúcich triediacich kritérií: počet zamestnancov, odvetvie, sídla firmy (regionálna úroveň NUTS 3 - kraj), právna forma, tržby, teritoriálna štruktúra zákazníkov, priemerná obchodná prirážka, dĺžka podnikania, pohlavie a vek respondenta.

3.1 Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania

V rámci druhostupňovej analýzy hodnotení jednotlivých skupín respondentov bolo daňovo-odvodové zaťaženie podnikania označené takmer všetkými skupinami mladých podnikateľov za vysokú prekážku (16,02 bodu). Najnegatívnejšie vnímajú oblasť daňovo-odvodového zaťaženia mladí podnikatelia podnikajúci v odvetví ubytovanie a stravovanie (17,65 bodu) a reprezentanti spoločností s ručením obmedzeným (17,00 bodu). Z výsledkov prieskumu zároveň vyplýva rastúca miera kritických názorov v súlade s rastúcou vekovou kategóriou respondentov (respondenti do 24 rokov 15,40 bodu a respondenti vo veku 35 až 39 rokov 16,90 bodu).

Menej negatívne hodnotili túto oblasť podnikateľského prostredia najmä zástupcovia živnostníkov (14,92 bodu), mladí podnikatelia predávajúci svoje produkty, resp. služby výlučne zahraničným zákazníkom (14,87 bodu) a firmy so sídlom v Trenčianskom kraji (15,12 bodu).

Graf č. 9: Index daňovo-odvodového zaťaženia podnikania

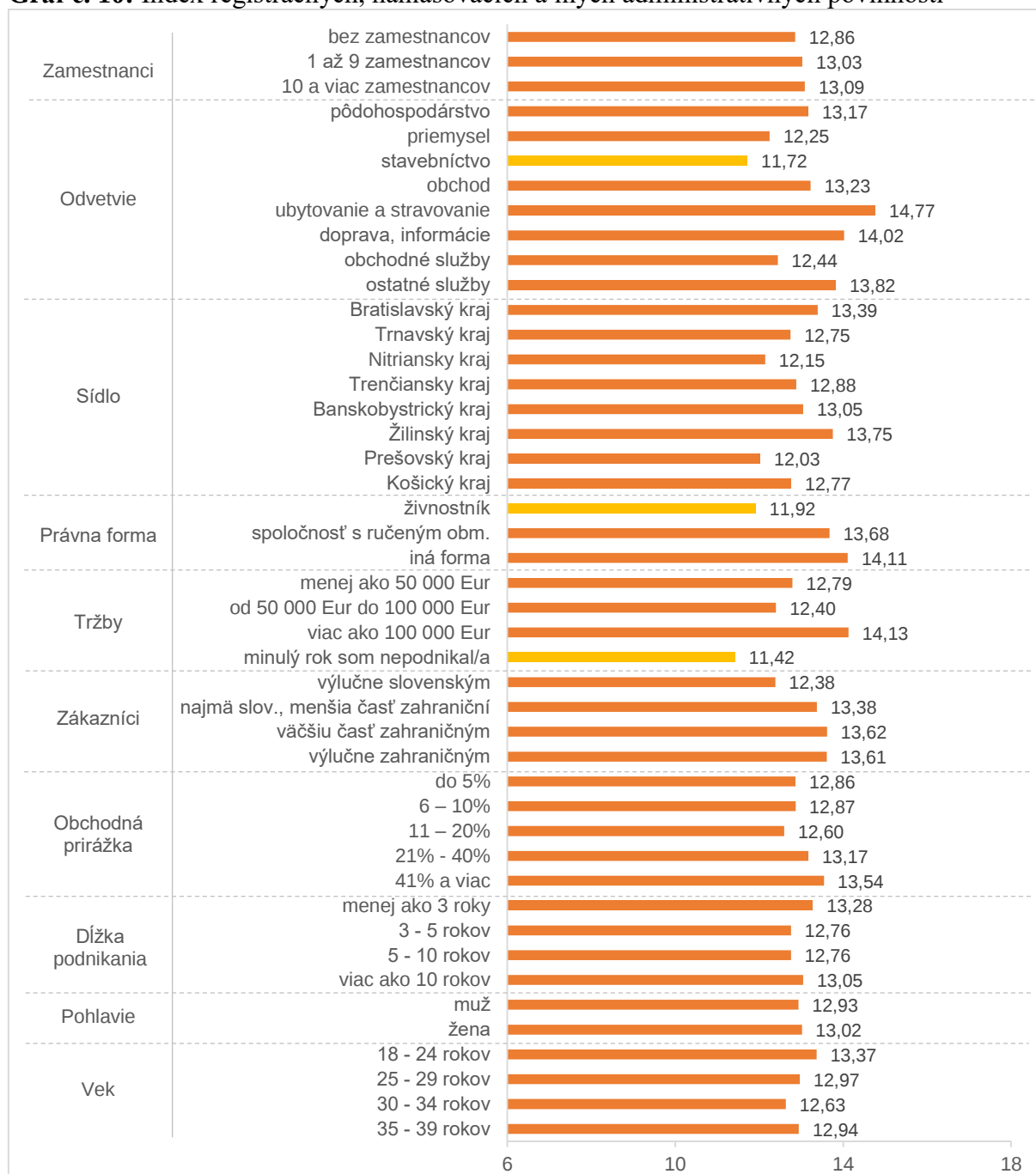
Zdroj: Slovak Business Agency

3.2 Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti

Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti podnikateľov voči štátu predstavujú v podnikaní mladých podnikateľov stredne veľkú bariéru (12,95 bodu). Túto oblasť podnikateľského prostredia vnímajú citlivejšie najmä firmy s vyšším počtom zamestnancov, subjekty pôsobiace v odvetviach ubytovanie a stravovanie (14,77 bodu), doprava a informácie (14,02 bodu), podnikatelia s tržbami viac ako 100 000 Eur (14,13 bodu). Negatívnejšie hodnotia tieto administratívne povinnosti aj mladí podnikatelia, ktorí predávajú aspoň časť svojich produktov a služieb zákazníkom do zahraničia. Pre živnostníkov (11,92 bodu), firmy

z odvetvia stavebníctva (11,72 bodu) a tiež pre skupinu respondentov, ktorí v kalendárnom roku 2017 nepodnikali (11,42), predstavuje oblasť administratívnych povinností len nízku bariéru.

Graf č. 10: Index registračných, nahlasovacích a iných administratívnych povinností



Zdroj: Slovak Business Agency

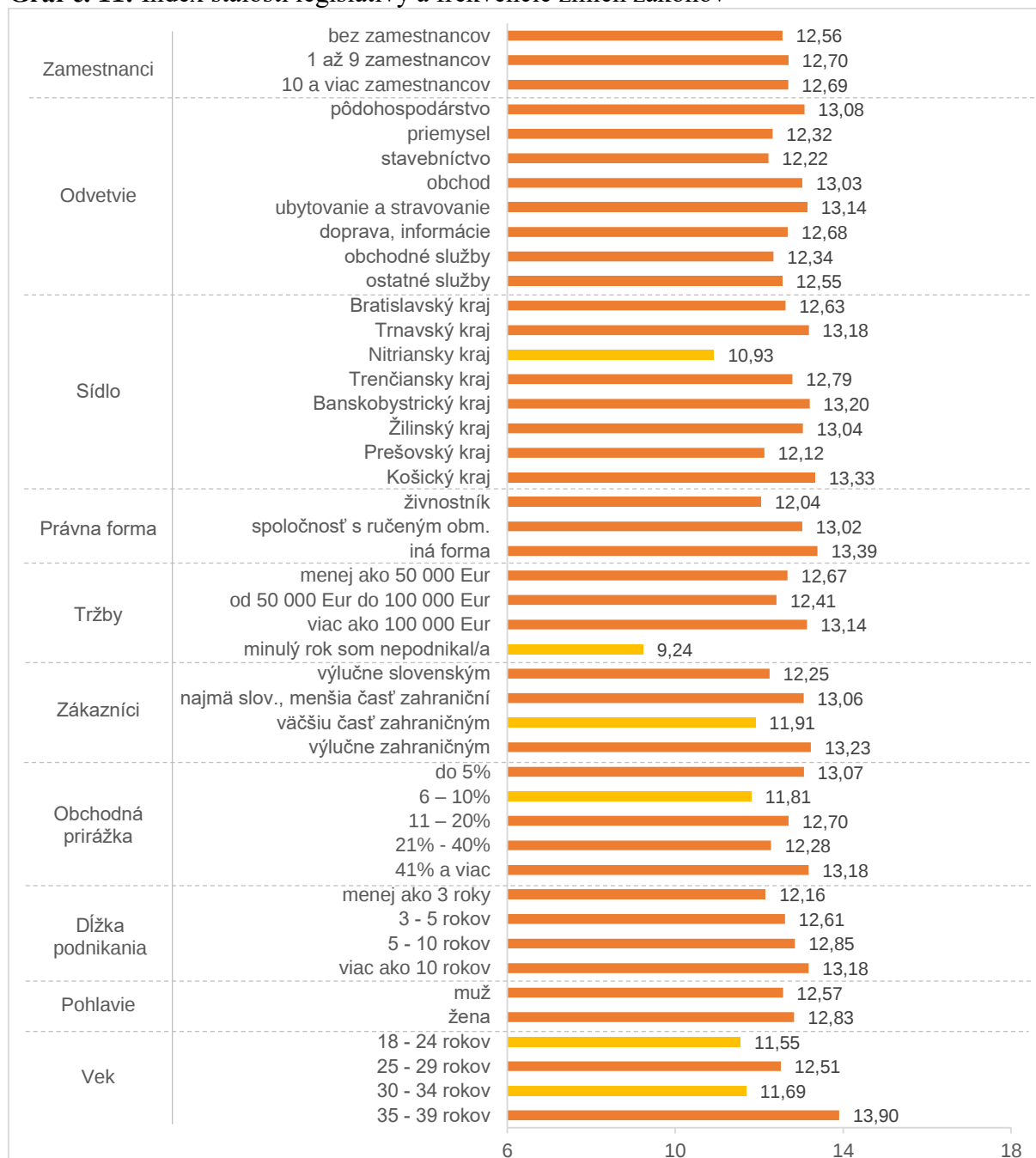
3.3 Stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov

Časté zmeny legislatívy podnikateľského prostredia sú na Slovensku dlhodobo kritizované, pričom mladí podnikatelia ich v prieskume vyhodnotili ako stredne veľkú bariéru v podnikaní (12,63 bodu). Nestálosť legislatívy vyplývajúca s nekonštruktívnym prístupom k podnikateľskému prostrediu pôsobí ako bariéra hlavne pre mladých podnikateľov rozvíjajúcich svoje podnikanie

v odvetví ubytovanie a stravovanie (13,14 bodu), resp. pôdohospodárstvo (13,08 bodu), ďalej u respondentov z Košického (13,33 bodu) a Banskobystrického kraja (13,20 bodu).

V prieskume túto oblasť hodnotili najkritickejšie zástupcovia mladých podnikateľov vo veku 35 až 39 rokov (13,90 bodu). Zaujímavý efekt možno pozorovať v prípade odpovedí respondentov štruktúrovaných podľa dĺžky podnikania. Kritické hodnotenie rastie úmerne s narastajúcou dĺžkou podnikania v intervale od 12,16 bodu po 13,18 bodu.

Graf č. 11: Index stálosti legislatívy a frekvencie zmien zákonov



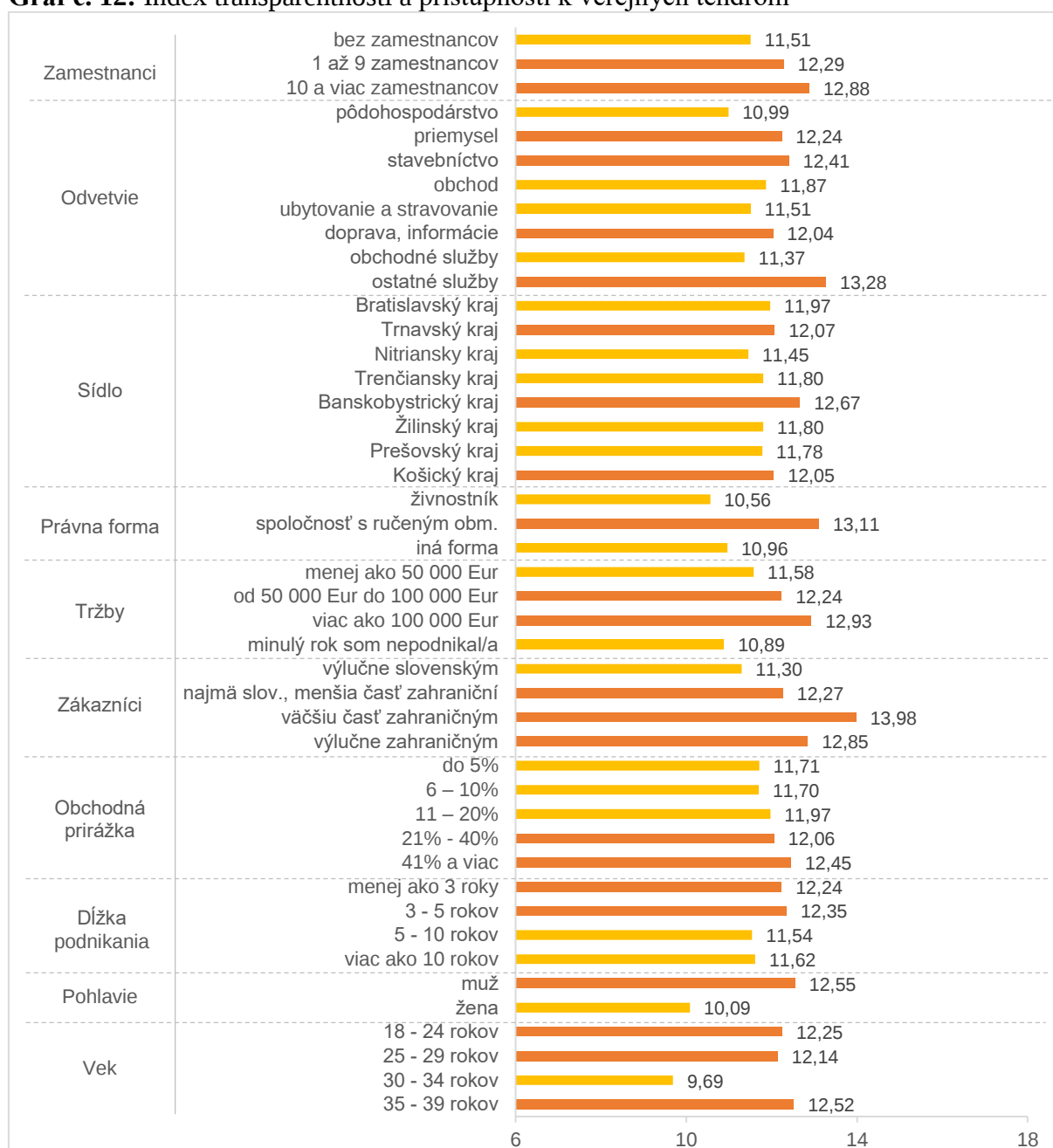
Zdroj: Slovak Business Agency

Oblasť častých legislatívnych úprav vnímajú o niečo pozitívnejšie respondenti, ktorí majú menšie skúsenosti s podnikaním. Ide o skupinu mladých podnikateľov, ktorí v roku 2017 nevykonávali podnikateľskú činnosť (9,24 bodu), respondentov vo veku do 24 rokov (11,55 bodu) a firmy s nižšou priemernou obchodnou prírážkou od 6 do 10 % (11,81 bodu). Pre podnikateľov spadajúcich do vyššie uvedených skupín je nestálosť legislatívy len nízkou prekážkou pri ich podnikaní.

3.4 Transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek

Štvrtou najhoršie hodnotenou oblasťou podnikateľského prostredia na Slovensku je podľa výsledkov prieskumu transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek (11,95 bodu). Mladí podnikatelia ju v zmysle použitej metodiky označili len za nízku bariéru. Medzi hodnoteniami jednotlivých skupín respondentov však bola zaznamenaná vyššia variabilita.

Graf č. 12: Index transparentnosti a prístupnosti k verejným tendrom



Zdroj: Slovak Business Agency

Situáciu v oblasti verejných zákaziek a tendrov vnímajú najcitlivejšie podnikatelia zamestnávajúci viac zamestnancov, pričom nespokojnosť stúpa spolu s vyšším počtom zamestnancov (najvyššia v prípade mladých podnikateľov zamestnávajúcich 10 a viac zamestnancov - 12,88 bodu). Verejné zákazky predstavujú stredne veľkú bariéru pre firmy vykonávajúce svoju hlavnú činnosť v odvetví priemyslu (12,29 bodu), stavebníctva (12,41 bodu) a ostatných služieb (13,28 bodu). Významnejšou bariérou sú tiež pre spoločnosti s ručením obmedzeným (13,11 bodu) a podniky s vyššími tržbami. Tu možno predpokladať vyššiu aktivitu firiem s väčším počtom zamestnancov a tržbami na verejných tendroch z čoho mohli vyplynúť určité negatívne skúsenosti. Tuto oblasť kritickejšie hodnotili aj zástupcovia podnikateľských subjektov s vyššou priemernou obchodnou prirážkou a mladí podnikatelia pôsobiaci na slovenskom trhu kratšiu dobu (menej ako 3 roky 12,24 bodu, resp. 3 až 5 rokov 12,35 bodu).

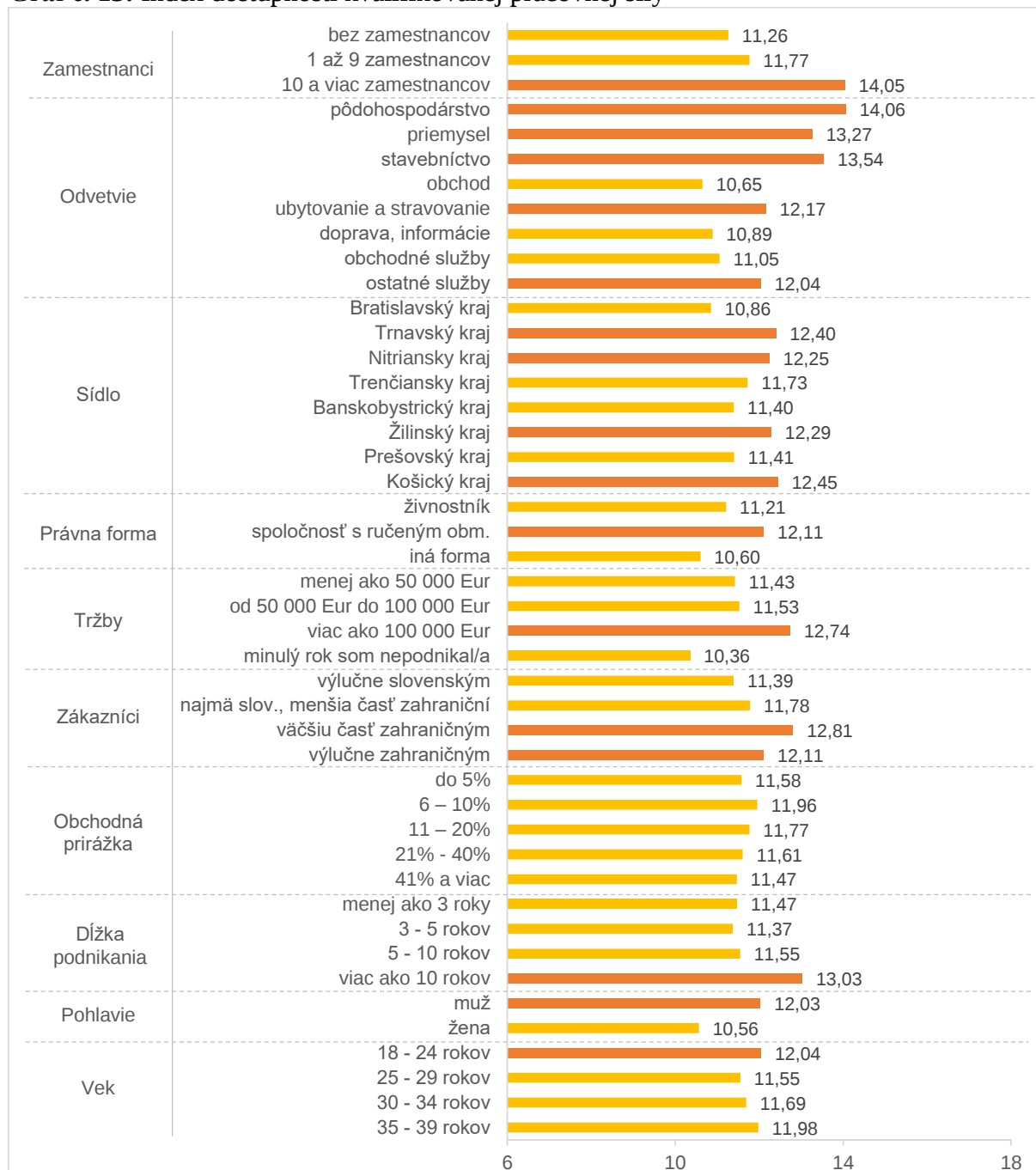
Menej kriticky sa na oblasť verejných zákaziek a tendrov pozerajú mladí podnikatelia, ktorí nezamestnávajú žiadnych zamestnancov (11,51 bodu), živnostníci (10,56 bodu), firmy s tržbami menej ako 50 000 Eur (11,58 bodu), nižšou priemernou obchodnou prirážkou a respondenti podnikajúci viac ako 5 rokov.

3.5 Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily

V oblasti dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily došlo v hodnotení mladých podnikateľov oproti roku 2015 k zhoršeniu situácie (11,68 bodu). Tento výsledok len potvrdzuje všeobecnú situáciu na trhu práce, ktorý sa aktuálne vyznačuje nedostatkom kvalifikovaných zamestnancov v niektorých odvetviach. V rámci jednotlivých skupín respondentov sa hodnotenia značne líšili.

V tomto prípade platí, čím väčšia firma s viac zamestnancami a vyššími tržbami, tým mladí podnikatelia hodnotili situáciu kritickejšie. Napríklad, dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily hodnotili ako stredne veľkú prekážku zástupcovia podnikov s 10 a viac zamestnancami (14,05 bodu), podniky s tržbami nad 100 000 Eur (12,74 bodu), spoločnosti s ručením obmedzeným (12,11 bodu) a firmy predávajúce aspoň časť produktov/služieb zákazníkom do zahraničia.

Kvalifikovaná pracovná sila je tiež stredne veľkou bariérou v podnikaní pre firmy pôsobiace vo výrobnom sektore, ktorý v súčasnosti produkuje množstvo nových pracovných miest. Jedná sa hlavne o pôdohospodárstvo, priemysel a stavebníctvo. Nedostatok kvalifikovaných pracovníkov však pociťujú aj firmy z ďalších odvetví ako ubytovanie a stravovanie alebo ostatné služby. Z regionálneho hľadiska majú zložitejšiu situáciu mladí podnikatelia so sídlom firmy na území Trnavského, Nitrianskeho, Žilinského a Košického kraja, kde sa index pohybuje v intervale od 12,25 po 12,45 bodu.

Graf č. 13: Index dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily

Zdroj: Slovak Business Agency

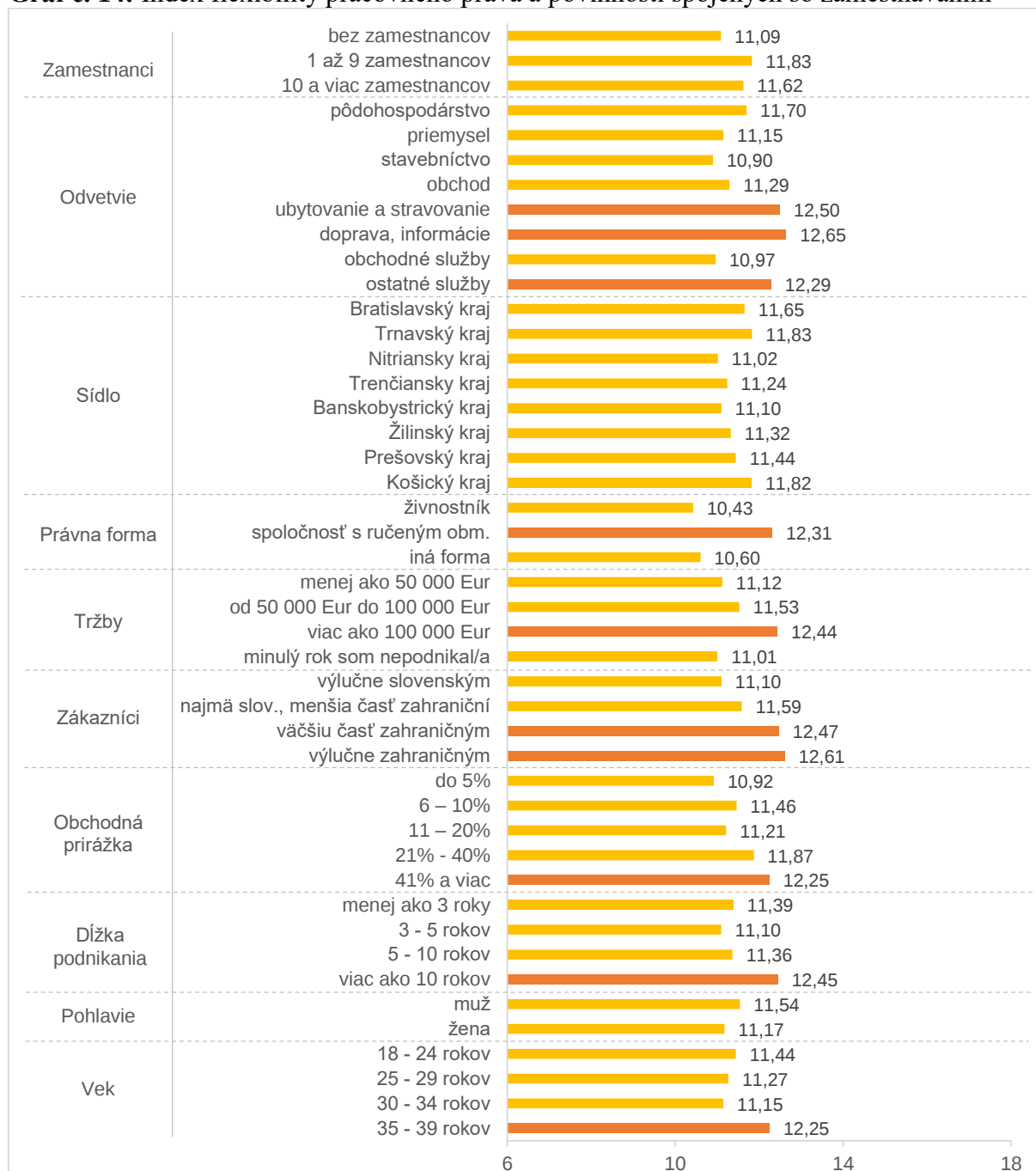
3.6 Flexibilita pracovného práva, povinnosti spojené so zamestnávaním

Flexibilita pracovného práva a povinnosti podnikateľa spojené so zamestnávaním zamestnancov predstavuje oblasť podnikateľského prostredia, ktorá sa v hodnotení mladých zaradila medzi nízke bariéry podnikania (11,45 bodu). Z výsledkov druhostupňového triedenia vyplýva, že určité skupiny respondentov označili túto oblasť za stredne veľkú bariéru. Týka sa to skupiny mladých podnikateľov, ktorí podnikajú v odvetví doprava a informácie (12,65 bodu), ubytovanie a stravovanie (12,50 bodu) alebo ostatné služby (12,29 bodu), spoločností s ručením obmedzeným (12,31 bodu), ďalej firiem obsluhujúcich prevažne alebo výhradne

zákazníkov v zahraničí, skúsenejších podnikateľov pôsobiach na trhu viac ako 10 rokov a respondentov vo veku 35 až 39 rokov.

Na opačnej strane sa nachádzajú živnostníci (10,43 bodu) a tiež respondenti, ktorí doposiaľ nemajú väčšie skúsenosti so zamestnávaním (mladí podnikatelia bez zamestnancov 11,09 bodu a respondenti, ktorí v minulom roku nepodnikali 11,01 bodu).

Graf č. 14: Index flexibility pracovného práva a povinností spojených so zamestnávaním

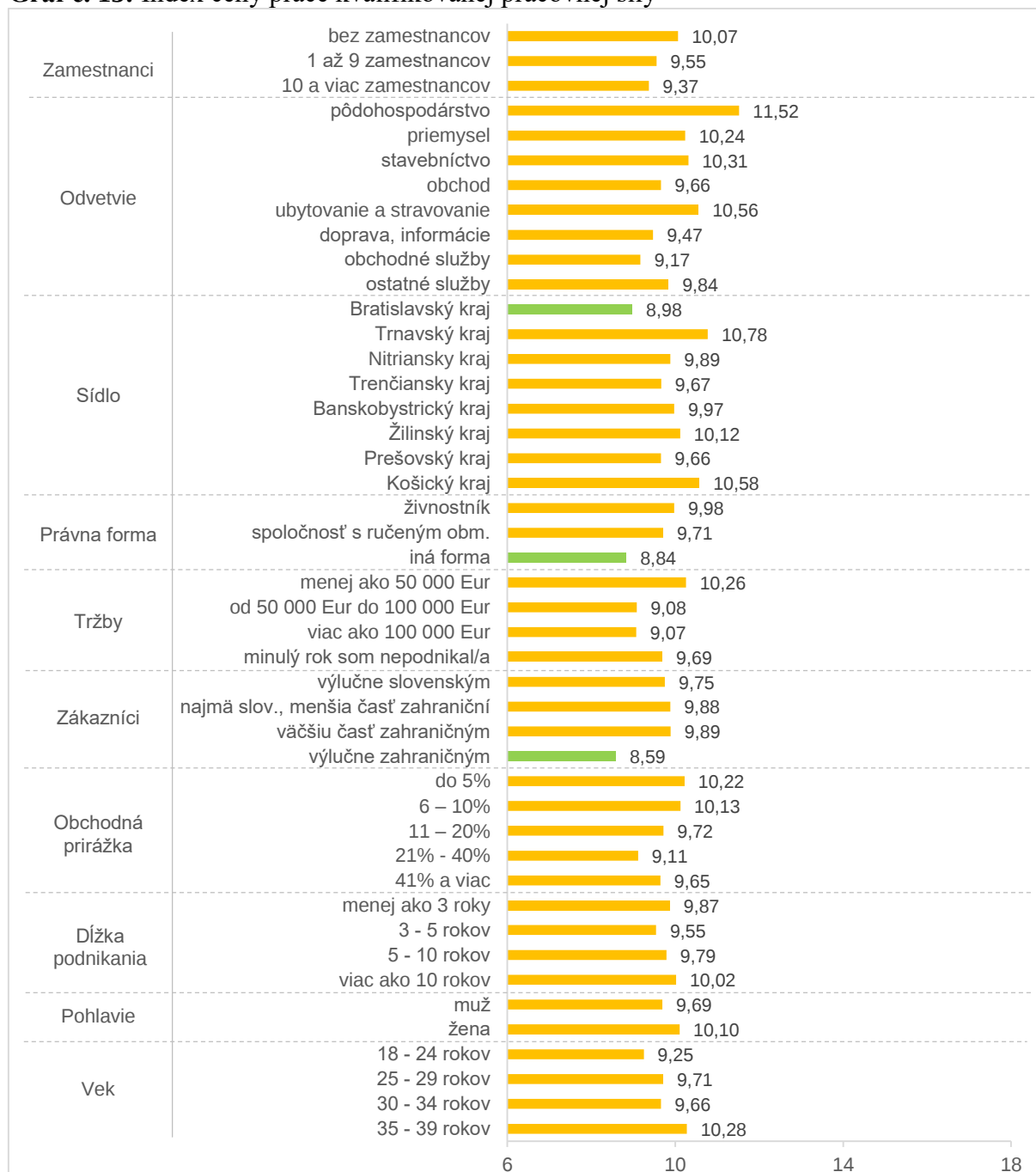


Zdroj: Slovak Business Agency

3.7 Cena práce kvalifikovanej pracovnej sily

Napriek viacerým náznakom o aktuálnom nedostatku kvalifikovanej pracovnej sily na slovenskom trhu a raste miezd, mladí podnikatelia hodnotili cenu práce kvalifikovaných zamestnancov len ako nízku prekážku v podnikaní (9,79 bodu). Zaujímavé je aj rovnaké hodnotenie tejto oblasti v porovnaní s prieskumom z roku 2015. Z detailnejšieho pohľadu na hodnotenie jednotlivých skupín respondentov vyplýva, že najkritickejšie vnímajú cenu práce zástupcovia firiem z odvetvia pôdohospodárstva (11,52 bodu), subjekty so sídlom v Trnavskom kraji (10,78 bodu), starší podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (10,28 bodu).

Graf č. 15: Index ceny práce kvalifikovanej pracovnej sily



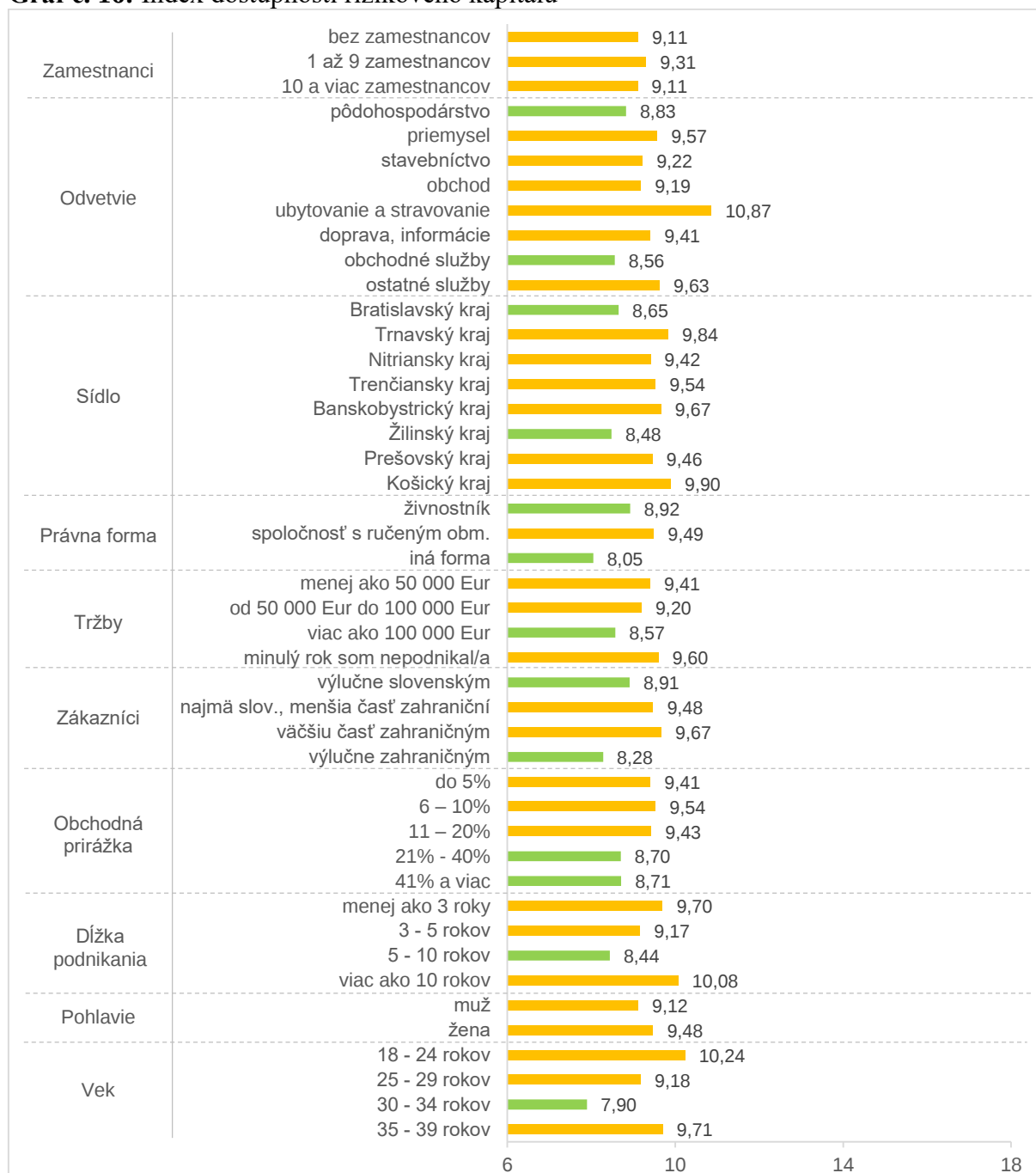
Zdroj: Slovak Business Agency

V hodnotení taktiež badať tendenciu, že cena práce je kritickejšie vnímaná skúsenejšími podnikateľmi podnikajúcimi viac ako 10 rokov (10,02 bodu). Na cenu práce zároveň citlivejšie reagujú firmy s nižšou priemernou obchodnou prírážkou a nižšími tržbami – najmä skupina respondentov s tržbami pod úrovňou 50 000 Eur. V cene práce nevidia prekážku mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (napriek najvyšším priemerným mzdám zo všetkých krajov SR) a mladí podnikatelia predávajúci svoje produkty a služby výlučne zahraničným klientom.

3.8 Dostupnosť rizikového kapitálu (investori)

Dostupnosť rizikového kapitálu s hodnotením 9,20 bodu uzatvára skupinu hodnotených oblastí podnikateľského prostredia spadajúcich do kategórie nízkych prekážok podnikania.

Graf č. 16: Index dostupnosti rizikového kapitálu



Zdroj: Slovak Business Agency

Kritickejší postoj k dostupnosti, resp. nedostupnosti rizikového kapitálu v prieskume prezentovali respondenti z odvetvia ubytovanie a stravovanie (10,87 bodu), etablovaní podnikatelia podnikajúci minimálne 10 rokov (10,08 bodu) a tiež starší respondenti vo veku 35 až 39 rokov. Nie príliš optimisticky pôsobí kritický postoj začínajúcich podnikateľov vykonávajúcich podnikateľskú činnosť menej ako 3 roky (9,70 bodu) a respondentov v nižších vekových kategóriách do 29 rokov, keďže práve v prípade startupov predstavuje rizikový kapitál jeden z kľúčových zdrojov financovania.

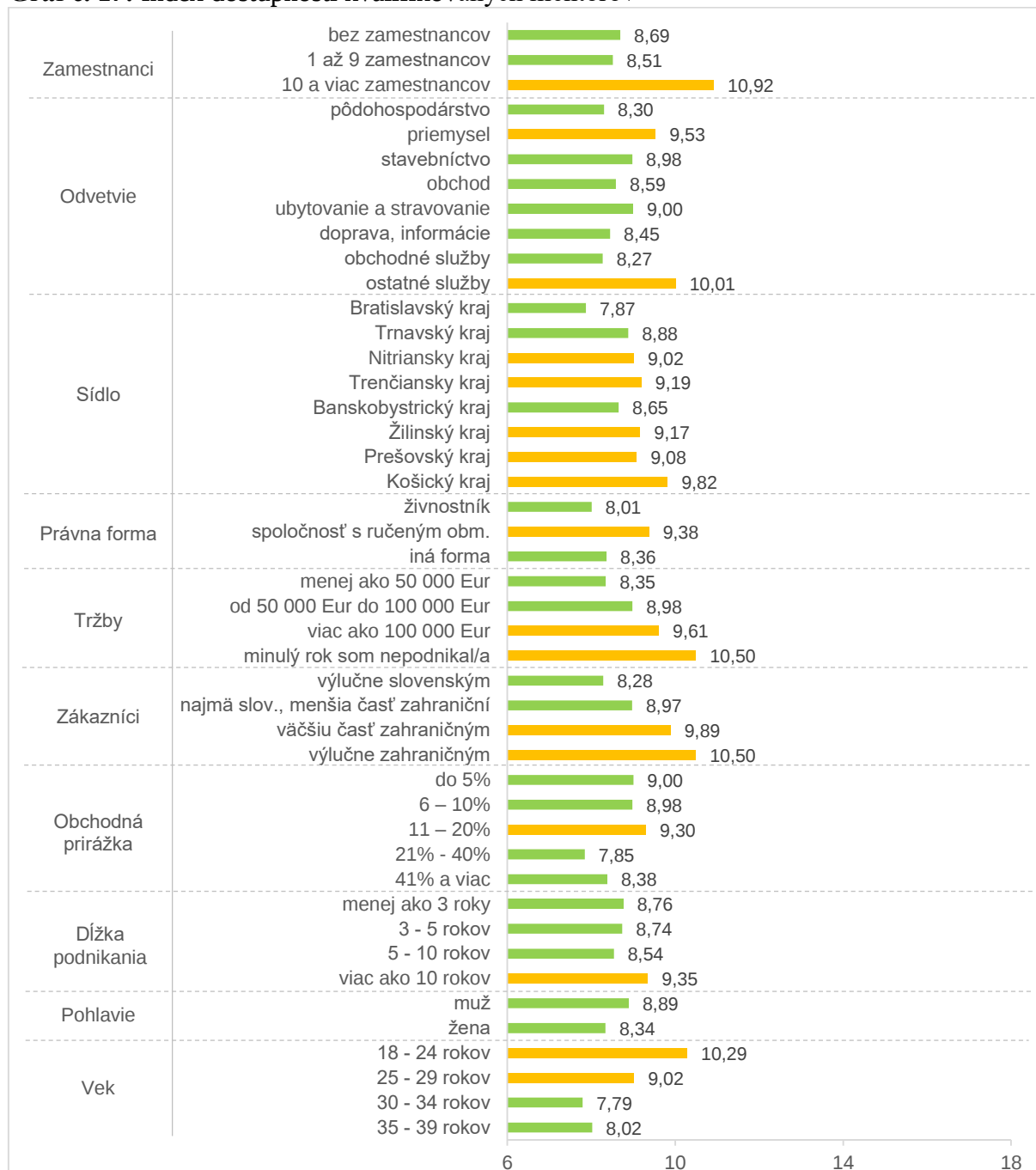
Dostupnosť rizikového kapitálu nepovažujú za prekážku vo svojom podnikaní najmä firmy pracujúce s vyššou priemernou obchodnou prirážkou (21 – 40 %, resp. 41 % a viac), podnikateľské subjekty so sídlom na území Bratislavského (8,65 bodu) alebo Žilinského kraja (8,48 bodu), ale aj mladí podnikatelia podnikajúci v obchodných službách (8,56 bodu).

3.9 Dostupnosť kvalifikovaných mentorov

Dostupnosť kvalifikovaných mentorov pre svoje podnikanie mladí podnikatelia vo všeobecnosti nepovažujú za bariéru, ktorá by významnejšie bránila v raste ich podnikania (8,76 bodu). Avšak, na úrovni jednotlivých skupín sa postoje mladých podnikateľov k tejto oblasti značne odlišujú.

Nedostatočná dostupnosť kvalifikovaných mentorov vytvára určitú nespokojnosť najmä u mladých podnikateľov zamestnávajúcich 10 a viac zamestnancov (10,92 bodu). Nízku prekážku v rozvoji podnikania predstavuje táto oblasť aj pre firmy pôsobiace v priemysle (9,53 bodu) a ostatných službách (10,01 bodu). Medzi respondentmi rástla nespokojnosť úmerne s rastom tržieb v predchádzajúcom roku. Kvalifikovaní mentori sú tak menej dostupní pre podnikateľské subjekty s tržbami nad 100 000 Eur (9,61 bodu) ako pre menšie firmy s tržbami do 50 000 Eur (8,35 bodu). Platí tiež vzťah, čím mladší podnikateľ, tým kritickejšie je vnímaná situácia v hodnotenej oblasti.

Z výsledkov hodnotenia vyplýva aj ďalšia zaujímavá skutočnosť. Mladí podnikatelia exportujúci väčšiu časť alebo všetky svoje produkty a služby do zahraničia hodnotia dostatok kvalifikovaných mentorov negatívnejšie ako skupina respondentov, ktorá svoje produkty a služby predáva slovenským zákazníkom. Kritickosť hodnotenia sa zároveň stupňuje s nárastom podielu zahraničných zákazníkov. Uvedené zistenie ukazuje priestor na možné smerovanie ďalších podporných opatrení špecificky zameraných na lepšiu dostupnosť mentorov a poradenstva v oblasti internacionalizácie podnikov.

Graf č. 17: Index dostupnosti kvalifikovaných mentorov

Zdroj: Slovak Business Agency

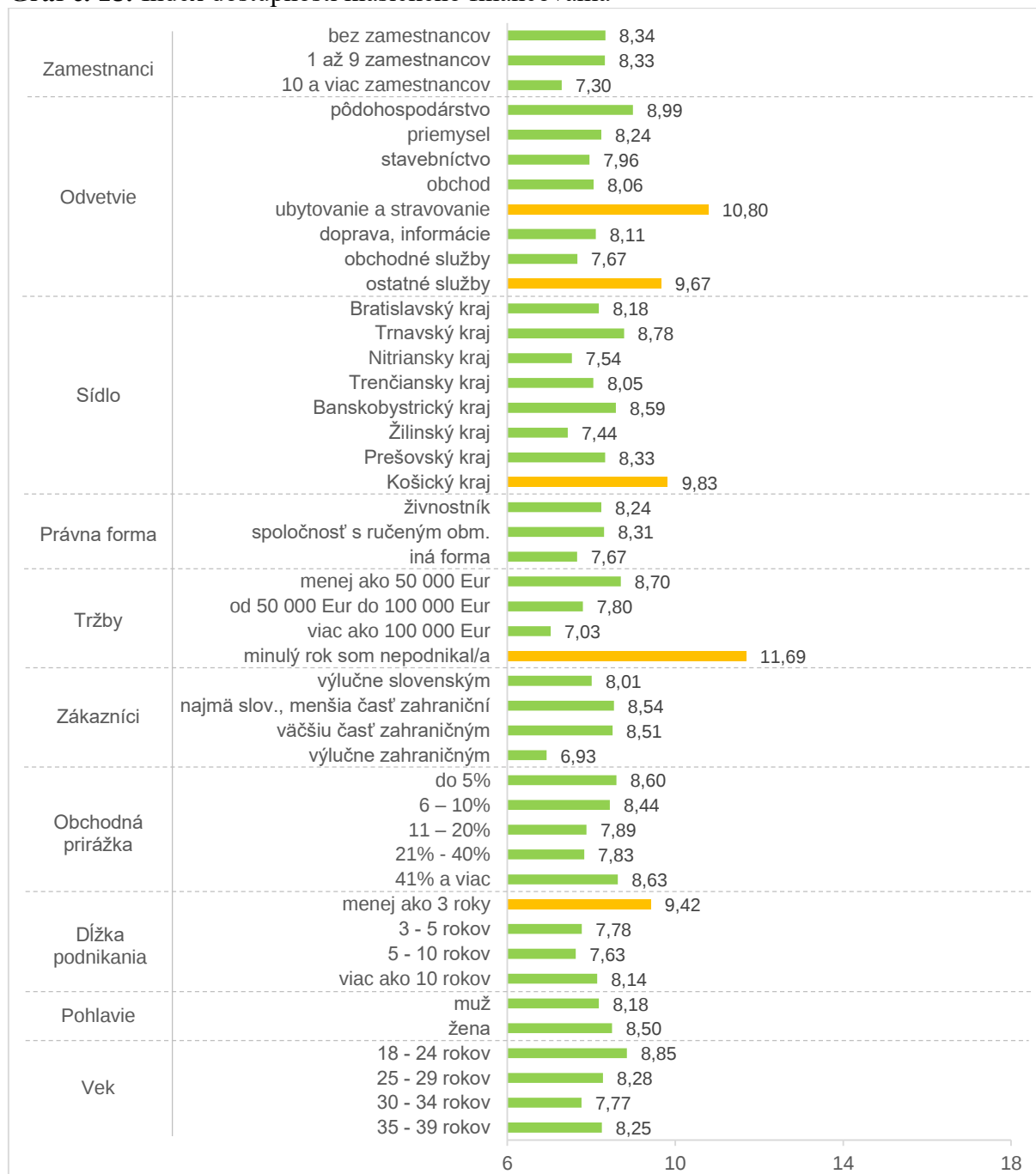
3.10 Dostupnosť klasického financovania

Pod označením klasické financovanie sa v tejto správe myslí financovanie podnikateľských aktivít prostredníctvom širokej škály produktov bankových alebo lízingových inštitúcií. V oblasti prístupu k financovaniu MSP sa situácia na Slovensku v poslednej dekáde zlepšila. Túto skutočnosť potvrdili aj výsledky prieskumu medzi mladými podnikateľmi, ktorí dostupnosť klasického financovania nepovažujú za bariéru v podnikaní (8,26 bodu).

Aj napriek tomu, možno pri detailnejšom pohľade na jednotlivé skupiny respondentov pozorovať väčšiu nespokojnosť u niektorých skupín, ako sú: mladí podnikatelia, ktorí v minulom roku ešte nepodnikali (11,69 bodu), začínajúci podnikatelia s dĺžkou podnikania do troch rokov (9,42 bodu), zástupcovia firiem podnikajúcich v odvetví ubytovanie a stravovanie (10,80 bodu) a v ostatných službách (9,67 bodu).

Dostupnosť klasických foriem financovania hodnotili pozitívnejšie hlavne zástupcovia väčších podnikateľských subjektov s vyšším počtom zamestnancov a vyššími tržbami.

Graf č. 18: Index dostupnosti klasického financovania

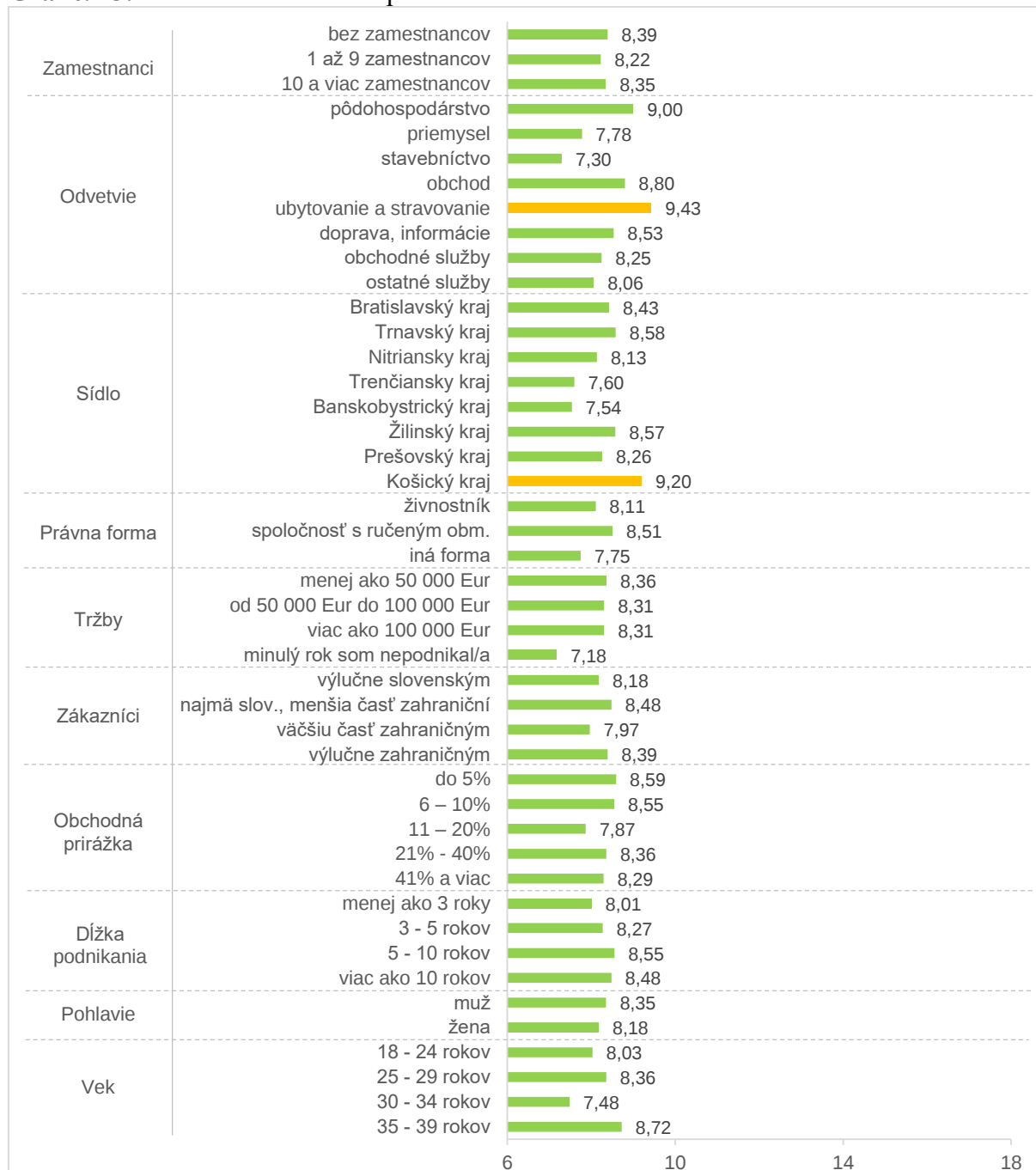


Zdroj: Slovak Business Agency

3.11 Konkurenčné prostredie v podnikaní

Z výsledkov vyplýva, že aktuálna úroveň a sila konkurenčného prostredia mladých podnikateľov neobmedzuje v rozvíjaní ich podnikania (8,20 bodu). Negatívnejšie vnímanie konkurenčného prostredia na svoje podnikanie vyjadrili mladí podnikatelia podnikajúci v odvetví ubytovanie a stravovanie (9,43 bodu) a respondenti so sídlom firmy v Košickom kraji (9,20 bodu). V oboch prípadoch však možno pozorovať všeobecne negatívnejšie hodnotenie väčšiny sledovaných oblastí podnikateľského prostredia. Konkurenčné prostredie je pozitívne vnímané hlavne v sektore výroby (stavebníctvo 7,30 bodu a priemysel 7,78 bodu).

Graf č. 19: Index konkurenčného prostredia

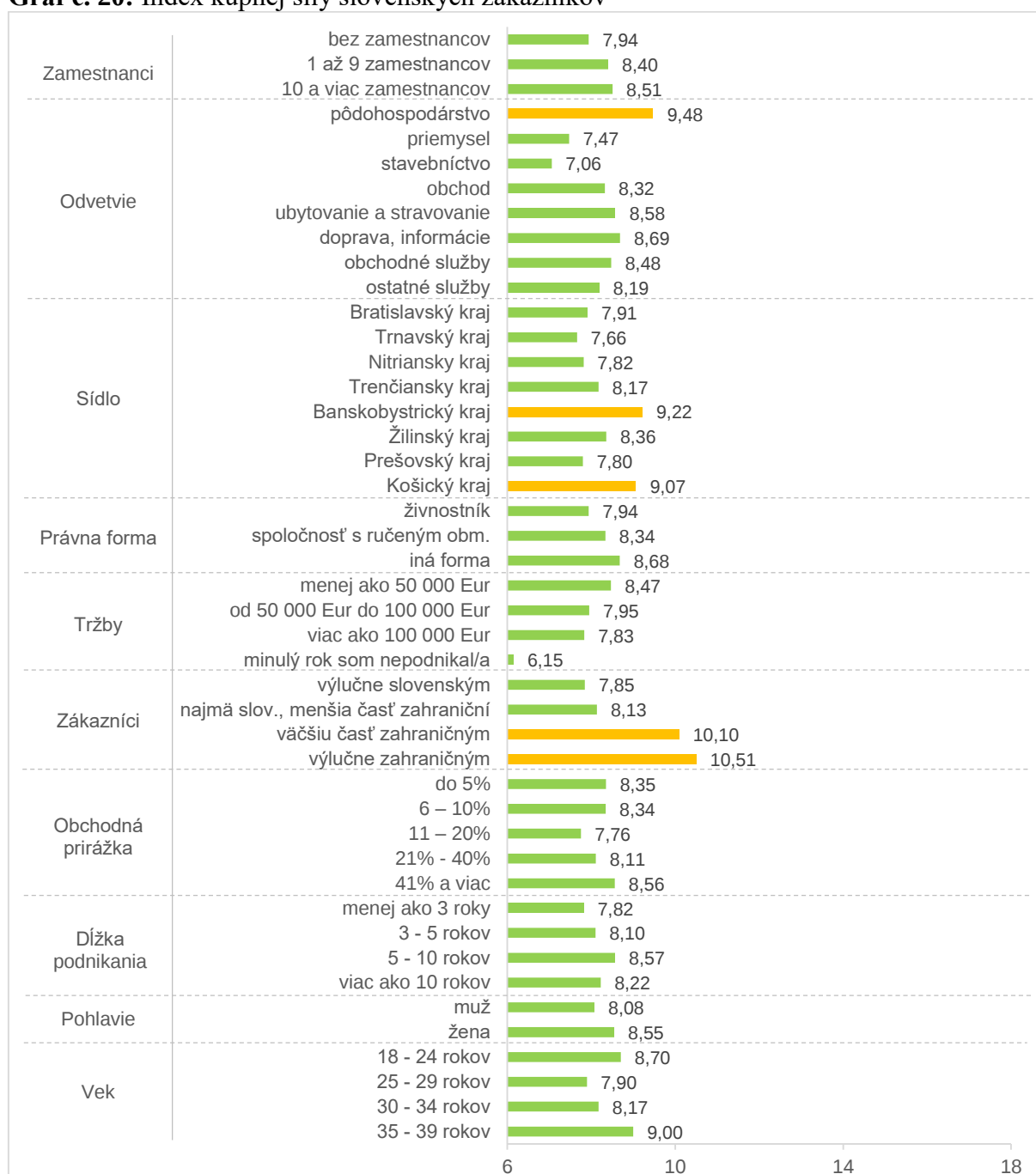


Zdroj: Slovak Business Agency

3.12 Kúpna sila slovenských zákazníkov

Pre mladých podnikateľov nepredstavuje kúpna sila slovenských zákazníkov žiadnu bariéru v ich podnikaní (8,08 bodu). Oproti prieskumu z roku 2015 zaznamenalo hodnotenie tejto oblasti najvýznamnejšie zlepšenie. Kritickejší postoj k hodnoteniu zaujala skupina podnikateľov podnikajúcich v pôdohospodárstve (9,48 bodu), respondenti so sídlom na území Banskobystrického (9,22 bodu) a Košického kraja (9,07 bodu) a tiež zástupcovia firiem predávajúcich väčšiu časť alebo všetky svoje produkty a služby zákazníkom do zahraničia (10,10, resp. 10,51 bodu). Kúpnu silu zákazníkov pozitívnejšie hodnotili mladí podnikatelia z odvetví stavebníctvo (7,06 bodu) a priemysel (7,47 bodu), ale aj firmy s vyššími tržbami.

Graf č. 20: Index kúpnej sily slovenských zákazníkov

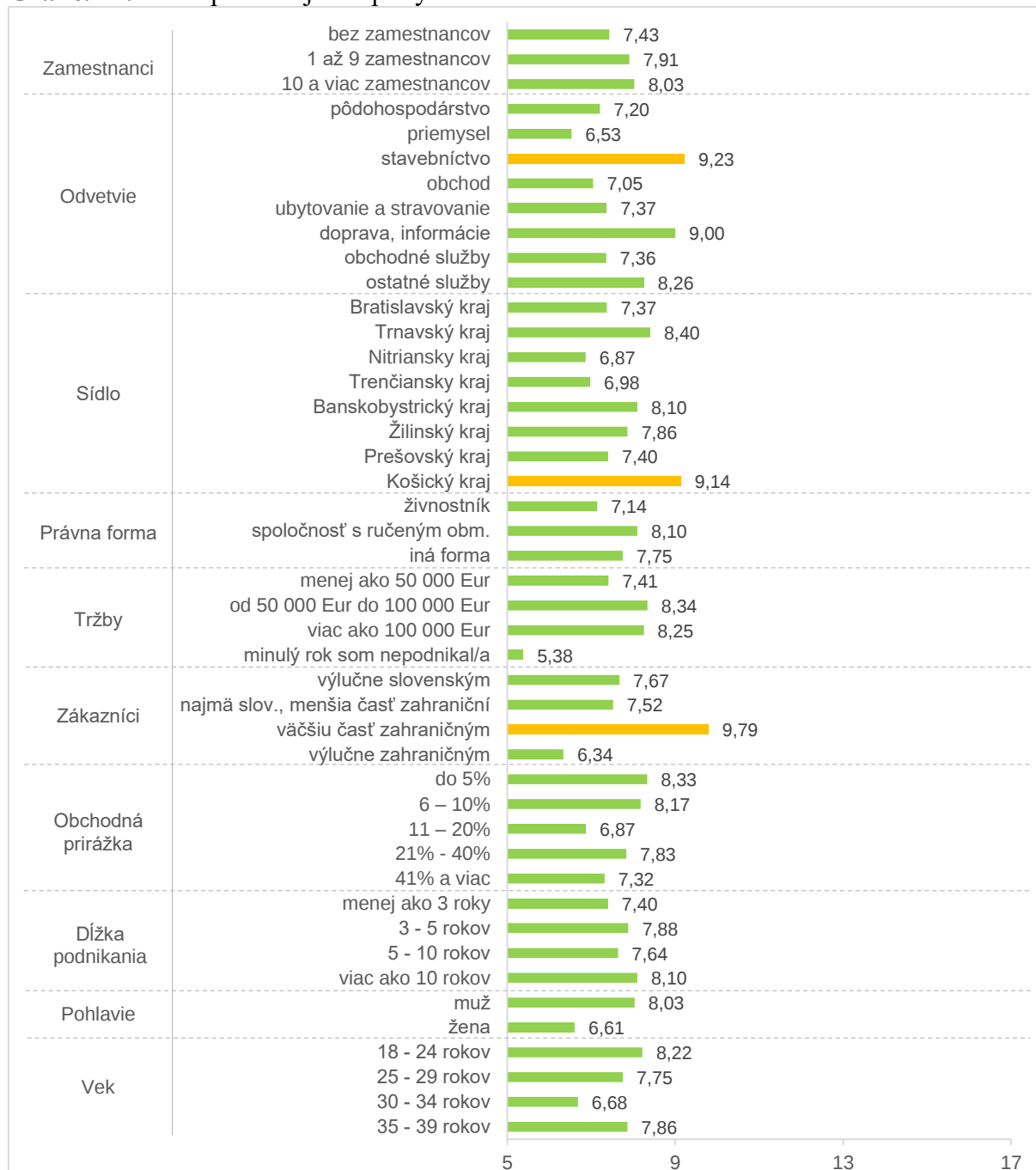


Zdroj: Slovak Business Agency

3.13 Platobná disciplína zákazníkov

Podľa hodnotenia mladých podnikateľov platobná disciplína zákazníkov predstavuje oblasť podnikateľského prostredia s najmenej negatívnym vplyvom na podnikanie. Z aktuálneho hodnotenia vyplýva, že situácia v oblasti platobnej bilancie nie je tak závažná, ako sa v mnohých prípadoch na verejnosti prezentuje. Určité problémy v oblasti platobnej bilancie vyjadrili mladí podnikatelia pôsobiaci v stavebníctve (9,23 bodu) a v odvetví doprava a informácie (9,00 bodu). Negatívne skúsenosti sa pravdepodobne premietli aj do kritickejšieho hodnotenia skupiny respondentov s prevahou zákazníkov zo zahraničia (9,79 bodu).

Graf č. 21: Index platobnej disciplíny zákazníkov



Zdroj: Slovak Business Agency

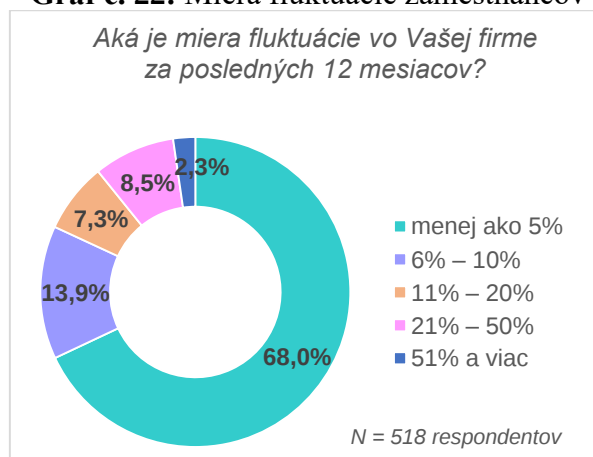
4 Hodnotenie faktorov vnútorného prostredia podniku

Vo všeobecnosti platí, že schopnosť podniku dosiahnuť očakávanú úroveň cieľov môže byť ohrozená alebo naopak podporovaná jeho okolím. Rast a napĺňanie cieľov podniku však nezávisí len od faktorov vonkajšieho prostredia, ale do značnej miery aj od zdrojov organizácie, či jej silných alebo slabých stránok. Nasledujúca časť správy sa preto zaoberá skúmaním interných faktorov, ktoré ovplyvňujú každodenné podnikanie mladých podnikateľov.

4.1 Fluktuácia zamestnancov

Z hľadiska zamestnávania možno označiť firmy mladých podnikateľov za stabilné s nízkou mierou fluktuácie zamestnancov. Miera fluktuácie bola v prieskume definovaná ako podiel zamestnancov, ktorí odišli zo zamestnania za posledných 12 mesiacov voči celkovému priemernému počtu zamestnancov za posledných 12 mesiacov. Z výsledkov vyplýva, že najnižšiu mieru fluktuácie zamestnancov (menej ako 5 %) vykazovalo až 68,0 % oslovených podnikateľských subjektov. S mierou fluktuácie v intervale od 6 % do 10 % sa muselo vysporiadať 13,9 % respondentov. Pomerné vysoká miera fluktuácie od 21 % do 50 % bola evidovaná v prípade 8,5 % mladých podnikateľov. Len v prípade 2,3 % firiem presiahla miera fluktuácie hranicu 50 %.

Graf č. 22: Miera fluktuácie zamestnancov



Graf č. 23: Podiel dobrovoľných odchodov



Zdroj: Slovak Business Agency

Vzhľadom na štruktúru respondentov podľa počtu zamestnancov (vysoký podiel firiem s nízkym počtom zamestnancov) sú vyššie uvedené výsledky priaznivé. Podľa spoločnosti ManpowerGroup Slovensko sa priemerná fluktuácia zamestnancov v SR pohybuje v rozmedzí 14 % až 16 %². Fluktuácia dosahuje vysoké hodnoty najmä pri pozíciách s nižšou úrovňou miezd alebo na pozíciách, kde dominujú predovšetkým mladí ľudia s krátkou praxou.

Miera fluktuácie zamestnancov sa v prípade mladých podnikateľov zvyšovala s rastúcim počtom zamestnancov a zároveň aj s rastom tržieb. Z druhostupňovej analýzy výsledkov ďalej vyplýva klesajúca miera fluktuácie zamestnancov s rastúcim vekom mladých podnikateľov. Nižšia fluktuácia zamestnancov bola evidovaná v prípade firiem pôsobiacich v odvetviach ako: doprava a informácie, alebo obchodné služby. Naopak, vyššiu mieru fluktuácie vykazujú mladí podnikatelia podnikajúci v ubytovaní a stravovaní, resp. v stavebníctve. Uvedený výsledok len potvrdzuje zistenia o vysokej fluktuácii najmä na pozíciách s nižšou mzdou.

² TASR (2018). Priemerná fluktuácia zamestnancov v SR sa pohybuje v rozmedzí 14–16 %. Dostupné online na: <https://www.teraz.sk/ekonomika/priemerna-fluktuacia-zamestnancov-v-sr/330901-clanok.html>

Tab. č. 2: Miera fluktuácie zamestnancov za obdobie posledných 12 mesiacov

Riadkové %	Kategória	menej ako 5 %	6 - 10%	11 - 20%	21 - 50%	51% a viac
	Vzorka: 518 respondentov	68,0%	13,9%	7,3%	8,5%	2,3%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	71,5%	13,7%	5,4%	6,7%	2,7%
	10 a viac zamestnancov	45,8%	15,3%	19,4%	19,4%	0,0%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	65,0%	15,0%	0,0%	15,0%	5,0%
	priemysel	62,5%	14,6%	6,3%	10,4%	6,3%
	stavebníctvo	52,6%	24,4%	6,4%	12,8%	3,8%
	obchod	66,9%	13,1%	9,2%	10,0%	0,8%
	ubytovanie a stravovanie	63,3%	13,3%	10,0%	13,3%	0,0%
	doprava, informácie	81,5%	9,3%	3,7%	1,9%	3,7%
	obchodné služby	76,3%	11,4%	6,1%	4,4%	1,8%
	ostatné služby	70,5%	9,1%	13,6%	6,8%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	69,9%	11,3%	5,3%	10,5%	3,0%
	Trnavský kraj	72,9%	13,6%	10,2%	3,4%	0,0%
	Nitriansky kraj	69,5%	15,3%	11,9%	1,7%	1,7%
	Trenčiansky kraj	73,3%	13,3%	4,4%	6,7%	2,2%
	Banskobystrický kraj	66,1%	13,6%	5,1%	13,6%	1,7%
	Žilinský kraj	66,7%	13,6%	9,1%	9,1%	1,5%
	Prešovský kraj	61,5%	25,0%	5,8%	3,8%	3,8%
	Košický kraj	60,0%	8,9%	8,9%	17,8%	4,4%
Právna forma firmy	živnostník	68,0%	16,4%	5,7%	8,2%	1,6%
	spoločnosť s ručením obm.	66,1%	13,6%	8,4%	9,2%	2,7%
	iné	92,6%	7,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	76,1%	13,5%	2,6%	6,5%	1,3%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	62,5%	15,2%	10,7%	8,9%	2,7%
	viac ako 100 000 Eur	60,4%	13,6%	11,2%	11,2%	3,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	71,4%	14,3%	14,3%	0,0%	0,0%
Zákazníci	vylučne slovenskí	69,3%	15,1%	7,5%	6,5%	1,5%
	väčšia časť slovenskí	69,3%	11,7%	6,8%	9,8%	2,3%
	väčšia časť zahraniční	55,0%	17,5%	10,0%	10,0%	7,5%
	vylučne zahraniční	60,0%	26,7%	6,7%	6,7%	0,0%
Obchodná prírážka	do 5 %	77,1%	13,5%	3,1%	6,3%	0,0%
	5 až 10 %	63,5%	17,7%	7,3%	9,4%	2,1%
	11 až 20 %	64,2%	13,9%	10,9%	8,0%	2,9%
	21 až 40 %	68,9%	13,2%	5,7%	8,5%	3,8%
	41 % a viac	67,5%	10,8%	8,4%	10,8%	2,4%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	74,5%	11,7%	6,6%	4,4%	2,9%
	3 až 5 rokov	64,4%	16,1%	7,6%	10,2%	1,7%
	5 až 10 rokov	66,3%	15,2%	5,1%	10,7%	2,8%
	viac ako 10 rokov	65,9%	11,8%	12,9%	8,2%	1,2%
Pohlavie	muž	66,6%	14,2%	8,0%	8,5%	2,7%
	žena	72,6%	12,8%	5,1%	8,5%	0,9%
Vek	18 až 24 rokov	50,0%	23,3%	6,7%	13,3%	6,7%
	25 až 29 rokov	66,4%	14,7%	6,6%	9,9%	2,4%
	30 až 34 rokov	75,0%	6,3%	12,5%	2,1%	4,2%
	36 až 39 rokov	74,8%	12,1%	7,5%	5,6%	0,0%

Zdroj: Slovak Business Agency. Pozn.: podiely boli počítané zo súboru 518 mladých podnikateľov, ktorí v prieskume deklarovali zamestnávanie aspoň jedného zamestnanca.

V prípade 86,1 % oslovených firiem tvorili dobrovoľné odchody zamestnancov menej ako jednu tretinu zo všetkých odchodov zamestnancov firmy v priebehu posledných 12 mesiacov. K vysokému podielu výraznejšie prispeli respondenti, ktorí zamestnávajú menší počet zamestnancov (1 až 9). Zamestnanci odchádzali zo zamestnania na vlastnú žiadosť najviac z MSP, ktoré svoju hlavnú činnosť vykonávajú v odvetví stavebníctva, resp. v ubytovaní a stravovaní. Dobrovoľné odchody zamestnancov sú početnejšie najmä u firiem s vyššími

tržbami, s vyššou priemernou obchodnou prirážkou, v prípade respondentov s vyšším zastúpením zákazníkov zo zahraničia i u mladých podnikateľov vo vyšších vekových kategóriách.

Tab. č. 3: Podiel zamestnancov, ktorí za posledných 12 mesiacov opustili firmu dobrovoľne

Riadkové %	Kategória	menej ako 33%	34 - 66%	viac ako 67%
	Vzorka: 518 respondentov	86,1%	5,4%	8,5%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	87,4%	4,5%	8,1%
	10 a viac zamestnancov	77,8%	11,1%	11,1%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	85,0%	10,0%	5,0%
	priemysel	85,4%	8,3%	6,3%
	stavebníctvo	78,2%	9,0%	12,8%
	obchod	88,5%	3,8%	7,7%
	ubytovanie a stravovanie	83,3%	10,0%	6,7%
	doprava, informácie	88,9%	5,6%	5,6%
	obchodné služby	88,6%	0,9%	10,5%
	ostatné služby	86,4%	6,8%	6,8%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	82,7%	5,3%	12,0%
	Trnavský kraj	93,2%	1,7%	5,1%
	Nitriansky kraj	89,8%	3,4%	6,8%
	Trenčiansky kraj	93,3%	6,7%	0,0%
	Banskobystrický kraj	84,7%	5,1%	10,2%
	Žilinský kraj	84,8%	7,6%	7,6%
	Prešovský kraj	82,7%	5,8%	11,5%
	Košický kraj	82,2%	8,9%	8,9%
Právna forma firmy	živnostník	88,5%	7,4%	4,1%
	spoločnosť s ručením obm.	84,8%	4,6%	10,6%
	iné	92,6%	7,4%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	89,1%	4,3%	6,5%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	87,5%	4,5%	8,0%
	viac ako 100 000 Eur	80,5%	7,7%	11,8%
	minulý rok som nepodnikal/a	100,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	87,4%	5,5%	7,0%
	väčšia časť slovenskí	86,0%	6,1%	8,0%
	väčšia časť zahraniční	80,0%	0,0%	20,0%
	výlučne zahraniční	86,7%	6,7%	6,7%
Obchodná prirážka	do 5 %	91,7%	2,1%	6,3%
	5 až 10 %	86,5%	5,2%	8,3%
	11 až 20 %	83,2%	7,3%	9,5%
	21 až 40 %	80,2%	7,5%	12,3%
	41 % a viac	91,6%	3,6%	4,8%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	86,9%	5,8%	7,3%
	3 až 5 rokov	86,4%	2,5%	11,0%
	5 až 10 rokov	86,0%	5,6%	8,4%
	viac ako 10 rokov	84,7%	8,2%	7,1%
Pohlavie	muž	85,0%	6,0%	9,0%
	žena	89,7%	3,4%	6,8%
Vek	18 až 24 rokov	80,0%	6,7%	13,3%
	25 až 29 rokov	85,6%	5,7%	8,7%
	30 až 34 rokov	87,5%	0,0%	12,5%
	36 až 39 rokov	88,8%	6,5%	4,7%

Zdroj: Slovak Business Agency. Pozn.: podiely boli počítané zo súboru 518 mladých podnikateľov, ktorí v prieskume deklarovali zamestnávanie aspoň jedného zamestnanca.

Medzi najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov zo zamestnania zástupcovia mladých podnikateľov, ktorí deklarovali zamestnávanie minimálne jedného zamestnanca, uvádzali: lepšiu ponuku z inej firmy (24,3 %), možnosť lepších platových podmienok

a odmeňovania zamestnancov (12,9 %) alebo nevyhovujúci typ práce (9,8 %). Nedostatok príležitostí na kariérny rast a osobnostný rozvoj boli dôvody, ktoré označilo 6,4 % respondentov. Medzi najmenej frekvencované dôvody odchodu zamestnancov podnikatelia uvádzali nevyhovujúce pracovné prostredie (2,3 %), pod ktoré možno zaradiť vzťahy v kolektíve, vybavenie pracoviska alebo umiestnenie firmy, resp. vzdialenosť do zamestnania.

Na grafe nižšie možno sledovať vysoký podiel respondentov, ktorí uviedli inú možnosť odpovede (51,4 %). Iná možnosť odpovede bola najčastejšou voľbou v prípade skupiny firiem, z ktorých neodišiel žiadny zamestnanec. Až 32 % zo všetkých respondentov uviedlo v rámci možnosti „iné“, že z ich firmy nedošiel žiaden zamestnanec. Medzi inými dôvodmi odchodu zamestnancov boli opakovane uvádzané aj rodinné dôvody, ktoré predstavovali 2,3 %. Medzi rodinné dôvody boli začlenené napr. materské a rodičovské povinnosti, alebo zdravotné problémy.

Graf č. 24: Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy



Zdroj: Slovak Business Agency

Pri detailnejšom pohľade na odpovede jednotlivých skupín mladých podnikateľov možno sledovať väčšiu variabilitu. V prípade firiem s nižším počtom zamestnancov je najčastejším dôvodom odchodu lepšia pracovná ponuka od iného zamestnávateľa (21,7 %). Uvedený dôvod sa ešte výraznejšie prejavuje v prípade podnikateľov s počtom zamestnancov 10 až 249 (40,3 %). V rámci tejto skupiny respondentov však zohrávajú významnú úlohu i platové podmienky a odmeňovanie zamestnanca, kvôli ktorým odišli zamestnanci z 27,8 % dopytovaných firiem.

Takmer vo všetkých odvetviach bola najčastejším dôvodom odchodu zamestnancov lepšia ponuka z inej firmy, pričom najvýraznejšie sa to prejavilo v prípade firiem z priemyslu (35,4 %) a z odvetvia ubytovanie a stravovanie (30,0 %). S odchodom zamestnancov z dôvodu lepšej ponuky inej firmy sa častejšie stretávali mladí podnikatelia s vyššími tržbami, ale aj firmy so sídlom na území Banskobystrického kraja (27,1 %). Platové podmienky a odmeňovanie zamestnancov bolo častejším dôvodom odchodu najmä v prípade firiem v stavebníctve (20,5 %) a ubytovaní a stravovaní (20,0 %). Nevyhovujúci typ práce predstavuje dôvod odchodu zamestnancov v prípade 15,3 % firiem s počtom zamestnancov 10 až 249. Významný je však aj pri odchodoch vo firmách pôsobiach v odvetví ubytovanie a stravovanie (16,7 %) alebo v ostatných službách (15,9 %). S týmto dôvodom sa častejšie stretávajú aj respondenti v nižších vekových kategóriách. V prípade vekovej kategórie 18 až 24 ročných to predstavuje 16,7 %.

Obmedzenie v kariérnom raste uvádzali ako dôvod odchodu hlavne zástupcovia firiem pôsobiacich v odvetví ubytovania a stravovania (16,7 %) a firmy so sídlom v Košickom kraji (11,1 %). Nevyhovujúca pracovná doba je rovnako významnejším dôvodom odchodu zamestnancov z firiem z oblasti ubytovania a stravovania (10,0 %) a podnikateľov so sídlom v Nitrianskom kraji (15,3 %). Kvôli nenaplneným očakávaniam odchádzali častejšie zamestnanci firiem z odvetví ostatných služieb (11,4%) a doprava a informácie (11,1 %).

Tab. č. 4: Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy

Riadkové %	Kategória	lepšia ponuka z inej firmy	plat a odmeňovanie	nevyhovujúci typ práce
	Vzorka: 518 respondentov	24,3%	12,9%	9,8%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	21,7%	10,5%	9,0%
	10 a viac zamestnancov	40,3%	27,8%	15,3%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	5,0%	0,0%	0,0%
	priemysel	35,4%	12,5%	12,5%
	stavebníctvo	25,6%	20,5%	5,1%
	obchod	24,6%	10,8%	10,0%
	ubytovanie a stravovanie	30,0%	20,0%	16,7%
	doprava, informácie	27,8%	9,3%	3,7%
	obchodné služby	16,7%	14,9%	12,3%
	ostatné služby	29,5%	6,8%	15,9%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	24,8%	15,0%	9,8%
	Trnavský kraj	22,0%	13,6%	8,5%
	Nitriansky kraj	20,3%	11,9%	8,5%
	Trenčiansky kraj	26,7%	8,9%	11,1%
	Banskobystrický kraj	27,1%	13,6%	11,9%
	Žilinský kraj	24,2%	15,2%	12,1%
	Prešovský kraj	23,1%	9,6%	5,8%
	Košický kraj	26,7%	11,1%	11,1%
Právna forma firmy	živnostník	18,9%	13,9%	10,7%
	spoločnosť s ručením obmedzeným	27,1%	12,5%	9,5%
	iné	11,1%	14,8%	11,1%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	20,4%	11,7%	7,8%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	25,0%	11,6%	12,5%
	viac ako 100 000 Eur	30,2%	14,8%	10,7%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	28,6%	14,3%
Zákazníci	výlučne slovenskí	22,6%	15,6%	12,1%
	väčšia časť slovenskí	24,2%	11,7%	8,7%
	väčšia časť zahraniční	35,0%	5,0%	7,5%
	výlučne zahraniční	20,0%	20,0%	6,7%
Obchodná prírážka	do 5 %	16,7%	13,5%	13,5%
	5 až 10 %	29,2%	15,6%	7,3%
	11 až 20 %	25,5%	12,4%	9,5%
	21 až 40 %	28,3%	11,3%	9,4%
	41 % a viac	20,5%	12,0%	9,6%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	21,2%	8,0%	10,9%
	3 až 5 rokov	28,8%	16,1%	8,5%
	5 až 10 rokov	24,7%	11,8%	12,4%
	viac ako 10 rokov	22,4%	18,8%	4,7%
Pohlavie	muž	25,4%	13,5%	8,7%
	žena	20,5%	11,1%	13,7%
Vek	18 až 24 rokov	26,7%	13,3%	16,7%
	25 až 29 rokov	26,4%	13,8%	10,2%
	30 až 34 rokov	10,4%	4,2%	8,3%
	36 až 39 rokov	23,4%	14,0%	7,5%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 4

Riadkové %	Kategória	obmedzený kariérny rast	nevyhovujúca pracovná doba/nadčasy	nenaplnené očakávania
	Vzorka: 518 respondentov	6,4%	5,6%	5,4%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	5,8%	4,9%	5,2%
	10 a viac zamestnancov	9,7%	9,7%	6,9%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	5,0%	5,0%	0,0%
	priemysel	6,3%	2,1%	2,1%
	stavebníctvo	6,4%	5,1%	3,8%
	obchod	5,4%	8,5%	4,6%
	ubytovanie a stravovanie	16,7%	10,0%	10,0%
	doprava, informácie	7,4%	5,6%	11,1%
	obchodné služby	5,3%	5,3%	3,5%
	ostatné služby	4,5%	0,0%	11,4%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	6,0%	4,5%	6,8%
	Trnavský kraj	3,4%	3,4%	3,4%
	Nitriansky kraj	1,7%	15,3%	8,5%
	Trenčiansky kraj	8,9%	2,2%	2,2%
	Banskobystrický kraj	6,8%	6,8%	6,8%
	Žilinský kraj	9,1%	6,1%	4,5%
	Prešovský kraj	5,8%	1,9%	0,0%
	Košický kraj	11,1%	4,4%	8,9%
Právna forma firmy	živnostník	5,7%	4,1%	3,3%
	spoločnosť s ručením obmedzeným	6,0%	6,5%	6,2%
	iné	14,8%	0,0%	3,7%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	7,4%	6,1%	5,7%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	2,7%	3,6%	4,5%
	viac ako 100 000 Eur	7,1%	6,5%	5,9%
	minulý rok som nepodnikal/a	14,3%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	7,0%	7,0%	4,5%
	väčšia časť slovenskí	5,7%	4,9%	6,4%
	väčšia časť zahraniční	5,0%	5,0%	5,0%
	výlučne zahraniční	13,3%	0,0%	0,0%
Obchodná prírážka	do 5 %	5,2%	5,2%	4,2%
	5 až 10 %	4,2%	8,3%	7,3%
	11 až 20 %	8,0%	5,8%	2,9%
	21 až 40 %	6,6%	3,8%	8,5%
	41 % a viac	7,2%	4,8%	4,8%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	8,0%	5,1%	6,6%
	3 až 5 rokov	7,6%	5,1%	2,5%
	5 až 10 rokov	4,5%	5,6%	3,9%
	viac ako 10 rokov	5,9%	7,1%	10,6%
Pohlavie	muž	6,2%	5,2%	6,0%
	žena	6,8%	6,8%	3,4%
Vek	18 až 24 rokov	6,7%	10,0%	3,3%
	25 až 29 rokov	7,2%	3,9%	5,7%
	30 až 34 rokov	2,1%	12,5%	2,1%
	36 až 39 rokov	5,6%	6,5%	6,5%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 4

Riadkové %	Kategória	nezhody s nadriadeným	pracovné prostredie, vybavenie a lokácia firmy	iné
	Vzorka: 518 respondentov	4,2%	2,3%	51,4%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	4,3%	2,0%	55,4%
	10 a viac zamestnancov	4,2%	4,2%	26,4%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	5,0%	0,0%	85,0%
	priemysel	6,3%	0,0%	43,8%
	stavebníctvo	6,4%	2,6%	47,4%
	obchod	6,2%	2,3%	50,8%
	ubytovanie a stravovanie	0,0%	6,7%	36,7%
	doprava, informácie	1,9%	3,7%	50,0%
	obchodné služby	3,5%	1,8%	55,3%
	ostatné služby	0,0%	2,3%	54,5%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	2,3%	2,3%	51,9%
	Trnavský kraj	1,7%	1,7%	57,6%
	Nitriansky kraj	0,0%	3,4%	55,9%
	Trenčiansky kraj	8,9%	4,4%	51,1%
	Banskobystrický kraj	5,1%	1,7%	37,3%
	Žilinský kraj	4,5%	1,5%	53,0%
	Prešovský kraj	5,8%	1,9%	57,7%
	Košický kraj	11,1%	2,2%	44,4%
Právna forma firmy	živnostník	3,3%	3,3%	53,3%
	spoločnosť s ručením obm.	4,3%	1,9%	50,9%
	iné	7,4%	3,7%	48,1%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	3,0%	2,2%	55,2%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	6,3%	3,6%	51,8%
	viac ako 100 000 Eur	4,7%	1,8%	45,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	57,1%
Zákazníci	výlučne slovenskí	3,5%	2,0%	47,7%
	väčšia časť slovenskí	4,9%	3,0%	54,9%
	väčšia časť zahraniční	2,5%	0,0%	47,5%
	výlučne zahraniční	6,7%	0,0%	46,7%
Obchodná prirážka	do 5 %	6,3%	3,1%	57,3%
	5 až 10 %	2,1%	1,0%	50,0%
	11 až 20 %	3,6%	4,4%	46,7%
	21 až 40 %	4,7%	0,9%	50,0%
	41 % a viac	4,8%	1,2%	55,4%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	3,6%	1,5%	52,6%
	3 až 5 rokov	5,1%	2,5%	52,5%
	5 až 10 rokov	3,9%	2,2%	52,2%
	viac ako 10 rokov	4,7%	3,5%	45,9%
Pohlavie	muž	4,7%	2,5%	50,6%
	žena	2,6%	1,7%	53,8%
Vek	18 až 24 rokov	6,7%	3,3%	40,0%
	25 až 29 rokov	4,8%	2,1%	49,8%
	30 až 34 rokov	0,0%	2,1%	66,7%
	36 až 39 rokov	3,7%	2,8%	52,3%

Zdroj: Slovak Business Agency. Pozn.: podiely boli počítané zo súboru 518 mladých podnikateľov, ktorí v prieskume deklarovali zamestnávanie aspoň jedného zamestnanca.

Jedným z cieľov každého úspešného podnikateľa je dosiahnuť vo svojej firme čo najnižšiu fluktuáciu zamestnancov. V konkurenčnom prostredí tak realizujú širokú škálu opatrení špecificky zameraných na udržanie stabilných zamestnancov firmy. Samozrejme, ani v tejto oblasti nie sú mladí podnikatelia výnimkou.

Najčastejšie využívaným opatrením na udržanie zamestnancov je podľa výsledkov prieskumu pravidelné zvyšovanie platu. Toto opatrenie vo svojich firmách realizuje takmer polovica (46,3 %) mladých podnikateľov. Druhým najpoužívanejším opatrením (41,9 %) je poskytovanie dodatočných benefitov pre zamestnancov vo forme dovolenky nad rámec zákona, finančných príspevkov na športové, rekreačné a kultúrne aktivity, a podobne. Medzi oslovenými podnikateľmi boli v menšej miere využívané ďalšie možnosti ako: flexibilný pracovný čas, resp. práca z domu (25,9 %), investovanie do vzdelávania a osobného rozvoja zamestnancov (25,7 %), alebo organizovanie teambuildingov a spoločenských akcií pre zamestnancov (23,0 %). Z pohľadu mladých podnikateľov možno medzi najmenej využívané opatrenia na udržanie zamestnancov (spomedzi preddefinovaných možností v dotazníku) zaradiť: investovanie do moderného vybavenia pracoviska a prostriedkov k práci, a rozvoj vlastných schopností potrebných na lepšie riadenie podniku, ktoré realizuje 20,7 % firiem so zamestnancami. Inú možnosť odpovede uviedlo 13,5 % mladých podnikateľov so zamestnancami, pričom väčšina z nich nerealizovala žiadne opatrenia zamerané na udržanie zamestnancov vo svojej firme.

Graf č. 25: Opatrenia na udržanie zamestnancov vo firme



Zdroj: Slovak Business Agency

Pravidelné zvyšovanie platu predstavuje významné opatrenie najmä v prípade firiem s väčším počtom zamestnancov (10 až 249). Uvedené opatrenie využíva až 61,1 % mladých podnikateľov v tejto veľkostnej skupine. Zlepšovanie platových podmienok najčastejšie realizujú firmy v odvetviach ako: priemysel (58,3 %), ubytovanie a stravovanie (56,7 %), a stavebníctvo (50,0 %). Ďalej, podnikateľské subjekty so sídlom v Trenčianskom (53,3 %) a Žilinskom kraji (53,0 %), a mladí podnikatelia, ktorí v minulom kalendárnom roku dosiahli tržby v intervale medzi 50 000 až 100 000 Eur (60,7 %), resp. viac ako 100 000 Eur (57,4 %).

Rôzne benefity navyše, ako napríklad dovolenka nad rámec zákona, alebo príspevkov na športové, rekreačné a kultúrne aktivity, poskytujú hlavne väčšie podnikateľské subjekty s 10 a viac zamestnancami (43,1 %), resp. firmy s tržbami nad 100 000 Eur (52,7 %). Benefity tohto druhu sú častejšie využívaným opatrením na udržanie si zamestnancov vo firmách z odvetvia doprava a informácie, resp. ostatné služby (realizuje 50 % respondentov so

zamestnancami) a tiež v prípade podnikateľov so sídlom v Bratislavskom kraji (48,9 %). Možnosť flexibilného pracovného času (zahŕňa napr. prácu z domu, alebo pohyblivý začiatok a koniec pracovnej doby) využívajú viac mladí podnikatelia s nižším počtom zamestnancov 1 až 9 (28,0 %) a tiež respondenti podnikajúci v obchodných (30,7 %) a ostatných službách (29,5 %).

Tab. č. 5: Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme

Riadkové %	Kategória	pravidelné zvyšovanie platu	poskytovanie benefitov navyiac	flexibilný pracovný čas
	Vzorka: 518 respondentov	46,3%	41,9%	25,9%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	43,9%	41,7%	28,0%
	10 a viac zamestnancov	61,1%	43,1%	12,5%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	45,0%	25,0%	20,0%
	priemysel	58,3%	35,4%	22,9%
	stavebníctvo	50,0%	39,7%	21,8%
	obchod	48,5%	46,9%	23,8%
	ubytovanie a stravovanie	56,7%	46,7%	26,7%
	doprava, informácie	48,1%	50,0%	27,8%
	obchodné služby	38,6%	35,1%	30,7%
	ostatné služby	31,8%	50,0%	29,5%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	44,4%	48,9%	27,8%
	Trnavský kraj	47,5%	30,5%	33,9%
	Nitriansky kraj	37,3%	45,8%	13,6%
	Trenčiansky kraj	53,3%	40,0%	26,7%
	Banskobystrický kraj	50,8%	35,6%	22,0%
	Žilinský kraj	53,0%	43,9%	28,8%
	Prešovský kraj	48,1%	42,3%	25,0%
	Košický kraj	37,8%	37,8%	26,7%
Právna forma firmy	živnostník	37,7%	31,1%	21,3%
	spoločnosť s ručením obm.	50,4%	46,9%	27,4%
	iné	29,6%	22,2%	25,9%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	31,3%	32,6%	25,7%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	60,7%	43,8%	26,8%
	viac ako 100 000 Eur	57,4%	52,7%	26,0%
	minulý rok som nepodnikal/a	42,9%	57,1%	14,3%
Zákazníci	výlučne slovenskí	45,2%	38,7%	23,6%
	väčšia časť slovenskí	45,5%	43,2%	29,2%
	väčšia časť zahraniční	60,0%	50,0%	17,5%
	výlučne zahraniční	40,0%	40,0%	20,0%
Obchodná prírážka	do 5 %	49,0%	31,3%	27,1%
	5 až 10 %	47,9%	38,5%	25,0%
	11 až 20 %	41,6%	44,5%	24,8%
	21 až 40 %	46,2%	50,0%	30,2%
	41 % a viac	49,4%	43,4%	21,7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	45,3%	43,1%	23,4%
	3 až 5 rokov	47,5%	40,7%	33,9%
	5 až 10 rokov	46,6%	38,2%	24,7%
	viac ako 10 rokov	45,9%	49,4%	21,2%
Pohlavie	muž	47,4%	43,9%	24,2%
	žena	42,7%	35,0%	31,6%
Vek	18 až 24 rokov	46,7%	50,0%	20,0%
	25 až 29 rokov	45,9%	42,9%	28,2%
	30 až 34 rokov	52,1%	31,3%	12,5%
	36 až 39 rokov	44,9%	41,1%	26,2%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 5

Riadkové %	Kategória	investovanie do vzdelávania a osobného rozvoja zamestnancov	teambuildingy a akcie pre zamestnancov	pracujem na sebe aby som bol/a lepším šéfom/šéfkou
	Vzorka: 518 respondentov	25,7%	23,0%	20,7%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	26,5%	22,6%	20,2%
	10 a viac zamestnancov	20,8%	25,0%	23,6%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	20,0%	20,0%	15,0%
	priemysel	22,9%	27,1%	18,8%
	stavebníctvo	23,1%	21,8%	24,4%
	obchod	26,2%	20,0%	23,1%
	ubytovanie a stravovanie	10,0%	30,0%	30,0%
	doprava, informácie	29,6%	16,7%	14,8%
	obchodné služby	28,1%	23,7%	14,9%
	ostatné služby	34,1%	31,8%	27,3%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	29,3%	20,3%	22,6%
	Trnavský kraj	23,7%	23,7%	22,0%
	Nitriansky kraj	20,3%	23,7%	22,0%
	Trenčiansky kraj	35,6%	24,4%	20,0%
	Banskobystrický kraj	27,1%	27,1%	20,3%
	Žilinský kraj	25,8%	27,3%	16,7%
	Prešovský kraj	21,2%	21,2%	17,3%
	Košický kraj	17,8%	17,8%	22,2%
Právna forma firmy	živnostník	13,9%	21,3%	21,3%
	spoločnosť s ručením obm.	28,7%	23,8%	21,1%
	iné	37,0%	18,5%	11,1%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	21,3%	17,8%	19,6%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	24,1%	31,3%	22,3%
	viac ako 100 000 Eur	33,1%	24,3%	21,3%
	minulý rok som nepodnikal/a	14,3%	28,6%	14,3%
Zákazníci	výlučne slovenskí	21,6%	20,1%	19,6%
	väčšia časť slovenskí	26,5%	24,6%	22,3%
	väčšia časť zahraniční	40,0%	25,0%	17,5%
	výlučne zahraniční	26,7%	26,7%	13,3%
Obchodná prirážka	do 5 %	29,2%	24,0%	16,7%
	5 až 10 %	19,8%	16,7%	14,6%
	11 až 20 %	18,2%	27,7%	24,8%
	21 až 40 %	34,9%	22,6%	23,6%
	41 % a viac	28,9%	21,7%	21,7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	32,1%	24,1%	19,0%
	3 až 5 rokov	21,2%	26,3%	20,3%
	5 až 10 rokov	25,8%	19,7%	19,7%
	viac ako 10 rokov	21,2%	23,5%	25,9%
Pohlavie	muž	26,7%	23,7%	19,2%
	žena	22,2%	20,5%	25,6%
Vek	18 až 24 rokov	33,3%	16,7%	23,3%
	25 až 29 rokov	26,4%	24,0%	20,7%
	30 až 34 rokov	22,9%	37,5%	20,8%
	36 až 39 rokov	22,4%	15,0%	19,6%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 5

Riadkové %	Kategória	investovanie do modernizácie pracoviska	iné
	Vzorka: 518 respondentov	20,7%	13,5%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	19,3%	14,1%
	10 a viac zamestnancov	29,2%	9,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	25,0%	40,0%
	priemysel	31,3%	10,4%
	stavebníctvo	21,8%	15,4%
	obchod	17,7%	11,5%
	ubytovanie a stravovanie	26,7%	3,3%
	doprava, informácie	16,7%	11,1%
	obchodné služby	20,2%	18,4%
	ostatné služby	15,9%	4,5%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	15,0%	15,0%
	Trnavský kraj	18,6%	11,9%
	Nitriansky kraj	22,0%	20,3%
	Trenčiansky kraj	20,0%	13,3%
	Banskobystrický kraj	22,0%	6,8%
	Žilinský kraj	33,3%	9,1%
	Prešovský kraj	17,3%	13,5%
	Košický kraj	22,2%	17,8%
Právna forma firmy	živnostník	22,1%	22,1%
	spoločnosť s ručením obm.	20,1%	10,0%
	iné	22,2%	22,2%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	22,6%	21,3%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	19,6%	7,1%
	viac ako 100 000 Eur	19,5%	7,7%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	19,6%	12,6%
	väčšia časť slovenskí	23,1%	14,4%
	väčšia časť zahraniční	15,0%	12,5%
	výlučne zahraniční	6,7%	13,3%
Obchodná prírážka	do 5 %	20,8%	13,5%
	5 až 10 %	12,5%	14,6%
	11 až 20 %	21,9%	14,6%
	21 až 40 %	26,4%	9,4%
	41 % a viac	20,5%	15,7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	21,2%	11,7%
	3 až 5 rokov	21,2%	9,3%
	5 až 10 rokov	21,3%	18,5%
	viac ako 10 rokov	17,6%	11,8%
Pohlavie	muž	19,7%	13,7%
	žena	23,9%	12,8%
Vek	18 až 24 rokov	13,3%	23,3%
	25 až 29 rokov	19,2%	12,3%
	30 až 34 rokov	20,8%	14,6%
	36 až 39 rokov	27,1%	14,0%

Zdroj: Slovak Business Agency. Pozn.: podiely boli počítané zo súboru 518 mladých podnikateľov, ktorí v prieskume deklarovali zamestnávanie aspoň jedného zamestnanca.

Do vzdelávania a osobného rozvoja svojich zamestnancov investuje viac mladých podnikateľov pôsobiacich v ostatných službách (34,1 %), alebo v doprave a informáciách (29,6 %). Naopak, v odvetví ubytovanie a stravovanie investuje do vzdelávania a rozvoja svojich zamestnancov len jeden z desiatich oslovených mladých podnikateľov so

zamestnancami. Vzdelávanie zamestnancov častejšie podporujú firmy s ročnými tržbami vyššími ako 100 000 Eur (približne tretina firiem - 33,1 %). Z výsledkov prieskumu vyplýva aj intenzívnejšia podpora vzdelávania a osobnostného rozvoja zamestnancov v prípade mladých podnikateľov podnikajúcich menej ako 3 roky (32,1 %) a respondentov vo veku 18 až 24 rokov (33,3 %).

Organizovanie teambuildingov a spoločenských akcií využíva štvrtina mladých podnikateľov zamestnávajúcich 10 a viac zamestnancov. Túto aktivitu realizuje tiež 31,8 % respondentov podnikajúcich v ostatných službách a 30,0 % v odvetví ubytovanie a stravovanie. Takmer tretina (29,2 %) podnikateľských subjektov s vyšším počtom zamestnancov (10 až 249) pravidelne investuje aj do modernizácie pracoviska a prostriedkov k práci. Za účelom udržania si zamestnancov investuje do modernizácie pracovného prostredia tiež 31,3 % z mladých podnikateľov pôsobiacich v priemysle, 26,7 % v ubytovaní a stravovaní a 25,0 % v pôdohospodárstve. Investície do modernizácie sú častejšie s nárastom veku mladých podnikateľov, najčastejšie v prípade vekovej kategórie 36 až 39 rokov (27,1 %).

4.2 Investovanie do rozvoja zamestnancov

Pod investovaním do rozvoja zamestnancov sa v prieskume myslelo investovanie finančných prostriedkov na široké spektrum vzdelávacích aktivít ako napr.: zabezpečenie účasti zamestnancov na odborných konferenciách, seminároch, workshopoch, online a jazykových kurzoch, zvyšovanie odbornej kvalifikácie, získavanie certifikácii a podobne.

Viac ako polovica (51,4 %) mladých podnikateľov so zamestnancami investovala za obdobie posledných 12 mesiacov do rozvoja svojich zamestnancov finančné prostriedky vo výške do 1 000 Eur. Menej početná skupina respondentov (predstavovala viac ako štvrtinu, resp. 26,6 % zo všetkých mladých podnikateľov so zamestnancami) investovala do rozvoja zamestnancov od 1 001 do 3 000 Eur. Početnosť firiem sa ďalej s narastajúcou výškou investícií do rozvoja zamestnancov postupne znižuje. Viac ako 10 000 Eur, v predchádzajúcich 12 mesiacoch, investovalo do rozvoja svojich zamestnancov spolu 5 % mladých podnikateľov.

Graf č. 26: Výška finančných prostriedkov investovaných do rozvoja zamestnancov



Zdroj: Slovak Business Agency

Z výsledkov prieskumu vyplýva previazanosť medzi výškou investícií do rozvoja zamestnancov a veľkosťou firiem. Až 81,8 % mladých podnikateľov s menším počtom zamestnancov (1 až 9) investovalo za obdobie predchádzajúcich 12 mesiacov do rozvoja

zamestnancov maximálne 3 000 Eur. Pre porovnanie, podobnú výšku investície uviedlo len 54,2 % respondentov s 10 a viac zamestnancami. Podobná situácia bola pozorovaná aj v prípade tržieb, alebo priemernej obchodnej prírážky, s ktorou mladí podnikatelia pracovali.

Tab. č. 6: Finančné prostriedky investované za posledných 12 mesiacov do rozvoja svojich zamestnancov

Riadkové %	Kategória	do 1000€	1001- 3000€	3001- 5000€	5001- 10000€	10001- 20000€	viac ako 20000€
	Vzorka: 518 respondentov	51,4%	26,6%	10,8%	6,2%	2,9%	2,1%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	55,8%	26,0%	9,9%	5,4%	1,8%	1,1%
	10 a viac zamestnancov	23,6%	30,6%	16,7%	11,1%	9,7%	8,3%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	55,0%	20,0%	10,0%	10,0%	0,0%	5,0%
	priemysel	41,7%	20,8%	22,9%	6,3%	6,3%	2,1%
	stavebníctvo	48,7%	37,2%	3,8%	5,1%	2,6%	2,6%
	obchod	53,8%	29,2%	8,5%	4,6%	1,5%	2,3%
	ubytovanie a stravovanie	63,3%	20,0%	6,7%	3,3%	6,7%	0,0%
	doprava, informácie	57,4%	22,2%	13,0%	3,7%	0,0%	3,7%
	obchodné služby	48,2%	24,6%	11,4%	10,5%	4,4%	0,9%
	ostatné služby	50,0%	25,0%	15,9%	4,5%	2,3%	2,3%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	52,6%	24,1%	11,3%	6,8%	3,0%	2,3%
	Trnavský kraj	59,3%	27,1%	3,4%	8,5%	1,7%	0,0%
	Nitriansky kraj	55,9%	20,3%	11,9%	5,1%	1,7%	5,1%
	Trenčiansky kraj	44,4%	35,6%	11,1%	4,4%	0,0%	4,4%
	Banskobystrický kraj	45,8%	35,6%	10,2%	5,1%	3,4%	0,0%
	Žilinský kraj	45,5%	25,8%	12,1%	9,1%	4,5%	3,0%
	Prešovský kraj	51,9%	26,9%	15,4%	1,9%	3,8%	0,0%
	Košický kraj	53,3%	22,2%	11,1%	6,7%	4,4%	2,2%
Právna forma firmy	živnostník	70,5%	22,1%	2,5%	2,5%	2,5%	0,0%
	spoločnosť s ručením obm.	45,5%	27,9%	13,3%	7,0%	3,3%	3,0%
	iné	44,4%	29,6%	14,8%	11,1%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	68,3%	21,3%	4,3%	3,5%	2,2%	0,4%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	42,9%	38,4%	9,8%	4,5%	3,6%	0,9%
	viac ako 100 000 Eur	32,5%	27,2%	20,1%	11,2%	3,6%	5,3%
	minulý rok som nepodnikal/a	85,7%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	61,3%	25,6%	6,0%	3,5%	2,0%	1,5%
	väčšia časť slovenskí	48,1%	28,0%	12,5%	6,8%	2,7%	1,9%
	väčšia časť zahraniční	27,5%	30,0%	17,5%	12,5%	7,5%	5,0%
	výlučne zahraniční	40,0%	6,7%	26,7%	13,3%	6,7%	6,7%
Obchodná prírážka	do 5 %	60,4%	25,0%	7,3%	3,1%	3,1%	1,0%
	5 až 10 %	54,2%	31,3%	9,4%	5,2%	0,0%	0,0%
	11 až 20 %	48,9%	30,7%	8,8%	4,4%	3,6%	3,6%
	21 až 40 %	37,7%	24,5%	18,9%	12,3%	4,7%	1,9%
	41 % a viac	59,0%	19,3%	9,6%	6,0%	2,4%	3,6%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	56,2%	24,8%	10,9%	2,9%	2,9%	2,2%
	3 až 5 rokov	51,7%	29,7%	8,5%	6,8%	2,5%	0,8%
	5 až 10 rokov	52,2%	25,3%	11,8%	6,2%	1,7%	2,8%
	viac ako 10 rokov	41,2%	28,2%	11,8%	10,6%	5,9%	2,4%
Pohlavie	muž	47,9%	27,9%	11,7%	7,0%	3,0%	2,5%
	žena	63,2%	22,2%	7,7%	3,4%	2,6%	0,9%
Vek	18 až 24 rokov	46,7%	23,3%	16,7%	3,3%	6,7%	3,3%
	25 až 29 rokov	49,5%	28,2%	11,4%	6,6%	2,4%	1,8%
	30 až 34 rokov	58,3%	14,6%	12,5%	8,3%	2,1%	4,2%
	36 až 39 rokov	55,1%	28,0%	6,5%	4,7%	3,7%	1,9%

Zdroj: Slovak Business Agency. Pozn.: podiely boli počítané zo súboru 518 mladých podnikateľov, ktorí v prieskume deklarovali zamestnávanie aspoň jedného zamestnanca.

Nižšie investície počas predchádzajúcich 12 mesiacov (menej ako 3 000 Eur) boli častejšie hlavne v prípade firiem z odvetví stavebníctvo (85,9 %), ubytovanie a stravovanie (83,3 %) alebo obchod (83,1 %), v podnikoch so sídlom v Trnavskom kraji (86,4 %), ďalej u živnostníkov (92,6 %), a v prípade firiem s výlučne slovenskými zákazníkmi (86,9 %). Na rozvoj zamestnancov vynakladali vyššie finančné prostriedky (viac ako 3 000 Eur) najmä firmy vykonávajúce svoju hlavnú činnosť podnikania v priemysle (37,5 %) a mladí podnikatelia s prevahou zákazníkov zo zahraničia (42,5 %), resp. s úplnou orientáciou na zahraničných zákazníkov (53,8 %).

Z výsledkov ďalej vyplýva, že na výšku investícií do rozvoja zamestnancov vplýva aj dĺžka podnikania mladých podnikateľov. Mladí podnikatelia s dlhšou dobou podnikania investujú do rozvoja svojich zamestnancov viac finančných prostriedkov, pričom takmer tretina (30,6 %) respondentov podnikajúcich dlhšie ako 10 rokov investovala v predchádzajúcich 12 mesiacoch do rozvoja zamestnancov viac ako 3 000 Eur a takmer pätina (18,8 %) sumu vyššiu ako 5 000 Eur.

Plánované investície mladých podnikateľov do rozvoja svojich zamestnancov

V období nasledujúcich 12 mesiacov plánujú mladí podnikatelia prioritne investovať do zvyšovania odbornej kvalifikácie svojich zamestnancov. Takýto zámer prezentovala polovica (50,8 %) respondentov. Výrazne nižší podiel mladých podnikateľov (10,8 %) plánuje v blízkej budúcnosti investovať finančné prostriedky na online školenia podľa vlastných potrieb zamestnancov. Investície na interné školenia zamestnancov zamerané na používanie firemných programov (napr. CRM, e-shop, fakturácia, atď.) pripravuje 6,8 % z oslovených mladých podnikateľov, ktorí majú zamestnancov. Špecifický osobný rozvoj zamestnancov plánuje v nasledujúcich mesiacoch podporiť 6,4 % respondentov. Zvyšovanie počítačových zručností svojich zamestnancov plánuje 4,2 % respondentov, ďalších 3,7 % bude smerovať investície do zlepšenia jazykových zručností zamestnancov a 3,3 % mladých podnikateľov pripravuje rozvoj zamestnancov formou soft skills tréningov kam možno zaradiť oblasti ako: zlepšovanie komunikácie, zvládanie stresu, osobná efektivita a podobne.

Graf č. 27: Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu zvyšovania vedomostí a kvalifikácie zamestnancov



Zdroj: Slovak Business Agency

Inú možnosť odpovede preferovalo 14,3 % respondentov. Túto skupinu tvoria hlavne mladí podnikatelia so zamestnancami, ktorí neplánujú v nasledujúcich 12 mesiacoch žiadne investície do zvyšovania vedomostí a kvalifikácie svojich zamestnancov. Z celkového počtu respondentov so zamestnancami predstavujú približne 10 %.

Investície v oblasti zvyšovania odbornej kvalifikácie zamestnancov pripravuje až 68,8 % firiem pôsobiacich v odvetví priemyslu. Túto formu rozvoja svojich zamestnancov bude v nasledujúcich 12 mesiacoch preferovať 62,2 % firiem so sídlom v Trenčianskom kraji a tiež 71,4 % respondentov, ktorí ešte v priebehu minulého roka nepodnikali.

Do online školení, ako jednej z dostupnejších a finančne menej nákladných druhov zvyšovania vedomostí a kvalifikácie zamestnancov, plánujú intenzívnejšie investovať hlavne firmy s 1 až 9 zamestnancami (11,7 %), podnikateľské subjekty pôsobiace v odvetví ubytovanie a stravovanie (16,7 %), mladí podnikatelia so sídlom v Prešovskom kraji (15,4 %), živnostníci (13,1 %), firmy s ročnými tržbami nižšími ako 50 000 Eur (13,0 %), podnikatelia pracujúci s nižšou obchodnou prirážkou, ženy (13,7 %) a tiež respondenti, ktorí podnikajú 3 až 5 rokov (13,6 %).

Interné školenia na programy používané vo firme častejšie plánujú respondenti v odvetví ubytovanie a stravovanie (13,3 %), firmy so sídlom na území Nitrianskeho kraja (11,9 %), mladí podnikatelia s prevažne zahraničnými zákazníkmi (15,0 %) a respondenti podnikajúci dlhšie ako 10 rokov.

Investície do špecifického osobného rozvoja zamestnancov (napr. MBA, osobný koučing a pod.) v nasledujúcich mesiacoch pripravujú hlavne mladí podnikatelia s viac ako 10 zamestnancami (9,7 %), podnikateľské subjekty z odvetvia doprava a informácie (13,0 %), firmy so sídlom v Trnavskom kraji (10,2 %), živnostníci (9,0 %) a firmy s výlučne zahraničnými zákazníkmi (20,0 %).

Rozvoj a zlepšovanie počítačových zručností zamestnancov predstavuje v nasledujúcich 12 mesiacoch prioritu najmä pre firmy pôsobiace v odvetví doprava a informácie (11,1 %), respondentov so sídlom firmy v Bratislavskom (6,0 %), Trnavskom a Nitrianskom kraji (v oboch prípadoch 6,8 %) a pre podnikateľov pracujúcich s nižšou (6 až 10 %) obchodnou prirážkou (6,3 %).

Do zlepšenia jazykových zručností svojich zamestnancov častejšie plánujú investovať mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (8,3 %), respondenti podnikajúci v odvetví obchodné služby (7,9 %), firmy so sídlom v Košickom kraji (8,9 %), mladí podnikatelia s prevahou zahraničných zákazníkov (17,5 %), mladší respondenti vo veku 18 až 24 rokov (10,0 %) a zástupcovia mladých podnikateľov, ktorí podnikajú menej ako 3 roky (6,6 %).

V nasledujúcich 12 mesiacoch plánujú investície do rôznych soft skills tréningov hlavne mladí podnikatelia podnikajúci v odvetví ubytovanie a stravovanie (10,0 %), firmy so sídlom na území Bratislavského kraja (6,0 %), a podnikatelia v najmladšej vekovej kategórii od 18 do 24 rokov (6,7 %).

Tab. č. 7: Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu

Riadkové %	Kategória	zvyšovanie odbornej kvalifikácie	online školenia	interné školenia na firemné programy	špecifický osobný rozvoj (koučing...)
	Vzorka: 518 respondentov	50,8%	10,8%	6,8%	6,4%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	51,1%	11,7%	6,5%	5,8%
	10 a viac zamestnancov	48,6%	5,6%	8,3%	9,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	55,0%	15,0%	5,0%	5,0%
	priemysel	68,8%	10,4%	6,3%	4,2%
	stavebníctvo	55,1%	7,7%	6,4%	5,1%
	obchod	47,7%	11,5%	8,5%	3,8%
	ubytovanie a stravovanie	36,7%	16,7%	13,3%	10,0%
	doprava, informácie	31,5%	13,0%	7,4%	13,0%
	obchodné služby	55,3%	8,8%	4,4%	6,1%
	ostatné služby	52,3%	11,4%	4,5%	9,1%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	46,6%	11,3%	5,3%	6,0%
	Trnavský kraj	37,3%	11,9%	8,5%	10,2%
	Nitriansky kraj	49,2%	10,2%	11,9%	1,7%
	Trenčiansky kraj	62,2%	6,7%	8,9%	6,7%
	Banskobystrický kraj	57,6%	10,2%	5,1%	6,8%
	Žilinský kraj	56,1%	10,6%	4,5%	9,1%
	Prešovský kraj	55,8%	15,4%	3,8%	3,8%
	Košický kraj	48,9%	8,9%	8,9%	6,7%
Právna forma firmy	živnostník	43,4%	13,1%	3,3%	9,0%
	spoločnosť s ručením obm.	52,6%	10,6%	7,9%	6,0%
	iné	59,3%	3,7%	7,4%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	45,7%	13,0%	6,1%	7,8%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	55,4%	8,0%	5,4%	7,1%
	viac ako 100 000 Eur	53,8%	10,1%	8,9%	4,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	71,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	49,2%	13,6%	4,5%	6,0%
	väčšia časť slovenskí	52,7%	9,5%	7,2%	6,1%
	väčšia časť zahraniční	47,5%	7,5%	15,0%	5,0%
	výlučne zahraniční	46,7%	6,7%	6,7%	20,0%
Obchodná prírážka	do 5 %	45,8%	14,6%	2,1%	7,3%
	5 až 10 %	40,6%	15,6%	9,4%	6,3%
	11 až 20 %	54,0%	8,8%	8,0%	5,8%
	21 až 40 %	56,6%	7,5%	6,6%	5,7%
	41 % a viac	55,4%	8,4%	7,2%	7,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	49,6%	7,3%	5,1%	6,6%
	3 až 5 rokov	52,5%	13,6%	8,5%	6,8%
	5 až 10 rokov	53,9%	11,8%	5,6%	5,6%
	viac ako 10 rokov	43,5%	10,6%	9,4%	7,1%
Pohlavie	muž	50,6%	10,0%	8,2%	6,7%
	žena	51,3%	13,7%	1,7%	5,1%
Vek	18 až 24 rokov	50,0%	10,0%	6,7%	3,3%
	25 až 29 rokov	52,3%	11,7%	6,9%	6,0%
	30 až 34 rokov	50,0%	4,2%	4,2%	6,3%
	36 až 39 rokov	46,7%	11,2%	7,5%	8,4%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

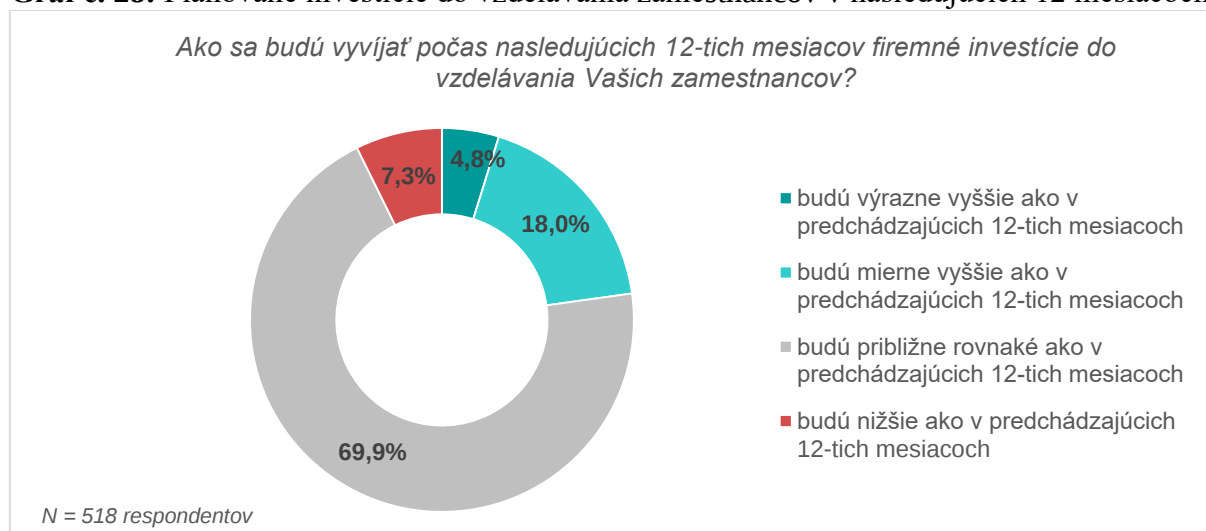
Pokračovanie tabuľky č. 7

Riadkové %	Kategória	PC zručnosti	jazykové zručnosti	soft skills tréning	iné
	Vzorka: 518 respondentov	6,4%	5,6%	5,4%	14,3%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	4,0%	2,9%	3,6%	14,3%
	10 a viac zamestnancov	5,6%	8,3%	1,4%	12,5%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	5,0%	0,0%	5,0%	10,0%
	priemysel	0,0%	0,0%	2,1%	8,3%
	stavebníctvo	2,6%	2,6%	2,6%	17,9%
	obchod	6,2%	3,1%	2,3%	16,9%
	ubytovanie a stravovanie	0,0%	0,0%	10,0%	13,3%
	doprava, informácie	11,1%	3,7%	3,7%	16,7%
	obchodné služby	3,5%	7,9%	2,6%	11,4%
	ostatné služby	2,3%	4,5%	4,5%	11,4%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	6,0%	5,3%	6,0%	13,5%
	Trnavský kraj	6,8%	1,7%	3,4%	20,3%
	Nitriansky kraj	6,8%	0,0%	3,4%	16,9%
	Trenčiansky kraj	0,0%	2,2%	4,4%	8,9%
	Banskobystrický kraj	3,4%	3,4%	3,4%	10,2%
	Žilinský kraj	3,0%	3,0%	1,5%	12,1%
	Prešovský kraj	1,9%	3,8%	0,0%	15,4%
	Košický kraj	2,2%	8,9%	0,0%	15,6%
Právna forma firmy	živnostník	4,9%	2,5%	2,5%	21,3%
	spoločnosť s ručením obm.	4,1%	3,3%	3,3%	12,5%
	iné	3,7%	14,8%	7,4%	3,7%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	3,9%	3,0%	3,0%	17,4%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	4,5%	5,4%	1,8%	12,5%
	viac ako 100 000 Eur	4,1%	3,6%	4,7%	10,7%
	minulý rok som nepodnikal/a	14,3%	0,0%	0,0%	14,3%
Zákazníci	výlučne slovenskí	4,0%	2,0%	2,0%	18,6%
	väčšia časť slovenskí	4,9%	2,3%	4,9%	12,5%
	väčšia časť zahraniční	2,5%	17,5%	0,0%	5,0%
	výlučne zahraniční	0,0%	13,3%	0,0%	6,7%
Obchodná prírážka	do 5 %	3,1%	3,1%	3,1%	20,8%
	5 až 10 %	6,3%	6,3%	1,0%	14,6%
	11 až 20 %	5,8%	0,7%	3,6%	13,1%
	21 až 40 %	1,9%	4,7%	5,7%	11,3%
	41 % a viac	3,6%	4,8%	2,4%	10,8%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	8,0%	6,6%	5,1%	11,7%
	3 až 5 rokov	2,5%	1,7%	3,4%	11,0%
	5 až 10 rokov	3,4%	2,2%	1,7%	15,7%
	viac ako 10 rokov	2,4%	4,7%	3,5%	18,8%
Pohlavie	muž	4,5%	3,7%	3,0%	13,2%
	žena	3,4%	3,4%	4,3%	17,1%
Vek	18 až 24 rokov	0,0%	10,0%	6,7%	13,3%
	25 až 29 rokov	5,4%	3,9%	2,1%	11,7%
	30 až 34 rokov	2,1%	6,3%	2,1%	25,0%
	36 až 39 rokov	2,8%	0,0%	6,5%	16,8%

Zdroj: Slovak Business Agency. Pozn.: podiely boli počítané zo súboru 518 mladých podnikateľov, ktorí v prieskume deklarovali zamestnávajúce aspoň jedného zamestnanca.

Počas obdobia nasledujúcich 12 mesiacov plánuje zvýšiť investície do vzdelávania svojich zamestnancov necelá štvrtina (22,8 %) mladých podnikateľov so zamestnancami. Oproti predchádzajúcim 12 mesiacom plánuje výrazné navýšenie investícií 4,8 % respondentov. Ďalších 18,0 % respondentov pripravuje mierne navýšenie investícií do vzdelávania zamestnancov. Z odpovedí zároveň vyplýva, že v prípade 69,9 % mladých podnikateľov budú investície do vzdelávania približne na rovnakej úrovni ako tomu bolo v predchádzajúcom období. Pozitívom je pomerne nízky podiel podnikateľov (7,3 %), ktorí plánujú v nasledujúcich 12 mesiacoch zníženie firemných investícií do vzdelávania svojich zamestnancov.

Graf č. 28: Plánované investície do vzdelávania zamestnancov v nasledujúcich 12 mesiacoch



Zdroj: Slovak Business Agency

Výrazné navýšenie investícií do vzdelávania svojich zamestnancov plánujú najmä mladí podnikatelia podnikajúci v ostatných službách (9,1 %) a priemysle (6,3 %), firmy sídliace v Žilinskom (10,6 %) a Nitrianskom kraji (6,8 %), subjekty s prevažne zahraničnými zákazníkmi (10,0 %) a respondenti pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou v intervale 21 až 40 % (10,4 %).

Oproti predchádzajúcim 12 mesiacom pripravujú mierne vyššie investície do vzdelávania najmä firmy pôsobiace v stavebníctve (24,4 %) a obchodných službách (21,9 %), podnikatelia so sídlom v Prešovskom (23,1 %) a Banskobystrickom kraji (22,0 %), firmy s výlučne zahraničnými zákazníkmi (26,7 %), tiež mladí podnikatelia pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou viac ako 41 % (24,1 %), a respondenti vo veku 18 až 24 rokov (26,7 %).

S približne rovnakým objemom investícií v nasledujúcom období častejšie počítajú hlavne podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (80,6 %), firmy v odvetví ubytovanie a stravovanie (80,0 %), priemysel (75,0 %) a pôdohospodárstvo (75,0 %), ďalej mladí podnikatelia so sídlom v Trenčianskom kraji (80,0 %) a podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (80,4 %).

V nasledujúcich mesiacoch plánujú zníženie investícií do vzdelávania svojich zamestnancov hlavne mladí podnikatelia podnikajúci v odvetví pôdohospodárstvo (15,0 %) a stavebníctvo (10,3 %), firmy z Trnavského (13,6 %) a Bratislavského kraja (11,3 %), živnostníci (9,0 %), podnikateľské subjekty s ročnými tržbami menej ako 50 000 Eur (9,1 %), firmy s priemernou obchodnou prirážkou 6 až 10 % (12,5 %) a podnikatelia podnikajúci dlhšie ako 10 rokov (12,9 %).

Tab. č. 8: Plánované investície do vzdelávania zamestnancov v porovnaní s obdobím predchádzajúcich 12 mesiacov

Riadkové %	Kategória	výrazne vyššie	mierne vyššie	približne rovnaké	nižšie
	Vzorka: 518 respondentov	4,8%	18,0%	69,9%	7,3%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	4,9%	19,1%	68,2%	7,8%
	10 a viac zamestnancov	4,2%	11,1%	80,6%	4,2%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	0,0%	10,0%	75,0%	15,0%
	priemysel	6,3%	12,5%	75,0%	6,3%
	stavebníctvo	0,0%	24,4%	65,4%	10,3%
	obchod	6,2%	15,4%	70,8%	7,7%
	ubytovanie a stravovanie	0,0%	10,0%	80,0%	10,0%
	doprava, informácie	5,6%	18,5%	72,2%	3,7%
	obchodné služby	6,1%	21,9%	65,8%	6,1%
	ostatné služby	9,1%	18,2%	68,2%	4,5%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	3,0%	17,3%	68,4%	11,3%
	Trnavský kraj	3,4%	15,3%	67,8%	13,6%
	Nitriansky kraj	6,8%	16,9%	72,9%	3,4%
	Trenčiansky kraj	4,4%	15,6%	80,0%	0,0%
	Banskobystrický kraj	3,4%	22,0%	67,8%	6,8%
	Žilinský kraj	10,6%	16,7%	66,7%	6,1%
	Prešovský kraj	3,8%	23,1%	65,4%	7,7%
	Košický kraj	4,4%	17,8%	75,6%	2,2%
Právna forma firmy	živnostník	2,5%	17,2%	71,3%	9,0%
	spoločnosť s ručením obm.	5,4%	18,2%	69,1%	7,3%
	iné	7,4%	18,5%	74,1%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	5,7%	17,8%	67,4%	9,1%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	0,9%	19,6%	70,5%	8,9%
	viac ako 100 000 Eur	5,9%	17,8%	72,2%	4,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	14,3%	0,0%	85,7%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	5,0%	19,1%	68,8%	7,0%
	väčšia časť slovenskí	3,8%	17,4%	70,8%	8,0%
	väčšia časť zahraniční	10,0%	12,5%	70,0%	7,5%
	výlučne zahraniční	6,7%	26,7%	66,7%	0,0%
Obchodná prírážka	do 5 %	3,1%	16,7%	74,0%	6,3%
	5 až 10 %	2,1%	15,6%	69,8%	12,5%
	11 až 20 %	3,6%	15,3%	70,8%	10,2%
	21 až 40 %	10,4%	19,8%	66,0%	3,8%
	41 % a viac	4,8%	24,1%	68,7%	2,4%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	5,8%	20,4%	64,2%	9,5%
	3 až 5 rokov	4,2%	22,0%	66,9%	6,8%
	5 až 10 rokov	4,5%	16,3%	75,8%	3,4%
	viac ako 10 rokov	4,7%	11,8%	70,6%	12,9%
Pohlavie	muž	5,7%	20,4%	66,8%	7,0%
	žena	1,7%	9,4%	80,3%	8,5%
Vek	18 až 24 rokov	6,7%	26,7%	60,0%	6,7%
	25 až 29 rokov	4,8%	18,6%	67,6%	9,0%
	30 až 34 rokov	6,3%	18,8%	68,8%	6,3%
	36 až 39 rokov	3,7%	13,1%	80,4%	2,8%

Zdroj: Slovak Business Agency. Pozn.: podiely boli počítané zo súboru 518 mladých podnikateľov, ktorí v prieskume deklarovali zamestnávanie aspoň jedného zamestnanca.

Vzdelávanie mladých podnikateľov na Slovensku

V oblasti riadenia ľudí sa pravidelne vzdeláva a rozširuje si svoje znalosti viac ako polovica (58,1 %) mladých podnikateľov so zamestnancami. Mladí podnikatelia sa najčastejšie vzdelávajú v oblasti vedenia ľudí štúdiom kníh a článkov, ktoré sa venujú tejto téme (34,7 %). V problematike riadenia ľudí sa ďalších 10,6 % mladých podnikateľov pravidelne vzdeláva formou školení. Kouča, konzultanta alebo mentora využíva na pravidelné rozširovanie znalostí v oblasti manažovania ľudských zdrojov 6,8 % z oslovených respondentov. Najmenej, len 6,0 % mladých podnikateľov sa v oblasti riadenia ľudí pravidelne vzdeláva prostredníctvom online kurzov.

Ďalších 41,9 % mladých podnikateľov v prieskume uviedlo, že sa v oblasti vedenia ľudí pravidelne nevzdelávajú a nerozširujú svoje obzory. Napriek tomu, sa až 22 % z oslovených respondentov so zamestnancami o problematike vedenia ľudí pravidelne radí s ostatnými podnikateľmi. Žiadne formy pravidelného vzdelávania, len sedliacky rozum, používa pri vedení zamestnancov približne pätina (19,9 %) zástupcov mladých podnikateľov.

Graf č. 29: Vzdelávanie sa mladých podnikateľov v oblasti riadenia ľudí



Zdroj: Slovak Business Agency

Štúdium odbornej literatúry a článkov využívajú k rozširovaniu znalostí v problematike riadenia zamestnancov najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (41,7 %), zástupcovia firiem pôsobiacich v odvetviach doprava a informácie (37,0 %) a ostatné služby (54,5 %). Ďalej podnikatelia z Trenčianskeho (42,2 %) a Banskobystrického kraja (44,1 %), respondenti s prevažne zahraničnými zákazníkmi (40,0 %), podnikatelia s vyššou priemernou obchodnou prírážkou 21 % až 40 % (44,3 %), mladšie vekové kategórie respondentov vo veku 18 až 24 rokov (46,7 %) a mladí podnikatelia podnikajúce menej ako 3 roky (38,7 %), resp. 3 až 5 rokov (42,4 %).

Školenia zamerané na zlepšovanie schopností v oblasti riadenia ľudí pravidelne absolvujú hlavne mladí podnikatelia podnikajúci v priemysle (14,6 %) a obchodných službách (14,0 %), respondenti z Trenčianskeho kraja (13,3 %), zástupcovia firiem s výhradne zahraničnými zákazníkmi (20,0 %), respondenti vo veku 35 až 39 rokov (17,8 %) a podnikatelia podnikajúci dlhšie ako 10 rokov (17,6 %).

Pre potreby zdokonaľovania svojich schopností v oblasti riadenia zamestnancov využívajú pravidelné služby kouča, konzultanta alebo mentora vo väčšej miere podnikatelia z odvetví

ubytovanie a stravovanie, resp. pôdohospodárstvo (10,0 %), respondenti s prevahou alebo s výlučne zahraničnými zákazníkmi (12,5 %, resp. 13,3 %), mladí podnikatelia pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou vyššou ako 41 % (10,8 %) a respondenti vo veku 18 až 24 rokov (13,3 %).

Tab. č. 9: Postoje mladých podnikateľov k vzdelávaniu sa v oblasti vedenia ľudí

Riadkové %	Kategória	ÁNO, čítam knihy a články k tejto téme	ÁNO, navštevujem školenia na tému vedenie ľudí	ÁNO, spolupracujem s koučom, konzultantom, mentorom
	Vzorka: 518 respondentov	34,7%	10,6%	6,8%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	33,6%	10,8%	6,5%
	10 a viac zamestnancov	41,7%	9,7%	8,3%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	25,0%	10,0%	10,0%
	priemysel	33,3%	14,6%	4,2%
	stavebníctvo	30,8%	11,5%	3,8%
	obchod	33,8%	8,5%	8,5%
	ubytovanie a stravovanie	33,3%	10,0%	10,0%
	doprava, informácie	37,0%	9,3%	7,4%
	obchodné služby	32,5%	14,0%	7,9%
	ostatné služby	54,5%	4,5%	2,3%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	34,6%	12,0%	7,5%
	Trnavský kraj	25,4%	10,2%	8,5%
	Nitriansky kraj	28,8%	11,9%	5,1%
	Trenčiansky kraj	42,2%	13,3%	4,4%
	Banskobystrický kraj	44,1%	6,8%	5,1%
	Žilinský kraj	37,9%	10,6%	10,6%
	Prešovský kraj	28,8%	9,6%	3,8%
	Košický kraj	37,8%	8,9%	6,7%
Právna forma firmy	živnostník	31,1%	8,2%	9,0%
	spoločnosť s ručením obm.	35,2%	11,4%	5,7%
	iné	44,4%	11,1%	11,1%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	35,7%	9,6%	7,0%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	32,1%	9,8%	2,7%
	viac ako 100 000 Eur	34,9%	13,0%	9,5%
	minulý rok som nepodnikal/a	42,9%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	32,2%	10,1%	5,5%
	väčšia časť slovenskí	36,4%	11,4%	6,4%
	väčšia časť zahraniční	40,0%	5,0%	12,5%
	výlučne zahraniční	26,7%	20,0%	13,3%
Obchodná prirážka	do 5 %	30,2%	14,6%	8,3%
	5 až 10 %	34,4%	6,3%	5,2%
	11 až 20 %	29,9%	12,4%	3,6%
	21 až 40 %	44,3%	7,5%	7,5%
	41 % a viac	36,1%	12,0%	10,8%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	38,7%	10,2%	5,8%
	3 až 5 rokov	42,4%	10,2%	6,8%
	5 až 10 rokov	36,0%	7,9%	7,3%
	viac ako 10 rokov	15,3%	17,6%	7,1%
Pohlavie	muž	33,2%	10,2%	7,5%
	žena	40,2%	12,0%	4,3%
Vek	18 až 24 rokov	46,7%	13,3%	13,3%
	25 až 29 rokov	37,5%	8,1%	6,0%
	30 až 34 rokov	27,1%	10,4%	4,2%
	36 až 39 rokov	26,2%	17,8%	8,4%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 9

Riadkové %	Kategória	ÁNO, robím si online kurzy na tému vedenia ľudí	NIE, ale rádím sa pravidelne s ostatnými podnikateľmi ohľadom vedenia ľudí	NIE, používam sedliacky rozum a to mi stačí
	Vzorka: 518 respondentov	6,0%	22,0%	19,9%
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	6,1%	22,6%	20,4%
	10 a viac zamestnancov	5,6%	18,1%	16,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	0,0%	25,0%	30,0%
	priemysel	4,2%	27,1%	16,7%
	stavebníctvo	5,1%	25,6%	23,1%
	obchod	6,9%	23,1%	19,2%
	ubytovanie a stravovanie	6,7%	26,7%	13,3%
	doprava, informácie	3,7%	18,5%	24,1%
	obchodné služby	9,6%	19,3%	16,7%
	ostatné služby	2,3%	13,6%	22,7%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	8,3%	18,8%	18,8%
	Trnavský kraj	6,8%	23,7%	25,4%
	Nitriansky kraj	6,8%	22,0%	25,4%
	Trenčiansky kraj	2,2%	17,8%	20,0%
	Banskobystrický kraj	5,1%	22,0%	16,9%
	Žilinský kraj	1,5%	21,2%	18,2%
	Prešovský kraj	13,5%	25,0%	19,2%
	Košický kraj	0,0%	31,1%	15,6%
Právna forma firmy	živnostník	3,3%	26,2%	22,1%
	spoločnosť s ručením obm.	6,8%	21,7%	19,2%
	iné	7,4%	7,4%	18,5%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	6,1%	22,2%	19,6%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	4,5%	21,4%	29,5%
	viac ako 100 000 Eur	6,5%	21,9%	14,2%
	minulý rok som nepodnikal/a	14,3%	28,6%	14,3%
Zákazníci	výlučne slovenskí	9,0%	22,6%	20,6%
	väčšia časť slovenskí	4,9%	23,5%	17,4%
	väčšia časť zahraniční	0,0%	15,0%	27,5%
	výlučne zahraniční	0,0%	6,7%	33,3%
Obchodná prírážka	do 5 %	11,5%	17,7%	17,7%
	5 až 10 %	4,2%	24,0%	26,0%
	11 až 20 %	7,3%	24,8%	21,9%
	21 až 40 %	2,8%	19,8%	17,9%
	41 % a viac	3,6%	22,9%	14,5%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	7,3%	18,2%	19,7%
	3 až 5 rokov	6,8%	19,5%	14,4%
	5 až 10 rokov	4,5%	24,2%	20,2%
	viac ako 10 rokov	5,9%	27,1%	27,1%
Pohlavie	muž	5,7%	23,2%	20,2%
	žena	6,8%	17,9%	18,8%
Vek	18 až 24 rokov	3,3%	10,0%	13,3%
	25 až 29 rokov	6,3%	23,4%	18,6%
	30 až 34 rokov	8,3%	25,0%	25,0%
	36 až 39 rokov	4,7%	19,6%	23,4%

Zdroj: Slovak Business Agency. Pozn.: podiely boli počítané zo súboru 518 mladých podnikateľov, ktorí v prieskume deklarovali zamestnávanie aspoň jedného zamestnanca.

Len na rady od ostatných podnikateľov sa pri otázke vedenia zamestnancov viac spoliehajú mladí podnikatelia pôsobiaci v priemysle (27,1 %), zástupcovia firiem so sídlom v Košickom kraji (31,1 %) a respondenti, ktorí podnikajú už viac ako 10 rokov (27,1 %).

Žiadnu formu vzdelávania v oblasti vedenia ľudí len sedliacky rozum a doposiaľ nadobudnuté skúsenosti častejšie preferujú podnikatelia v pôdohospodárstve (30,0 %), respondenti z Trnavského a Nitrianskeho kraja (25,4 %), zástupcovia firiem s ročnými tržbami 50 000 až 100 000 Eur (29,5 %), respondenti s priemernou obchodnou prírážkou v intervale 6 % až 10 % (26,0 %) a skúsenejší podnikatelia podnikajúci dlhšie ako 10 rokov (27,1 %).

4.3 Investovanie mladých podnikateľov do vlastného rozvoja

V prípade mladých podnikateľov je okrem investovania do rozvoja svojich zamestnancov rovnako dôležité dbať aj o rozvoj vlastných schopností a znalostí. Za obdobie posledných 12 mesiacov investovala takmer polovica (47,6 %) mladých podnikateľov do vlastného rozvoja finančné prostriedky vo výške maximálne 500 Eur. V tejto skupine respondentov sa nachádzajú aj mladí podnikatelia, ktorí v priebehu posledných 12 mesiacov neinvestovali žiadne finančné prostriedky do vlastného rozvoja.

S rastúcim objemom financií na vlastné vzdelávanie a rozvoj dochádza k postupnému znižovaniu početnosti mladých podnikateľov. Vyššie finančné prostriedky do vlastného rozvoja (501 až 1 000 Eur) bolo ochotných a schopných investovať 26,0 % z oslovených mladých podnikateľov. Ďalších 15,0 % respondentov investovalo v rovnakom čase do svojho rozvoja 1 001 až 3 000 Eur a 5,5 % financie vo výške 3 001 až 5 000 Eur. Viac ako 10 000 Eur investovalo v priebehu predchádzajúcich 12 mesiacov 2,7 % mladých podnikateľov.

Graf č. 30: Výška finančných prostriedkov investovaných do vlastného rozvoja podnikateľov



Zdroj: Slovak Business Agency

Z druhostupňovej analýzy odpovedí respondentov vyplývajú nižšie investície do vlastného rozvoja najmä u mladých podnikateľov bez zamestnancov (53,3 %), zástupcovia firiem pôsobiacich v ubytovaní a stravovaní (59,5 %) a obchode (55,4 %), respondenti z Bratislavského kraja (52,4 %), živnostníci (51,7 %), podnikatelia s ročnými tržbami menej ako 50 000 Eur (52,1 %), majitelia firiem pracujúcich s nižšou obchodnou prírážkou ako 5 % (54,1 %) a mladí podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (52,1 %).

Sumárne až 41,0 % mladých podnikateľov investovalo za obdobie predchádzajúcich 12 mesiacov do vlastného rozvoja sumu od 501 do 3 000 Eur. Predmetné investície boli častejšie najmä v skupine zástupcov menších firiem s 1 až 9 zamestnancami (45,5 %), u mladých podnikateľov podnikajúcich v doprave a informáciách (46,5 %) a ostatných službách (50,6 %) a v prípade respondentov s výlučne zahraničnými zákazníkmi (55,2 %).

Tab. č. 10: Finančné prostriedky investované za posledných 12 mesiacov do vlastného rozvoja

Riadkové %	Kategória	do 500€	501 - 1000€	1001- 3000€	3001- 5000€	5001- 10000€	10001- 20000€	viac ako 20000€
	Vzorka: 1000 respondentov	47,6%	26,0%	15,0%	5,5%	3,2%	1,4%	1,3%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	53,3%	23,4%	13,9%	4,8%	2,9%	1,2%	0,4%
	1 až 9 zamestnancov	42,8%	29,4%	16,1%	5,6%	2,9%	0,9%	2,2%
	10 a viac zamestnancov	38,9%	22,2%	15,3%	9,7%	6,9%	5,6%	1,4%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	52,6%	31,6%	13,2%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%
	priemysel	42,2%	26,7%	8,9%	10,0%	7,8%	4,4%	0,0%
	stavebníctvo	49,3%	27,6%	15,7%	3,0%	1,5%	0,7%	2,2%
	obchod	55,4%	20,8%	12,6%	4,8%	4,1%	1,5%	0,7%
	ubytovanie a stravovanie	59,5%	16,7%	19,0%	2,4%	0,0%	0,0%	2,4%
	doprava, informácie	44,7%	28,1%	18,4%	5,3%	1,8%	0,9%	0,9%
	obchodné služby	40,3%	29,2%	15,5%	7,1%	4,4%	0,9%	2,7%
	ostatné služby	41,4%	29,9%	20,7%	6,9%	0,0%	1,1%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	52,4%	24,0%	14,6%	5,2%	0,7%	1,1%	1,9%
	Trnavský kraj	47,5%	29,3%	10,1%	7,1%	3,0%	1,0%	2,0%
	Nitriansky kraj	43,5%	24,1%	16,7%	5,6%	6,5%	2,8%	0,9%
	Trenčiansky kraj	46,2%	25,6%	17,9%	1,3%	2,6%	2,6%	3,8%
	Banskobystrický kraj	47,3%	28,2%	11,8%	5,5%	4,5%	2,7%	0,0%
	Žilinský kraj	48,6%	27,5%	13,8%	5,8%	4,3%	0,0%	0,0%
	Prešovský kraj	43,2%	24,3%	17,1%	7,2%	4,5%	1,8%	1,8%
	Košický kraj	43,8%	28,1%	20,2%	5,6%	2,2%	0,0%	0,0%
Právna forma firmy	živnostník	51,7%	24,8%	14,8%	2,9%	3,9%	1,2%	0,7%
	spoločnosť s ručením obm.	45,4%	26,7%	14,5%	7,4%	2,5%	1,6%	1,8%
	iné	35,1%	29,7%	24,3%	5,4%	5,4%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	52,1%	25,8%	13,8%	4,7%	2,4%	0,8%	0,3%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	47,2%	27,0%	17,4%	1,7%	2,8%	1,1%	2,8%
	viac ako 100 000 Eur	35,3%	25,5%	16,2%	10,8%	5,9%	3,4%	2,9%
	minulý rok som nepodnikal/a	44,0%	28,0%	16,0%	8,0%	4,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	51,2%	27,5%	12,9%	4,1%	2,9%	0,7%	0,7%
	väčšia časť slovenskí	46,8%	24,9%	15,7%	7,1%	3,0%	1,3%	1,3%
	väčšia časť zahraniční	41,9%	19,4%	22,6%	6,5%	3,2%	3,2%	3,2%
	výlučne zahraniční	17,2%	34,5%	20,7%	0,0%	10,3%	10,3%	6,9%
Obchodná prírážka	do 5 %	54,1%	22,0%	15,0%	2,8%	3,7%	1,2%	1,2%
	5 až 10 %	50,6%	27,1%	12,4%	5,3%	1,2%	1,8%	1,8%
	11 až 20 %	43,4%	25,9%	18,3%	6,8%	3,6%	1,2%	0,8%
	21 až 40 %	44,0%	27,2%	15,8%	6,5%	4,3%	1,6%	0,5%
	41 % a viac	45,0%	30,2%	11,4%	6,7%	2,7%	1,3%	2,7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	48,7%	25,0%	15,7%	5,0%	3,7%	1,0%	1,0%
	3 až 5 rokov	47,0%	32,9%	11,5%	5,1%	1,7%	1,7%	0,0%
	5 až 10 rokov	48,5%	24,5%	16,1%	5,8%	3,3%	0,9%	0,9%
	viac ako 10 rokov	44,1%	19,9%	16,9%	6,6%	4,4%	2,9%	5,1%
Pohlavie	muž	45,1%	26,0%	15,9%	6,4%	3,3%	1,7%	1,6%
	žena	55,7%	26,0%	11,9%	2,6%	3,0%	0,4%	0,4%
Vek	18 až 24 rokov	43,3%	18,3%	26,7%	3,3%	5,0%	3,3%	0,0%
	25 až 29 rokov	46,9%	26,7%	15,0%	5,9%	3,1%	1,3%	1,1%
	30 až 34 rokov	46,2%	30,2%	14,2%	3,8%	1,9%	1,9%	1,9%
	36 až 39 rokov	52,1%	23,7%	11,9%	5,7%	3,6%	1,0%	2,1%

Zdroj: Slovak Business Agency

Vyššie investície do vlastného rozvoja (viac ako 3 000 Eur) deklarovalo sumárne 11,4 % mladých podnikateľov. Z druhostupňového členenia je možné identifikovať jednotlivé skupiny mladých respondentov, ktoré do svojho rozvoja častejšie investovali viac ako 3 000 Eur. Sú to najmä podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (23,6 %), zástupcovia firiem z odvetvia priemyslu (22,2 %), respondenti z Nitrianskeho kraja (15,7 %), majitelia podnikov s tržbami vyššími ako 100 000 Eur (23,0 %) a mladí podnikatelia s orientáciou na zákazníkov zo zahraničia.

5 Hodnotenie prístupu k marketingovým činnostiam

V prípade možnosti doplnenia vzdelania alebo zručností, ktoré by mohli výrazne zlepšiť podnikanie, by pätina mladých podnikateľov (19,9 %) preferovala oblasť marketingu a psychológie trhu. Menšia časť (14,7 % respondentov), by uprednostnila doplnenie svojich poznatkov v oblasti účtovníctva a daní. Približne jeden z desiatich mladých podnikateľov (10,4 %) prejavil záujem o ďalší rozvoj komunikačných a predajných zručností. V inej špecifickej oblasti podľa odvetvia, v ktorom respondenti podnikajú, by si rado doplnilo svoje vzdelanie alebo zručnosti 9,6 % oslovených podnikateľov. Ďalších 7,9 % mladých podnikateľov prejavilo záujem o rozšírenie teoretických poznatkov a praktických skúseností v oblasti finančného kontroľingu a ekonomiky firmy. Dovzdávanie a rozvoj zručností v oblasti vedenia ľudí v podmienkach malej firmy preferuje 6,7 % respondentov. V oblasti projektového manažmentu, resp. optimalizácie interných procesov sa chce ďalej zlepšovať 6,1 % oslovených podnikateľov.

Mladí podnikatelia prejavili najmenší záujem o ďalšie akademické vzdelávanie (2,8 %) a spoluprácu s biznis koučom alebo odborným konzultantom (3,5 %). Ďalších 7,3 % mladých podnikateľov si myslí, že už teraz disponujú všetkými potrebnými znalosťami a schopnosťami na úspešné riadenie firmy a preto nepotrebujú ďalšie dopĺňanie vzdelania a zručností. Možnosť rozširovania vedomostí a zručností v iných oblastiach označilo 6,8 % respondentov.

Graf č. 31: Preferované oblasti doplnenia vzdelania a zručností mladých podnikateľov v nasledujúcich 12 mesiacoch



Zdroj: Slovak Business Agency

Počas nasledujúcich 12 mesiacov by si chceli v oblasti marketingu a psychológie trhu (zákazníkov) dopĺňať svoje vedomosti a praktické skúsenosti najmä mladí podnikatelia podnikajúci v pôdohospodárstve (23,7 %), respondenti z Košického kraja (27,0 %), zástupcovia firiem s ročnými tržbami na úrovni 50 000 až 100 000 Eur (23,0 %), podnikatelia pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou 11 až 20 % (25,5 %), respondenti podnikajúci menej ako 3 roky (25,7 %) a mladí podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (26,7 %).

Účtovníctvo a dane predstavujú zaujímavú oblasť pre ďalšie vzdelávanie hlavne pre skupinu mladých podnikateľov bez zamestnancov (17,4 %), ďalej pre majiteľov firiem podnikajúcich v obchode (17,8 %) a obchodných službách (17,3 %), respondentov z Trnavského kraja (21,2 %), živnostníkov (18,0 %) a podnikateľov vo veku 30 až 34 rokov (21,7 %).

Rozvoj a zlepšovanie komunikačných a predajných zručností častejšie preferujú oslovení podnikatelia z odvetvia doprava a ubytovanie (14,0 %), zástupcovia firiem so sídlom na území Žilinského kraja (13,8 %) a tiež mladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (13,3 %).

Z odpovedí ďalej vyplýva, že dopĺňanie si vzdelania a zlepšovanie zručností v ďalších špecifických oblastiach podľa odvetvia, v ktorom mladí podnikatelia podnikajú (ako napr. technická oblasť, programovací jazyk a podobne) je preferované najmä medzi podnikateľmi z priemyslu (14,4 %).

V oblasti finančného kontrolingu a ekonomiky firmy by sa chceli ďalej vzdelávať hlavne zástupcovia firiem pôsobiacich v obchodných službách (10,2 %), mladí podnikatelia z Prešovského kraja (12,6 %) a tiež respondenti s výlučne zahraničnými zákazníkmi (20,7 %).

Potrebu ďalšieho rozvoja svojich zručností v oblasti vedenia ľudí v prieskume vyjadrili najmä mladí podnikatelia zamestnávajúci viac ako 10 zamestnancov (16,7 %), respondenti podnikajúci v doprave a informáciách (10,5 %), a podnikatelia, ktorí majú skúsenosti s podnikaním už viac ako 10 rokov (10,3 %).

Doplnenie vzdelania a rozvoj zručností nepokladajú v blízkej budúcnosti za potrebné hlavne mladí podnikatelia pôsobiaci v pôdohospodárstve (15,8 %) a stavebníctve (12,7 %), zástupcovia firiem so sídlom v Nitrianskom kraji (13,9 %), respondenti pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou nižšou ako 5 % (11,0 %), skúsení podnikatelia, ktorí podnikajú už viac ako 10 rokov (10,3 %) a respondenti vo veku 35 až 39 rokov (10,8 %).

Tab. č. 11: Preferované oblasti doplnenia vzdelania a zručností mladých podnikateľov v nasledujúcich 12 mesiacoch

Riadkové %	Kategória	marketing a psychológia trhu	účtovníctvo a dane	komunikačné a predajné zručnosti	iná špecifická oblasť (podľa odvetvia podnikania)
	Vzorka: 1000 respondentov	19,9%	14,7%	10,4%	9,6%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	21,8%	17,4%	9,3%	10,4%
	1 až 9 zamestnancov	19,1%	12,8%	11,2%	9,6%
	10 a viac zamestnancov	12,5%	8,3%	12,5%	4,2%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	23,7%	10,5%	10,5%	10,5%
	priemysel	15,6%	14,4%	3,3%	14,4%
	stavebníctvo	15,7%	14,2%	7,5%	11,9%
	obchod	26,0%	17,8%	11,2%	7,1%
	ubytovanie a stravovanie	19,0%	9,5%	9,5%	7,1%
	doprava, informácie	20,2%	12,3%	14,0%	7,9%
	obchodné služby	15,9%	17,3%	11,5%	9,3%
	ostatné služby	20,7%	6,9%	12,6%	12,6%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	20,2%	16,1%	11,6%	10,1%
	Trnavský kraj	19,2%	21,2%	11,1%	11,1%
	Nitriansky kraj	16,7%	11,1%	11,1%	11,1%
	Trenčiansky kraj	20,5%	15,4%	11,5%	7,7%
	Banskobystrický kraj	17,3%	8,2%	7,3%	10,9%
	Žilinský kraj	20,3%	14,5%	13,8%	5,8%
	Prešovský kraj	18,9%	12,6%	7,2%	10,8%
	Košický kraj	27,0%	18,0%	6,7%	9,0%
Právna forma firmy	živnostník	18,4%	18,0%	10,2%	10,2%
	spoločnosť s ručením obm.	21,6%	12,2%	10,5%	8,5%
	iné	10,8%	16,2%	10,8%	18,9%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	20,1%	15,7%	11,0%	9,9%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	23,0%	15,7%	7,9%	6,7%
	viac ako 100 000 Eur	18,1%	9,8%	11,3%	10,8%
	minulý rok som nepodnikal/a	8,0%	24,0%	8,0%	12,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	18,3%	17,4%	8,8%	9,0%
	väčšia časť slovenskí	21,9%	12,7%	12,2%	10,3%
	väčšia časť zahraniční	21,0%	14,5%	9,7%	8,1%
	výlučne zahraniční	10,3%	6,9%	6,9%	10,3%
Obchodná prirážka	do 5 %	18,3%	17,1%	9,3%	10,2%
	5 až 10 %	12,4%	17,1%	10,0%	10,0%
	11 až 20 %	25,5%	13,5%	10,4%	10,0%
	21 až 40 %	20,7%	10,9%	12,0%	7,6%
	41 % a viac	20,8%	14,8%	10,7%	10,1%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	25,7%	14,7%	10,0%	10,3%
	3 až 5 rokov	16,7%	14,5%	11,1%	10,7%
	5 až 10 rokov	20,3%	16,1%	10,6%	8,8%
	viac ako 10 rokov	11,8%	11,8%	9,6%	8,1%
Pohlavie	muž	19,9%	13,5%	10,2%	10,2%
	žena	20,0%	18,7%	11,1%	7,7%
Vek	18 až 24 rokov	26,7%	13,3%	13,3%	5,0%
	25 až 29 rokov	19,7%	14,4%	10,8%	9,2%
	30 až 34 rokov	18,9%	21,7%	7,5%	10,4%
	36 až 39 rokov	19,1%	12,4%	9,8%	11,9%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 11

Riadkové %	Kategória	finančný kontroling a ekonomika firmy	líderšip a vedenie ľudí	projektový manažment	sebavedomia a väčšia rozhodnosť v podnikaní
	Vzorka: 1000 respondentov	7,9%	6,7%	6,1%	4,3%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	7,1%	4,6%	4,8%	3,3%
	1 až 9 zamestnancov	9,2%	7,4%	6,7%	5,4%
	10 a viac zamestnancov	5,6%	16,7%	11,1%	4,2%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	7,9%	2,6%	2,6%	2,6%
	priemysel	7,8%	10,0%	3,3%	3,3%
	stavebníctvo	6,7%	3,0%	6,0%	7,5%
	obchod	6,7%	6,3%	5,2%	3,3%
	ubytovanie a stravovanie	7,1%	9,5%	7,1%	11,9%
	doprava, informácie	8,8%	10,5%	5,3%	2,6%
	obchodné služby	10,2%	4,9%	9,7%	4,9%
	ostatné služby	6,9%	10,3%	4,6%	1,1%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	7,1%	5,6%	8,2%	6,4%
	Trnavský kraj	4,0%	5,1%	4,0%	3,0%
	Nitriansky kraj	12,0%	7,4%	3,7%	1,9%
	Trenčiansky kraj	6,4%	7,7%	5,1%	2,6%
	Banskobystrický kraj	7,3%	8,2%	7,3%	3,6%
	Žilinský kraj	7,2%	9,4%	6,5%	2,9%
	Prešovský kraj	12,6%	5,4%	5,4%	9,0%
	Košický kraj	6,7%	5,6%	4,5%	1,1%
Právna forma firmy	živnostník	6,8%	4,4%	3,4%	5,6%
	spoločnosť s ručením obm.	9,1%	8,2%	8,0%	3,3%
	iné	2,7%	10,8%	8,1%	5,4%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	6,4%	5,6%	5,1%	5,4%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	8,4%	7,9%	7,3%	2,2%
	viac ako 100 000 Eur	9,8%	8,8%	8,3%	3,4%
	minulý rok som nepodnikal/a	24,0%	8,0%	4,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	7,9%	5,2%	5,0%	5,6%
	väčšia časť slovenskí	7,3%	8,2%	6,9%	3,4%
	väčšia časť zahraniční	6,5%	8,1%	8,1%	3,2%
	výlučne zahraniční	20,7%	3,4%	6,9%	0,0%
Obchodná prirážka	do 5 %	6,9%	5,3%	6,5%	4,1%
	5 až 10 %	8,2%	4,1%	4,7%	8,2%
	11 až 20 %	8,4%	7,2%	3,6%	2,8%
	21 až 40 %	9,2%	8,7%	12,0%	2,7%
	41 % a viac	6,7%	8,7%	4,0%	4,7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	8,0%	5,7%	6,3%	4,3%
	3 až 5 rokov	9,4%	7,7%	5,1%	6,0%
	5 až 10 rokov	6,1%	5,5%	6,7%	3,3%
	viac ako 10 rokov	9,6%	10,3%	5,9%	3,7%
Pohlavie	muž	7,8%	6,9%	6,4%	3,7%
	žena	8,1%	6,0%	5,1%	6,4%
Vek	18 až 24 rokov	6,7%	5,0%	8,3%	1,7%
	25 až 29 rokov	8,1%	7,8%	5,6%	4,8%
	30 až 34 rokov	5,7%	3,8%	9,4%	2,8%
	36 až 39 rokov	8,8%	5,2%	5,2%	4,1%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 11

Riadkové %	Kategória	práca s biznis koučom, konzultantom	MBA alebo iné akademické vzdelanie	viem všetko čo potrebujem	iné
	Vzorka: 1000 respondentov	3,5%	2,8%	7,3%	6,8%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	3,5%	2,7%	7,9%	7,3%
	1 až 9 zamestnancov	3,6%	2,5%	7,0%	5,6%
	10 a viac zamestnancov	2,8%	5,6%	5,6%	11,1%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	0,0%	2,6%	15,8%	10,5%
	priemysel	4,4%	0,0%	10,0%	13,3%
	stavebníctvo	3,7%	3,7%	12,7%	7,5%
	obchod	3,3%	3,3%	4,8%	4,8%
	ubytovanie a stravovanie	0,0%	2,4%	7,1%	9,5%
	doprava, informácie	0,9%	3,5%	7,9%	6,1%
	obchodné služby	3,1%	1,8%	5,3%	6,2%
	ostatné služby	10,3%	4,6%	4,6%	4,6%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	3,0%	3,4%	3,7%	4,5%
	Trnavský kraj	5,1%	2,0%	9,1%	5,1%
	Nitriansky kraj	3,7%	0,0%	13,9%	7,4%
	Trenčiansky kraj	6,4%	2,6%	5,1%	9,0%
	Banskobystrický kraj	6,4%	3,6%	9,1%	10,9%
	Žilinský kraj	0,7%	2,9%	9,4%	6,5%
	Prešovský kraj	0,9%	2,7%	4,5%	9,9%
	Košický kraj	4,5%	4,5%	7,9%	4,5%
Právna forma firmy	živnostník	2,7%	3,2%	9,5%	7,8%
	spoločnosť s ručením obm.	3,8%	2,4%	6,0%	6,5%
	iné	8,1%	5,4%	2,7%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	3,9%	2,5%	7,9%	6,6%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	2,8%	2,8%	7,9%	7,3%
	viac ako 100 000 Eur	3,4%	3,9%	4,9%	7,4%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	8,0%	4,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	3,2%	2,9%	9,3%	7,4%
	väčšia časť slovenskí	3,9%	2,4%	4,9%	6,0%
	väčšia časť zahraniční	3,2%	4,8%	9,7%	3,2%
	výlučne zahraniční	3,4%	3,4%	10,3%	17,2%
Obchodná prirážka	do 5 %	1,6%	1,2%	11,0%	8,5%
	5 až 10 %	4,1%	4,1%	10,6%	6,5%
	11 až 20 %	2,4%	2,4%	6,4%	7,6%
	21 až 40 %	4,9%	4,3%	2,7%	4,3%
	41 % a viac	6,0%	2,7%	4,7%	6,0%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	2,3%	2,3%	5,3%	5,0%
	3 až 5 rokov	6,0%	2,1%	5,6%	5,1%
	5 až 10 rokov	2,7%	3,6%	9,1%	7,3%
	viac ako 10 rokov	3,7%	2,9%	10,3%	12,5%
Pohlavie	muž	3,0%	2,7%	7,8%	7,8%
	žena	5,1%	3,0%	5,5%	3,4%
Vek	18 až 24 rokov	3,3%	0,0%	10,0%	6,7%
	25 až 29 rokov	3,4%	3,4%	5,8%	6,9%
	30 až 34 rokov	2,8%	2,8%	8,5%	5,7%
	36 až 39 rokov	4,1%	1,5%	10,8%	7,2%

Zdroj: Slovak Business Agency

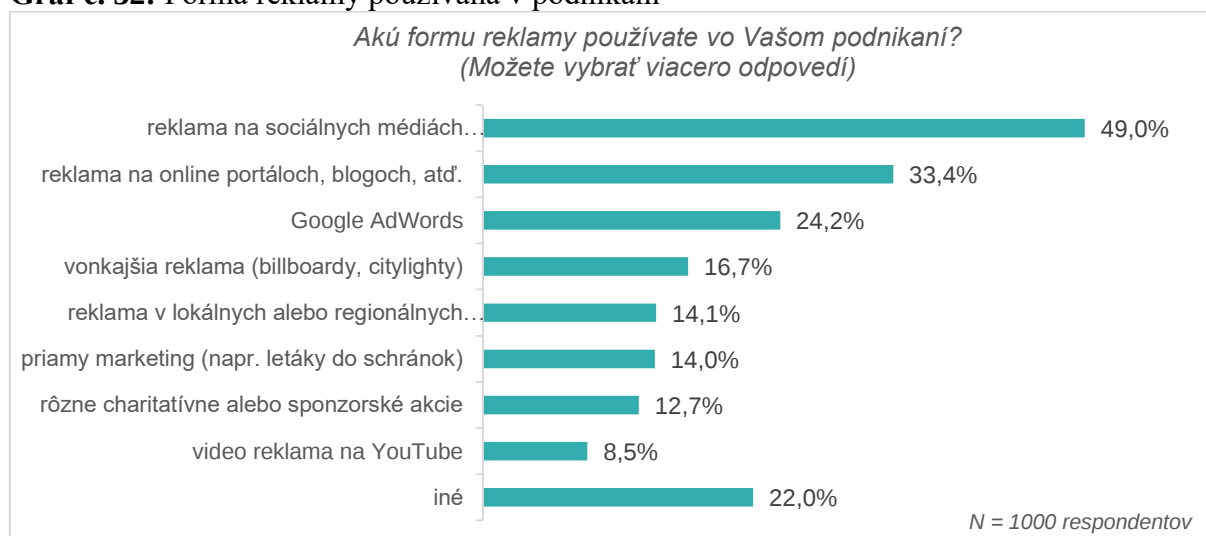
Formy reklamy používané v podnikaní mladých

Zo širokého spektra rôznych foriem reklamy, mladí podnikatelia vo svojom podnikaní jasne uprednostňujú online reklamu, ktorá sa všeobecne považuje za lacnejšiu formu reklamy. Z prieskumu vyplýva, že v skupine mladých podnikateľov na Slovensku je najčastejšie používaná reklama na sociálnych médiách (napr. Facebook, Instagram, Snapchat a ďalšie), ktorú uprednostňuje takmer polovica respondentov (49,0 %). Približne tretina (33,4 %) oslovených mladých podnikateľov používa vo svojom podnikaní reklamu umiestnenú na rôznych online portáloch, blogoch a podobne. Reklamu prostredníctvom služby Google AdWords (aktuálne už Google Ads) využíva necelá štvrtina (24,2 %) podnikateľov. Až po vyššie uvedených online formách reklamy nasledujú tradičnejšie formy ako vonkajšia reklama v podobe billboardov, citylightov (16,7 %), printová reklama v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách (14,1 %).

Len 8,5 % mladých podnikateľov využíva vo svojom podnikaní video reklamu na YouTube. Rôzne charitatívne alebo sponzorské akcie preferuje ako formu reklamy 12,7 % oslovených podnikateľov. Iné formy reklamy používa 22,0 % respondentov. Avšak, túto možnosť odpovede označilo aj 14,1 % podnikateľov, ktorí vo svojom podnikaní nepoužili žiadnu reklamu. Ďalších 3,5 % mladých podnikateľov sa vo svojom podnikaní spolieha na osobné kontakty, spokojnosť zákazníkov a ich odporúčania.

Z výsledkov tiež vyplýva, že mladí podnikatelia vo svojom podnikaní používajú v priemere dve rôzne formy reklamy.

Graf č. 32: Forma reklamy používaná v podnikaní



Zdroj: Slovak Business Agency

Reklamu v sociálnych médiách, ktorú celkovo používa 49,0 % respondentov, viac preferujú zástupcovia firiem pôsobiacich v odvetví obchodu (61,0 %) a ostatných služieb (63,2 %), mladí podnikatelia z Bratislavského (54,3 %) a Žilinského kraja (53,6 %), firmy s prevažne slovenskými zákazníkmi (56,2 %), ženy (60,0 %), mladší respondenti vo veku 18 až 24 rokov (61,7 %) a podnikatelia, ktorí podnikajú menej ako 3 roky (56,0 %), resp. 3 až 5 rokov (56,4 %).

Reklamu umiestnenú na rôznych online portáloch a blogoch, s podielom 33,4 %, častejšie uprednostňujú firmy s 10 a viac zamestnancami (45,8 %), mladí podnikatelia podnikajúci

v ubytovaní a stravovaní (52,4 %), respondenti s prevahou zahraničných zákazníkov (43,5 %), podnikatelia pracujúci s priemernou obchodnou prírážkou v intervale 21 % až 40 % (42,4 %), respondenti v najnižšej vekovej kategórii 18 až 24 rokov (40,0 %) a mladí podnikatelia podnikajúci od troch do piatich rokov (39,7 %).

Reklamu prostredníctvom služby Google AdWords, ktorú vo svojom podnikaní používa 24,2 % oslovených respondentov, preferujú najmä oslovení z odvetvia obchodu (31,6 %), respondenti z Banskobystrického kraja (29,1 %), predstavitelia spoločností s ručením obmedzeným (27,9 %), zástupcovia firiem s ročnými tržbami viac ako 100 000 Eur (30,4 %), mladí podnikatelia s prevažne zahraničnými zákazníkmi (32,3 %), reprezentanti firiem s vyššou obchodnou prírážkou v rozpätí 21 % až 40 % (31,0 %) a podnikatelia podnikajúci dlhšie ako 10 rokov (33,1 %).

Vonkajšia reklama, s podielom 16,7 %, predstavuje štvrtú najpoužívanějšíu formu reklamy v podnikaní mladých podnikateľov. Častejšie používanie tejto formy reklamy sa preukázalo hlavne v prípade firiem s počtom zamestnancov 10 a viac (30,6 %), u respondentov pôsobiacich v odvetví ubytovanie a stravovanie (35,7 %), v skupine podnikateľov so sídlom na území Košického kraja (23,6 %), u mladých podnikateľov, ktorí ešte v minulom roku nepodnikali (28,0 %) a v prípade najmladšej vekovej skupiny respondentov vo veku 18 až 24 rokov (25,0 %).

Printová reklama v lokálnych alebo regionálnych periodikách patrí s podielom 14,1 % medzi menej využívané formy reklamy, no aj napriek tomu možno určiť skupiny mladých podnikateľov, u ktorých je viac preferovaná. Sú to najmä firmy s počtom zamestnancov 10 a viac (31,9 %), podnikatelia podnikajúci v obchode (17,8 %), oslovení z Košického kraja (22,5 %) a respondenti, ktorí ešte v minulom roku nevykonávali podnikateľskú činnosť (28,0 %).

Priamy marketing, realizovaný napríklad doručovaním letákov priamo do schránok, častejšie preferujú podobné skupiny mladých podnikateľov ako v prípade printovej reklamy v tlačových periodikách. Jedná sa o respondentov s väčším počtom zamestnancov – 10 a viac (19,4 %), firmy vykonávajúce svoju hlavnú činnosť podnikania v ostatných službách 23,0 % a v ubytovaní a stravovaní (21,4 %) a zástupcovia podnikateľských subjektov so sídlom na území Košického kraja (22,5 %).

Rôzne charitatívne a sponzorské akcie ako formu reklamy vo svojom podnikaní vo väčšej miere uprednostňujú hlavne mladí podnikatelia s počtom zamestnancov 10 a viac (26,4 %), zástupcovia firiem so sídlom v Banskobystrickom kraji (17,3 %), firmy s ročnými tržbami nad úrovňou 100 000 Eur (21,6 %), oslovení podnikatelia s prevažne zahraničnými zákazníkmi (19,4 %) a respondenti vo veku 30 až 34 rokov (19,8 %).

Používanie video reklamy na YouTube v podnikaní mladých podnikateľov nebolo na podrobnejšej úrovni analyzované z dôvodu nízkej početnosti odpovedí.

Tab. č. 12: Forma reklamy používaná v podnikaní

Riadkové %	Kategória	reklama na sociálnych médiách (Facebook a pod.)	reklama na online portáloch, blogoch a pod.	Google AdWords
	Vzorka: 1000 respondentov	49,0%	33,4%	24,2%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	51,5%	32,2%	24,1%
	1 až 9 zamestnancov	47,3%	32,7%	24,4%
	10 a viac zamestnancov	43,1%	45,8%	23,6%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	39,5%	18,4%	18,4%
	priemysel	34,4%	24,4%	24,4%
	stavebníctvo	43,3%	29,1%	17,2%
	obchod	61,0%	38,3%	31,6%
	ubytovanie a stravovanie	54,8%	52,4%	11,9%
	doprava, informácie	42,1%	29,8%	21,1%
	obchodné služby	42,5%	31,9%	23,5%
	ostatné služby	63,2%	40,2%	26,4%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	54,3%	35,6%	26,6%
	Trnavský kraj	43,4%	35,4%	20,2%
	Nitriansky kraj	47,2%	29,6%	24,1%
	Trenčiansky kraj	39,7%	28,2%	25,6%
	Banskobystrický kraj	46,4%	30,0%	29,1%
	Žilinský kraj	53,6%	32,6%	20,3%
	Prešovský kraj	50,5%	39,6%	19,8%
	Košický kraj	43,8%	31,5%	25,8%
Právna forma firmy	živnostník	48,1%	29,9%	18,9%
	spoločnosť s ručením obm.	50,6%	36,3%	27,9%
	iné	35,1%	29,7%	27,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	50,4%	31,9%	21,2%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	52,2%	32,0%	27,0%
	viac ako 100 000 Eur	43,6%	39,2%	30,4%
	minulý rok som nepodnikal/a	36,0%	32,0%	24,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	42,2%	28,0%	17,4%
	väčšia časť slovenskí	56,2%	37,3%	30,0%
	väčšia časť zahraniční	53,2%	43,5%	32,3%
	výlučne zahraniční	27,6%	31,0%	17,2%
Obchodná prirážka	do 5 %	46,7%	26,8%	16,7%
	5 až 10 %	45,9%	32,4%	19,4%
	11 až 20 %	50,2%	32,3%	26,7%
	21 až 40 %	51,1%	42,4%	31,0%
	41 % a viac	51,7%	36,2%	29,5%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	56,0%	32,7%	24,7%
	3 až 5 rokov	56,4%	39,7%	23,5%
	5 až 10 rokov	42,1%	30,3%	20,6%
	viac ako 10 rokov	37,5%	31,6%	33,1%
Pohlavie	muž	45,6%	32,9%	24,6%
	žena	60,0%	34,9%	23,0%
Vek	18 až 24 rokov	61,7%	40,0%	30,0%
	25 až 29 rokov	50,6%	33,8%	24,4%
	30 až 34 rokov	43,4%	33,0%	18,9%
	36 až 39 rokov	42,8%	30,4%	24,7%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 12

Riadkové %	Kategória	vonkajšia reklama (billboardy a pod.)	reklama v tlačových periodikách	priamy marketing (letáky do schránok a pod.)
	Vzorka: 1000 respondentov	16,7%	14,1%	14,0%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	10,6%	12,2%	13,7%
	1 až 9 zamestnancov	21,1%	13,2%	13,5%
	10 a viac zamestnancov	30,6%	31,9%	19,4%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	10,5%	15,8%	5,3%
	priemysel	12,2%	12,2%	14,4%
	stavebníctvo	23,1%	12,7%	11,9%
	obchod	15,6%	17,8%	14,1%
	ubytovanie a stravovanie	35,7%	16,7%	21,4%
	doprava, informácie	10,5%	9,6%	8,8%
	obchodné služby	16,4%	10,2%	14,2%
	ostatné služby	17,2%	20,7%	23,0%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	14,2%	11,6%	13,9%
	Trnavský kraj	20,2%	17,2%	14,1%
	Nitriansky kraj	13,9%	10,2%	13,0%
	Trenčiansky kraj	15,4%	12,8%	14,1%
	Banskobystrický kraj	13,6%	8,2%	13,6%
	Žilinský kraj	16,7%	18,1%	10,9%
	Prešovský kraj	20,7%	16,2%	12,6%
	Košický kraj	23,6%	22,5%	22,5%
Právna forma firmy	živnostník	15,0%	14,3%	14,6%
	spoločnosť s ručením obm.	18,0%	13,4%	14,0%
	iné	16,2%	21,6%	8,1%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	13,3%	13,0%	14,0%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	16,9%	13,5%	13,5%
	viac ako 100 000 Eur	25,0%	16,2%	14,2%
	minulý rok som nepodnikal/a	28,0%	28,0%	16,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	15,3%	13,3%	14,4%
	väčšia časť slovenskí	18,7%	15,5%	13,3%
	väčšia časť zahraniční	17,7%	11,3%	16,1%
	výlučne zahraniční	3,4%	10,3%	13,8%
Obchodná prirážka	do 5 %	16,3%	13,8%	8,9%
	5 až 10 %	18,2%	15,9%	15,9%
	11 až 20 %	17,9%	15,5%	14,7%
	21 až 40 %	16,8%	13,6%	16,3%
	41 % a viac	13,4%	10,7%	16,1%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	17,0%	13,7%	17,0%
	3 až 5 rokov	15,0%	15,0%	17,1%
	5 až 10 rokov	17,3%	12,7%	10,3%
	viac ako 10 rokov	17,6%	16,9%	11,0%
Pohlavie	muž	15,9%	13,2%	13,7%
	žena	19,1%	17,0%	14,9%
Vek	18 až 24 rokov	25,0%	16,7%	18,3%
	25 až 29 rokov	15,3%	13,6%	14,4%
	30 až 34 rokov	15,1%	12,3%	13,2%
	36 až 39 rokov	19,6%	16,0%	11,9%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

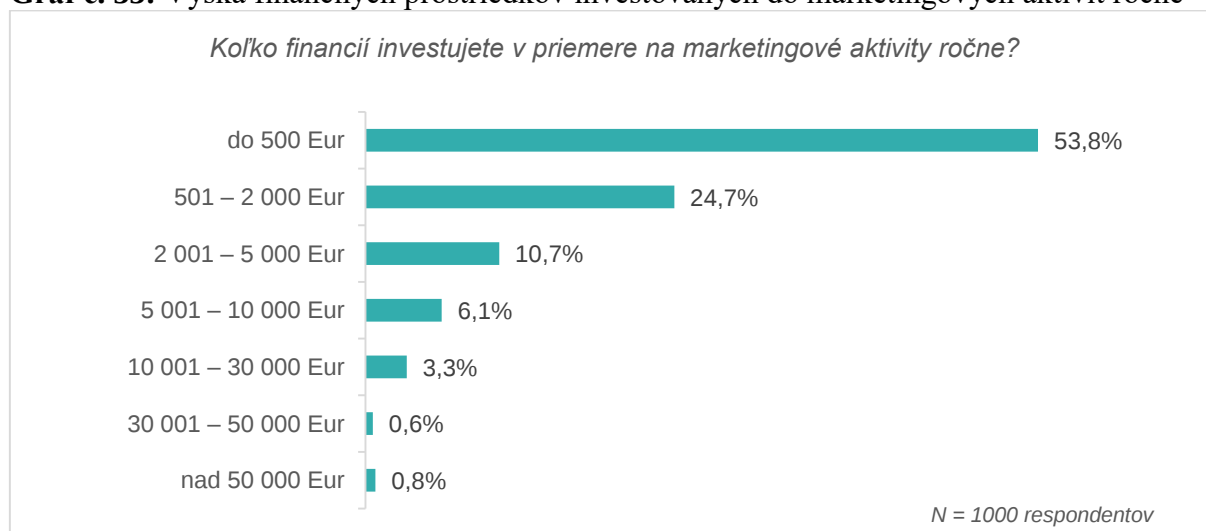
Pokračovanie tabuľky č. 12

Riadkové %	Kategória	charitatívne a sponzorské akcie	video reklama na YouTube	iné
	Vzorka: 1000 respondentov	12,7%	8,5%	22,0%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	8,9%	6,6%	24,9%
	1 až 9 zamestnancov	14,6%	9,4%	18,8%
	10 a viac zamestnancov	26,4%	15,3%	22,2%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	15,8%	2,6%	39,5%
	priemysel	8,9%	5,6%	27,8%
	stavebníctvo	12,7%	3,7%	26,9%
	obchod	14,5%	11,2%	16,4%
	ubytovanie a stravovanie	14,3%	2,4%	9,5%
	doprava, informácie	9,6%	8,8%	26,3%
	obchodné služby	11,9%	9,7%	25,2%
	ostatné služby	14,9%	12,6%	10,3%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	11,2%	12,0%	20,6%
	Trnavský kraj	12,1%	6,1%	24,2%
	Nitriansky kraj	11,1%	6,5%	25,9%
	Trenčiansky kraj	10,3%	6,4%	19,2%
	Banskobystrický kraj	17,3%	8,2%	21,8%
	Žilinský kraj	15,2%	4,3%	23,2%
	Prešovský kraj	9,0%	9,0%	18,9%
	Košický kraj	16,9%	11,2%	23,6%
Právna forma firmy	živnostník	11,2%	6,3%	26,0%
	spoločnosť s ručením obm.	14,0%	10,0%	18,7%
	iné	10,8%	10,8%	27,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	9,1%	5,7%	23,8%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	14,6%	10,7%	17,4%
	viac ako 100 000 Eur	21,6%	14,7%	22,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	12,0%	8,0%	12,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	9,0%	5,6%	25,5%
	väčšia časť slovenskí	15,9%	10,5%	18,5%
	väčšia časť zahraniční	19,4%	16,1%	17,7%
	výlučne zahraniční	3,4%	3,4%	34,5%
Obchodná prirážka	do 5 %	9,3%	6,9%	27,2%
	5 až 10 %	7,6%	7,1%	17,1%
	11 až 20 %	12,0%	8,8%	20,3%
	21 až 40 %	19,0%	10,3%	19,6%
	41 % a viac	17,4%	10,1%	24,8%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	12,3%	10,0%	16,7%
	3 až 5 rokov	13,7%	7,7%	17,1%
	5 až 10 rokov	12,7%	6,1%	29,1%
	viac ako 10 rokov	11,8%	12,5%	25,0%
Pohlavie	muž	12,4%	8,1%	23,8%
	žena	13,6%	9,8%	16,2%
Vek	18 až 24 rokov	15,0%	11,7%	8,3%
	25 až 29 rokov	11,9%	8,8%	20,5%
	30 až 34 rokov	19,8%	8,5%	33,0%
	36 až 39 rokov	10,8%	6,7%	25,3%

Zdroj: Slovak Business Agency

Do marketingových aktivít mladí podnikatelia ročne investujú prevažne nižšie finančné prostriedky. Viac ako polovica (53,8 %) z oslovených mladých podnikateľov investovala na marketingové aktivity svojej firmy finančné prostriedky do 500 Eur ročne. V tejto skupine sa nachádzajú aj firmy, ktoré nerealizujú žiadne marketingové aktivity a preto do marketingu neinvestujú žiadne financie. Ďalšia štvrtina respondentov v prieskume uviedla, že ich investície do marketingu predstavujú 501 až 2 000 Eur ročne. Početnosť mladých podnikateľov ďalej klesá s narastajúcou výškou investície do marketingu. Približne jeden z desiatich respondentov (10,7 %) deklaroval ročné investície na marketingové aktivity firmy vo výške 2 001 až 5 000 Eur. Ďalších 6,1 % oslovených podnikateľov investovalo do aktivít spojených s marketingom svojej firmy 5 001 až 10 000 Eur ročne. Väčšie finančné prostriedky (viac ako 10 000 Eur ročne) investovalo len 4,7 % mladých podnikateľov.

Graf č. 33: Výška finančných prostriedkov investovaných do marketingových aktivít ročne



Zdroj: Slovak Business Agency

Na základe druhostupňovej analýzy bolo možné určiť skupiny respondentov, ktoré na marketingové aktivity svojej firmy investujú viac alebo menej finančných prostriedkov. Nižší objem finančných prostriedkov (do 500 Eur ročne) investujú do marketingu hlavne respondenti bez zamestnancov (64,7 %), firmy vykonávajúce hlavnú činnosť podnikania v pôdohospodárstve (68,4 %) a stavebníctve (64,9 %), živnostníci (70,9 %), mladí podnikatelia s ročnými tržbami pod hranicou 50 000 Eur (64,4 %), oslovení podnikatelia s výlučne slovenskými zákazníkmi (66,4 %), podnikateľské subjekty pracujúce s nízkou priemernou obchodnou prírážkou do 5 % (70,3 %) a respondenti vo veku 30 až 34 rokov (67,0 %).

O niečo vyššie prostriedky (od 501 do 2 000 Eur ročne) investujú do marketingových aktivít častejšie mladí podnikatelia s jedným až deviatimi zamestnancami (27,1 %), firmy z odvetví doprava a informácie (31,6 %) a obchod (28,6 %) a zástupcovia firiem, ktoré pracujú s priemernou obchodnou prírážkou na úrovni 6 až 10 % (30,0 %).

Vyššie finančné prostriedky, nad úrovňou 2 000 Eur ročne, investuje do marketingu svojej firmy celkovo 21,5 % oslovených mladých podnikateľov. Z výsledkov zároveň vyplýva, že uvedená výška investície je častejšia najmä v prípade mladých podnikateľov zamestnávajúcich 10 a viac zamestnancov (48,6 %), firiem podnikajúcich v obchode (27,5 %) a ostatných službách (31,0 %), respondentov so sídlom firmy v Bratislavskom kraji (27,0 %), predstaviteľov spoločností s ručením obmedzeným (31,6 %), podnikateľov s ročnými tržbami nad 100 000 Eur (44,1 %), firiem s prevahou zákazníkov zo zahraničia (35,5 %), zástupcov

mladých podnikateľov pracujúcich s priemernou obchodnou prirážkou vyššou ako 21 % a respondentov podnikajúcich dlhšie ako 10 rokov (32,4 %).

Tab. č. 13: Finančné prostriedky investované do marketingových aktivít ročne

Riadkové %	Kategória	do 500€	501 - 2000€	2001- 5000€	5001- 10000€	10001- 30000€	30001- 50000€	viac ako 50000€
	Vzorka: 1000 respondentov	53,8%	24,7%	10,7%	6,1%	3,3%	0,6%	0,8%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	64,7%	23,0%	7,7%	3,1%	1,5%	0,0%	0,0%
	1 až 9 zamestnancov	45,7%	27,1%	12,6%	7,6%	4,9%	0,7%	1,3%
	10 a viac zamestnancov	30,6%	20,8%	19,4%	16,7%	5,6%	4,2%	2,8%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	68,4%	15,8%	5,3%	7,9%	0,0%	2,6%	0,0%
	priemysel	60,0%	22,2%	8,9%	5,6%	3,3%	0,0%	0,0%
	stavebníctvo	64,9%	20,1%	7,5%	3,7%	3,0%	0,7%	0,0%
	obchod	43,9%	28,6%	13,0%	7,4%	4,8%	0,4%	1,9%
	ubytovanie a stravovanie	57,1%	26,2%	9,5%	4,8%	2,4%	0,0%	0,0%
	doprava, informácie	49,1%	31,6%	11,4%	4,4%	2,6%	0,9%	0,0%
	obchodné služby	57,5%	23,5%	9,3%	6,2%	2,2%	0,0%	1,3%
	ostatné služby	49,4%	19,5%	16,1%	8,0%	4,6%	2,3%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	48,7%	24,3%	10,5%	8,2%	5,6%	1,1%	1,5%
	Trnavský kraj	56,6%	25,3%	13,1%	3,0%	2,0%	0,0%	0,0%
	Nitriansky kraj	54,6%	23,1%	10,2%	7,4%	2,8%	0,9%	0,9%
	Trenčiansky kraj	61,5%	23,1%	9,0%	2,6%	3,8%	0,0%	0,0%
	Banskobystrický kraj	58,2%	23,6%	9,1%	4,5%	2,7%	0,9%	0,9%
	Žilinský kraj	50,7%	27,5%	12,3%	6,5%	2,2%	0,0%	0,7%
	Prešovský kraj	55,9%	25,2%	10,8%	6,3%	0,9%	0,0%	0,9%
	Košický kraj	55,1%	24,7%	10,1%	5,6%	3,4%	1,1%	0,0%
Právna forma firmy	živnostník	70,9%	21,1%	3,9%	2,9%	1,0%	0,0%	0,2%
	spoločnosť s ručením obm.	41,4%	27,0%	16,2%	8,5%	4,7%	1,1%	1,1%
	iné	48,6%	29,7%	5,4%	5,4%	8,1%	0,0%	2,7%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	65,4%	23,4%	6,1%	3,0%	1,9%	0,0%	0,2%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	43,3%	27,5%	19,1%	4,5%	4,5%	1,1%	0,0%
	viac ako 100 000 Eur	29,4%	26,5%	16,2%	16,2%	6,9%	2,0%	2,9%
	minulý rok som nepodnikal/a	52,0%	20,0%	16,0%	8,0%	0,0%	0,0%	4,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	66,4%	22,3%	6,1%	2,9%	1,4%	0,2%	0,7%
	väčšia časť slovenskí	43,8%	26,8%	15,5%	7,9%	4,5%	0,9%	0,6%
	väčšia časť zahraniční	43,5%	21,0%	11,3%	12,9%	6,5%	1,6%	3,2%
	výlučne zahraniční	44,8%	34,5%	3,4%	10,3%	6,9%	0,0%	0,0%
Obchodná prirážka	do 5 %	70,3%	17,5%	5,3%	1,6%	3,7%	0,0%	1,6%
	5 až 10 %	52,9%	30,0%	10,6%	5,3%	1,2%	0,0%	0,0%
	11 až 20 %	50,6%	25,1%	12,7%	7,2%	3,2%	0,4%	0,8%
	21 až 40 %	40,8%	29,3%	11,4%	10,9%	5,4%	1,6%	0,5%
	41 % a viac	49,0%	24,2%	15,4%	6,7%	2,7%	1,3%	0,7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	57,7%	26,3%	8,0%	3,7%	3,0%	0,0%	1,3%
	3 až 5 rokov	51,3%	27,4%	11,5%	6,0%	2,6%	1,3%	0,0%
	5 až 10 rokov	56,7%	21,2%	11,8%	6,7%	2,7%	0,3%	0,6%
	viac ako 10 rokov	42,6%	25,0%	12,5%	10,3%	6,6%	1,5%	1,5%
Pohlavie	muž	51,5%	24,7%	11,8%	6,4%	3,9%	0,8%	0,9%
	žena	61,3%	24,7%	7,2%	5,1%	1,3%	0,0%	0,4%
Vek	18 až 24 rokov	48,3%	21,7%	11,7%	8,3%	3,3%	3,3%	3,3%
	25 až 29 rokov	51,9%	25,9%	11,7%	5,8%	3,6%	0,6%	0,5%
	30 až 34 rokov	67,0%	15,1%	5,7%	10,4%	1,9%	0,0%	0,0%
	36 až 39 rokov	54,6%	26,8%	9,8%	4,1%	3,1%	0,0%	1,5%

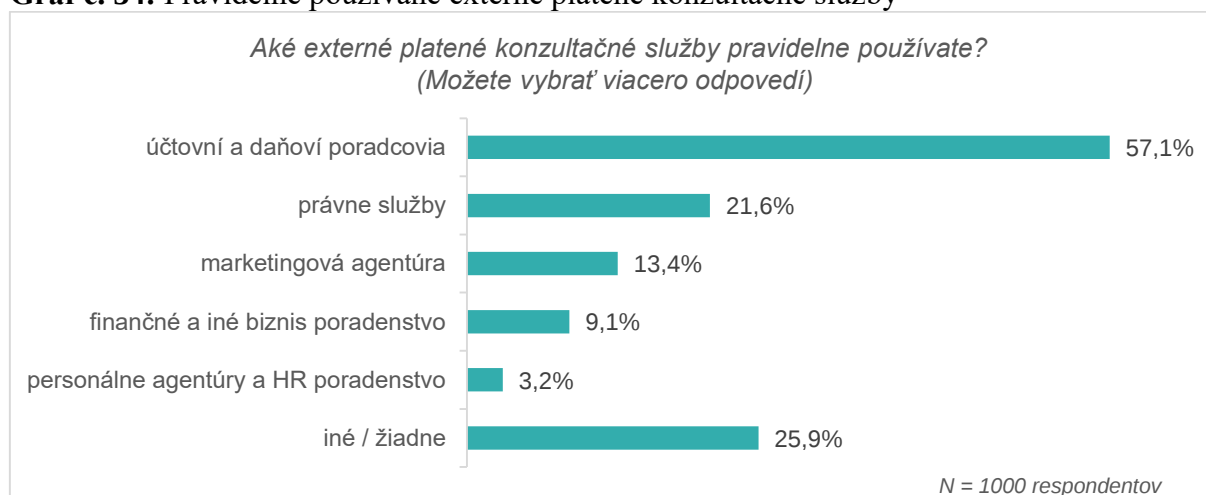
Zdroj: Slovak Business Agency

6 Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb

Z vybraných platených externých konzultačných služieb, oslovení podnikatelia v najväčšej miere používajú služby účtovných a daňových poradcov (57,1 % respondentov). Približne pätina (21,6 %) mladých podnikateľov pravidelne používa externé právne služby. Služby marketingovej agentúry pravidelne využíva ďalších 13,4 % zástupcov mladých podnikateľov. Za menej využívanú externú konzultačnú službu možno označiť finančné a iné biznis poradenstvo, ktoré pravidelne používa 9,1 % oslovených respondentov. S podielom 3,2 % je medzi mladými podnikateľmi najmenej používanou službou (spomedzi preddefinovaných) HR poradenstvo a služby personálnych agentúr.

Viac ako štvrtina (25,9 %) respondentov zvolila možnosť inej odpovede. Túto možnosť využili v prevažnej miere mladí podnikatelia, ktorí vo svojom podnikaní nepoužívajú žiadne poplatné externé konzultačné služby. Ich podiel predstavoval 23,8 % zo všetkých oslovených podnikateľov.

Graf č. 34: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby



Zdroj: Slovak Business Agency

Platené služby účtovných a daňových poradcov častejšie používajú firmy zamestnávajúce 10 a viac zamestnancov (61,1 %), oslovení z odvetvia ostatných služieb (69,0 %), respondenti zo Žilinského kraja (65,9 %), podnikateľské subjekty s ročnými tržbami viac ako 100 000 Eur (62,7 %), podnikatelia pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou na úrovni 21 až 40 % (63,0 %), ženy (61,7 %) a respondenti vo veku 30 až 34 rokov (70,8 %).

Externé právne služby sú intenzívnejšie využívané hlavne v skupine podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (41,7 %), ďalej u firiem z priemyslu (25,6 %), respondentov z Košického kraja (36,0 %), zástupcov spoločností s ručením obmedzeným (29,2 %), podnikateľov s tržbami nad hranicou 100 000 Eur (42,6 %), firiem s prevahou zahraničných zákazníkov (37,1 %) a u mladých podnikateľov, ktorí podnikajú viac ako 10 rokov (30,1 %).

Služby marketingových agentúr vo svojom podnikaní častejšie používajú mladí podnikatelia s počtom zamestnancov 10 a viac (23,6 %), firmy s ročnými tržbami viac ako 100 000 Eur (21,1 %), oslovení, ktorí ešte počas minulého roka nepodnikali (32,0 %) a mladšia veková skupina respondentov vo veku 18 až 24 rokov (23,3 %).

Externé konzultačné služby v oblasti finančného a iného biznis poradenstva sú, oproti celej vzorke, vyhľadávanejšie najmä u firiem zamestnávajúcich 10 a viac zamestnancov (16,7 %),

podnikateľov podnikajúcich v odvetví ubytovanie a stravovanie (14,3 %) a respondentov obsluhujúcich výlučne zahraničných zákazníkov (13,8 %).

Služby personálnych agentúr a HR poradenstvo sú častejšie používané v prípade väčších firiem s počtom zamestnancov 10 a viac (6,9 %) a u firiem s hlavnou činnosťou podnikania v odvetví doprava a informácie (7,0 %).

Tab. č. 14: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby

Riadkové %	Kategória	účtovní a daňoví poradcovia	právne služby	marketingová agentúra
	Vzorka: 1000 respondentov	57,1%	21,6%	13,4%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	54,6%	14,1%	10,0%
	1 až 9 zamestnancov	59,2%	26,5%	15,5%
	10 a viac zamestnancov	61,1%	41,7%	23,6%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	57,9%	18,4%	10,5%
	priemysel	54,4%	25,6%	13,3%
	stavebníctvo	53,7%	22,4%	15,7%
	obchod	54,6%	18,6%	15,2%
	ubytovanie a stravovanie	52,4%	16,7%	9,5%
	doprava, informácie	59,6%	21,1%	9,6%
	obchodné služby	58,0%	24,8%	12,4%
	ostatné služby	69,0%	21,8%	14,9%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	56,6%	22,8%	14,2%
	Trnavský kraj	53,5%	17,2%	12,1%
	Nitriansky kraj	59,3%	21,3%	13,9%
	Trenčiansky kraj	50,0%	17,9%	9,0%
	Banskobystrický kraj	55,5%	20,9%	12,7%
	Žilinský kraj	65,9%	23,2%	13,0%
	Prešovský kraj	53,2%	12,6%	14,4%
	Košický kraj	59,6%	36,0%	15,7%
Právna forma firmy	živnostník	54,1%	10,7%	9,7%
	spoločnosť s ručením obm.	58,8%	29,2%	15,8%
	iné	64,9%	29,7%	18,9%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	56,5%	15,3%	9,9%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	55,1%	20,2%	13,5%
	viac ako 100 000 Eur	62,7%	42,6%	21,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	40,0%	8,0%	32,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	53,3%	14,2%	12,4%
	väčšia časť slovenskí	60,9%	25,8%	14,6%
	väčšia časť zahraniční	54,8%	37,1%	11,3%
	výlučne zahraniční	58,6%	34,5%	13,8%
Obchodná prirážka	do 5 %	53,3%	13,8%	11,4%
	5 až 10 %	54,7%	23,5%	11,8%
	11 až 20 %	58,2%	23,1%	14,3%
	21 až 40 %	63,0%	28,3%	15,8%
	41 % a viac	57,0%	21,5%	14,1%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	57,0%	16,7%	12,0%
	3 až 5 rokov	56,8%	19,2%	15,0%
	5 až 10 rokov	58,5%	24,2%	12,7%
	viac ako 10 rokov	54,4%	30,1%	15,4%
Pohlavie	muž	55,7%	22,9%	13,6%
	žena	61,7%	17,4%	12,8%
Vek	18 až 24 rokov	60,0%	16,7%	23,3%
	25 až 29 rokov	55,6%	22,3%	13,0%
	30 až 34 rokov	70,8%	20,8%	15,1%
	36 až 39 rokov	53,6%	21,1%	10,8%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 14

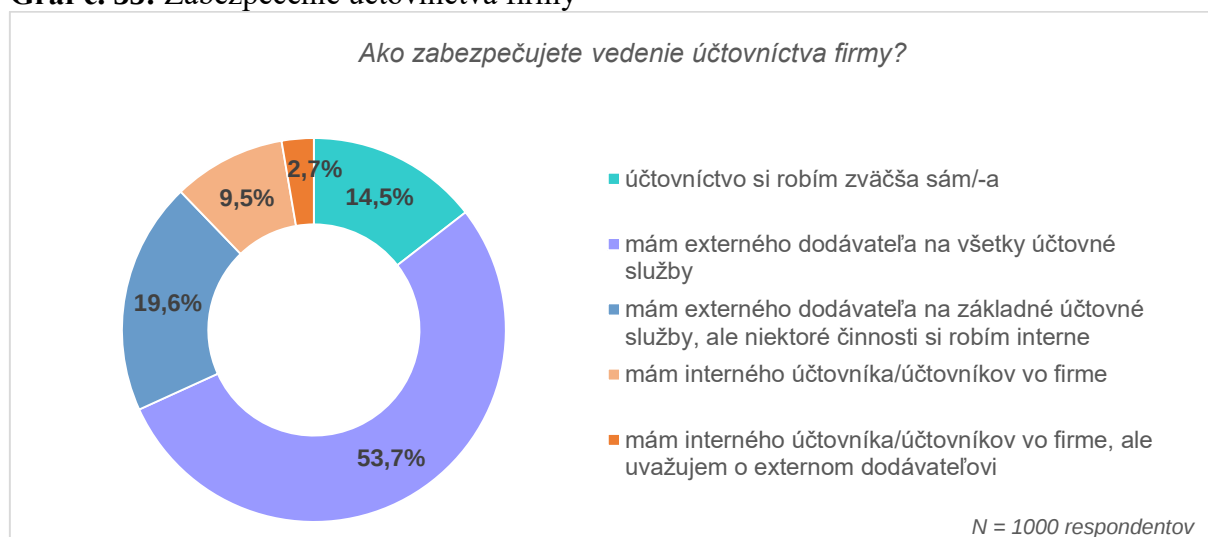
Riadkové %	Kategória	finančné a biznis poradenstvo	personálne agentúry a HR poradenstvo	iné
	Vzorka: 1000 respondentov	9,1%	3,2%	25,9%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	8,7%	2,3%	32,0%
	1 až 9 zamestnancov	8,3%	3,6%	21,7%
	10 a viac zamestnancov	16,7%	6,9%	11,1%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	7,9%	5,3%	28,9%
	priemysel	5,6%	3,3%	25,6%
	stavebníctvo	11,9%	0,0%	25,4%
	obchod	5,6%	2,6%	29,4%
	ubytovanie a stravovanie	14,3%	4,8%	31,0%
	doprava, informácie	10,5%	7,0%	24,6%
	obchodné služby	10,6%	4,4%	24,8%
	ostatné služby	11,5%	0,0%	17,2%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	11,6%	3,7%	27,3%
	Trnavský kraj	7,1%	4,0%	28,3%
	Nitriansky kraj	6,5%	0,9%	24,1%
	Trenčiansky kraj	12,8%	3,8%	30,8%
	Banskobystrický kraj	6,4%	4,5%	31,8%
	Žilinský kraj	6,5%	2,2%	19,6%
	Prešovský kraj	8,1%	4,5%	27,0%
	Košický kraj	12,4%	1,1%	18,0%
Právna forma firmy	živnostník	8,7%	1,9%	32,3%
	spoločnosť s ručením obm.	9,4%	4,0%	22,1%
	iné	8,1%	5,4%	10,8%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	8,6%	2,9%	28,7%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	8,4%	3,4%	25,3%
	viac ako 100 000 Eur	11,3%	4,4%	17,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	8,0%	0,0%	32,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	7,9%	2,5%	30,2%
	väčšia časť slovenskí	9,9%	3,6%	23,0%
	väčšia časť zahraniční	9,7%	4,8%	21,0%
	výlučne zahraniční	13,8%	3,4%	17,2%
Obchodná prirážka	do 5 %	6,9%	3,3%	28,9%
	5 až 10 %	12,4%	4,1%	22,9%
	11 až 20 %	8,0%	2,8%	27,9%
	21 až 40 %	12,5%	3,8%	21,7%
	41 % a viac	6,7%	2,0%	26,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	10,3%	3,7%	25,3%
	3 až 5 rokov	9,4%	3,0%	25,6%
	5 až 10 rokov	7,6%	3,3%	25,5%
	viac ako 10 rokov	9,6%	2,2%	28,7%
Pohlavie	muž	9,3%	3,1%	27,1%
	žena	8,5%	3,4%	22,1%
Vek	18 až 24 rokov	6,7%	5,0%	21,7%
	25 až 29 rokov	10,0%	2,5%	25,6%
	30 až 34 rokov	10,4%	4,7%	17,0%
	36 až 39 rokov	6,2%	4,1%	33,0%

Zdroj: Slovak Business Agency

Vedenie účtovníctva firmy

Z výsledkov prieskumu vyplýva, že vedenie účtovníctva si 14,5 % mladých podnikateľov zabezpečuje samo. Viac ako polovica (53,7 %) oslovených podnikateľov má k dispozícii externého dodávateľa, ktorý zabezpečuje všetky potrebné účtovné služby. Takmer pätine (19,6 %) respondentov zabezpečuje základné účtovné služby externý dodávateľ, ale niektoré činnosti si robia vo firme interne. Ďalších 9,5 % oslovených mladých podnikateľov rieši účtovníctvo svojej firmy prostredníctvom vlastných interných účtovníkov. Z opýtaných mladých podnikateľov len 2,7 % využíva služby interného účtovníka /účtovníkov, no zároveň uvažuje nad externým dodávateľom.

Graf č. 35: Zabezpečenie účtovníctva firmy



Zdroj: Slovak Business Agency

Z druhostupňovej analýzy možno pozorovať, že účtovníctvo si robia zväčša sami mladí podnikatelia bez zamestnancov (20,1 %), zástupcovia firiem vykonávajúcich svoju hlavnú činnosť podnikania v obchodných službách (20,8 %), živnostníci (23,1 %), respondenti, ktorí ešte v minulom roku nepodnikali (24,0 %) a mladé podnikateľky (24,7 %).

Naopak, externého dodávateľa na všetky účtovné služby častejšie využívajú skupiny mladých podnikateľov so zamestnancami (1 až 9 zamestnancov 61,0 %; resp. 10 a viac zamestnancov 59,7 %), ďalej firmy z odvetvia pôdohospodárstvo (65,8 %) a ostatné služby (60,9 %), predstavitelia spoločností s ručením obmedzeným (61,2 %), firmy s ročnými tržbami od 50 000 Eur do 100 000 Eur (64,6 %) a respondenti pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou na úrovni 21 až 40 % (61,4 %).

Kombináciu externých dodávateľov účtovných služieb a svojpomocného vedenia účtovníctva preferujú hlavne firmy pôsobiace v priemysle (27,8 %) a mladí podnikatelia, ktorí počas minulého roka ešte nevykonávali podnikateľskú činnosť (24,0 %).

Na vedenie účtovníctva využívajú mladí podnikatelia interných zamestnancov (účtovníkov) najmä v prípade firiem s väčším počtom zamestnancov – 10 a viac (12,5 %), podnikateľov podnikajúcich v priemysle (12,2 %) a ubytovaní a stravovaní (14,3 %), respondentov z Košického kraja (14,6 %), a najmladších podnikateľov vo vekovej kategórii 18 až 24 rokov (18,3 %).

Napriek zamestnávaniu vlastných interných účtovníkov, uvažujú nad možnosťou využívania externých dodávateľov účtovných služieb hlavne zástupcovia podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (5,6 %) a respondenti podnikajúci v odvetví ubytovanie a stravovanie (7,1 %).

Tab. č. 15: Kto zabezpečuje vedenie účtovníctva firmy

Riadkové %	Kategória	účtovníctvo robím sám/-a	externý dodávateľ na všetky služby	externý dodávateľ na základné služby, ostatné interne
	Vzorka: 1000 respondentov	14,5%	53,7%	19,6%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	20,1%	46,1%	22,2%
	1 až 9 zamestnancov	9,2%	61,0%	17,9%
	10 a viac zamestnancov	9,7%	59,7%	12,5%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	5,3%	65,8%	18,4%
	priemysel	8,9%	48,9%	27,8%
	stavebníctvo	9,7%	55,2%	19,4%
	obchod	14,5%	52,4%	20,4%
	ubytovanie a stravovanie	9,5%	54,8%	14,3%
	doprava, informácie	17,5%	57,9%	17,5%
	obchodné služby	20,8%	49,1%	19,0%
	ostatné služby	13,8%	60,9%	16,1%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	15,4%	53,2%	21,3%
	Trnavský kraj	12,1%	56,6%	19,2%
	Nitriansky kraj	12,0%	58,3%	15,7%
	Trenčiansky kraj	16,7%	46,2%	23,1%
	Banskobystrický kraj	10,0%	57,3%	23,6%
	Žilinský kraj	13,0%	51,4%	22,5%
	Prešovský kraj	18,9%	53,2%	16,2%
	Košický kraj	18,0%	52,8%	11,2%
Právna forma firmy	živnostník	23,1%	43,9%	21,1%
	spoločnosť s ručením obm.	8,3%	61,2%	18,1%
	iné	10,8%	51,4%	24,3%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	19,2%	49,1%	19,7%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	8,4%	64,6%	18,0%
	viac ako 100 000 Eur	4,9%	59,8%	20,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	24,0%	36,0%	24,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	19,0%	49,2%	19,0%
	väčšia časť slovenskí	11,6%	57,3%	19,7%
	väčšia časť zahraniční	6,5%	54,8%	22,6%
	výlučne zahraniční	10,3%	62,1%	20,7%
Obchodná prírážka	do 5 %	18,3%	47,2%	20,7%
	5 až 10 %	15,9%	57,6%	12,9%
	11 až 20 %	15,9%	51,4%	20,3%
	21 až 40 %	6,5%	61,4%	23,4%
	41 % a viac	14,1%	54,4%	19,5%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	13,7%	51,0%	22,0%
	3 až 5 rokov	15,0%	55,6%	20,5%
	5 až 10 rokov	15,2%	53,6%	17,3%
	viac ako 10 rokov	14,0%	56,6%	18,4%
Pohlavie	muž	11,4%	55,7%	20,5%
	žena	24,7%	47,2%	16,6%
Vek	18 až 24 rokov	5,0%	51,7%	23,3%
	25 až 29 rokov	15,3%	53,6%	19,2%
	30 až 34 rokov	11,3%	52,8%	25,5%
	36 až 39 rokov	16,5%	55,2%	16,5%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

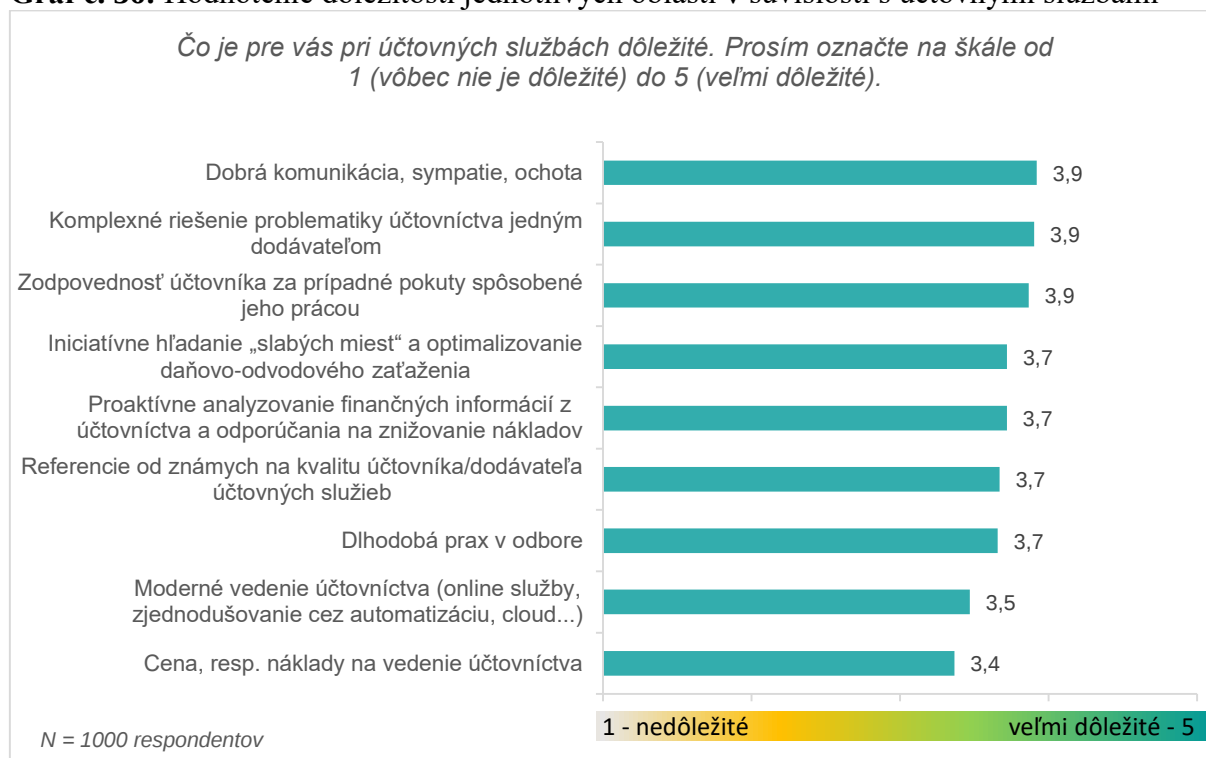
Pokračovanie tabuľky č. 15

Riadkové %	Kategória	interný účtovník / účtovníci vo firme	interný účtovník, ale uvažujem nad externým dodávateľom
	Vzorka: 1000 respondentov	9,5%	2,7%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	9,8%	1,9%
	1 až 9 zamestnancov	8,7%	3,1%
	10 a viac zamestnancov	12,5%	5,6%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	7,9%	2,6%
	priemysel	12,2%	2,2%
	stavebníctvo	11,9%	3,7%
	obchod	10,4%	2,2%
	ubytovanie a stravovanie	14,3%	7,1%
	doprava, informácie	5,3%	1,8%
	obchodné služby	8,4%	2,7%
	ostatné služby	6,9%	2,3%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	7,1%	3,0%
	Trnavský kraj	9,1%	3,0%
	Nitriansky kraj	13,9%	0,0%
	Trenčiansky kraj	10,3%	3,8%
	Banskobystrický kraj	6,4%	2,7%
	Žilinský kraj	9,4%	3,6%
	Prešovský kraj	9,9%	1,8%
	Košický kraj	14,6%	3,4%
Právna forma firmy	živnostník	9,5%	2,4%
	spoločnosť s ručením obm.	9,4%	2,9%
	iné	10,8%	2,7%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	9,9%	2,0%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	5,1%	3,9%
	viac ako 100 000 Eur	11,8%	3,4%
	minulý rok som nepodnikal/a	12,0%	4,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	10,4%	2,5%
	väčšia časť slovenskí	8,6%	2,8%
	väčšia časť zahraniční	12,9%	3,2%
	výlučne zahraniční	3,4%	3,4%
Obchodná prirážka	do 5 %	11,8%	2,0%
	5 až 10 %	10,6%	2,9%
	11 až 20 %	8,8%	3,6%
	21 až 40 %	6,5%	2,2%
	41 % a viac	9,4%	2,7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	10,7%	2,7%
	3 až 5 rokov	7,3%	1,7%
	5 až 10 rokov	10,6%	3,3%
	viac ako 10 rokov	8,1%	2,9%
Pohlavie	muž	9,5%	2,9%
	žena	9,4%	2,1%
Vek	18 až 24 rokov	18,3%	1,7%
	25 až 29 rokov	8,9%	3,0%
	30 až 34 rokov	6,6%	3,8%
	36 až 39 rokov	10,3%	1,5%

Zdroj: Slovak Business Agency

Z pohľadu mladých podnikateľov boli v zrealizovanom prieskume identifikované tri najdôležitejšie oblasti súvisiace s účtovnými službami: dobrá komunikácia, sympatie, ochota; komplexné riešenie problematiky účtovníctva jedným dodávateľom; a zodpovednosť účtovníka za prípadné pokuty spôsobené jeho prácou. Uvedené oblasti dosiahli zhodne 3,9 bodu na stupnici od 1 (vôbec nie je dôležité) po 5 (veľmi dôležité). O niečo menej dôležité sa javia oblasti v druhej skupine, ktoré v hodnotení dosiahli 3,7 bodu. Mladí podnikatelia sem zaradili: iniciatívne hľadanie „slabých miest“ a optimalizovanie daňovo-odvodového zaťaženia; proaktívne analyzovanie finančných informácií z účtovníctva a odporúčania na znižovanie nákladov; referencie od známych na kvalitu účtovníka/dodávateľa účtovných služieb; a dlhodobú prax v obore. Pomerne prekvapujúco, za najmenej dôležitú oblasť respondenti vo svojom hodnotení označili cenu, resp. náklady na vedenie účtovníctva firmy (3,4 bodu).

Graf č. 36: Hodnotenie dôležitosti jednotlivých oblastí v súvislosti s účtovnými službami



Zdroj: Slovak Business Agency

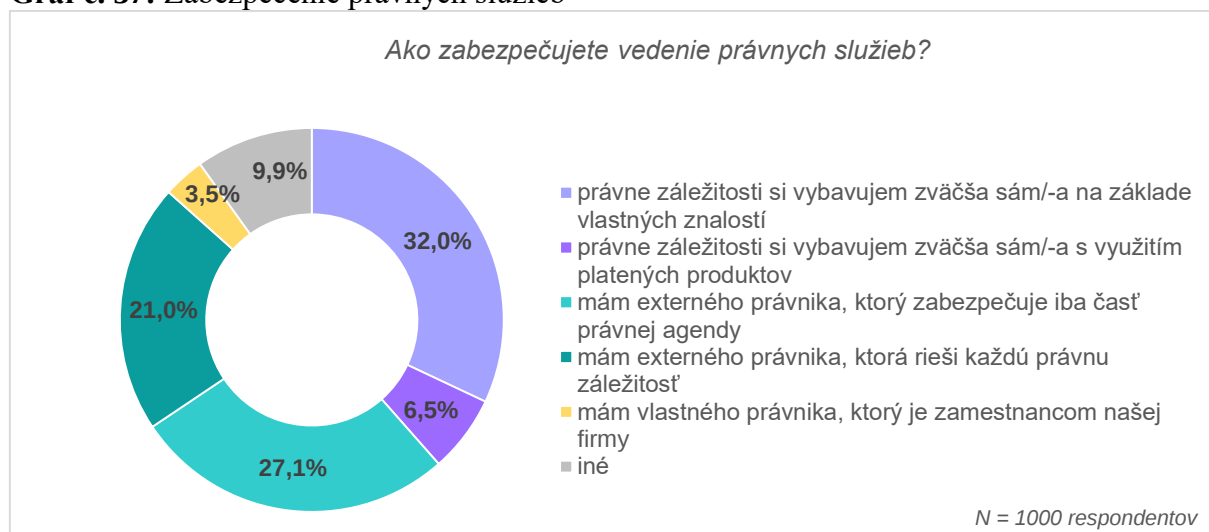
Pri zabezpečovaní právnych služieb pre svoju firmu si 38,5 % oslovených mladých podnikateľov vybavuje právne záležitosti samo. Takmer tretina (32,0 %) respondentov si zabezpečuje právne služby sama na základe vlastných znalostí, prípadne bezplatných vzorových zmlúv. Ďalších 6,5 % zo všetkých opýtaných si právne záležitosti vybavuje sama s využitím platených produktov ponúkajúcich vzorové zmluvy.

Kompletne alebo čiastočne využíva služby externého právnika takmer polovica (48,1 %) mladých podnikateľov. V prípade 27,1 % respondentov zabezpečuje externý právnik iba časť právnej agendy (ako napr. pripravuje vzory zmlúv, zastupuje firmu na súdoch a pod.). Externého právnika, ktorý rieši každú právnu záležitosť firmy (tvorby zmlúv, vymáhanie pohľadávok, zastupovanie na súdoch atď.) má k dispozícii 21,0 % z oslovených mladých podnikateľov.

Vlastného právnika, ktorý je interným zamestnancom firmy deklarovalo len 3,5 % respondentov. Inú možnosť odpovede uviedlo 9,9 % mladých podnikateľov. V skupine iných

odpovedí sa najčastejšie opakovala odpoveď o nevyužívaní žiadnej formy právnych služieb. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že právne služby nevyužíva celkovo 6,4 % oslovených mladých podnikateľov.

Graf č. 37: Zabezpečenie právnych služieb



Zdroj: Slovak Business Agency

Na základe vlastných znalostí si právne záležitosti vybavujú sami podnikatelia najmä v prípade respondentov bez zamestnancov (42,7 %), firiem pôsobiacich v pôdohospodárstve (36,8 %), oslovených z Prešovského kraja (40,5 %), živnostníkov (44,4 %), podnikateľských subjektov s ročnými tržbami pod úrovňou 50 000 Eur (38,6 %), podnikateľov, ktorí v minulom roku ešte nepodnikali (48,0 %) a žien podnikateliek (37,4 %).

Právne záležitosti si vybavujú sami podnikatelia, s využitím platených produktov ponúkajúcich vzorové zmluvy, hlavne v odvetví priemyslu (10,0 %), u firiem so sídlom v Trenčianskom kraji (10,3 %) a v skupine respondentov vo veku 18 až 24 rokov (11,7 %).

Externé právne služby zabezpečujúce len časť právnej agendy firmy sú častejšie využívané najmä u mladých podnikateľov zamestnávajúcich 1 až 9 zamestnancov (35,2 %), firiem z odvetvia doprava a informácie (33,3 %), oslovených z Bratislavského kraja (34,5 %), zástupcov firiem s ročnými tržbami vyššími ako 100 000 Eur (37,7%).

Služby externých právnikov, ktorí majú na starosti celú právnu agendu firmy, preferujú vo svojom podnikaní hlavne zástupcovia väčších firiem s počtom zamestnancov 10 a viac (40,3 %), mladí podnikatelia podnikajúci v pôdohospodárstve (28,9 %), respondenti z Nitrianskeho kraja (26,9 %), predstavitelia spoločností s ručením obmedzeným (28,3 %), firmy s ročnými tržbami nad 100 000 Eur (34,8 %), podnikatelia s prevahou (33,9 %), resp. výlučne zahraničnými zákazníkmi (34,5 %) a respondenti podnikajúci dlhšie ako 10 rokov (29,4 %).

Zabezpečenie právnych služieb prostredníctvom vlastného právnik, ktorý je interným zamestnancom firmy častejšie uprednostňujú mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (6,9 %), firmy vykonávajúce hlavnú činnosť podnikania v odvetví ubytovanie a stravovanie (7,1 %) a zástupcovia firiem so sídlom na území Trenčianskeho kraja (6,4 %).

Tab. č. 16: Zabezpečenie právnych služieb

Riadkové %	Kategória	právne záležitosti si vybavujem sám/a na základe vlastných znalostí	právne záležitosti si vybavujem sám/a s využitím platených produktov	externý právnik (zabezpečuje časť právnej agendy)
	Vzorka: 1000 respondentov	32,0%	6,5%	27,1%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	42,7%	7,7%	19,5%
	1 až 9 zamestnancov	22,6%	5,8%	35,2%
	10 a viac zamestnancov	18,1%	2,8%	27,8%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	36,8%	0,0%	15,8%
	priemysel	27,8%	10,0%	31,1%
	stavebníctvo	33,6%	4,5%	24,6%
	obchod	34,2%	7,8%	27,1%
	ubytovanie a stravovanie	28,6%	9,5%	28,6%
	doprava, informácie	30,7%	4,4%	33,3%
	obchodné služby	29,2%	6,2%	24,3%
	ostatné služby	35,6%	6,9%	29,9%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	27,3%	4,5%	34,5%
	Trnavský kraj	35,4%	5,1%	18,2%
	Nitriansky kraj	28,7%	3,7%	25,9%
	Trenčiansky kraj	28,2%	10,3%	25,6%
	Banskobystrický kraj	28,2%	9,1%	31,8%
	Žilinský kraj	35,5%	7,2%	23,2%
	Prešovský kraj	40,5%	8,1%	19,8%
	Košický kraj	38,2%	7,9%	27,0%
Právna forma firmy	živnostník	44,4%	8,0%	19,2%
	spoločnosť s ručením obm.	23,6%	5,8%	31,9%
	iné	18,9%	0,0%	43,2%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	38,6%	7,6%	23,1%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	26,4%	5,6%	30,3%
	viac ako 100 000 Eur	15,7%	3,9%	37,7%
	minulý rok som nepodnikal/a	48,0%	8,0%	12,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	35,7%	6,8%	21,7%
	väčšia časť slovenskí	31,1%	6,9%	31,3%
	väčšia časť zahraniční	17,7%	4,8%	33,9%
	výlučne zahraniční	20,7%	0,0%	27,6%
Obchodná prírážka	do 5 %	38,2%	6,9%	23,6%
	5 až 10 %	35,3%	3,5%	30,0%
	11 až 20 %	30,3%	8,8%	24,7%
	21 až 40 %	23,9%	7,6%	31,0%
	41 % a viac	30,9%	4,0%	28,9%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	34,3%	7,7%	30,7%
	3 až 5 rokov	33,8%	5,6%	27,4%
	5 až 10 rokov	31,8%	5,8%	23,6%
	viac ako 10 rokov	24,3%	7,4%	27,2%
Pohlavie	muž	30,3%	5,9%	28,4%
	žena	37,4%	8,5%	23,0%
Vek	18 až 24 rokov	23,3%	11,7%	30,0%
	25 až 29 rokov	32,2%	7,2%	28,1%
	30 až 34 rokov	34,0%	4,7%	18,9%
	36 až 39 rokov	33,0%	3,6%	27,3%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 16

Riadkové %	Kategória	externý právnik (zabezpečuje celú právnú agendu)	vlastný právnik ako interný zamestnanec	iné
	Vzorka: 1000 respondentov	21,0%	3,5%	9,9%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	15,4%	2,5%	12,2%
	1 až 9 zamestnancov	24,0%	4,0%	8,3%
	10 a viac zamestnancov	40,3%	6,9%	4,2%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	28,9%	2,6%	15,8%
	priemysel	16,7%	1,1%	13,3%
	stavebníctvo	23,9%	3,0%	10,4%
	obchod	16,7%	5,9%	8,2%
	ubytovanie a stravovanie	11,9%	7,1%	14,3%
	doprava, informácie	24,6%	0,9%	6,1%
	obchodné služby	26,1%	2,7%	11,5%
	ostatné služby	17,2%	3,4%	6,9%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	21,7%	3,7%	8,2%
	Trnavský kraj	25,3%	5,1%	11,1%
	Nitriansky kraj	26,9%	0,9%	13,9%
	Trenčiansky kraj	20,5%	6,4%	9,0%
	Banskobystrický kraj	19,1%	4,5%	7,3%
	Žilinský kraj	19,6%	2,9%	11,6%
	Prešovský kraj	13,5%	3,6%	14,4%
	Košický kraj	21,3%	1,1%	4,5%
Právna forma firmy	živnostník	10,9%	2,9%	14,6%
	spoločnosť s ručením obm.	28,3%	3,6%	6,7%
	iné	24,3%	8,1%	5,4%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	16,0%	2,7%	12,0%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	22,5%	5,1%	10,1%
	viac ako 100 000 Eur	34,8%	4,9%	2,9%
	minulý rok som nepodnikal/a	16,0%	0,0%	16,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	20,1%	2,3%	13,5%
	väčšia časť slovenskí	19,3%	4,3%	7,1%
	väčšia časť zahraniční	33,9%	4,8%	4,8%
	výlučne zahraniční	34,5%	6,9%	10,3%
Obchodná prirážka	do 5 %	19,5%	3,3%	8,5%
	5 až 10 %	14,7%	4,1%	12,4%
	11 až 20 %	24,3%	5,6%	6,4%
	21 až 40 %	24,5%	1,6%	11,4%
	41 % a viac	20,8%	2,0%	13,4%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	16,0%	2,0%	9,3%
	3 až 5 rokov	19,7%	3,0%	10,7%
	5 až 10 rokov	23,0%	4,5%	11,2%
	viac ako 10 rokov	29,4%	5,1%	6,6%
Pohlavie	muž	22,1%	3,5%	9,8%
	žena	17,4%	3,4%	10,2%
Vek	18 až 24 rokov	26,7%	3,3%	5,0%
	25 až 29 rokov	19,5%	4,5%	8,4%
	30 až 34 rokov	19,8%	0,9%	21,7%
	36 až 39 rokov	24,7%	1,5%	9,8%

Zdroj: Slovak Business Agency

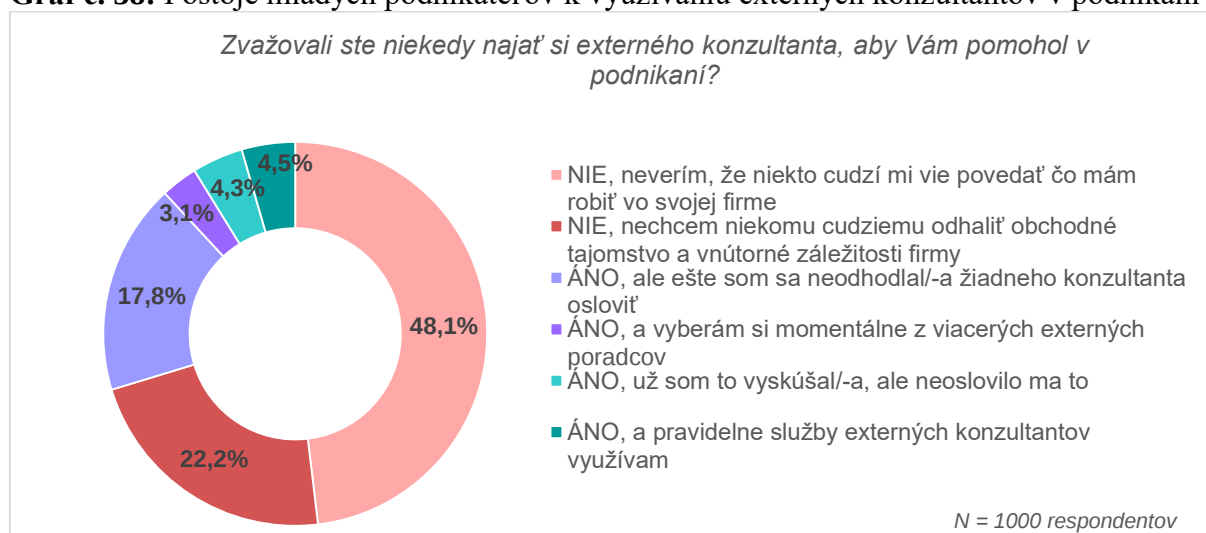
Až 70,3 % zo všetkých oslovených mladých podnikateľov neuvažuje o spolupráci s externým konzultantom za účelom pomoci v podnikaní. Takmer polovica (48,1%) podnikateľov neverí, že niekto z externého prostredia im vie radiť akým spôsobom majú viesť svoju firmu. Necelá štvrtina (22,2 %) respondentov nepodporuje využívanie služieb externých

konzultantov z dôvodu obáv z odhalenia svojho obchodného tajomstva a vnútorných záležitostí firmy.

Využívanie služieb externých konzultantov vo svojom podnikaní reálne zvažuje celkovo 20,9 % mladých podnikateľov. Takmer pätina (17,8 %) oslovených podnikateľov si plánuje najat' externého konzultanta v podnikaní, no doposiaľ sa neodhodlali osloviť žiadneho. Ďalší mladí podnikatelia (3,1 %) sa už rozhodli pre externého konzultanta, pričom v čase realizácie prieskumu si vyberali z viacerých externých poradcov.

Praktické skúsenosti s využívaním služieb externých konzultantov v podnikaní deklarovalo 8,8 % zástupcov mladých podnikateľov. Spolupráca s externými konzultantmi neoslovila len 4,3 % zo všetkých oslovených podnikateľov. Naopak, služby externých poradcov vo svojom podnikaní pravidelne využíva a je s nimi spokojných 4,5 % mladých podnikateľov.

Graf č. 38: Postoje mladých podnikateľov k využívaniu externých konzultantov v podnikaní



Zdroj: Slovak Business Agency

Pri uplatnení druhostupňového triedenia odpovedí respondentov boli identifikované skupiny mladých podnikateľov, ktoré vykazujú väčšiu mieru nedôvery voči externým poradcov v podnikaní z dôvodu neznalosti firmy ako celá vzorka respondentov (48,1 %). Hovoríme hlavne o mladých podnikateľoch pôsobiacich v odvetví ubytovanie a stravovanie (54,8 %) a obchod (53,2 %), respondentov z Banskobystrického (56,4 %) a Prešovského kraja (55,9 %), živnostníkov (53,4 %), oslovených, ktorí v minulom roku ešte nepodnikali (56,0 %) a podnikateľov pracujúcich s priemernou obchodnou prirážkou nižšou ako 5 % (53,3 %).

Obavy z odhalenia obchodného tajomstva a vnútorných záležitostí firmy odrádzajú mladých podnikateľov od využívania služieb externých poradcov najmä v skupine respondentov s väčším počtom zamestnancov (10 a viac – 29,2 %), ďalej u podnikateľov podnikajúcich v obchodných službách (28,3 %), oslovených z Nitrianskeho kraja (30,6 %) a mladších respondentov vo vekovej kategórii 18 až 24 rokov (30,0 %).

Problém s oslovením externého konzultanta, ktorý by mladým podnikateľom pomohol v podnikaní sa intenzívnejšie vyskytuje hlavne medzi podnikateľmi v odvetví obchodných služieb (23,0 %), respondentmi z Trenčianskeho kraja (26,9 %) a oslovenými mladými podnikateľmi s výlučne zahraničnými zákazníkmi (24,1 %).

Ďalšie postoje mladých podnikateľov k využívaniu externých poradcov v podnikaní neboli z dôvodu ich nízkej početnosti podrobnejšie analyzované.

Tab. č. 17: Postoje mladých podnikateľov k využívaniu externých konzultantov v podnikaní

Riadkové %	Kategória	NIE, neverím, že niekto cudzí mi vie povedať čo mám robiť vo svojej firme	NIE, nechcem niekomu cudziemu odhaliť obchodné tajomstvo a vnútorné záležitosti firmy	ÁNO, ale ešte som sa neodhodlal/-a žiadneho konzultanta osloviť
	Vzorka: 1000 respondentov	48,1%	22,2%	17,8%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	50,8%	20,1%	16,8%
	1 až 9 zamestnancov	44,8%	23,3%	20,2%
	10 a viac zamestnancov	50,0%	29,2%	9,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	47,4%	18,4%	21,1%
	priemysel	51,1%	24,4%	13,3%
	stavebníctvo	51,5%	27,6%	14,9%
	obchod	53,2%	17,8%	19,0%
	ubytovanie a stravovanie	54,8%	16,7%	16,7%
	doprava, informácie	44,7%	19,3%	19,3%
	obchodné služby	41,6%	28,3%	16,8%
	ostatné služby	42,5%	17,2%	23,0%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	44,2%	18,7%	21,0%
	Trnavský kraj	53,5%	19,2%	16,2%
	Nitriansky kraj	50,0%	30,6%	10,2%
	Trenčiansky kraj	42,3%	19,2%	26,9%
	Banskobystrický kraj	56,4%	20,9%	10,9%
	Žilinský kraj	42,0%	27,5%	19,6%
	Prešovský kraj	55,9%	17,1%	18,0%
	Košický kraj	46,1%	28,1%	16,9%
Právna forma firmy	živnostník	53,4%	19,9%	16,3%
	spoločnosť s ručením obm.	44,6%	23,4%	19,1%
	iné	40,5%	29,7%	16,2%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	49,4%	21,9%	17,4%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	44,4%	21,3%	20,2%
	viac ako 100 000 Eur	46,6%	24,0%	18,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	56,0%	20,0%	8,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	49,7%	23,9%	18,5%
	väčšia časť slovenskí	46,8%	20,8%	17,6%
	väčšia časť zahraniční	51,6%	22,6%	11,3%
	výlučne zahraniční	37,9%	17,2%	24,1%
Obchodná prirážka	do 5 %	53,3%	21,1%	12,6%
	5 až 10 %	48,2%	24,1%	21,8%
	11 až 20 %	50,2%	21,5%	19,5%
	21 až 40 %	41,8%	21,2%	18,5%
	41 % a viac	43,6%	24,2%	18,1%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	47,7%	22,3%	16,3%
	3 až 5 rokov	45,3%	22,2%	19,7%
	5 až 10 rokov	49,4%	22,7%	19,1%
	viac ako 10 rokov	50,7%	20,6%	14,7%
Pohlavie	muž	48,2%	22,4%	17,4%
	žena	47,7%	21,7%	19,1%
Vek	18 až 24 rokov	35,0%	30,0%	18,3%
	25 až 29 rokov	48,4%	21,3%	19,5%
	30 až 34 rokov	51,9%	26,4%	11,3%
	36 až 39 rokov	49,0%	20,6%	15,5%

Pokračovanie tabuľky na nasledujúcej strane.

Pokračovanie tabuľky č. 17

Riadkové %	Kategória	ÁNO, a vyberám si momentálne z viacerých externých poradcov)	ÁNO, už som to vyskúšal/-a, ale neoslovilo ma to	ÁNO, a pravidelne služby externých konzultantov využívam
	Vzorka: 1000 respondentov	3,1%	4,3%	4,5%
Počet zamestnancov	bez zamestnancov	3,1%	4,6%	4,6%
	1 až 9 zamestnancov	2,9%	3,8%	4,9%
	10 a viac zamestnancov	4,2%	5,6%	1,4%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	5,3%	2,6%	5,3%
	priemysel	6,7%	2,2%	2,2%
	stavebníctvo	1,5%	1,5%	3,0%
	obchod	1,1%	5,2%	3,7%
	ubytovanie a stravovanie	2,4%	4,8%	4,8%
	doprava, informácie	2,6%	7,0%	7,0%
	obchodné služby	4,0%	4,4%	4,9%
	ostatné služby	5,7%	4,6%	6,9%
Kraj sídla	Bratislavský kraj	3,0%	6,0%	7,1%
	Trnavský kraj	2,0%	7,1%	2,0%
	Nitriansky kraj	0,0%	4,6%	4,6%
	Trenčiansky kraj	5,1%	5,1%	1,3%
	Banskobystrický kraj	5,5%	0,9%	5,5%
	Žilinský kraj	2,2%	3,6%	5,1%
	Prešovský kraj	2,7%	3,6%	2,7%
	Košický kraj	5,6%	1,1%	2,2%
Právna forma firmy	živnostník	2,4%	4,1%	3,9%
	spoločnosť s ručením obm.	3,6%	4,2%	5,1%
	iné	2,7%	8,1%	2,7%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	2,2%	4,4%	4,7%
	50 000 Eur až 100 000 Eur	6,2%	3,9%	3,9%
	viac ako 100 000 Eur	2,9%	3,9%	4,4%
	minulý rok som nepodnikal/a	4,0%	8,0%	4,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	1,8%	3,6%	2,5%
	väčšia časť slovenskí	4,1%	4,3%	6,4%
	väčšia časť zahraniční	3,2%	8,1%	3,2%
	výlučne zahraniční	6,9%	6,9%	6,9%
Obchodná prírážka	do 5 %	4,5%	5,3%	3,3%
	5 až 10 %	1,2%	2,4%	2,4%
	11 až 20 %	1,6%	4,0%	3,2%
	21 až 40 %	4,9%	6,5%	7,1%
	41 % a viac	3,4%	2,7%	8,1%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	3,7%	4,3%	5,7%
	3 až 5 rokov	3,0%	5,6%	4,3%
	5 až 10 rokov	2,7%	3,0%	3,0%
	viac ako 10 rokov	2,9%	5,1%	5,9%
Pohlavie	muž	3,0%	4,3%	4,7%
	žena	3,4%	4,3%	3,8%
Vek	18 až 24 rokov	1,7%	6,7%	8,3%
	25 až 29 rokov	3,4%	3,3%	4,1%
	30 až 34 rokov	2,8%	6,6%	0,9%
	36 až 39 rokov	2,6%	5,7%	6,7%

Zdroj: Slovak Business Agency

7 Motivácie, výzvy a návrhy na uľahčenie podnikania

Mladí podnikatelia vstupujú do podnikania a následne ďalej podnikajú na základe rôznych podnetov a motivácií. V nasledujúcej časti sú prezentované základné zistenia o hlavných motiváciách a výzvach, ktorým mladí podnikatelia vo svojom podnikaní čelia.

Z pohľadu oslovených mladých podnikateľov je najčastejšou motiváciou v ich podnikaní flexibilita a nezávislosť, ktorú v prieskume označilo 37,3 % respondentov. Pre štvrtinu (25,0 %) mladých podnikateľov predstavujú najväčšiu motiváciu v podnikaní financie. Možnosť využívania a rozvoja kreativity a inovácií v oblasti, v ktorej mladí podnikatelia podnikajú je hlavnou motiváciou v podnikaní pre 12,3 % respondentov. Jeden z desiatich podnikateľov (10,0 %) podniká s motiváciou, že chce po sebe niečo zanechať.

Pre ďalších 4,8 % respondentov je najväčšou motiváciou v podnikaní úspešné odovzdanie firmy svojim deťom. Len 2,8 % z oslovených podnikateľov uviedlo ako hlavnú motiváciu v podnikaní zodpovednosť za svojich zamestnancov. Status majiteľa, resp. majiteľky firmy sa s podielom 1,4 % v prieskume ukázal ako najmenej významná motivácia v podnikaní mladých. Iné motivácie vo svojom podnikaní prezentovalo 6,4 % oslovených respondentov.

Graf č. 39: Motivácia mladých podnikateľov v podnikaní



Zdroj: Slovak Business Agency

Mladých podnikateľov čaká v nasledujúcom roku široká škála podnikateľských výziev, ktorým budú musieť čeliť. Ich zvládnutie, resp. nezvládnutie v konečnom dôsledku určí ako úspešní budú pri dosahovaní svojich podnikateľských plánov. Vzhľadom na otvorenú formu otázky, ktorá sa zaoberá podnikateľskými výzvami, bolo v procese spracovania výsledkov nevyhnutné pristúpiť k agregácii jednotlivých odpovedí. Agregáciou sa podarilo identifikovať 11 základných výziev v podnikaní mladých, ktoré sumárne predstavujú približne 50 % všetkých odpovedí.

Najväčšou podnikateľskou výzvou, ktorú musia v najbližšom roku mladí podnikatelia zvládnuť je zabezpečiť ďalší rozvoj firmy. Pod rozvojom firmy sa myslí napr. nárast počtu zamestnancov, rozšírenie výroby a služieb, rozširovanie pôsobnosti v ďalších regiónoch, modernizácia priestorov, nákup technológie a pod. Uvedenej výzve bude čeliť približne 13,5% respondentov.

Zvýšenie tržieb firmy predstavuje najväčšiu výzvu v najbližšom období pre približne 7,8 % oslovených mladých podnikateľov. Ďalších 7,1 % mladých podnikateľov chce v budúcom roku intenzívnejšie zapracovať na zlepšení predaja svojej firmy. Pre 3,7 % respondentov bude hlavnou podnikateľskou výzvou zabezpečenie finančných prostriedkov. Približne 3,6 % oslovených podnikateľov sa v najbližšom roku sústreďí na udržanie si existujúcich zákazníkov a zvyšovanie ich spokojnosti. Zvýšenie konkurencieschopnosti firmy na domácom či zahraničnom trhu bude kľúčové pre 3,0 % respondentov.

Menší podiel mladých podnikateľov (menej ako 3 %) očakáva v najbližšom roku podnikateľské výzvy spojené hlavne so zlepšením marketingu a komunikácie so zákazníkmi (2,5 %), zavádzaním inovácií (2,4 %), zvyšovaním produktivity (1,7 %), prienikom na zahraničné trhy (1,5 %) alebo dosiahnutím zisku (1,4 %). Iné podnikateľské výzvy s nižšou početnosťou, resp. podnikatelia bez výziev predstavujú ďalších 50 % zo všetkých oslovených mladých podnikateľov.

Graf č. 40: Najväčšia podnikateľská výzva v najbližšom roku



Zdroj: Slovak Business Agency

7.1 Návrhy mladých podnikateľov na uľahčenie podnikania

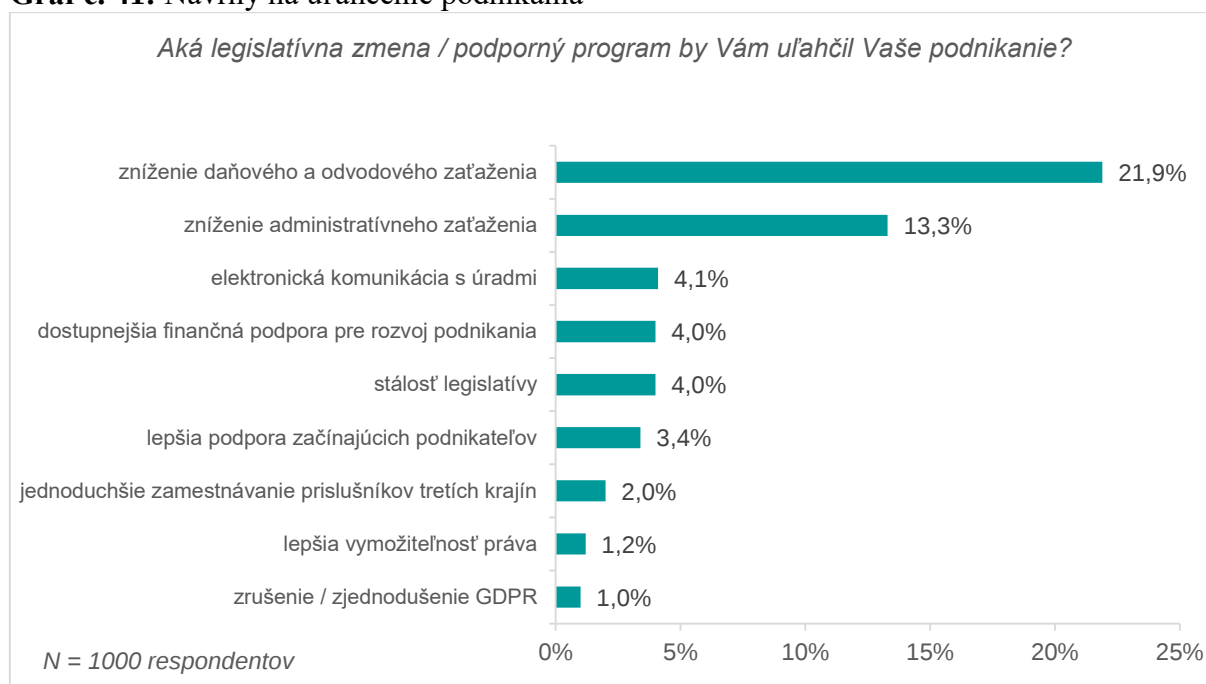
Mladí podnikatelia v prieskume zároveň poskytli svoje návrhy na legislatívne zmeny, resp. podporné programy, ktoré by mali prispieť k uľahčeniu ich podnikania. Vzhľadom na možnosť voľnej formulácie odpovedí, boli do výsledného zoznamu zaradené len tie najčastejšie navrhované zmeny a opatrenia. Z tohto dôvodu nižšie prezentované návrhy reprezentujú názor 56 % mladých podnikateľov zúčastnených na prieskume.

Medzi navrhovanými zmenami a opatreniami dominuje požiadavka na zníženie daňového a odvodového zaťaženia podnikov na Slovensku. Až 21,9 % oslovených mladých podnikateľov zastáva názor, že zníženie daňového a odvodového zaťaženia by značnou mierou prispelo k zlepšeniu ich podnikania. V poradí druhá najčastejšia požiadavka mladých podnikateľov smerovala na zníženie administratívnej záťaže spojené s podnikaním. Túto možnosť uviedlo 13,3 % zo všetkých respondentov. Oslovení podnikatelia navrhli aj ďalšie opatrenia na

uľahčenie ich podnikania, ktoré sa týkajú napr. rýchlejšieho a rozsiahlejšieho zavádzania elektronickej komunikácie s úradmi (4,1 %) alebo stálosti legislatívy (4,0 %).

Medzi frekventovanejšie návrhy mladých podnikateľov patrila tiež lepšia podpora špecificky zameraná na začínajúcich podnikateľov (3,4 %), zjednodušenie podmienok pre zamestnávanie zamestnancov z tretích krajín (2,0 %) a lepšia vymožitelnosť práva (1,2 %). S implementáciou nariadenia Európskej komisie na ochranu osobných údajov – GDPR do svojho podnikania má problémy 1 % oslovených mladých podnikateľov.

Graf č. 41: Návrhy na uľahčenie podnikania



Zdroj: Slovak Business Agency

Hlavné zistenia prieskumu

Hodnotenie faktorov vonkajšieho prostredia podniku

- Najvýznamnejšiu prekážku v podnikaní mladých podnikateľov na Slovensku predstavuje neúmerne vysoké daňovo-odvodové zaťaženie podnikania, ktoré bolo ako jediné označené za vysokú bariéru v podnikaní mladých. Oblasť daňovo-odvodového zaťaženia vnímali najnegatívnejšie mladí podnikatelia podnikajúci v odvetví ubytovanie a stravovanie. Novela zákona č. 222/2004 Z.z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov, ktorou sa od 1. januára 2019 znižuje sadzba DPH z 20 % na 10 % na všetky ubytovacie služby, by mala významne prispieť k zníženiu daňovo-odvodového zaťaženia podnikania v tomto odvetví.
- Stredne veľkou bariérou v podnikaní mladých je oblasť registračných a administratívnych povinností a nestálosť, resp. časté zmeny v legislatíve.
- Platobná disciplína, kúpna sila slovenských zákazníkov, konkurencia, dostupnosť klasického financovania spolu s dostupnosťou kvalifikovaných mentorov nie sú pre mladých podnikateľov významnou prekážkou v rozvoji ich podnikania.
- Hodnotenie mladých podnikateľov naznačuje určité zhoršenie podnikania v oblasti dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily a dostupnosti rizikového kapitálu. Problém dostupnosti kvalifikovanej sily sa zväčšuje úmerne s veľkosťou firmy. Väčším problémom je aj pre firmy pôsobiace vo výrobnom sektore (pôdohospodárstvo, priemysel a stavebníctvo), ktorý v súčasnosti produkuje množstvo nových pracovných miest.
- Mladí podnikatelia pozitívnejšie hodnotili najmä oblasť kúpnej sily slovenských zákazníkov, ktorá sa aj pod vplyvom rastu miezd v poslednom období zvyšuje.
- Agregovaný index (súčet indexov všetkých trinástich hodnotených faktorov) dosiahol hodnotu 136,53 bodu z 325 možných bodov.

Hodnotenie faktorov vnútorného prostredia podniku

- Z hľadiska zamestnávania možno označiť firmy mladých podnikateľov za stabilné s nízkou mierou fluktuácie zamestnancov. Miera fluktuácie zamestnancov sa v prípade mladých podnikateľov zvyšovala s rastúcim počtom zamestnancov a zároveň aj s rastom tržieb. Vyššiu mieru fluktuácie vykazujú mladí podnikatelia podnikajúci v ubytovaní a stravovaní, resp. v stavebníctve.
- Dobrovoľné odchody zamestnancov predstavujú v prípade firiem mladých podnikateľov menej častý dôvod ukončenia pracovného pomeru. V prípade 86 % oslovených podnikateľov tvorili dobrovoľné odchody zamestnancov menej ako jednu tretinu zo všetkých odchodov zamestnancov firmy v priebehu posledných 12 mesiacov. Zamestnanci odchádzali zo zamestnania na vlastnú žiadosť najviac z MSP, ktoré svoju hlavnú činnosť vykonávajú v odvetví stavebníctva, resp. v ubytovaní a stravovaní.

- Medzi najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov zo zamestnania mladí podnikatelia uvádzali: lepšiu ponuku z inej firmy, možnosť lepších platových podmienok a odmeňovania zamestnancov, alebo nevyhovujúci typ práce.
- Mladí podnikatelia na Slovensku využívajú širokú škálu opatrení zameraných na udržanie zamestnancov vo svojej firme. Najčastejšie využívaným opatrením je pravidelné zvyšovanie platu, ktoré realizuje približne polovica respondentov. Nasleduje poskytovanie rôznych benefitov, flexibilný pracovný čas a podpora vzdelávania a osobného rozvoja zamestnancov.
- Približne tri štvrtiny mladých podnikateľov so zamestnancami investovalo za obdobie posledných 12 mesiacov do rozvoja svojich zamestnancov finančné prostriedky vo výške do 3 000 Eur. V období nasledujúcich 12 mesiacov plánujú mladí podnikatelia prioritne investovať do zvyšovania odbornej kvalifikácie svojich zamestnancov. Takmer štvrtina oslovených podnikateľov so zamestnancami plánuje v nasledujúcich mesiacoch navýšiť investície na vzdelávanie svojich zamestnancov.
- V prípade mladých podnikateľov je okrem investovania do rozvoja svojich zamestnancov rovnako dôležité dbať aj o rozvoj vlastných schopností a znalostí. Za obdobie posledných 12 mesiacov investovala takmer polovica mladých podnikateľov do vlastného rozvoja finančné prostriedky vo výške maximálne 500 Eur.

Hodnotenie prístupu k marketingovým činnostiam

- Päťina mladých podnikateľov by v prípade možnosti doplnenia si vzdelania alebo rozvoja zručností preferovala oblasť marketingu a psychológie trhu. Ďalšími preferovanými oblasťami, v ktorých by sa chceli mladí podnikatelia zdokonaľovať sú účtovníctvo a dane, resp. komunikácia a zručnosti spojené s predajom. Mladí podnikatelia prejavili najmenší záujem o ďalšie akademické vzdelávanie a spoluprácu s biznis koučom alebo odborným konzultantom.
- Mladí podnikatelia vo svojom podnikaní jasne uprednostňujú online reklamu, ktorá sa všeobecne považuje za lacnejšiu formu reklamy. Aj na Slovensku sa mladšie skupiny podnikateľov musia v reklame prispôbovať globálnym trendom a preto nie je žiadnym prekvapením, že najčastejšie používanou formou reklamy je reklama v sociálnych médiách (napr. Facebook, Instagram, Snapchat a ďalšie). Nasleduje reklama umiestnená na online portáloch, blogoch a pod. a reklama inzerovaná prostredníctvom služby Google AdWords. Z výsledkov tiež vyplýva, že mladí podnikatelia vo svojom podnikaní používajú v priemere dve rôzne formy reklamy.
- Na marketingové aktivity svojej firmy investujú mladí podnikatelia menej finančných prostriedkov. Viac ako polovica oslovených podnikateľov investuje ročne na marketingové aktivity menej ako 500 Eur. Nižší objem finančných prostriedkov investujú do marketingu hlavne zástupcovia mladých podnikateľov podnikajúcich v pôdohospodárstve a stavebníctve.

Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb

- Z externých konzultačných služieb sú medzi mladými podnikateľmi najčastejšie využívané služby účtovných a daňových poradcov. Druhou najpoužívanější externou službou sú právne služby. Využívanie externých konzultačných služieb sa zvyšuje s rastúcim počtom zamestnancov a tržbami firiem. Takmer štvrtina mladých podnikateľov však vo svojom podnikaní nepoužíva žiadne spoplatnené externé konzultačné služby.
- Vedenie účtovníctva si viac ako polovica mladých podnikateľov zabezpečuje prostredníctvom externých dodávateľov. Tento spôsob vedenia účtovníctva preferujú hlavne firmy s menším počtom zamestnancov, zástupcovia spoločností s ručením obmedzeným alebo mladí podnikatelia podnikajúci v pôdohospodárstve. Naopak, v prípade väčších firiem prevažuje vedenie účtovníctva prostredníctvom interných zamestnancov (účtovníkov). Mladí podnikatelia v prieskume identifikovali aj tri najdôležitejšie oblasti súvisiace so zabezpečovaním účtovných služieb: 1) dobrá komunikácia, sympatie, ochota; 2) komplexné riešenie problematiky účtovníctva jedným dodávateľom; 3) zodpovednosť účtovníka za prípadné pokuty spôsobené jeho prácou. Pomerne prekvapujúco, za najmenej dôležitú oblasť podnikatelia vo svojom hodnotení označili cenu, resp. náklady na vedenie účtovníctva firmy.
- Službám, ktoré poskytujú externí konzultanti v podnikaní nedôverujú viac ako dve tretiny mladých podnikateľov. Nedôvera vyplýva z predstavy, že nie je možné aby niekto z externého prostredia vedel radiť majiteľom akým spôsobom majú viesť svoju firmu, resp. z odhalenia obchodného tajomstva a vnútorných záležitostí firmy. Služby externých poradcov v podnikaní pravidelne využíva len nepatrné množstvo mladých podnikateľov.

Motivácie a výzvy v podnikaní mladých

- Mladí podnikatelia vstupujú do podnikania a následne ďalej podnikajú na základe rôznych podnetov a motivácií. Najčastejšia motivácia v podnikaní mladých podnikateľov sa spája s dvomi základnými vlastnosťami podnikania, flexibilitou a nezávislosťou. Dosiahnutie vyššieho príjmu predstavuje až druhú najčastejšiu motiváciu v podnikaní mladých. Treťou najčastejšou motiváciou, prečo mladí ľudia na Slovensku podnikajú, je možnosť rozvoja kreativity a inovatívnych prístupov v oblasti, v ktorej podnikajú.
- Najväčšou podnikateľskou výzvou, ktorú musia v najbližšom roku mladí podnikatelia zvládnuť je zabezpečiť ďalší rozvoj firmy. Pod rozvojom firmy sa myslí napr. nárast počtu zamestnancov, rozšírenie výroby a služieb, rozširovanie pôsobnosti v ďalších regiónoch, modernizácia priestorov, nákup technológie a podobne.
- Za účelom uľahčenia podnikania na Slovensku, mladí podnikatelia najčastejšie preferujú zmeny v legislatíve, ktoré povedú k zníženiu daňového a odvodového zaťaženia podnikateľov a k zníženiu administratívneho zaťaženia spojeného s podnikaním.

Dotazník

Hodnotenie vonkajších faktorov, ktoré ovplyvňujú Vaše každodenné podnikanie

1. Ohodnoťte prosím, ako vnímate kvalitu vybraných oblastí podnikateľského prostredia v SR.

Hodnoťte na stupnici od 1 (situácia je veľmi priaznivá) po 5 (situácia je veľmi nepriaznivá). V každom riadku označte jednu odpoveď.

	1	2	3	4	5
Dostupnosť financovania prostredníctvom bankových úverov, lízingu a pod.	☐	☐	☐	☐	☐
Dostupnosť rizikového kapitálu (formálni či neformálni investori)	☐	☐	☐	☐	☐
Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily	☐	☐	☐	☐	☐
Cena práce kvalifikovanej pracovnej sily	☐	☐	☐	☐	☐
Dostupnosť kvalifikovaných mentorov pre rozvoj Vašej firmy	☐	☐	☐	☐	☐
Konkurenčné prostredie vo Vašom podnikaní	☐	☐	☐	☐	☐
Transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek	☐	☐	☐	☐	☐
Kúpna sila slovenských zákazníkov	☐	☐	☐	☐	☐
Platobná disciplína zákazníkov	☐	☐	☐	☐	☐
Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania	☐	☐	☐	☐	☐
Flexibilita pracovného práva, povinnosti podnikateľa v súvislosti so zamestnávaním zamestnancov	☐	☐	☐	☐	☐
Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti podnikateľa voči štátu	☐	☐	☐	☐	☐
Stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov	☐	☐	☐	☐	☐

2. Ako veľmi jednotlivé faktory podnikateľského prostredia bránia v raste Vášho podnikania?

Hodnoťte na stupnici od 1 (neobmedzuje ma v raste) po 5 (veľmi ma obmedzuje / nepriaznivo vplýva na rast mojej firmy). V každom riadku označte jednu odpoveď.

	1	2	3	4	5
Dostupnosť financovania prostredníctvom bankových úverov, lízingu, ...	☐	☐	☐	☐	☐
Dostupnosť rizikového kapitálu (formálni či neformálni investori)	☐	☐	☐	☐	☐
Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily	☐	☐	☐	☐	☐
Cena práce kvalifikovanej pracovnej sily	☐	☐	☐	☐	☐
Dostupnosť kvalifikovaných mentorov pre rozvoj Vašej firmy	☐	☐	☐	☐	☐
Konkurenčné prostredie vo Vašom podnikaní	☐	☐	☐	☐	☐

Transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek	☐	☐	☐	☐	☐
Kúpna sila slovenských zákazníkov	☐	☐	☐	☐	☐
Platobná disciplína zákazníkov	☐	☐	☐	☐	☐
Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania	☐	☐	☐	☐	☐
Flexibilita pracovného práva, povinnosti podnikateľa v súvislosti so zamestnávaním zamestnancov	☐	☐	☐	☐	☐
Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti podnikateľa voči štátu	☐	☐	☐	☐	☐
Stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov	☐	☐	☐	☐	☐

3. Aká legislatívna zmena / podporný program by Vám uľahčil Vaše podnikanie?

Hodnotenie interných faktorov, ktoré ovplyvňujú Vaše každodenné podnikanie

4. Aká je miera fluktuácie³ vo Vašej firme za posledných 12 mesiacov?

1. menej ako 5%
2. 6% – 10%
3. 11% – 20%
4. 21% – 50%
5. 51% a viac

5. Aká časť zo zamestnancov, ktorí za posledných 12 mesiacov opustili Vašu firmu ju opustila dobrovoľne?

1. menej ako 33%
2. 34% - 66%
3. viac ako 67 %

6. Aké boli najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z Vašej firmy?

Môžete vybrať najviac 3 odpovede.

1. nevyhovujúci typ práce
2. plat a odmeňovanie
3. nedostatok príležitostí na kariérny rast a osobný rozvoj
4. pracovná doba alebo nadčasy
5. nenaplnené očakávania
6. pracovné prostredie (vybavenie firmy, kolektív, lokácia firmy)

³ Podiel zamestnancov, ktorí odišli zo zamestnania za posledných 12 mesiacov voči celkovému priemernému počtu zamestnancov za posledných 12 mesiacov

7. nezhody s nadriadeným
8. lepšia ponuka z inej firmy
9. iné

7. Čo robíte preto, aby ste si svojich ľudí vo firme udržali?

Môžete vybrať najviac 3 odpovede.

1. pravidelne im zvyšujem plat minimálne podľa aktuálneho vývoja na pracovnom trhu
2. poskytujeme benefity navyše (napr. dovolenka nad rámec zákona, členské vo fitness centre,...)
3. investujem do ich vzdelávania a osobného rozvoja (napr. jazykové kurzy)
4. organizujeme teambuildingy a spoločné akcie pre zamestnancov
5. investujem do moderného vybavenia pracoviska a prostriedkov k práci
6. možnosť flexibilného pracovného času (práca z domu, pohyblivý začiatok/koniec pracovnej doby,...)
7. pracujem na sebe aby som bol lepším šéfom/šéfkou
8. iné

8. Koľko peňazí ste za posledných 12 mesiacov investovali do rozvoja svojich zamestnancov? (konferencie, semináre, online kurzy, jazykové kurzy, workshopy, zvyšovanie odbornej kvalifikácie, certifikáty, tréningy, atď.)

1. menej ako 1 000,- EUR
2. 1 001 – 3 000,- EUR
3. 3 001 – 5 000,- EUR
4. 5 001 – 10 000,- EUR
5. 10 001 – 20 000,- EUR
6. viac ako 20 001,- EUR

9. Do akého druhu zvyšovania vedomostí a kvalifikácie Vašich zamestnancov plánujete prevažne investovať počas najbližších 12-tich mesiacov ?

1. zvyšovanie odbornej kvalifikácie (v obore, v ktorom pracujú)
2. špecifický osobný rozvoj (napr. MBA, osobný koučing, atď.)
3. PC zručnosti (napr. MS Excel, MS Powerpoint, Email, Google disk atď.)
4. interné školenia na firemné programy (CRM, e-shop, fakturácia, atď.)
5. jazykové zručnosti
6. soft skills tréningy (napr. zlepšovanie komunikácie, zvládanie stresu, osobná efektivita, atď.)
7. online školenia podľa vlastnej potreby
8. iné (opíšte)

10. Ako sa budú vyvíjať počas nasledujúcich 12-tich mesiacov firemné investície do vzdelávania Vašich zamestnancov?

1. budú nižšie ako v predchádzajúcich 12-tich mesiacoch
2. budú približne rovnaké ako v predchádzajúcich 12-tich mesiacoch
3. budú mierne vyššie ako v predchádzajúcich 12-tich mesiacoch
4. budú výrazne vyššie ako v predchádzajúcich 12-tich mesiacoch

11. Ako by ste odpovedali na nasledujúcu vetu: „V oblasti vedenia ľudí sa pravidelne vzdelávam a rozširujem svoje obzory.“

1. NIE, používam sedliacky rozum a to mi stačí
2. NIE, ale rádím sa pravidelne s ostatnými podnikateľmi ohľadom vedenia ľudí
3. ÁNO, čítam knihy a články k tejto téme
4. ÁNO, navštevujem pravidelne školenia na tému vedenie ľudí
5. ÁNO, robím si online kurzy na tému vedenia ľudí
6. ÁNO, spolupracujem s koučom, konzultantom alebo mentorom na túto tému

12. Koľko peňazí ste za posledných 12-tich mesiacov investovali do vlastného rozvoja?

(konferencie, semináre, online kurzy, workshopy, knihy, zvyšovanie odbornej kvalifikácie, certifikáty, atď.)

1. menej ako 500,- EUR
2. 501 – 1 000,- EUR
3. 1 001 – 3 000,- EUR
4. 3 001 – 5 000,- EUR
5. 5 001 – 10 000,- EUR
6. 10 001 – 20 000,- EUR
7. viac ako 20 001,- EUR

13. Keby ste si počas nasledujúcich 12-tich mesiacov mohol doplniť vzdelanie, alebo zručnosti, ktoré by mohli výrazne posunúť Vaše podnikanie vpred, ktorú z možností by ste si vybral/-a?

1. už teraz viem, všetko čo potrebujem
2. finančný kontroling a ekonomika firmy
3. účtovníctvo a dane
4. líderšip a vedenie ľudí v malej firme
5. práca s biznis koučom alebo konzultantom
6. projektový manažment (a optimalizácia interných procesov)
7. sebavedomie a väčšia rozhodnosť v podnikaní
8. komunikačné a predajné zručnosti
9. marketing a psychológia trhu (zákazníka)
10. iná špecifická oblasť (podľa odvetvia, v ktorom podnikám – napr. technická oblasť, alebo programovací jazyk)
11. MBA alebo iné oficiálne akademické vzdelávanie
12. iné (popíšte)

Hodnotenie prístupu k marketingovým činnostiam**14. Akú formu reklamy používate vo Vašom podnikaní?**

Môžete vybrať aj viacero odpovedí.

1. reklama v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách
2. vonkajšia reklama (billboardy, citylighty, ...)
3. reklama na online portáloch, blogoch, atď.
4. Google Ad Words
5. reklama na sociálnych médiách (Facebook, Instagram, Snapchat, ...)
6. video reklama na YouTube

7. priamy marketing (napr. letáky do schránok, ...)
8. rôzne charitatívne alebo sponzorské akcie
9. iné

15. Koľko financií investujete v priemere na marketingové aktivity ročne?

1. do 500,- EUR
2. 501 – 2 000,- EUR
3. 2 001 – 5 000,- EUR
4. 5 001 – 10 000,- EUR
5. 10 001 – 30 000,- EUR
6. 30 001 – 50 000,- EUR
7. nad 50 000,- EUR

Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb

16. Aké externé platené konzultačné služby pravidelne používate?

Môžete vybrať aj viacero odpovedí.

1. marketingová agentúra
2. účtovní a daňoví poradcovia
3. právne služby
4. personálne agentúry a HR poradenstvo
5. finančné a iné biznis poradenstvo
6. iné

17. Ako zabezpečujete vedenie účtovníctva firmy? Vyberte len jednu možnosť.

1. účtovníctvo si robím zväčša sám/-a (napr. som živnostník a uplatňujem si paušálne výdavky)
2. mám externého dodávateľa na všetky účtovné služby (vrátane napr. fakturácie, mzdy a odvody)
3. mám externého dodávateľa na základné účtovné služby, ale niektoré činnosti si robím interne (napr. fakturácia, mzdy a odvody, ...)
4. mám vlastného (interného) účtovníka, alebo viacero účtovníkov vo firme a vyhovuje mi to
5. mám vlastného (interného) účtovníka, alebo viacero účtovníkov vo firme, ale uvažujem o externom dodávateľovi a optimalizácii účtovných služieb

18. Čo je pre vás pri účtovných službách dôležité.

Prosím označte na škále od 1 (vôbec nie je dôležité) do 5 (veľmi dôležité).

	1	2	3	4	5
Cena, resp. náklady na vedenie účtovníctva	☐	☐	☐	☐	☐
Referencie od známych na kvalitu účtovníka/dodávateľa účtovných služieb	☐	☐	☐	☐	☐
Dobrá komunikácia, sympatie, ochota	☐	☐	☐	☐	☐
Komplexné riešenie problematiky účtovníctva jedným dodávateľom	☐	☐	☐	☐	☐
Proaktívne analyzovanie finančných informácií z účtovníctva a odporúčania na znižovanie nákladov	☐	☐	☐	☐	☐

Moderné vedenie účtovníctva (online služby, zjednodušovanie cez automatizáciu, cloud...)	☐	☐	☐	☐	☐
Dlhodobá prax v odbore	☐	☐	☐	☐	☐
Iniciatívne hľadanie „slabých miest“ a optimalizovanie daňovo-odvodového zaťaženia	☐	☐	☐	☐	☐
Zodpovednosť účtovníka za prípadné pokuty spôsobené jeho prácou	☐	☐	☐	☐	☐

19. Ako zabezpečujete vedenie právnych služieb?

1. právne záležitosti si vybavujem zväčša sám/-a na základe vlastných znalostí, príp. bezplatných vzorových zmlúv na internete
2. právne záležitosti si vybavujem zväčša sám/-a s využitím platených produktov ponúkajúcich vzorové zmluvy
3. mám externého právnicka, ktorý nám zabezpečuje iba časť právnej agendy (pripravuje vzory zmlúv, ktoré používame, zastupuje nás na súdoch...)
4. mám externého právnicka, ktorá rieši každú našu právnu záležitosť (tvorby zmlúv, vymáhanie pohľadávok, zastupovanie na súdoch...)
5. mám vlastného právnicka, ktorý je zamestnancom našej firmy
6. iné

20. Zvažovali ste niekedy najat' si externého konzultanta, aby Vám pomohol v podnikaní?

1. NIE, neverím, že niekto cudzí mi vie povedať čo mám robiť vo svojej firme
2. NIE, nechcem niekomu cudziemu odhaliť obchodné tajomstvo a vnútorné záležitosti firmy
3. ÁNO, ale ešte som sa neodhodlal/-a žiadneho konzultanta osloviť
4. ÁNO, a vyberám si momentálne z viacerých externých poradcov
5. ÁNO, už som to vyskúšal/-a, ale neoslovilo ma to
6. ÁNO, a pravidelne služby externých konzultantov využívam

Základné údaje o Vás a Vašej firme**21. Som**

1. muž
2. žena

22. Prosím uveďte, koľko máte rokov?

1. 18 - 24 rokov
2. 25 - 29 rokov
3. 30 - 34 rokov
4. 35 - 39 rokov

23. Prosím uveďte, ako dlho už podnikáte?

1. menej ako 3 roky
2. 3 - 5 rokov
3. 5 - 10 rokov
4. viac ako 10 rokov

24. Aká je v súčasnosti Vaša najväčšia motivácia v podnikaní?

1. financie
2. flexibilita a nezávislosť
3. status majiteľa/-čky firmy
4. kreativita a inovácie v oblasti, v ktorej podnikám
5. moji zamestnanci a zodpovednosť za nich
6. odovzdať jedného dňa firmu svojim deťom
7. chcem po sebe niečo zanechať
8. iné

25. Je zakladateľom, resp. jedným zo zakladateľov žena?

1. áno
2. nie

26. Ktorá z nasledovných činností je vo Vašom podnikaní hlavná (podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností SK NACE)? (uveďte prevažujúcu oblasť podnikania; označte iba jednu možnosť)

1. poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov
2. ťažba a dobývanie
3. priemyselná výroba
4. dodávka elektriny, plynu, pary a studeného vzduchu
5. dodávka vody; čistenie a odvod odpadových vôd, odpady a služby odstraňovania odpadov
6. stavebníctvo
7. veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov
8. doprava a skladovanie
9. ubytovacie a stravovacie služby
10. informácie a komunikácia
11. finančné a poisťovacie činnosti
12. činnosti v oblasti nehnuteľností
13. odborné, vedecké a technické činnosti
14. administratívne a podporné služby
15. verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie
16. vzdelávanie
17. zdravotníctvo a sociálna pomoc
18. umenie, zábava a rekreácia
19. ostatné činnosti

27. Akú právnu formu má Vaše podnikanie?

1. živnostník
2. spoločnosť s ručeným obmedzením
3. akciová spoločnosť
4. iná forma (družstvo, komanditná spoločnosť, verejno-obchodná spoločnosť, jednoduchá spoločnosť na akcie)

28. Označte prosím kraj, v ktorom sídlite

1. Bratislavský kraj
2. Trnavský kraj
3. Nitriansky kraj
4. Trenčiansky kraj
5. Banskobystrický kraj
6. Žilinský kraj
7. Prešovský kraj
8. Košický kraj

29. Vyberte prosím interval tržieb, ktorý ste dosiahli v minulom kalendárnom roku.

1. menej ako 50 000 Eur
2. od 50 000 Eur do 100 000 Eur
3. viac ako 100 000 Eur
4. minulý rok som nepodnikal/a

30. S akou priemernou obchodnou prirážkou⁴ voči cene Vašich vstupov vo firme pracujete?
(často sa nesprávne zamieňa za pojem marža)

1. do 5%
2. 6 – 10%
3. 11 – 20%
4. 21% - 40%
5. 41% a viac

31. Koľko zamestnancov zamestnávate?

1. žiadneho
2. 1 - 2
3. 3 - 4
4. 5 - 9
5. 10 - 19
6. 20 - 49
7. 50 - 249

32. Zamestnávate vo svojej firme aj iných rodinných príslušníkov?

1. žiadneho
2. 1
3. 2 - 3
4. 4 a viac

33. Akým zákazníkom predávate svoje produkty/služby?

1. výlučne slovenským
2. najmä slovenským, ale menšiu časť aj zahraničným
3. väčšiu časť zahraničným
4. výlučne zahraničným

⁴ percentuálna výška prirážky z nákupnej ceny vstupov, ktorej výška spolu s cenou vstupov tvorí predajnú cenu. Príklad: všetky potrebné vstupy stoja 100 €, predávajú za 140 €. Výška prirážky je 40 %. Tento pojem je často zamieňaný za pojem obchodná marža, ktoré výpočet je však iný. Respondenti však môžu tento ukazovateľ pomenovávať ako marža.

34. Kto tvorí prevažujúcu časť Vašich zákazníkov?

1. fyzické osoby (B2C)
2. iní podnikatelia a organizácie (B2B)
3. nedá sa jednoznačne odpovedať

Záverečná otázka

35. Čo je najväčšia podnikateľská výzva, ktorú musíte v najbližšom roku zvládnuť, aby ste boli vo Vašich podnikateľských plánoch úspešní?

--