PRIESKUM PREKÁŽOK V PODNIKANÍ MLADÝCH NA SLOVENSKU

Bratislava 2022

Správa z kvantitatívneho prieskumu 2022

EURÓPSKA ÚNIA
Európsky fond regionálneho rozvoja
OP Integrovaná infraštruktúra 2014 – 2020

MINISTERSTVO DOPRAVY A VÝSTAVBY SLOVENSKEJ REPUBLIKY

MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Vydavateľ:
Slovak Business Agency

© SBA, Bratislava, 2022

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

Neprešlo jazykovou úpravou.

OBSAH

ÚVOD **3**

1. CHARAKTERISTIKA SKÚMANEJ VZORKY MLADÝCH PODNIKATEĽOV **5**

2. METODIKA ZBERU A VYHODNOCOVANIE ÚDAJOV **14**

3. HODNOTENIE FAKTOROV VONKAJŠIEHO PROSTREDIA PODNIKU **17**

3.1. Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania 22
3.2. Ceny vstupov (energií, materiálu, externých služieb…) a ich predpokladaný vývoj 24
3.3. Stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov 25
3.4. Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti 26
3.5. Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily 27
3.6. Flexibilita pracovného práva, povinnosti spojené so zamestnávaním 28
3.7. Transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek 28
3.8. Cena práce kvalifikovanej pracovnej sily 30
3.9. Dostupnosť rizikového kapitálu (investori) 31
3.10. Kúpna sila slovenských zákazníkov 32
3.11. Dostupnosť kvalifikovaných mentorov 33
3.12. Konkurenčné prostredie v podnikaní 34
3.13. Dostupnosť klasického financovania 35
3.14. Platobná disciplína zákazníkov 36

4. HODNOTENIE FAKTOROV VNÚTORNÉHO PROSTREDIA PODNIKU **38**

4.1. Fluktuácia zamestnancov 38
4.2. Investovanie do rozvoja zamestnancov 47

5. DIGITALIZÁCIA, AUTOMATIZÁCIA A KYBERNETICKÁ BEZPEČNOSŤ **54**

5.1. Digitalizácia a automatizácia 54
5.2. Kybernetická bezpečnosť 63

6. HODNOTENIE PRÍSTUPU K MARKETINGOVÝM ČINNOSTIAM **68**

7. HODNOTENIE PRÍSTUPU K VYUŽÍVANIU EXTERNÝCH SLUŽIEB **78**

8. MOTIVÁCIE, VÝZVY A NÁVRHY NA UĽAHČENIE PODNIKANIA **87**

9. HLAVNÉ ZISTENIA PRIESKUMU **91**

10. ZOZNAM GRAFOV A TABULIEK **96**

11. DOTAZNÍK **98**

Úvod

Mladí podnikatelia sú budúcnosť Slovenska a sú dôležitým prvkom malého a stredného podnikania na Slovensku. Mladí ľudia sú často označovaní za nositeľov kreativity a inovatívnych prístupov, ktorým sa v podnikaní pripisuje čoraz väčšia dôležitosť. Postoje, názory, skúsenosti a inovácie mladých podnikateľov budú s veľkou pravdepodobnosťou ovplyvňovať a určovať vývoj podnikateľského prostredia na Slovensku počas nasledujúcich rokov a dekád. Preto je dôležité poznať názory mladých podnikateľov na aktuálny stav jednotlivých zložiek podnikateľského prostredia, ktoré môžu byť príležitosťami, ale aj hrozbami pre ďalší rozvoj podnikania 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:

- vyhodnotenie vonkajších faktorov, ktoré ovplyvňujú podnikanie mladých podnikateľov (celkovo 14 faktorov: daňovo-odvodové zaťaženie, ceny vstupov, administratívne povinnosti, stálosť legislatívy, transparentnosť verejných zákaziek, dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily, flexibilita pracovného práva, cena práce, dostupnosť rizikového kapitálu, dostupnosť mentorov, dostupnosť financovania, konkurenčné prostredie, kúpna sila, platobná disciplína);
- zhodnotenie interných faktorov ovplyvňujúcich podnikanie mladých podnikateľov na Slovensku, ktoré zahŕňajú: prístup k zamestnancom, podporu rozvoja svojich zamestnancov a vlastný rozvoj;
- zmapovanie úrovne a rozvoja mladých podnikateľov v oblasti digitalizácie, automatizácie a kybernetickej bezpečnosti;
- zhodnotenie prístupu mladých podnikateľov k marketingovým aktivitám a využívaniu externých služieb;
- zmapovanie základných faktorov motivácie a očakávaných výziev mladých podnikateľov vo svojom podnikaní.

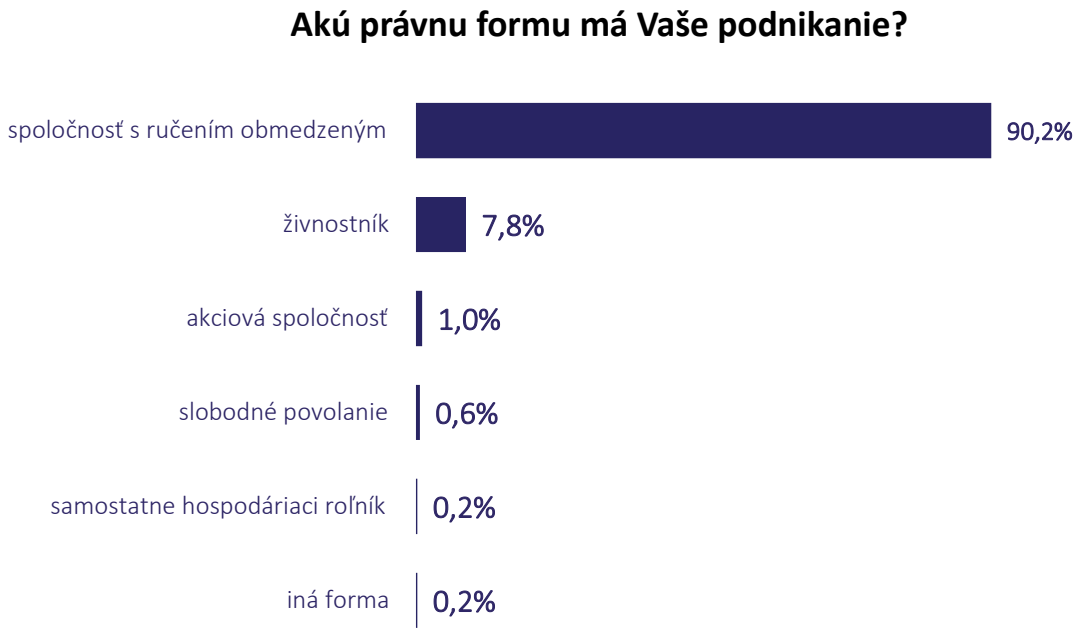
Prieskum bol realizovaný formou telefonických rozhovorov v mesiacoch máj až jún 2022 na celkovej vzorke 1009 mladých podnikateľov vo veku 18 až 39 rokov, ktorých firmy spĺňajú kritéria platné pre kategóriu malých a stredných podnikov (MSP). Zameranie prieskumu na najmladšie skupiny podnikateľov potvrdzuje aj dominantné zastúpenie podnikateľov vo veku do 29 rokov, ktorí tvorili 70 % z celkového počtu respondentov. Zber údajov realizovala spoločnosť Actly s.r.o.. 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 Rev.2), regionálnej príslušnosti, dĺžky podnikania, tržieb, priemernej obchodnej prirážky, pohlavia a veku respondenta.

Z výberovej vzorky 1009 mladých podnikateľov do 39 rokov tvorili fyzické osoby – podnikatelia 8,6%. Prevažná časť oslovených podnikateľov (91,4%) 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. (90,2%). Nasledujú živnostníci s podielom 7,8% a akciové spoločnosti, ktoré predstavujú 1% zo všetkých respondentov. Vzorku ďalej doplnili podnikateľské subjekty so štatútom slobodné povolanie (0,6%), samostatne hospodáriaci roľník (0,2%) a s inou právnou formou (0,2%). 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

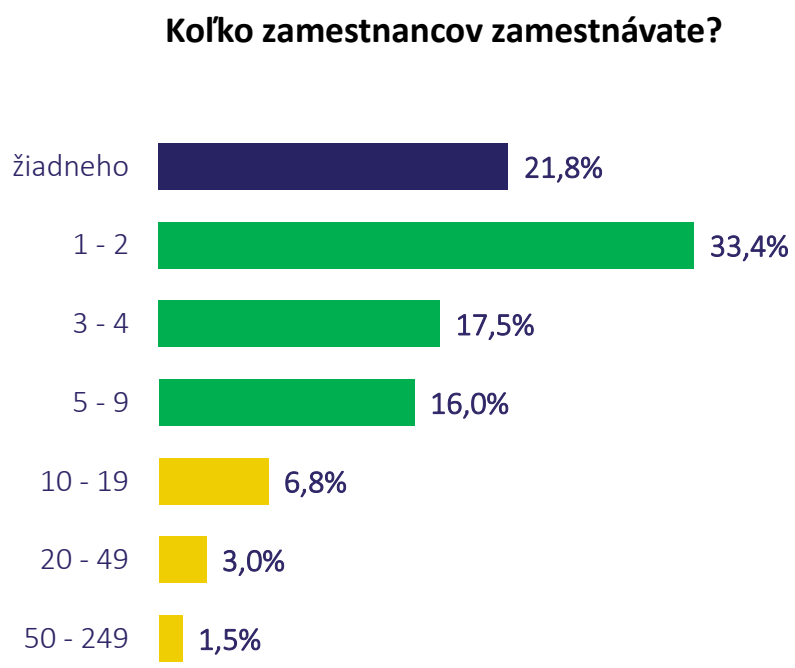


N=1009 respondentov

V prieskume mali dominantné zastúpenie mladí podnikatelia s nižším počtom zamestnancov. Viac ako pätinu respondentov (21,8%) predstavovali podnikateľské subjekty, ktoré nezamestnávali žiadneho zamestnanca. Ďalších 66,9% skúmanej vzorky tvorili firmy s jedným až deviatimi zamestnancami. Najmenšiu skupinu mladých podnikateľov (11,3%) predstavovali respondenti, ktorí zamestnávajú 10 až 249 zamestnancov.

31,0% mladých podnikateľov v prieskume uviedlo, že vo svojej firme zamestnáva aj iných rodinných príslušníkov. Najviac (21,7%) zamestnáva jedného člena rodiny, 8,5% mladých podnikateľov zamestnáva dvoch alebo troch rodinných príslušníkov a ďalších 0,8% respondentov zamestnáva minimálne štyroch členov rodiny. Približne dve tretiny (69,0%) oslovených podnikateľov nezamestnávalo žiadneho rodinného príslušníka.

Graf č.2: Skúmané MSP podľa počtu zamestnancov



N=1009 respondentov

Regionálna štruktúra respondentov zodpovedala regionálnej štruktúre mladých podnikateľov na Slovensku. V prieskume boli najpočetnejšie zastúpení mladí podnikatelia so sídlom firmy na území Bratislavského kraja, ktorí tvorili viac ako štvrtinu respondentov (29,7%). Nižší podiel tvorili mladí podnikatelia zo sídlom v Žilinskom kraji (12,9%). Zastúpenie respondentov so sídlom na území ostatných krajov sa pohybovalo v intervale od 8,0% do 10,7%.

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

N=1009 respondentov

Medzi oslovenými mladými podnikateľmi zo Slovenska mali v realizovanom prieskume najväčšie zastúpenie podnikateľské subjekty, ktoré vykonávali svoju hlavnú činnosť v odvetví obchodu (26,4%). Vzorku ďalej doplnili MSP pôsobiace v sektore obchodných služieb (24,9%), stavebníctva (12,1%) dopravy a informácií (11,8%) a priemyslu (8,3%). Odvetvová štruktúra respondentov plne reflektuje odvetvovú štruktúru mladých podnikateľov z kategórie malých a stredných podnikov na Slovensku.

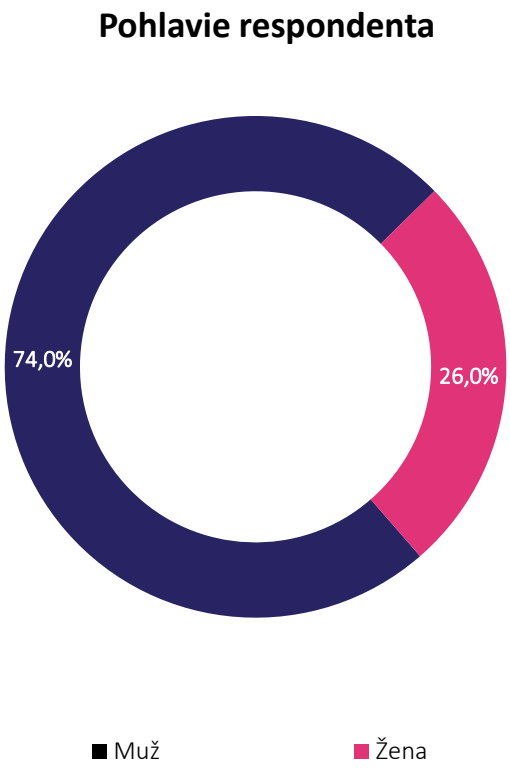
Graf č.4: Respondenti podľa hlavného druhu ekonomickej činnosti

N=1009 respondentov

Takmer tri štvrtiny z oslovených mladých podnikateľov tvorili muži (74,0%). Mladé ženy – podnikateľky boli na prieskume zastúpené 26,0%. 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 36,4% oslovených podnikateľských subjektov.

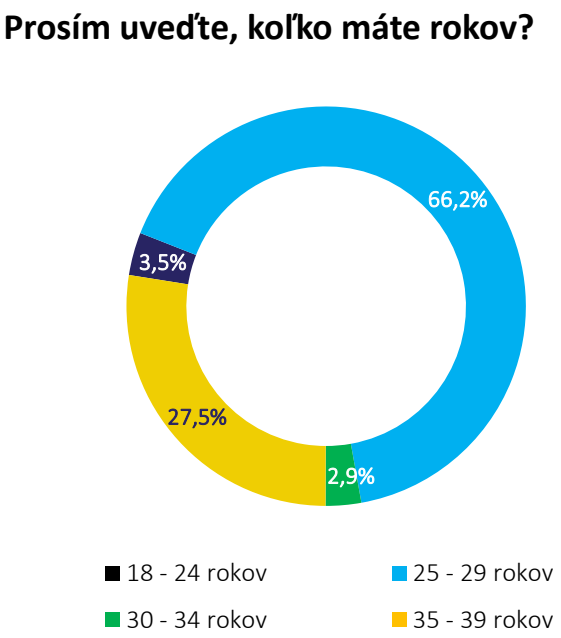
Graf č.5: Štruktúra skúmanej vzorky podľa pohlavia



N=1009 respondentov

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 69,7% viedlo k vysokému podielu respondentov (66,2%) 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 2,9%, čo je najmenšie zastúpenie z celkovej skúmanej vzorky a zástupcovia mladých podnikateľov vo veku 35 až 39 rokov tvorili 27,5%. Druhou najmenej zastúpenou skupinou (3,5%) boli mladí podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov.

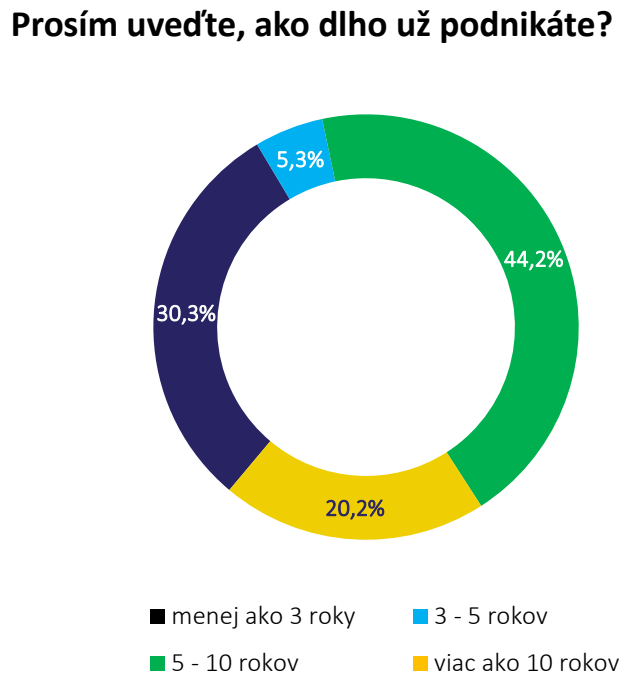
Graf č.6: Štruktúra skúmanej vzorky podľa veku



N=1009 respondentov

Necelú jednu tretinu skúmanej vzorky (30,3%) 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 (44,2%) 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 (5,3%), resp. viac ako 10 rokov (20,2%).

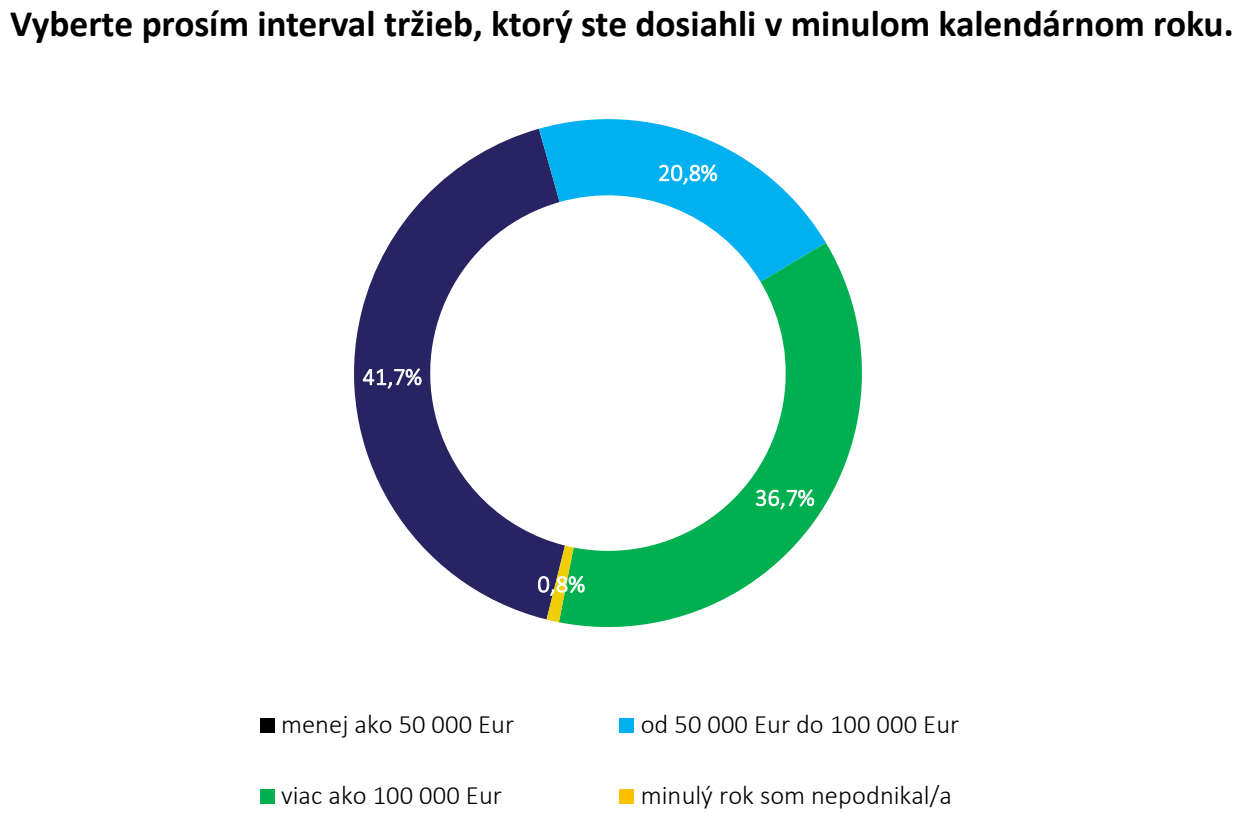
Graf č.7: Štruktúra skúmanej vzorky podľa dĺžky podnikania



N=1009 respondentov

Z výsledkov prieskumu vyplýva, že až 41,7% mladých podnikateľov dosiahlo v predchádzajúcom roku 2021 tržby nižšie ako 50 000 Eur. V intervale tržieb od 50 000 do 100 000 Eur sa nachádzalo 20,8% oslovených podnikateľských subjektov a 36,7% podnikateľov dosiahla v predchádzajúcom roku tržby nad úrovňou 100 000 Eur. Medzi respondentmi sa nachádzala aj skupina mladých podnikateľov (0,8% z celkovej vzorky), ktorí v roku 2021 nepodnikali.

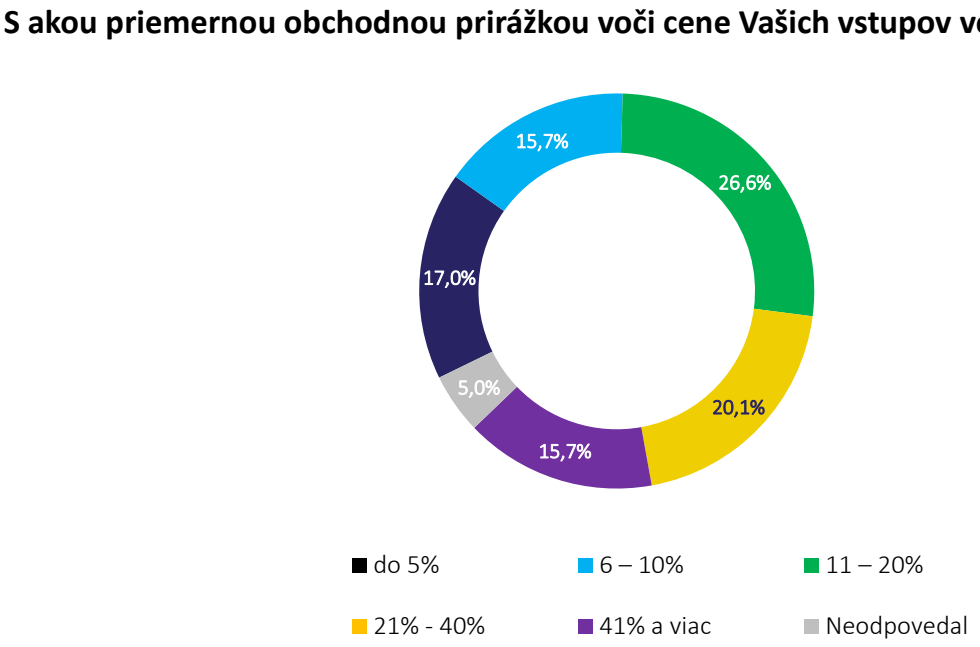
Graf č.8: Štruktúra skúmanej vzorky podľa tržieb z predchádzajúceho roka 2021



N=1009 respondentov

Skúmaná vzorka podnikateľských subjektov zároveň vykazuje vysokú variabilitu priemernej obchodnej prirážky voči cene vstupov. 17% tvorili firmy operujúce s priemernou obchodnou prirážkou do 5%. Podobné zastúpenie (15,7%) mali v prieskume aj firmy s priemernou obchodnou prirážkou v intervale 6% až 10%. S obchodnou prirážkou v intervale 11% až 20% podniká viac ako štvrtina (26,6%) respondentov. Medzi oslovenými mladými podnikateľmi sa nachádzala aj početnejšie zastúpená skupina firiem s pomerne vysokou priemernou obchodnou prirážkou v rozmedzí 21% až 40% (20,1%). S priemernou obchodnou prirážkou nad 40% podniká 15,7% z oslovených mladých podnikateľov.

Graf č.9: Štruktúra skúmanej vzorky podľa priemernej obchodnej prirážky



N=1009 respondentov

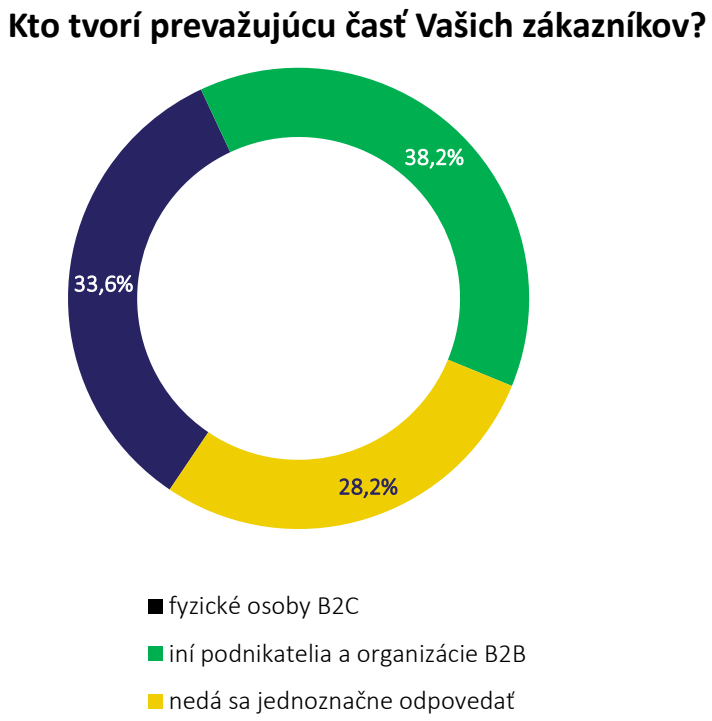
Zákazníci oslovených podnikateľských subjektov sú výlučne (42,5%) alebo prevažne (46,9%) zo Slovenska. Prevažne zahraničným zákazníkom predáva svoje produkty alebo služby 8,2% mladých podnikateľov a výhradne zahraničných odberateľov má len 2,4% oslovených firiem.

Graf č.10: Štruktúra skúmanej vzorky podľa teritoriálnej príslušnosti

N=1009 respondentov

Zároveň sa viac ako tretina respondentov (33,6%) vyjadrila, že ich zákazníkmi sú v prevažnej miere fyzické osoby. Iní podnikatelia a organizácie predstavujú koncových zákazníkov pre 38,2% respondentov z radov mladých podnikateľov. V prípade 28,2% podnikateľských subjektov nebolo možné určiť, kto tvorí prevažujúcu časť ich zákazníkov.

Graf č.11: Štruktúra skúmanej vzorky podľa typu zákazníkov



N=1009 respondentov

2. Metodika zberu a vyhodnocovanie údajov

Zber informácií sa realizoval prostredníctvom telefonického prieskumu pomocou tzv. CATI metódy (Computer Assisted Telephone Interviewing). Prieskum sa uskutočnil v období od mája do júna 2022. Dotazník pozostával celkovo z 35 otázok, z čoho bolo 33 uzavretých, resp. polouzavretých otázok a 2 otvorené.

Cieľová vzorka predstavovala 1 009 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) 69,7%.
- Z celkového počtu mladých podnikateľov tvoria 30,3% 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 hlavnej ekonomickej činnosti podľa SK NACE Rev. 2 na: Pôdohospodárstvo (sekcia A), Priemysel (sekcie B až E), Stavebníctvo (sekcia F), Obchod (sekcia G), Ubytovanie a stravovanie (sekcia I), Doprava/Informačné a komunikačné činnosti (sekcie H a J), Obchodné služby (sekcie K až N) a Ostatné služby (sekcie O až 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 2018. Aplikovaním rovnakej metodiky sa docielila porovnateľnosť výsledkov aktuálneho prieskumu s predchádzajúcim prieskumom z roku 2018. V časovej perióde štyroch rokov tak možno 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 vplývajú na biznis plán každého podnikateľa. S ohľadom na skutočnosť, že len málo mladých slovenských podnikateľov podniká so zahraničnými menami, index nezahŕňa makroekonomické veličiny ako zmena menových kurzov a pod., napriek tomu, že sú považované za súčasť vonkajšieho makroprostredia. Index prekážok v podnikaní mladých sa tiež nezaoberá 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 vplývajú na úspech, ochotu a chuť ďalej podnikať. Samotný index pozostáva zo 14 faktorov vonkajšieho prostredia podniku, ktoré sú agregované do štyroch tematických oblasti:

I. dostupnosť kapitálu (štandardné financovanie a rizikový kapitál);

II. dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily a jej cena (zamestnanci, cena práce kvalifikovanej pracovnej sily, dostupnosť know-how napr. od mentora);

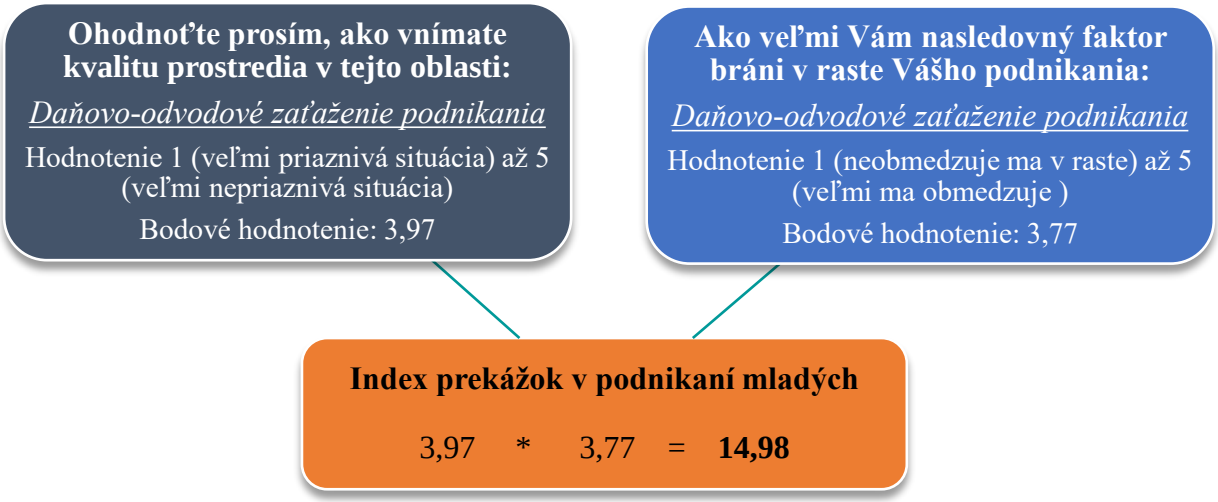
III. kvalita trhového prostredia (úroveň konkurencie, kúpna sila slovenských zákazníkov, platobná disciplína zákazníkov, prístup k verejným tendrom a zákazkám, cena vstupov);

IV. legislatívne prostredie a povinnosti podnikateľa voči štátu (daňovo-odvodové zaťaženie, flexibilita pracovného práva a zamestnávateľské povinnosti, registračné, nahlasovanie a iné administratívne povinnosti podnikateľa, stálosť legislatívy a frekvencia zmien v zákonoch).

Konštrukcia indexu vychádza z logiky, že každá bariéra v podnikateľskom prostredí sa dotýka 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 prenásobené 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 dotýka 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:

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.


Ohodnoťte prosím, ako vnímate kvalitu prostredia v tejto oblasti:
Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania
Hodnotenie 1 (veľmi priaznivá situácia) až 5 (veľmi nepriaznivá situácia)
Bodové hodnotenie: 3,97
Ako veľmi Vám nasledovný faktor bráni v raste Vášho podnikania:
Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania
Hodnotenie 1 (neobmedzuje ma v raste) až 5 (veľmi ma obmedzuje)
Bodové hodnotenie: 3,77
Index prekážok v podnikaní mladých
3,97 * 3,77 = 14,98

3. Hodnotenie faktorov vonkajšieho prostredia podniku

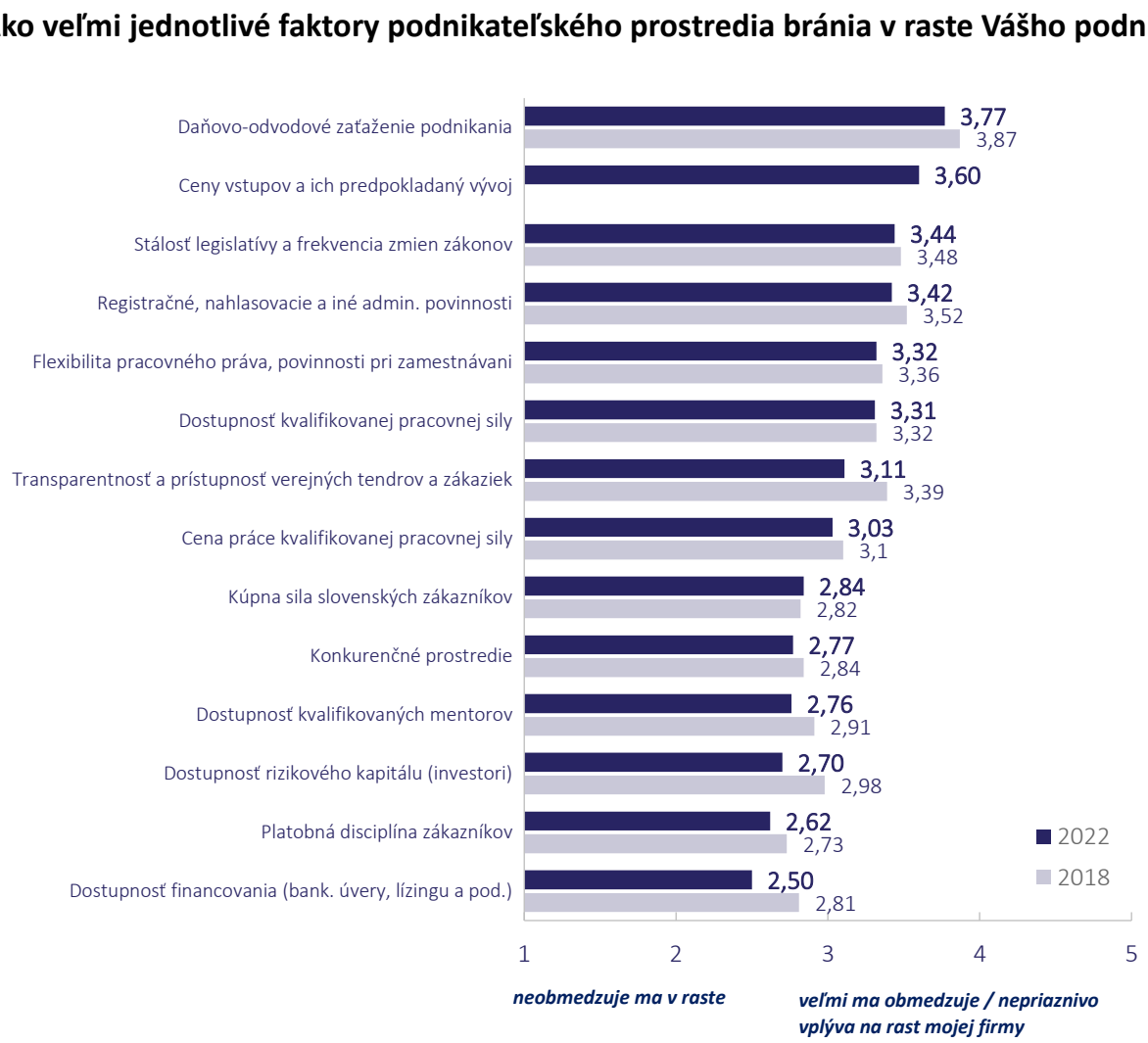
V súlade s vyššie uvedenou metodikou konštrukcie jednotlivých indexov je nižšie prezentovaný graf, ktorý reflektuje ako mladí podnikatelia hodnotia vybrané zložky podnikateľského prostredia. Graf vyhodnocuje odpovede respondentov z dvoch otázok – všeobecné hodnotenie kvality vybraných oblastí podnikateľského 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 (3,97 bodu). Negatívne hodnotili aj ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj (3,80 bodu). Prevažne negatívne hodnotili respondenti aj ďalšie oblasti podnikateľského prostredia ako napr.: stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov (3,64 bodu), registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti (3,62 bodu), alebo dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (3,51 bodu). Zástupcovia mladých podnikateľov udelili neutrálne hodnotenie oblastiam ako: dostupnosť kvalifikovaných mentorov (2,98 bodu), kúpna sila zákazníkov na domácom trhu (2,92 bodu), resp. dostupnosť financovania, konkurenčné prostredie v podnikaní (2,75 bodu); alebo platobná disciplína zákazníkov (2,61 bodu).

V porovnaní s prieskumom realizovaným v roku 2018 došlo k miernemu zlepšeniu vnímania podnikateľského prostredia mladými podnikateľmi najmä v oblastiach ako daňovo-odvodové zaťaženie, registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti, konkurenčné prostredie a platobná disciplína zákazníkov. Naopak k malému zhoršeniu pri meraných parametroch došlo v oblastiach ako flexibilita pracovného práva, kúpna sila zákazníkov, dostupnosť rizikového kapitálu.

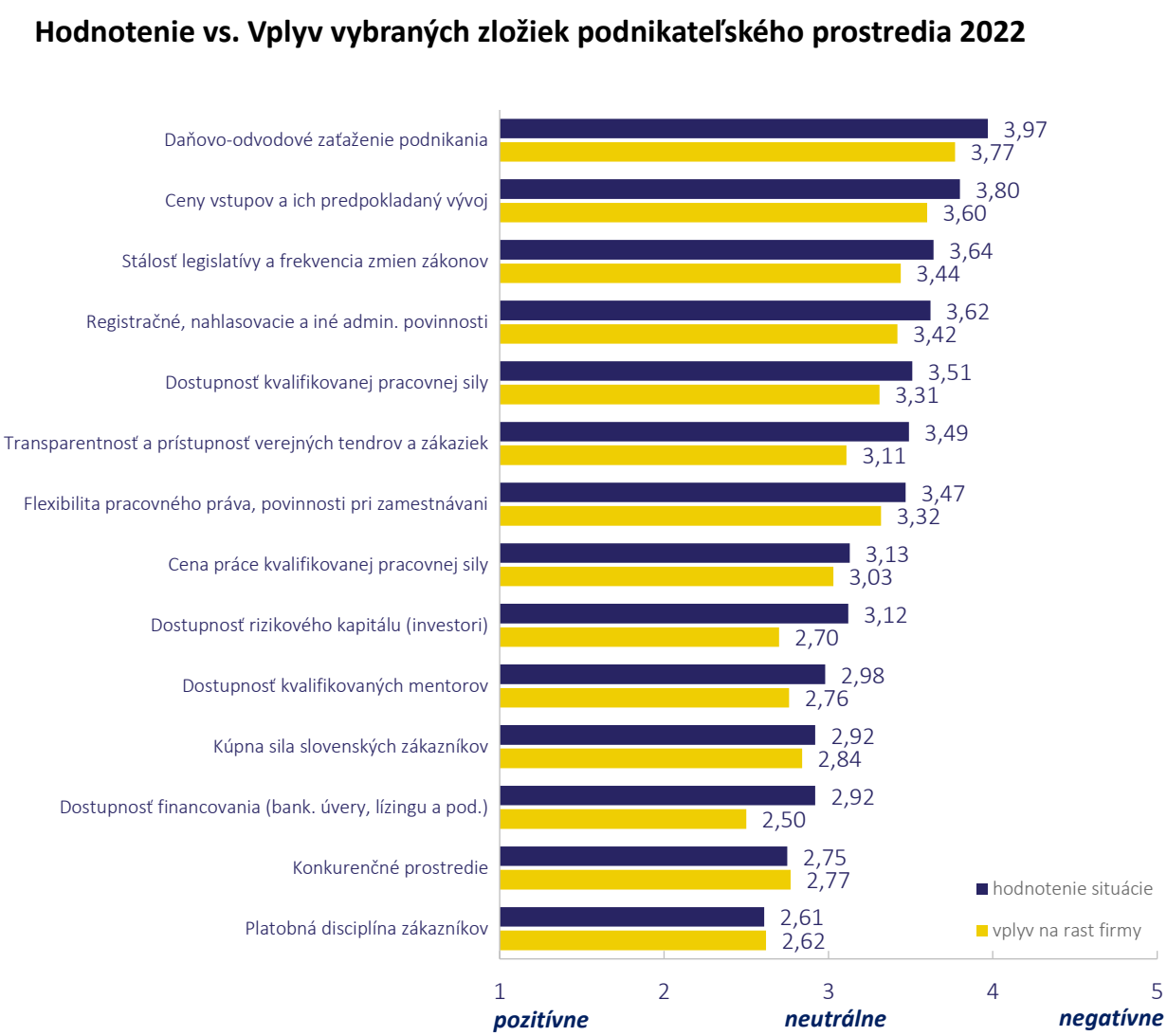
Graf č.12: Hodnotenie vybraných zložiek podnikateľského prostredia

Graf č.13: Vplyv vybraných zložiek podnikateľského prostredia na rast firmy



Oproti prieskumu z roku 2018 sa bodové skóre pri hodnotení vybraných faktorov, ktoré bránili v podnikaní zlepšilo u všetkých faktorov (u 13, ktoré boli zaradené do prieskumu v obidvoch vlnách) okrem kúpnej sily slovenských zákazníkov, kde bolo zaznamenané len nepatrné zhoršenie (o 0,02 bodu). Najvýraznejšie zlepšenie vo vnímaní faktorov, ktoré by bránili rozvoju podnikania, sa prieskumom zistilo v oblastiach ako dostupnosť financovania, dostupnosť rizikového kapitálu, transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek a dostupnosť kvalifikovaných mentorov.

Graf č.14: Hodnotenie vs. Vplyv vybraných zložiek podnikateľského prostredia 2022



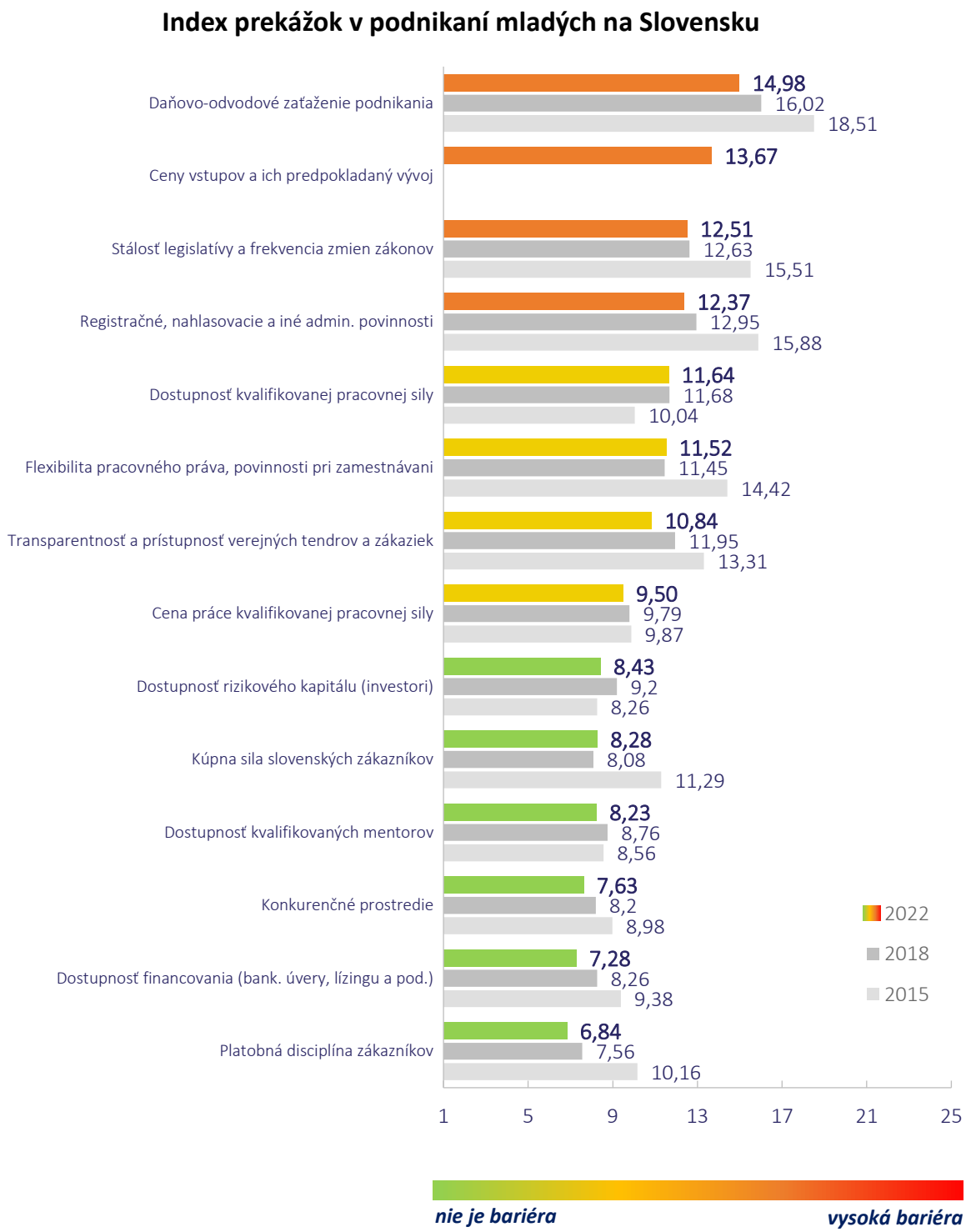
Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania a ceny vstupov spolu s ich predpokladaným vývojom sú dva najkritickejšie hodnotené faktory z aspektu hodnotenia situácie mladými podnikateľmi v tomto roku. Zároveň obidva predstavujú podľa respondentov aj tie, ktoré majú najväčší vplyv na rast firmy. Naopak, platobná disciplína zákazníkov a dostupnosť financovania prostredníctvom bankových úverov, lízingu a pod. dosiahli podľa respondentov najpozitívnejšie skóre pri hodnotení aktuálnej situácie.

Sumárne hodnotenie vybraných zložiek podnikateľského prostredia na Slovensku, vyjadrené indexom prekážok v podnikaní mladých, prezentuje nasledujúci graf č. 15. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že najvýznamnejšiu prekážku v podnikaní mladých podnikateľov na Slovensku predstavuje neúmerne vysoké daňovo-odvodové zaťaženie podnikania. V hodnotení respondentov získalo 14,98 bodu z 25 možných bodov. Druhou významnou prekážkou v podnikaní mladých na Slovensku sú ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj (13,67 bodu). Do skupiny faktorov, ktoré predstavujú stredne veľkú bariéru respondenti zaradili aj stálosť legislatívy (12,51 bodu) a registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti voči štátu (12,37 bodu).

Prieskum zároveň ukázal, že mladí podnikatelia nevnímajú ako bariéru v podnikaní: dostupnosť rizikového kapitálu (8,43 bodu), kúpnu silu slovenských zákazníkov (8,28 bodu),

dostupnosť kvalifikovaných mentorov (8,23 bodu), konkurenčné prostredie (7,63 bodu); dostupnosť klasických foriem financovania (7,28 bodu) a platobnú disciplínu zákazníkov (6,84 bodu).

Graf č.15: Index prekážok v podnikaní mladých na Slovensku



Za nízku bariéru v podnikateľskom prostredí na Slovensku mladí podnikatelia označili viacero faktorov: transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek (10,84 bodu); dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (11,64 bodu); flexibilita pracovného práva a povinnosti spojené so zamestnávaním (11,52 bodu); cena práce kvalifikovanej pracovnej sily (9,50 bodu).

Pozitívnym javom je oproti výsledkom prieskumu z roku 2018 nepatrné, príp. mierne zlepšenie hodnotenia indexu prekážok podnikania mladých v oblastiach predstavujúcich stredne veľkú bariéru podnikania mladých, ako sú stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov a registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti. O niečo výraznejšie zlepšenie hodnotenia indexu oproti poslednej vlne prieskumu v roku 2018 bolo zaznamenané pri daňovo-odvodovom zaťažení podnikania, čo sa premietlo aj do prekategorizovania tohto faktoru z veľkej bariéry na stredne veľkú bariéru v podnikaní mladých.

Spomedzi nízkych bariér podnikania mladých sa v porovnaní s výsledkami z prieskumu v roku 2018 výraznejšie zlepšila len situácia v oblasti transparentnosti a prístupnosti verejných tendrov a zákaziek. K miernemu zlepšeniu došlo aj pri cene práce kvalifikovanej pracovnej sily. V prípade dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily a flexibility pracovného práva, povinnostiach pri zamestnávaní nastalo len nepatrné zlepšenie, resp. zhoršenie.

Pri väčšine faktorov, ktoré nepredstavujú bariéru v podnikaní mladých, došlo v porovnaní s rokom 2018 k ďalšiemu zlepšeniu v ich hodnoteniach. Konkrétne sa to týka dostupnosti rizikového kapitálu od investorov, dostupnosti kvalifikovaných mentorov, konkurenčného prostredia, dostupnosti financovania cez bankové úvery a lízing a platobnej disciplíny zákazníkov. V prípade dostupnosti rizikového kapitálu od investorov došlo naviac k presunu tohto faktoru z nízkej prekážky pre podnikanie mladých do kategórie „nie je bariéra“. Jedine v prípade kúpnej sily slovenských zákazníkov sa situácie zhoršila, avšak len veľmi mierne.

Ak vezmeme do úvahy aj výsledky obdobného, avšak menej reprezentatívneho, prieskumu ZMPS z roku 2015, tak môžeme identifikovať dlhodobé prekážky v podnikaní mladých na Slovensku. Medzi významné dlhodobé prekážky patrí daňovo-odvodové zaťaženie podnikania; nestálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov a registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti. Je však vhodné upozorniť, že aj keď stále ide o významné prekážky, ich závažnosť od roku 2015 výrazne klesla.

Ďalšími, ale menšími, dlhodobými prekážkami v podnikaní mladých na Slovensku sú dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily; flexibilita pracovného práva, povinnosti pri zamestnávaní; transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek a cena práce kvalifikovanej pracovnej sily. Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily sa ako jediná z týchto bariér oproti roku 2015 mierne zhoršila. Vnímanie ceny práce kvalifikovanej pracovnej sily ako bariéry v podnikaní sa v porovnaní s rokom 2015 zlepšilo, ale len veľmi mierne. Rovnako vnímanie flexibility pracovného práva, povinností pri zamestnávaní a transparentnosti a prístupnosti verejných tendrov a zákaziek ako bariér v podnikaní sa oproti situácii v roku 2015 výrazne zlepšilo.

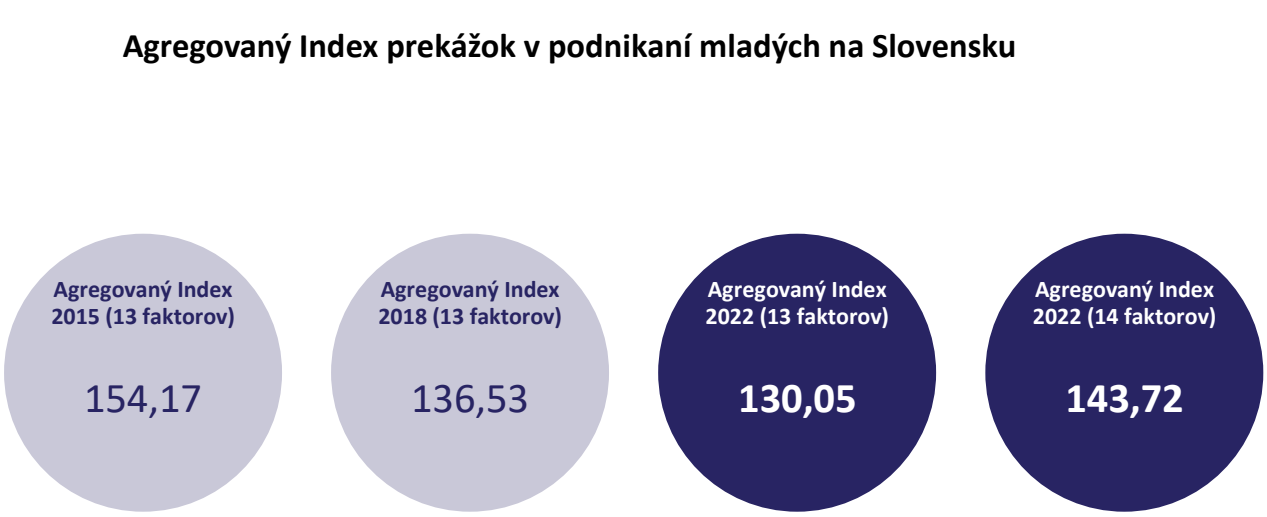
V komparácii s výsledkami prieskumu v roku 2015 sa výrazne zlepšila aj kúpna sila slovenských zákazníkov, dostupnosť financovania prostredníctvom bankových úverov, lízingu a pod., ako aj platobná disciplína zákazníkov, ktoré prestali byť bariérami v podnikaní mladých. Dostupnosť kvalifikovaných mentorov a konkurenčné prostredie dlhodobo nepredstavujú bariéry v podnikaní mladých. Dostupnosť rizikového kapitálu od investorov taktiež skôr nepredstavuje z dlhodobého hľadiska prekážku v podnikaní mladých.

Agregovaný index predstavujúci súčet indexov všetkých štrnástich (1 faktor – Ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj bol v roku 2022 dodatočne doplnený) hodnotených faktorov dosiahol hodnotu 143,72 bodu z 350 možných bodov.

Keďže v súčasnom prieskume bol doplnený faktor ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj, pre porovnateľnosť s prieskumami z rokov 2015 a 2018 bol vytvorený agregovaný index

predstavujúci súčet indexov ostatných trinástich hodnotených faktorov, ktoré boli sledované aj v minulosti. Takto zostavený index 13 faktorov dosiahol hodnotu 130,05 bodu z 325 možných bodov. Obdobne spracovaný index z roku 2018 predstavoval hodnotu 136,53 bodu, čo môže z pohľadu mladých podnikateľov naznačovať určité zlepšenie v podnikateľskom prostredí na Slovensku. V porovnaní s rovnako zostaveným indexom z roku 2015, ktorý mal hodnotu 154,17 možno pozorovať výrazné zlepšenie podnikateľského prostredia na Slovensku pre mladých podnikateľov.

Graf č.16: Agregovaný Index prekážok v podnikaní mladých na Slovensku

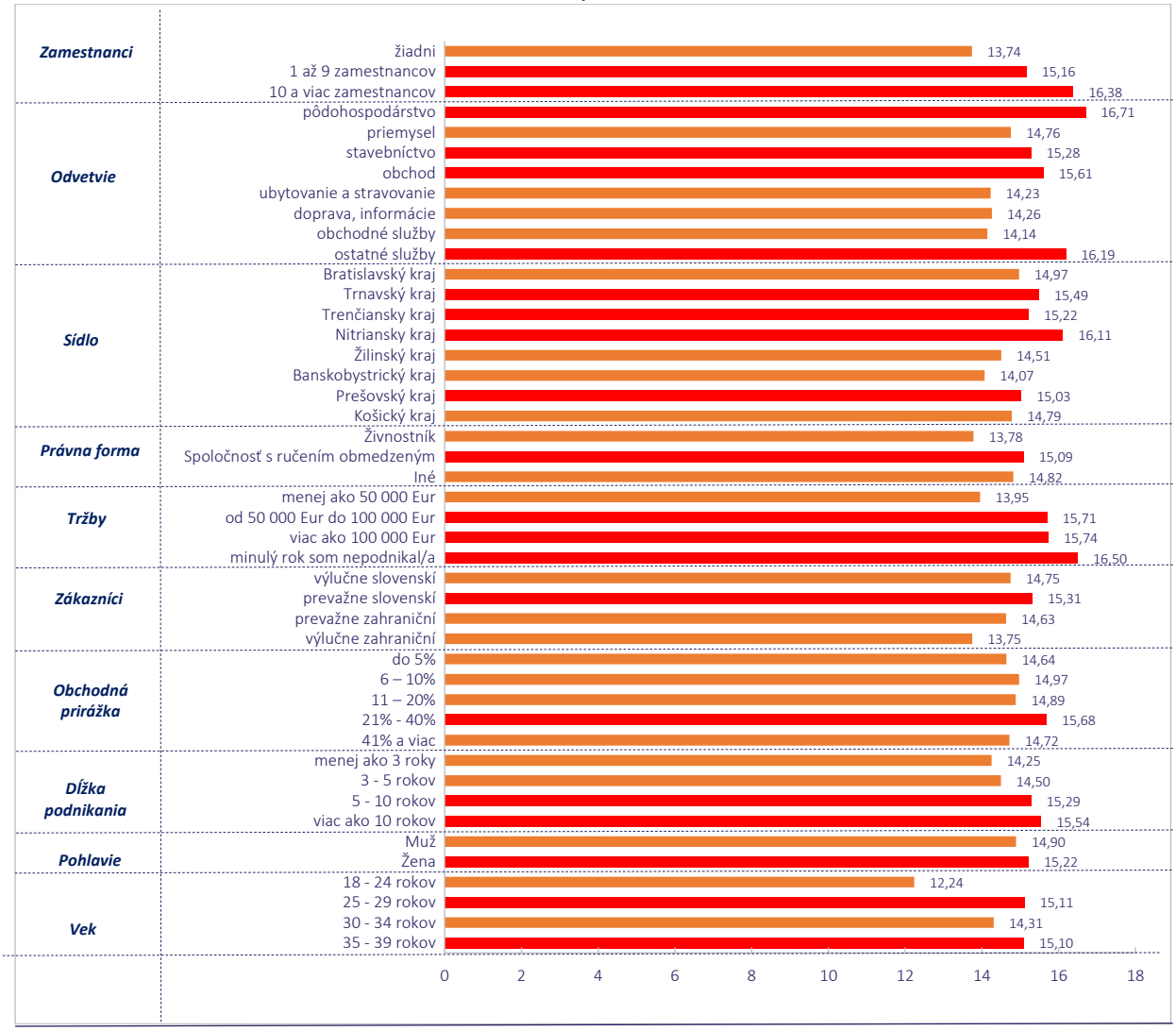


Nasledujúce podkapitoly prezentujú detailnejší pohľad na hodnotené oblasti podnikateľského prostredia z perspektívy jednotlivých skupín respondentov. Skupiny respondentov boli zvolené na základe nasledujúcich triediacich kritérií: počet zamestnancov, odvetvie, sídlo firmy (regionálna úroveň NUTS 3 - 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 (14,98 bodu) označené za strednú prekážku. Najnegatívnejšie vnímajú oblasť daňovo-odvodového zaťaženia mladí podnikatelia podnikajúci v odvetví pôdohospodárstvo (16,71 bodu), podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (16,38 bodu) a reprezentanti spoločností s ručením obmedzeným (15,09 bodu). Z výsledkov prieskumu tiež vyplýva vyššia miera nespokojnosti podnikateľov vo vekových skupinách 25 až 29 rokov, resp. 35 až 39 rokov. Menej negatívne hodnotili túto oblasť podnikateľského prostredia najmä zástupcovia živnostníkov (13,78 bodu), mladí podnikatelia predávajúci svoje produkty, resp. služby výlučne zahraničným zákazníkom (13,75 bodu), podnikatelia bez zamestnancov (13,74 bodu).

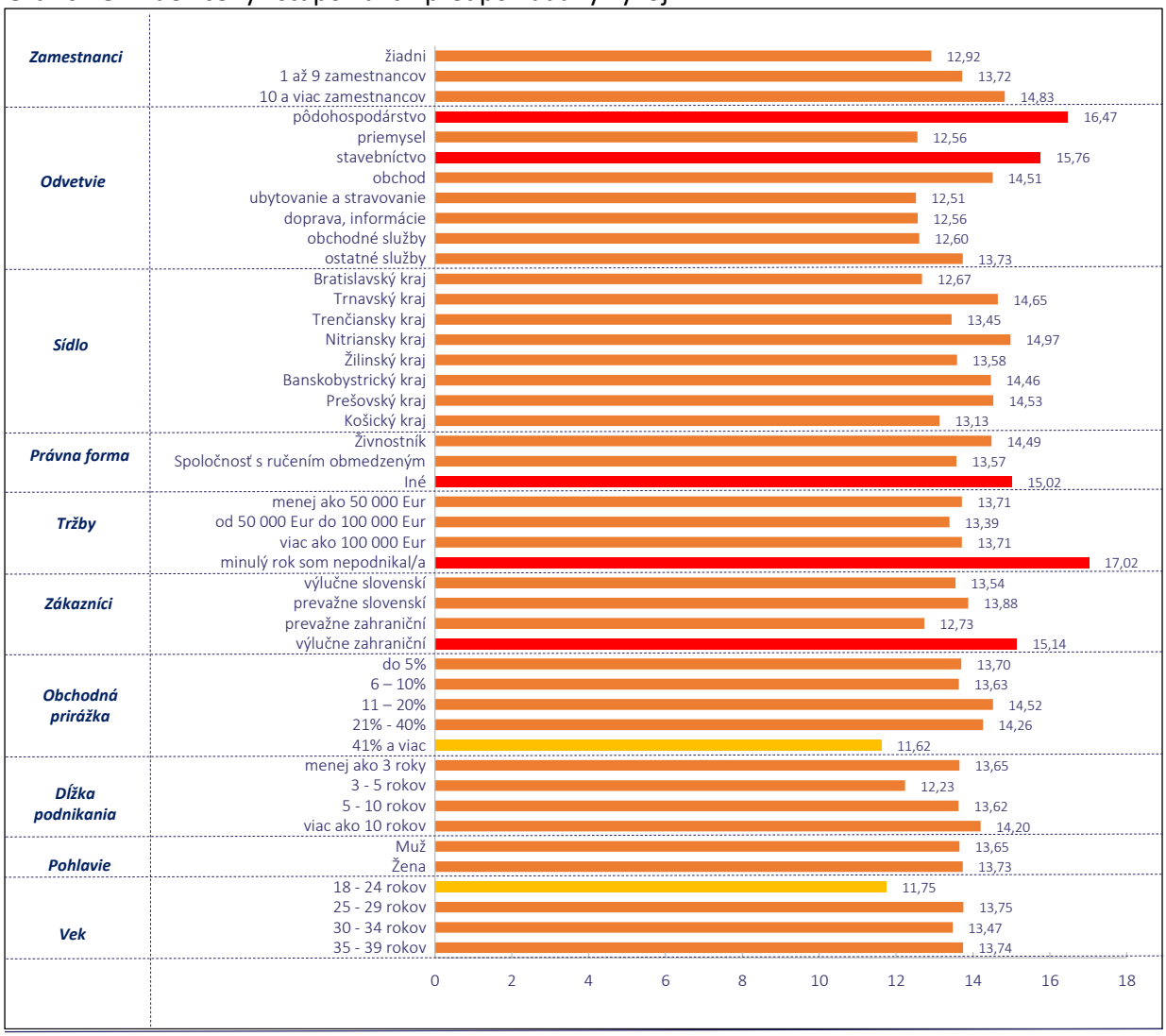
Graf č.17: Index daňovo-odvodového zaťaženia podnikania



3.2. Ceny vstupov (energií, materiálu, externých služieb…) a ich predpokladaný vývoj

Ceny vstupov zdrojov vyhodnotili mladí podnikatelia ako druhú strednú prekážku (13,67 bodu). Ako veľkú bariéru v podnikaní ju vnímajú najmä mladí podnikatelia v sektoroch pôdohospodárstvo (16,47 bodu) a stavebníctvo (15,76 bodu), mladí podnikatelia, ktorí v minulom roku nepodnikali (17,02 bodu) a podnikatelia s výlučne zahraničnými zákazníkmi (15,14 bodu). Väčšou bariérou boli ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj taktiež skôr pre mladých zamestnávateľov než pre mladých podnikateľov bez zamestnancov. Za menej rizikový faktor hodnotili ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj mladí podnikatelia vo veku od 18 do 24 rokov (11,75 bodu) a mladí podnikatelia s obchodnou prirážkou 41% a viac (11,62 bodu).

Graf č.18: Index ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj

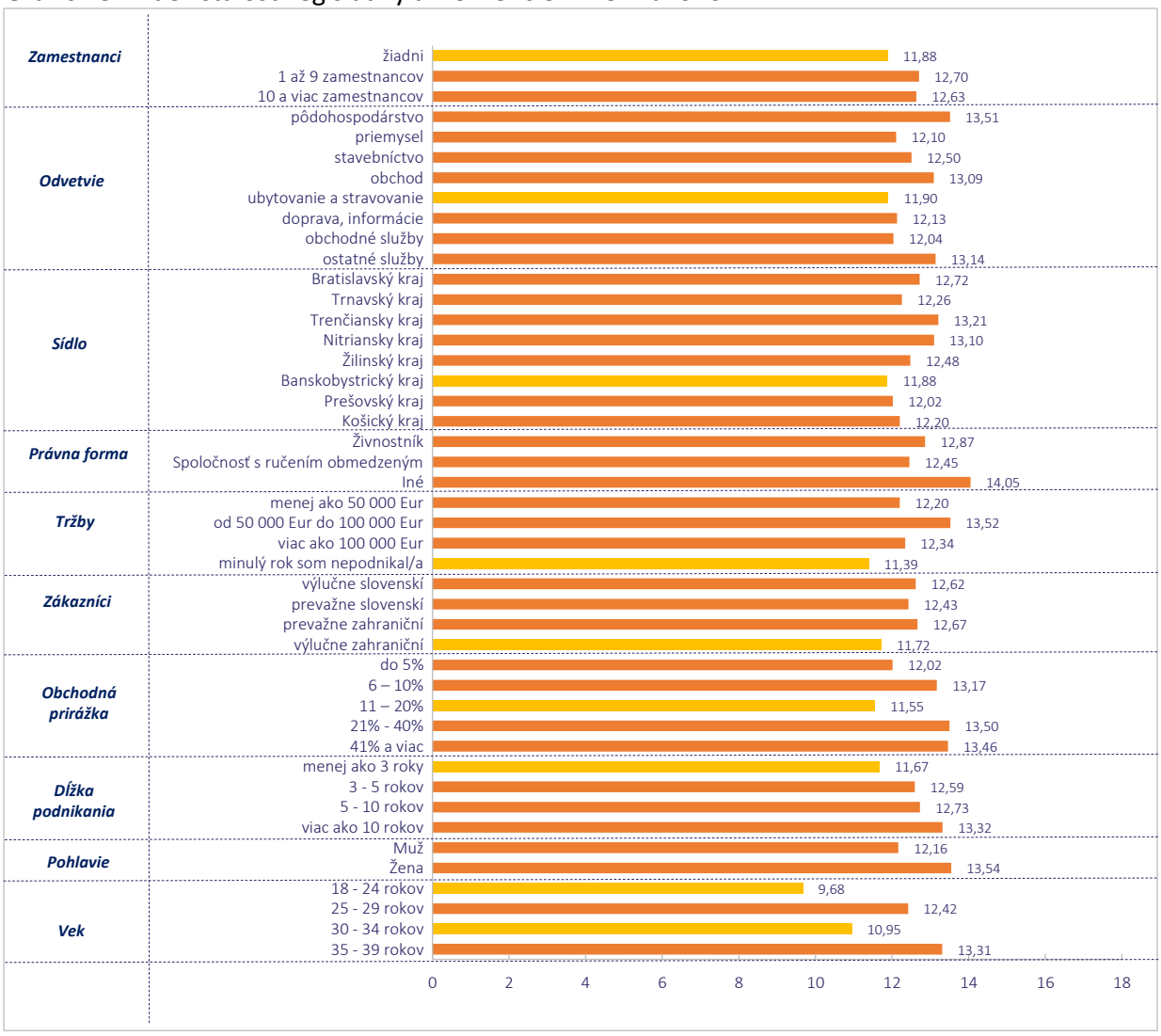


3.3. Stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov

Časté zmeny legislatívy podnikateľského prostredia sú na Slovensku dlhodobo kritizované, pričom mladí podnikatelia ich v prieskume vyhodnotili ako stredne veľkú bariéru v podnikaní (12,51 bodu). Nestálosť legislatívy vyplývajúca s nekoncepčného prístupu k podnikateľskému prostrediu pôsobí ako bariéra hlavne pre mladých podnikateľov rozvíjajúcich svoje podnikanie v odvetví pôdohospodárstvo (13,51 bodu), ďalej ostatné služby (13,14 bodu).

V prieskume túto oblasť hodnotili najkritickejšie zástupcovia mladých podnikateľov vo veku 35 až 39 rokov (13,31 bodu). Zaujímavý efekt možno pozorovať v prípade odpovedí respondentov štruktúrovaných podľa dĺžky podnikania. Kritické hodnotenie rastie úmerne s narastajúcou dĺžkou podnikania v intervale od 11,67 bodu po 13,32 bodu. Oblasť častých legislatívnych úprav vnímajú o niečo pozitívnejšie respondenti, ktorí majú menšie skúsenosti s podnikaním. Ide o skupinu mladých podnikateľov, ktorí v roku 2021 nevykonávali podnikateľskú činnosť (11,39 bodu), respondentov vo veku do 24 rokov (9,68 bodu) a firmy s priemernou obchodnou prirážkou od 11 do 20 % (11,55 bodu). Pre podnikateľov spadajúcich do vyššie uvedených skupín je nestálosť legislatívy len nízkou prekážkou pri ich podnikaní.

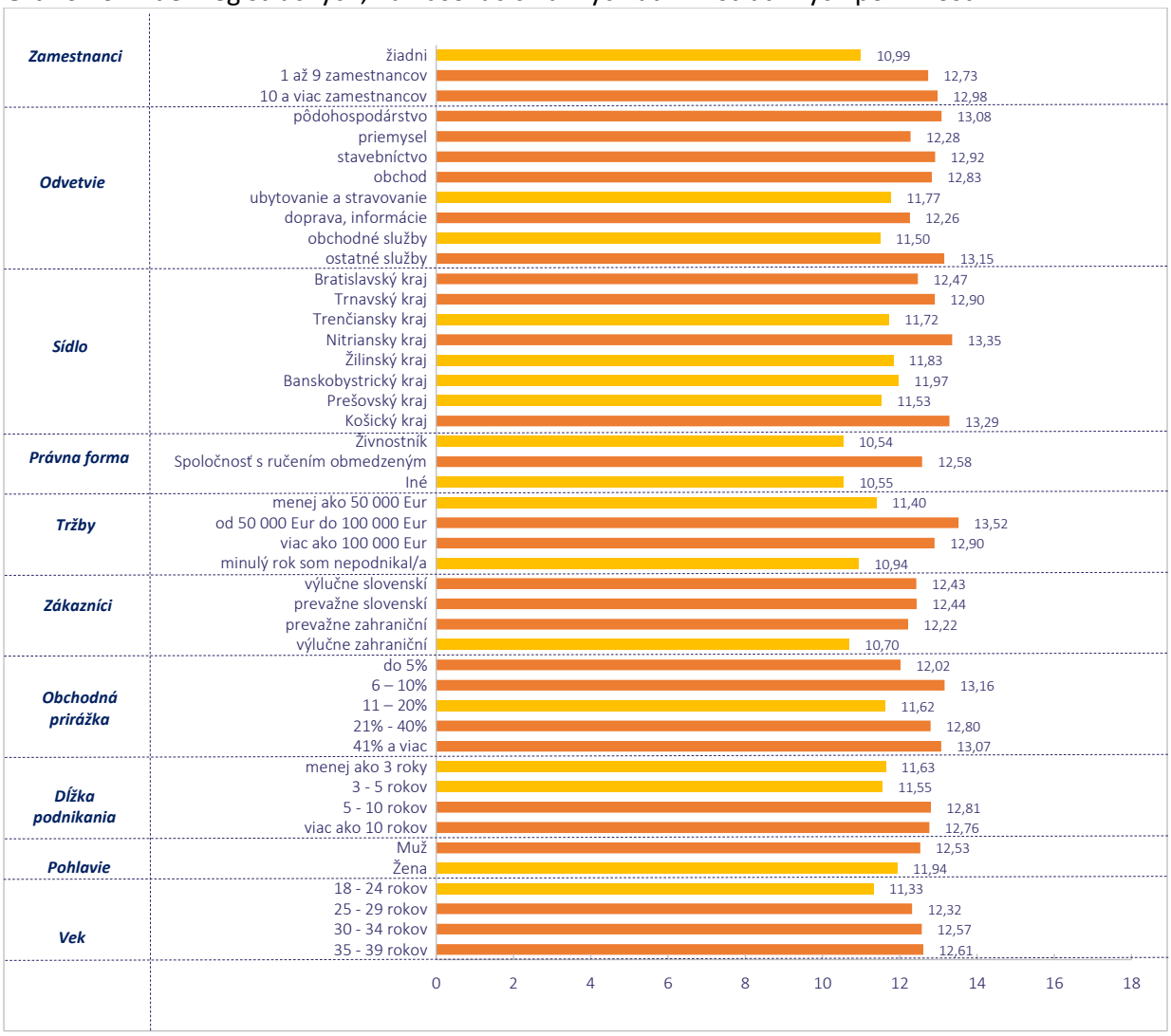
Graf č.19: Index stálosti legislatívy a frekvencie zmien zákonov



3.4. Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti

Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti podnikateľov voči štátu predstavujú v podnikaní mladých podnikateľov stredne veľkú bariéru (12,37 bodu). Túto oblasť podnikateľského prostredia vnímajú citlivejšie najmä firmy s vyšším počtom zamestnancov, podnikatelia vo veku 35-39 rokov (12,61), subjekty pôsobiace najmä v odvetviach ostatné služby (13,15 bodu), pôdohospodárstvo (13,08 bodu), stavebníctvo (12,92 bodu) a obchod (12,83), prevažne podnikatelia s tržbami od 50 tisíc do 100 tisíc Eur (13,52 bodu). Negatívnejšie hodnotia tieto administratívne povinnosti aj mladí podnikatelia, ktorí predávajú produkty a služby zákazníkom výlučne na Slovensku. Pre živnostníkov (10,54 bodu), firmy z odvetvia obchodné služby (11,50 bodu), ubytovanie a stravovanie (11,77) a tiež pre skupinu respondentov, ktorí v kalendárnom roku 2021 nepodnikali (10,94), predstavuje oblasť administratívnych povinností len nízku bariéru.

Graf č.20: Index registračných, nahlasovacích a iných administratívnych povinností



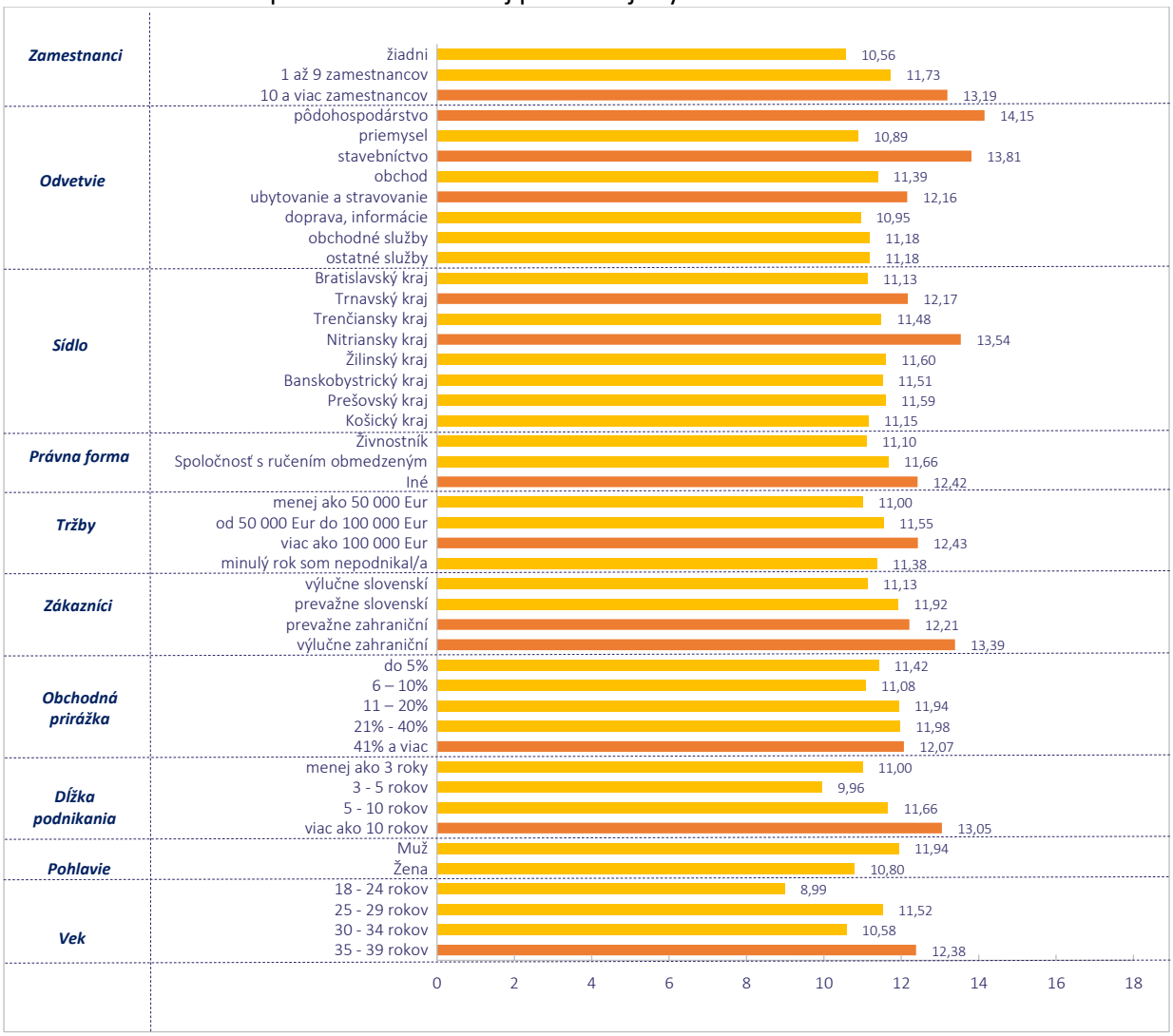
3.5. Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily

V oblasti dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily došlo v hodnotení mladých podnikateľov oproti roku 2018 k miernemu zlepšenie situácie (11,64 bodu). K výraznému zlepšeniu v hodnotení dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily došlo oproti roku 2018 v sektore priemysel (zlepšenie z 13,27 bodu na 10,89 bodu). 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 (13,19 bodu), podniky s tržbami nad 100 000 Eur (12,43 bodu), a firmy predávajúce produkty/služby zákazníkom výlučne do zahraničia (13,39 bodu).

Kvalifikovaná pracovná sila je tiež strednou bariérou v podnikaní najmä pre firmy pôsobiace v pôdohospodárstve (14,15 bodu), stavebnom sektore (13,81 bodu) a v sektore ubytovanie a stravovanie (12,16 bodu). Z regionálneho hľadiska majú zložitejšiu situáciu mladí podnikatelia, hlavne so sídlom firmy na území Nitrianskeho a Trnavského kraja, kde sa index pohybuje v intervale od 12,17 po 13,54 bodu.

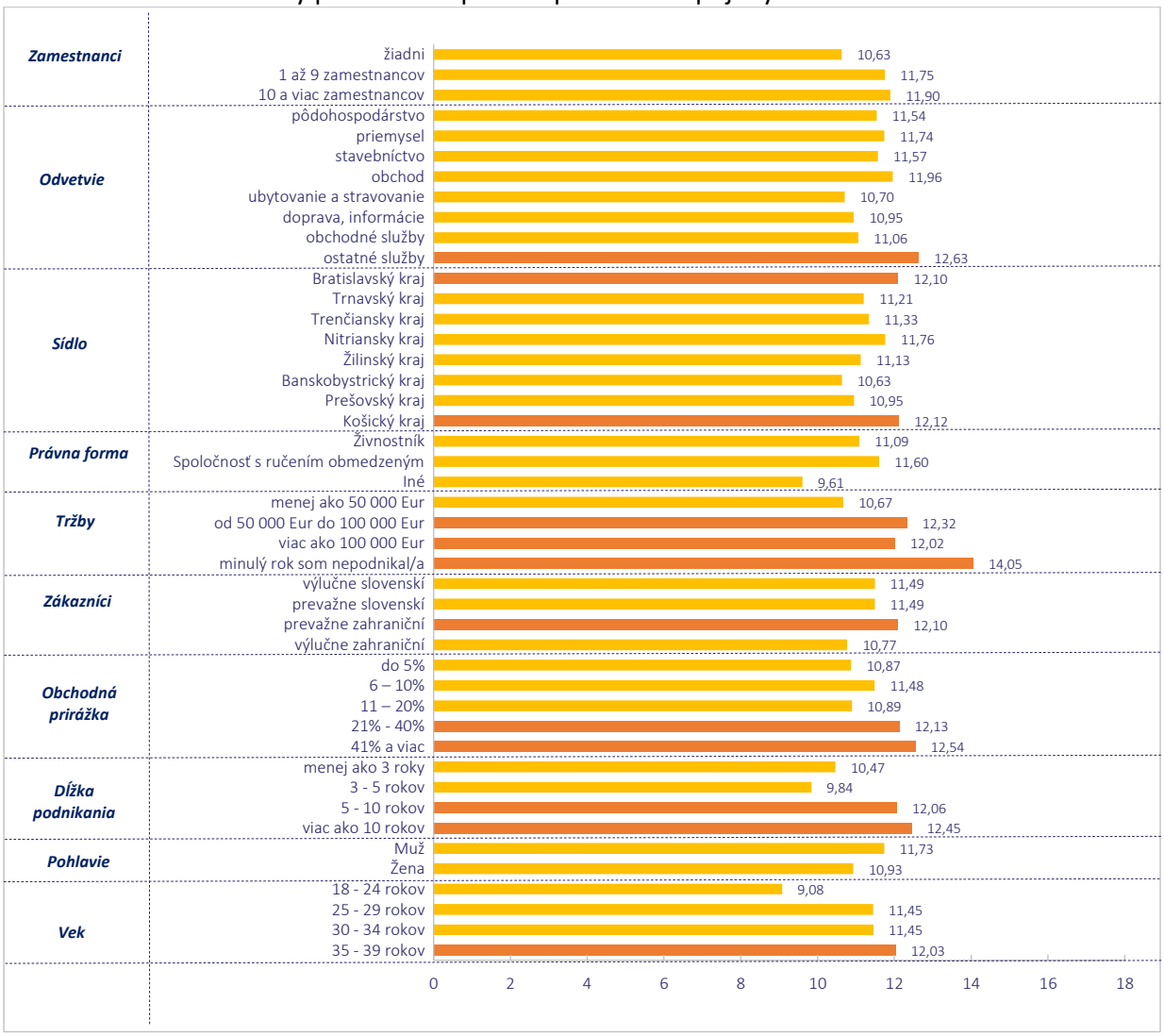
Graf č.21: Index dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily



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 (11,52 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 ostatné služby (12,63 bodu), skúsenejších podnikateľov pôsobiacich na trhu viac ako 10 rokov (12,45 bodu) a respondentov vo veku 35 až 39 rokov (12,03 bodu). Respondenti z ostatných odvetví označili flexibilitu pracovného práva za nízku bariéru.

Graf č.22: Index flexibility pracovného práva a povinností spojených so zamestnávaním



3.7. Transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek

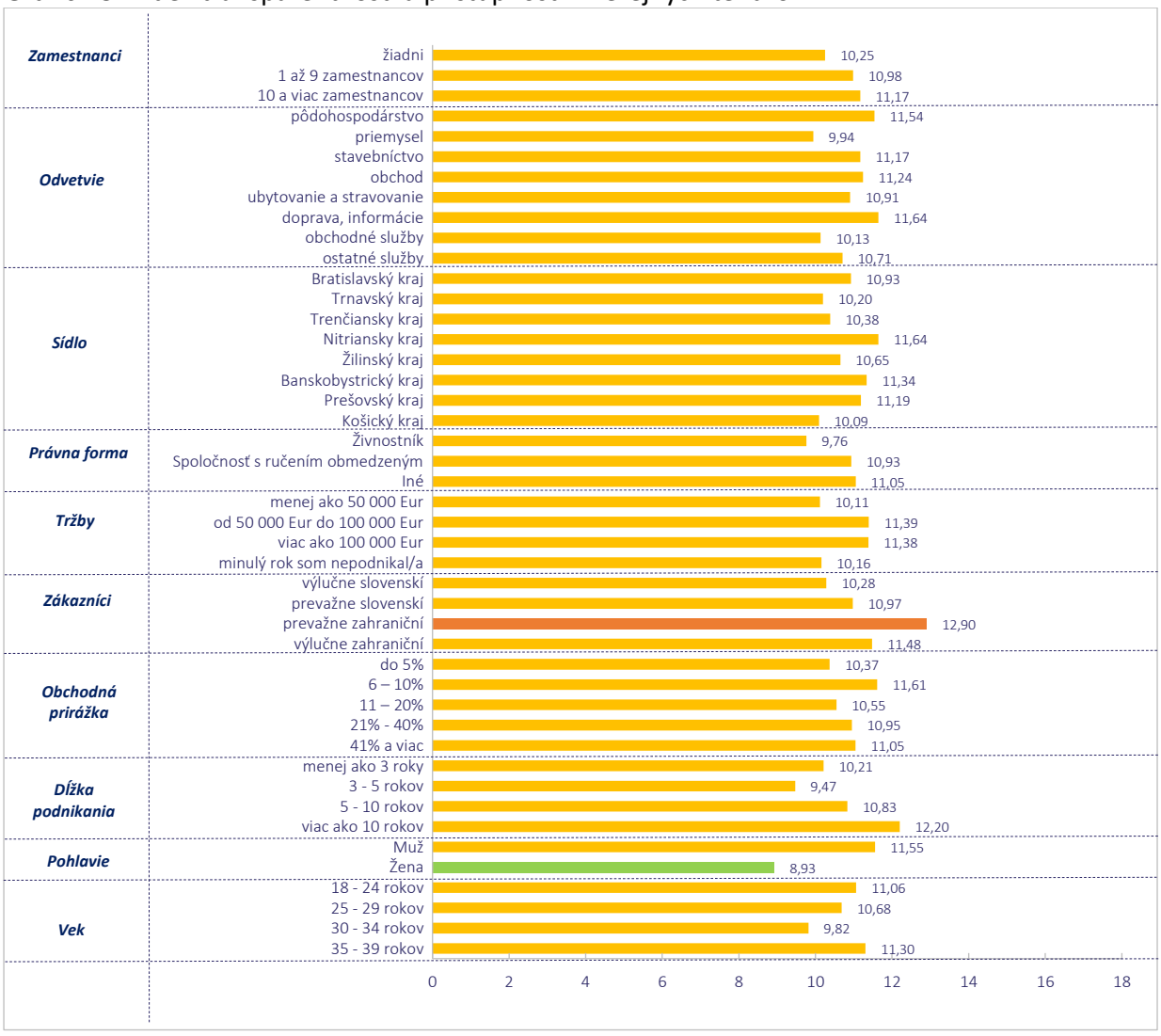
Siedmou najhoršie hodnotenou oblasťou podnikateľského prostredia na Slovensku je podľa výsledkov prieskumu transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek (10,84 bodu). Mladí podnikatelia ju v zmysle použitej metodiky označili len za nízku bariéru. Medzi hodnoteniami jednotlivých skupín respondentov však bola zaznamenaná vyššia variabilita. 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 - 11,17 bodu).

Verejné zákazky predstavujú pre firmy všeobecne nízku bariéru, pričom výraznejšie je to pre firmy vykonávajúce svoju hlavnú činnosť v odvetviach doprava, informácie (11,64 bodu), pôdohospodárstvo (11,54 bodu), obchod (11,24 bodu) a stavebníctvo (11,17 bodu). Stredne veľkou bariérou je oblasť verejných zákaziek len v segmente firiem s prevažne zahraničnými zákazníkmi (12,90 bodu). Oblasť transparentnosti a prístupu k verejným tendrom o niečo kritickejšie hodnotili aj zástupcovia podnikateľských subjektov s priemernou obchodnou prirážkou 6-10% (11,61 bodu) a mladí podnikatelia pôsobiaci na slovenskom trhu viac ako 10 rokov (12,20 bodu).

Menej kriticky sa na oblasť verejných zákaziek a tendrov pozerajú mladí podnikatelia, ktorí nezamestnávajú žiadnych zamestnancov (10,25 bodu), živnostníci (9,76 bodu), firmy s tržbami menej ako 50 000 Eur (10,11 bodu) a respondenti podnikajúci od 3 do 5 rokov (9,47 bodu). Kritickejšie to hodnotili podnikatelia muži (11,55 bodu) ako ženy (8,93 bodu), ktoré to nevidia ako prekážku.

Graf č.23: Index transparentnosti a prístupnosti k verejných tendrom



3.8. 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 (9,50 bodu). Z detailnejšieho pohľadu na hodnotenie jednotlivých skupín respondentov vyplýva, že rovnako ako v roku 2018 najkritickejšie vnímajú cenu práce zástupcovia firiem z odvetvia pôdohospodárstva (10,75 bodu)[1], subjekty so sídlom v Trnavskom kraji (10,35 bodu), starší podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (9,81 bodu).

V hodnotení taktiež badať tendenciu, že cena práce je kritickejšie vnímaná skúsenejšími podnikateľmi podnikajúcimi viac ako 10 rokov (9,69 bodu). Na cenu práce zároveň citlivejšie reagujú firmy s nižšou priemernou obchodnou prirážkou a nižšími tržbami – najmä skupina respondentov s tržbami menej ako 50 000 Eur.

V cene práce nevidia prekážku mladí podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (8,65 bodu), doprava, informácie (8,90 bodu), z Bratislavského (8,81 bodu) a Banskobystrického (8,82 bodu) kraja, vo veku 30-34 rokov (8,16 bodu), ako aj mladí podnikatelia predávajúci svoje produkty a služby prevažne zahraničným klientom (8,6 bodu).

[1] V prieskume nie je ešte zachytená zmena zákonníka práce z júna 2022, ktorá zaviedla od 1. 1. 2023 možnosť uzatvárania dohody o sezónnej práci a ktorej cieľom je zjednodušenie zamestnávania a zníženie mzdových nákladov zamestnávateľov v poľnohospodárstve a cestovnom ruchu.

Graf č.24: Index ceny práce kvalifikovanej pracovnej sily

3.9. Dostupnosť rizikového kapitálu (investori)

Dostupnosť rizikového kapitálu s hodnotením 8,43 bodu spadá do kategórie hodnotení, ktoré nie sú žiadnou bariérou prekážok podnikania.

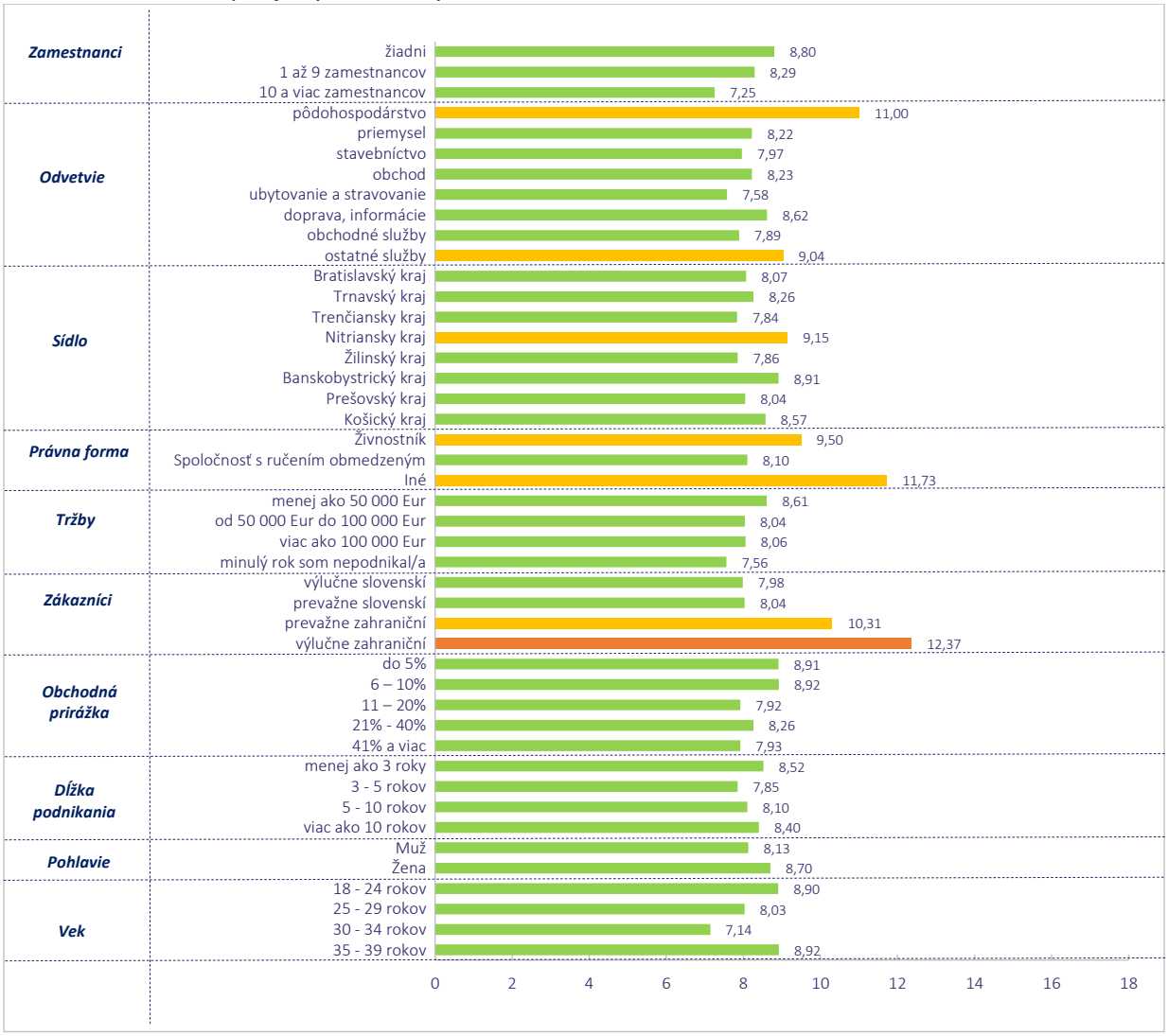
Kritickejší postoj k dostupnosti rizikového kapitálu v prieskume prezentovali respondenti z odvetvia stavebníctvo (9,66 bodu), etablovaní podnikatelia podnikajúci minimálne 10 rokov (9,17 bodu), z Trnavského (9,32 bodu) a Nitrianskeho (9,49 bodu) kraja. Dostupnosť rizikového kapitálu nepovažujú za prekážku vo svojom podnikaní najmä podnikatelia vo veku 30 – 34 rokov (5,66 bodu), predovšetkým podnikatelia bez zamestnancov (7,71 bodu), podnikajúci prevažne od 3 do 5 rokov (7,37 bodu), najmä podnikateľské subjekty na území Bratislavského kraja (7,88 bodu), ale aj mladí podnikatelia podnikajúci v ostatných službách (7,93 bodu).

Graf č.25: Index dostupnosti rizikového kapitálu

3.10. Kúpna sila slovenských zákazníkov

Pre mladých podnikateľov nepredstavuje kúpna sila slovenských zákazníkov žiadnu bariéru v ich podnikaní (8,28 bodu). Oproti prieskumu z roku 2018 zaznamenalo hodnotenie v tejto oblasti minimálne zhoršenie, ktoré nepredstavuje významnejšej zmeny. Kritickejší postoj k hodnoteniu zaujala skupina podnikateľov podnikajúcich v pôdohospodárstve (11,00 bodu), respondenti so sídlom na území Nitrianskeho kraja (9,15 bodu), najmä živnostníkov (9,50 bodu) a tiež zástupcovia firiem predávajúcich väčšiu časť alebo všetky svoje produkty a služby zákazníkom do zahraničia (10,31, resp. 12,37 bodu). Kúpnu silu zákazníkov pozitívnejšie hodnotili najmä mladí podnikatelia z odvetví ubytovanie a stravovanie (7,58 bodu) a obchodné služby (7,89 bodu), ale aj firmy s vyššími tržbami. Mladí podnikatelia podnikajúci 10 a viac rokov hodnotili kúpnu silu na úrovni 8,40 bodu a výrazne dobre ju hodnotili aj mladí podnikatelia vo veku 30 – 34 rokov (na úrovni 7,14 bodu).

Graf č.26: Index kúpnej sily slovenských zákazníkov



3.11. Dostupnosť kvalifikovaných mentorov

Dostupnosť kvalifikovaných mentorov pre svoje podnikanie mladí podnikatelia vo všeobecnosti nepovažujú za bariéru, ktorá by významnejšie bránila v raste ich podnikania (8,23 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, ktorí v minulom roku nepodnikali (10,16 bodu). Nízku prekážku v rozvoji podnikania predstavuje táto oblasť aj pre firmy pôsobiace v ubytovaní a stravovaní (9,45 bodu) a stavebníctve (9,10 bodu), z Trenčianskeho kraja (9,52 bodu). Kvalifikovaní mentori sú menej dostupní aj pre podnikateľské subjekty s tržbami nad 100 000 Eur (8,66 bodu), ako aj pre menšie firmy s tržbami do 50 000 Eur (8,23 bodu). Kritickejšie hodnotili situáciu taktiež o niečo viac mladší podnikatelia 18-24 rokov (8,66 bodu).

Graf č.27: Index dostupnosti kvalifikovaných mentorov

3.12. Konkurenčné prostredie v podnikaní

Z výsledkov vyplýva, že aktuálna úroveň a sila konkurenčného prostredia mladých podnikateľov neobmedzuje v rozvíjaní ich podnikania (7,63 bodu). Negatívnejšie vnímanie konkurenčného prostredia na svoje podnikanie vyjadrili mladí podnikatelia podnikajúci v odvetví obchod (8,03 bodu), respondenti so sídlom firmy v Nitrianskom kraji (8,85 bodu) a mladí podnikatelia exportujúci tovar alebo služby (9,63 bodu). Konkurenčné prostredie je pozitívne vnímané hlavne v sektore služby (ubytovanie a stravovanie 7,05 bodu a obchodné služby 7,15 bodu).

Graf č.28: Index konkurenčného prostredia

3.13. Dostupnosť klasického financovania

Pod označením klasické financovanie sa v tejto správe myslí financovanie podnikateľských aktivít prostredníctvom širokej škály produktov bankových alebo lízingových inštitúcii. 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 (7,28 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 (8,59 bodu), začínajúci podnikatelia s dĺžkou podnikania do troch rokov (7,50 bodu), zástupcovia firiem podnikajúci v odvetví stavebníctvo (8,72 bodu) a obchod (7,36 bodu).

Graf č.29: Index dostupnosti klasického financovania

3.14. Platobná disciplína zákazníkov

Podľa hodnotenia mladých podnikateľov platobná disciplína zákazníkov predstavuje oblasť podnikateľského prostredia s najmenej negatívnym vplyvom na podnikanie (6,84 bodu). Mierne horšie hodnotili tento faktor mladí podnikatelia pôsobiaci najmä v pôdohospodárstve (8,56 bodu), v stavebníctve (7,69 bodu) a v doprave a informáciách (7,62 bodu). Obavy z dodržiavania platobnej disciplíny zákazníkov vyjadrili aj mladí podnikatelia obsluhujúci výlučne zahraničných zákazníkov (9,00 bodu).

Graf č.30: Index platobnej disciplíny zákazníkov

4. Hodnotenie faktorov vnútorného prostredia podniku

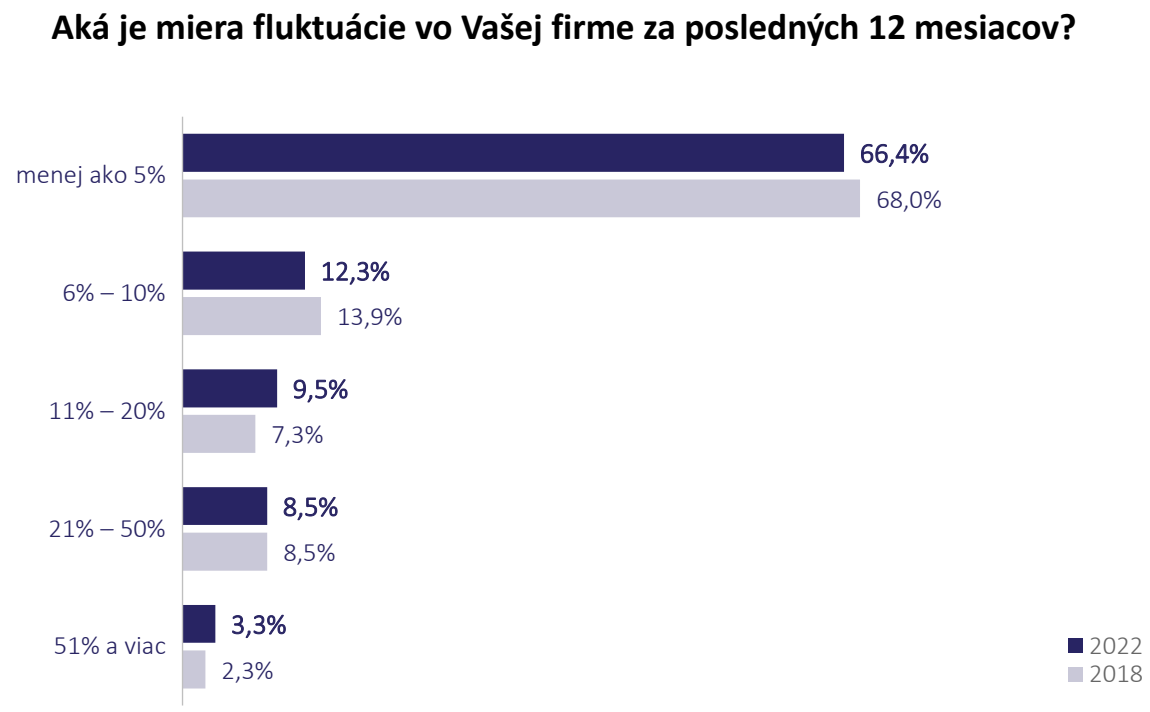
Vo všeobecnosti platí, že schopnosť podniku dosiahnuť očakávanú úroveň cieľov môže byť ohrozovaná alebo naopak podporovaná jeho okolím. Rast a napĺňanie cieľov podniku však nezávisí len od faktorov vonkajšieho prostredia, ale do značnej miery aj od zdrojov organizácie, či jej silných alebo slabých stránok. 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 66,4% oslovených podnikateľských subjektov. V porovnaní s prieskumom z roku 2018 sa miera fluktuácie v tejto kategórii znížila o 1,6 percentuálneho bodu. Fluktuácia s intenzitou 6-10% sa v porovnaní s predchádzajúcou vlnou prieskumu znížila o 1,6 percentuálneho bodu na úroveň 12,3%. Fluktuácia s mierou 11% až 20% stúpla o 2,2 percentuálneho bodu na 9,5%. V pásme 21-50% nenastal žiadny posun na úrovni 8,5%.

Fluktuáciu menej ako 5% mali prevažne firmy s 1 až 9 zamestnancami (69,5%). S mierou fluktuácie v intervale od 6% do 10% sa muselo vysporiadať 27,2% respondentov s 10 a viac zamestnancami. Fluktuácia zamestnancov v intervale od 11% do 20% bola najmä u firiem s 10 a viac zamestnancami (14,0%). Fluktuácia v pásme od 21% do 50% bola evidovaná najmä u podnikateľov s 1 až 9 zamestnancami (8,6%). Len v prípade 3,4% firiem s 1 až 9 zamestnancami presiahla miera fluktuácie hranicu 50%.

Graf č.31: Miera fluktuácie zamestnancov



N=789 respondentov, ktorí majú aspoň jedného zamestnanca

Vzhľadom na štruktúru respondentov podľa počtu zamestnancov (vysoký podiel firiem s nízkym počtom zamestnancov) sú vyššie uvedené výsledky priaznivé.

Na druhej strane fluktuácia na Slovensku dosahuje vysoké hodnoty najmä pri pozíciách s nižšou úrovňou miezd alebo na pozíciách, kde dominujú predovšetkým mladí ľudia s krátkou praxou. [2]

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 obchodné služby, pôdohospodárstvo a doprava, informácie. Naopak, vyššiu mieru fluktuácie vykazujú mladí podnikatelia podnikajúci v ubytovaní a stravovaní, resp. v stavebníctve.

Tab. č.1 : Aká je miera fluktuácie vo Vašej firme za posledných 12 mesiacov?

Riadkové %	Kategória	menej ako 5%	6% – 10%	11% – 20%	21% – 50%	51% a viac
Celková vzorka	**789 respondentov**	**66,4%**	**12,3%**	**9,5%**	**8,5%**	**3,3%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	69,5%	9,8%	8,7%	8,6%	3,4%
	10 a viac zamestnancov	48,2%	27,2%	14,0%	7,9%	2,6%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	70,4%	11,1%	3,7%	11,1%	3,7%
	priemysel	69,1%	14,7%	8,8%	5,9%	1,5%
	stavebníctvo	50,0%	17,0%	18,0%	12,0%	3,0%
	obchod	67,3%	12,5%	8,7%	7,7%	3,8%
	ubytovanie a stravovanie	63,0%	17,4%	6,5%	6,5%	6,5%
	doprava, informácie	70,3%	7,9%	8,9%	8,9%	4,0%
	obchodné služby	72,0%	9,7%	8,1%	7,5%	2,7%
	ostatné služby	64,2%	13,2%	9,4%	11,3%	1,9%
Sídlo	Bratislavský kraj	63,7%	16,7%	9,4%	7,7%	2,6%
	Trnavský kraj	74,2%	10,6%	6,1%	4,5%	4,5%
	Trenčiansky kraj	64,4%	11,9%	10,2%	8,5%	5,1%
	Nitriansky kraj	65,4%	10,3%	6,4%	12,8%	5,1%
	Žilinský kraj	69,7%	9,1%	11,1%	6,1%	4,0%
	Banskobystrický kraj	71,1%	7,9%	10,5%	9,2%	1,3%
	Prešovský kraj	59,8%	12,0%	14,1%	9,8%	4,3%
	Košický kraj	69,4%	11,8%	7,1%	10,6%	1,2%
Právna forma	Živnostník	76,7%	6,7%	3,3%	3,3%	10,0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	66,1%	12,3%	9,9%	8,7%	2,9%
	Iné	61,5%	23,1%	0,0%	7,7%	7,7%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	73,6%	9,7%	7,4%	7,4%	1,9%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	71,8%	9,4%	7,6%	7,1%	4,1%
	viac ako 100 000 Eur	58,1%	15,9%	12,1%	10,1%	3,8%
	minulý rok som nepodnikal/a	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	65,5%	13,0%	11,1%	8,2%	2,2%
	prevažne slovenskí	66,8%	10,8%	9,2%	9,7%	3,4%
	prevažne zahraničí	67,6%	14,9%	6,8%	4,1%	6,8%
	výlučne zahraničí	68,4%	21,1%	0,0%	5,3%	5,3%
	do 5%	63,9%	11,8%	12,6%	6,7%	5,0%

[2] Zdroj: ManpowerGroup Slovensko, Nedostatok zamestnancov s potrebným profilom 2018

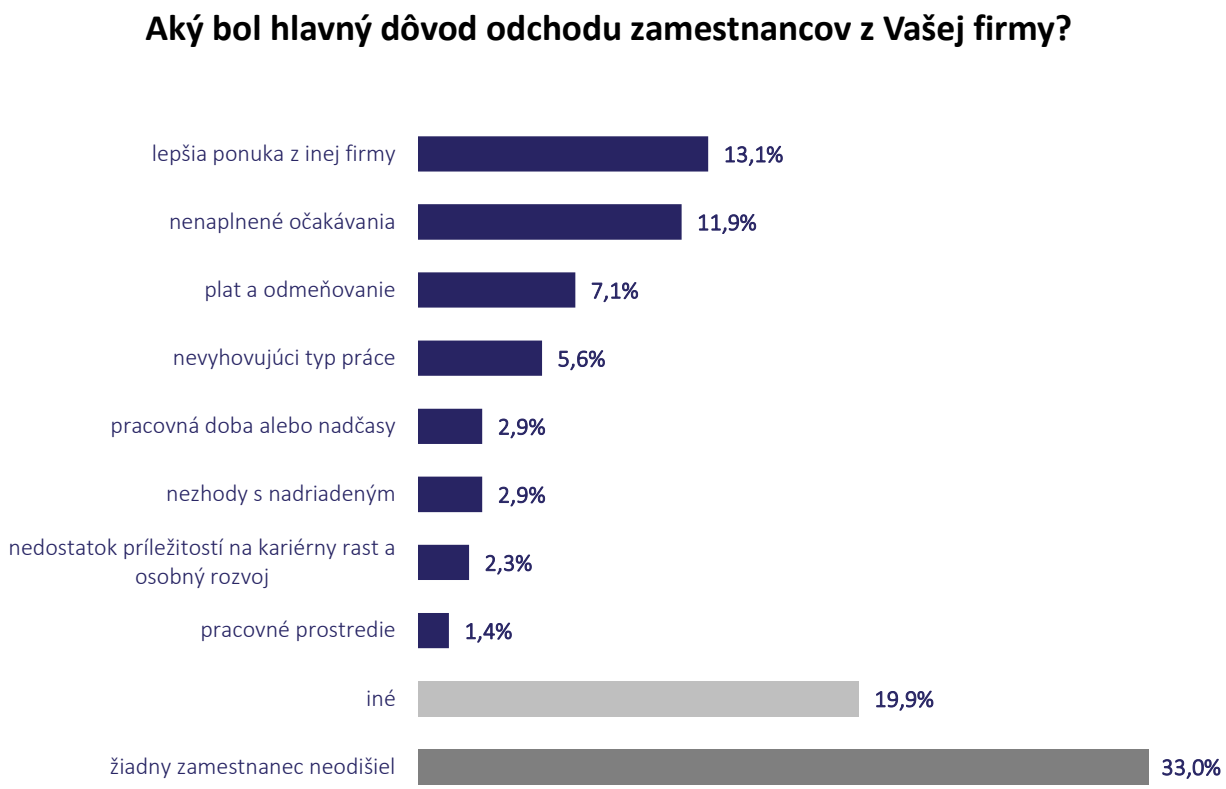
Priemerná obchodná prirážka	6 – 10%	63,9%	15,6%	10,7%	5,7%	4,1%
	11 – 20%	59,6%	14,7%	12,8%	10,6%	2,3%
	21% - 40%	70,7%	11,0%	6,1%	9,9%	2,2%
	41% a viac	71,6%	9,5%	6,0%	7,8%	5,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	69,8%	13,1%	9,0%	6,8%	1,4%
	3 5 rokov	55,6%	11,1%	16,7%	11,1%	5,6%
	5 10 rokov	66,8%	11,5%	8,5%	10,1%	3,0%
	viac ako 10 rokov	63,3%	13,3%	10,8%	6,6%	6,0%
Pohlavie	Muž	65,1%	12,7%	10,5%	7,7%	4,0%
	Žena	70,9%	11,0%	6,0%	11,0%	1,1%
Vek	18 24 rokov	60,0%	20,0%	16,7%	3,3%	0,0%
	25 29 rokov	67,5%	11,7%	9,4%	8,8%	2,7%
	30 34 rokov	64,3%	21,4%	7,1%	7,1%	0,0%
	35 39 rokov	64,9%	12,2%	9,0%	8,6%	5,4%

Medzi najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov zo zamestnania uvádzali zástupcovia mladých podnikateľov, ktorí deklarovali zamestnávanie minimálne jedného zamestnanca, lepšiu ponuku z inej firmy (13,1%). Viac ako desatina (11,9%) uviedla za dôvod nenaplnené očakávania. Ako dôvod odchodu „lepšie platové podmienky a odmeňovania zamestnancov“ uviedlo 7,1% respondentov a ako dôvod „nevyhovujúci typ práce“ uviedlo 5,6 % respondentov. Pracovnú dobu a nadčasy uviedlo za dôvod odchodu 2,9% mladých podnikateľov, resp. identicky uviedli ako dôvod odchodu aj nezhody z nadriadenými.

Nedostatok príležitostí na kariérny rast a osobnostný rozvoj boli dôvody, ktoré označilo 2,3% respondentov. Medzi najmenej frekventované dôvody odchodu zamestnancov podnikatelia uvádzali nevyhovujúce pracovné prostredie (1,4%), 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 (19,9%). Medzi inými dôvodmi odchodu zamestnancov boli opakovane uvádzané rodinné dôvody (materská, dôchodok, štúdium), ktoré predstavovali 4,2%. Druhým najčastejším dôvodom bola zmena bydliska/odchod do zahraničia (3,2%).

Graf č.32: Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy



N=789 respondentov, ktorí majú aspoň jedného zamestnanca

Pri detailnejšom pohľade na odpovede jednotlivých skupín mladých podnikateľov možno sledovať väčšiu variabilitu. V prípade firiem s vyšším počtom zamestnancov (10 a viac zamestnancov) je najčastejším dôvodom odchodu lepšia pracovná ponuka od iného zamestnávateľa (18,4%). V rámci tejto skupiny respondentov však zohrávajú významnú úlohu aj nenaplnené očakávania, kvôli ktorým odišli zamestnanci z 18,4 % dopytovaných firiem.

Takmer vo všetkých odvetviach bola najčastejším dôvodom odchodu zamestnancov lepšia ponuka z inej firmy, pričom najvýraznejšie sa to prejavilo v prípade firiem v stavebníctve (19,0%) a z odvetvia pôdohospodárstvo (18,5%), alebo doprava, informácie (15,8%). S odchodom zamestnancov z dôvodu lepšej ponuky inej firmy sa častejšie stretávali mladí podnikatelia s vyššími tržbami, ale aj firmy so sídlom na území Prešovského kraja (21,7%). Nenaplnené očakávania uviedli ako dôvod odchodu najmä mladí podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (22,2%) a ubytovanie a stravovanie (15,2%), hlavne zo Žilinského kraja (16,2%), prevažne s obratom nad 100 000 Eur (14,7%).

Platové podmienky a odmeňovanie zamestnancov bolo častejším dôvodom odchodu najmä v prípade firiem v priemysle (8,8%) a obchodných službách (8,1%). Nevyhovujúci typ práce predstavuje dôvod odchodu zamestnancov v prípade 6,1 % firiem s počtom zamestnancov 10 a viac. Významný je však aj pri odchodoch vo firmách pôsobiacich v ostatných službách (11,3%). S týmto dôvodom sa častejšie stretávajú aj respondenti vo vyšších vekových kategóriách. V prípade vekovej kategórie 35 až 39 ročných to predstavuje 7,7%. Nevyhovujúci typ práce ako dôvod uviedli podnikatelia najmä z Banskobystrického kraja (9,2%) a obsluhujúci prevažne zahraničných zákazníkov (10,8%).

Nevyhovujúca pracovná doba je rovnako významnejším dôvodom odchodu zamestnancov z firiem z oblasti pôdohospodárstva (11,1%) a so sídlom v Prešovskom kraji (5,4%).

Ako najčastejšie „iné dôvody“ uviedli mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (21,9%) a podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (23,9%). Ostatné dôvody kvôli nízkej početnosti respondentov neboli hodnotené.

Tab. č.2a : Aký bol hlavný dôvod odchodu zamestnancov z Vašej firmy?

Riadkové %	Kategória	lepšia ponuka z inej firmy	nenaplnené očakávania	plat a odmeňovanie	nevyhovujúci typ práce	pracovná doba alebo nadčasy
Celková vzorka	**789 respondentov**	**13,1%**	**11,9%**	**7,1%**	**5,6%**	**2,9%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	12,1%	10,8%	7,0%	5,5%	2,5%
	10 a viac zamestnancov	18,4%	18,4%	7,9%	6,1%	5,3%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	18,5%	22,2%	3,7%	0,0%	11,1%
	priemysel	13,2%	10,3%	8,8%	2,9%	4,4%
	stavebníctvo	19,0%	12,0%	7,0%	4,0%	5,0%
	obchod	10,6%	13,5%	5,8%	3,8%	3,4%
	ubytovanie a stravovanie	4,3%	15,2%	6,5%	6,5%	2,2%
	doprava, informácie	15,8%	7,9%	6,9%	7,9%	2,0%
	obchodné služby	13,4%	11,8%	8,1%	7,0%	1,1%
	ostatné služby	9,4%	7,5%	9,4%	11,3%	0,0%
Sídlo	Bratislavský kraj	15,4%	13,7%	5,1%	5,6%	3,4%
	Trnavský kraj	4,5%	9,1%	10,6%	4,5%	4,5%
	Trenčiansky kraj	15,3%	5,1%	5,1%	6,8%	3,4%
	Nitriansky kraj	10,3%	14,1%	12,8%	2,6%	1,3%
	Žilinský kraj	11,1%	16,2%	5,1%	7,1%	2,0%
	Banskobystrický kraj	6,6%	14,5%	6,6%	9,2%	1,3%
	Prešovský kraj	21,7%	5,4%	10,9%	2,2%	5,4%
	Košický kraj	12,9%	11,8%	4,7%	7,1%	1,2%
Právna forma	Živnostník	13,3%	20,0%	6,7%	0,0%	0,0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	13,1%	11,4%	7,1%	5,6%	3,1%
	Iné	7,7%	23,1%	7,7%	15,4%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	10,0%	8,2%	7,1%	4,1%	1,5%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	14,7%	12,4%	7,1%	4,1%	4,7%
	viac ako 100 000 Eur	14,5%	14,7%	7,2%	7,5%	3,2%
	minulý rok som nepodnikal/a	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	14,2%	9,2%	7,3%	6,3%	2,5%
	prevažne slovenskí	12,6%	14,7%	6,8%	4,2%	3,2%
	prevažne zahraniční	10,8%	9,5%	6,8%	10,8%	4,1%
	výlučne zahraniční	10,5%	10,5%	10,5%	0,0%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	11,8%	6,7%	11,8%	9,2%	1,7%
	6 – 10%	15,6%	13,1%	6,6%	6,6%	4,9%
	11 – 20%	16,1%	10,6%	7,3%	4,6%	2,8%
	21% - 40%	11,6%	16,6%	7,7%	4,4%	3,9%
	41% a viac	12,1%	12,1%	3,4%	6,0%	1,7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	13,5%	7,2%	8,1%	3,6%	3,6%
	3 5 rokov	16,7%	16,7%	16,7%	11,1%	0,0%
	5 10 rokov	13,2%	12,3%	7,4%	5,5%	3,3%
	viac ako 10 rokov	11,4%	16,3%	3,0%	7,2%	1,8%
Pohlavie	Muž	14,7%	13,2%	7,2%	4,9%	3,0%

	Žena	7,7%	7,7%	6,6%	7,7%	2,7%
Vek	18 24 rokov	30,0%	3,3%	10,0%	0,0%	3,3%
	25 29 rokov	12,8%	11,1%	7,6%	5,0%	3,1%
	30 34 rokov	7,1%	35,7%	0,0%	7,1%	7,1%
	35 39 rokov	11,7%	13,5%	5,9%	7,7%	2,3%

Tab. č.2b : Aký bol hlavný dôvod odchodu zamestnancov z Vašej firmy?

Riadkové %	Kategória	nezhody s nadriadeným	nedostatok príležitostí na kariérny rast a osobný rozvoj	pracovné prostredie	Iné	žiadny zamestnanec neodišiel
Celková vzorka	**789 respondentov**	**2,9%**	**2,3%**	**1,4%**	**19,9%**	**33,0%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	2,8%	2,5%	1,3%	19,6%	35,9%
	10 a viac zamestnancov	3,5%	0,9%	1,8%	21,9%	15,8%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	0,0%	7,4%	0,0%	11,1%	25,9%
	priemysel	4,4%	4,4%	1,5%	19,1%	30,9%
	stavebníctvo	6,0%	1,0%	2,0%	23,0%	21,0%
	obchod	2,4%	1,4%	2,9%	23,6%	32,7%
	ubytovanie a stravovanie	0,0%	2,2%	0,0%	23,9%	39,1%
	doprava, informácie	3,0%	2,0%	1,0%	12,9%	40,6%
	obchodné služby	3,2%	1,1%	0,5%	17,7%	36,0%
	ostatné služby	0,0%	7,5%	0,0%	22,6%	32,1%
Sídlo	Bratislavský kraj	3,4%	2,1%	1,3%	19,2%	30,8%
	Trnavský kraj	1,5%	4,5%	4,5%	18,2%	37,9%
	Trenčiansky kraj	3,4%	1,7%	0,0%	27,1%	32,2%
	Nitriansky kraj	5,1%	0,0%	1,3%	20,5%	32,1%
	Žilinský kraj	2,0%	3,0%	2,0%	21,2%	30,3%
	Banskobystrický kraj	0,0%	2,6%	1,3%	17,1%	40,8%
	Prešovský kraj	0,0%	3,3%	0,0%	21,7%	29,3%
	Košický kraj	7,1%	1,2%	1,2%	16,5%	36,5%
Právna forma	Živnostník	0,0%	3,3%	3,3%	16,7%	36,7%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	3,1%	2,1%	1,3%	20,0%	33,1%
	Iné	0,0%	7,7%	0,0%	23,1%	15,4%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	1,9%	3,7%	1,1%	22,3%	40,1%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	2,9%	1,8%	0,0%	18,2%	34,1%
	viac ako 100 000 Eur	3,8%	1,4%	2,3%	18,8%	26,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	50,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	4,1%	2,8%	0,6%	19,6%	33,2%
	prevažne slovenskí	2,1%	2,4%	1,8%	20,3%	31,8%
	prevažne zahraniční	2,7%	0,0%	2,7%	18,9%	33,8%
	výlučne zahraniční	0,0%	0,0%	0,0%	21,1%	47,4%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	0,8%	5,0%	1,7%	21,0%	30,3%
	6 – 10%	3,3%	1,6%	0,8%	19,7%	27,9%
	11 – 20%	2,3%	3,7%	2,8%	21,6%	28,4%
	21% - 40%	2,8%	1,1%	1,1%	21,0%	29,8%
	41% a viac	3,4%	0,0%	0,0%	12,9%	48,3%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	2,3%	1,8%	0,9%	20,7%	38,3%
	3 5 rokov	2,8%	0,0%	0,0%	19,4%	16,7%
	5 10 rokov	3,3%	2,2%	1,6%	19,2%	32,1%
	viac ako 10 rokov	3,0%	3,6%	1,8%	20,5%	31,3%
Pohlavie	Muž	3,3%	2,0%	1,8%	18,0%	32,0%
	Žena	1,6%	3,3%	0,0%	26,4%	36,3%

Vek	18 24 rokov	0,0%	0,0%	0,0%	26,7%	26,7%
	25 29 rokov	2,9%	1,5%	1,7%	21,4%	32,9%
	30 34 rokov	0,0%	7,1%	0,0%	7,1%	28,6%
	35 39 rokov	3,6%	4,1%	0,9%	16,2%	34,2%

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. 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 tretina (32,1%) mladých podnikateľov. Druhým najpoužívanejším opatrením (19,3%) 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 (13,7%), investovanie do vzdelávania a osobného rozvoja zamestnancov (7,4%).

Medzi najmenej využívané opatrenia na udržanie zamestnancov z pohľadu mladých podnikateľov možno zaradiť investovanie do moderného vybavenia pracoviska a prostriedkov k práci (5,6%) a práca na sebe s cieľom byť lepším šéfom/šéfkou (4,7%). Najmenej využívané opatrenie je organizovanie teambuildingov a spoločenských akcií pre zamestnancov (4,4%).

Inú možnosť odpovede uviedla viac ako desatina mladých podnikateľov (12,9%) so zamestnancami.

Graf č.33: Opatrenia na udržanie zamestnancov vo firme

N=789 respondentov, ktorí majú aspoň jedného zamestnanca

Pravidelné zvyšovanie platu predstavuje významné opatrenie najmä v prípade firiem s väčším počtom zamestnancov (10 a viac). Uvedené opatrenie využíva až 38,6% mladých podnikateľov v tejto veľkostnej skupine. Zlepšovanie platových podmienok najčastejšie realizujú firmy v odvetviach ako ubytovanie a stravovanie (41,3%) a ostatné služby (39,6%). Ďalej, podnikateľské subjekty so sídlom v Nitrianskom (38,5%) a Košickom kraji (35,3%), a hlavne mladí podnikatelia, ktorí v minulom kalendárnom roku dosiahli tržby v intervale viac ako 100 000 Eur (36,1%).

Rôzne benefity naviac, ako napríklad dovolenka nad rámec zákona, alebo príspevok na športové, rekreačné a kultúrne aktivity, poskytujú najmä firmy s tržbami nad 100 000 Eur (20,2%). Benefity tohto druhu sú častejšie využívaným opatrením na udržanie si zamestnancov vo firmách z odvetví stavebníctvo (24,0%) a doprava a informácie (23,8%) a tiež v prípade podnikateľov so sídlom v Trenčianskom (25,4%), resp. Trnavskom (24,2%) kraji. 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 (14,7%) a tiež respondenti podnikajúci v ubytovaní a stravovaní (19,6%). Do osobného rozvoja svojich zamestnancov investujú najviac podnikatelia zo sektora ostatné služby (17,0%) a z Bratislavského kraja (10,3%).

Do moderného vybavenia pracoviska investujú hlavne mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (6,1%), najmä v sektoroch pôdohospodárstva (7,4%) a stavebníctva (7,0%), prevažne z Nitrianskeho kraja (9,0%), najmä vo veku 35 až 39 rokov (7,2%). Prácu na sebe s cieľom byť lepším šéfom/šéfkou, zmieňovali prevažne podnikatelia s počtom zamestnancov 1 až 9 (5,3%), najmä v sektore priemysel (7,4%), predovšetkým z Košického kraja (8,2%). Teambuildingy organizujú najmä väčší zamestnávatelia s 10 a viac zamestnancami (8,8%), najmä v sektoroch pôdohospodárstvo (7,4%) a obchod (7,2%), hlavne z Košického kraja (8,2%).

Tab. č.3a : Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme

Riadkové %	Kategória	pravidelne im zvyšujem plat minimálne podľa aktuálneho vývoja na pracovnom trhu	poskytujeme benefity naviac napr. dovolenka nad rámec zákona, členské vo fitness centre	možnosť flexibilného pracovného času ako je práca z domu, pohyblivý začiatok či koniec pracovnej doby	investujem do ich vzdelávania a osobného rozvoja, napr. jazykové kurzy
Celková vzorka	**789 respondentov**	**32,1%**	**19,3%**	**13,7%**	**7,4%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	31,0%	19,3%	14,7%	7,4%
	10 a viac zamestnancov	38,6%	19,3%	7,9%	7,0%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	33,3%	11,1%	18,5%	3,7%
	priemysel	35,3%	13,2%	17,6%	5,9%
	stavebníctvo	35,0%	24,0%	7,0%	6,0%
	obchod	30,3%	21,6%	13,0%	3,8%
	ubytovanie a stravovanie	41,3%	10,9%	19,6%	2,2%
	doprava, informácie	26,7%	23,8%	13,9%	8,9%
	obchodné služby	29,6%	17,2%	15,6%	10,8%
	ostatné služby	39,6%	18,9%	9,4%	17,0%
Sídlo	Bratislavský kraj	29,5%	17,1%	14,5%	10,3%
	Trnavský kraj	30,3%	24,2%	16,7%	4,5%
	Trenčiansky kraj	28,8%	25,4%	15,3%	5,1%
	Nitriansky kraj	38,5%	17,9%	9,0%	7,7%
	Žilinský kraj	33,3%	17,2%	15,2%	7,1%
	Banskobystrický kraj	31,6%	21,1%	11,8%	5,3%
	Prešovský kraj	32,6%	21,7%	13,0%	7,6%
	Košický kraj	35,3%	16,5%	12,9%	4,7%
Právna forma	Živnostník	23,3%	23,3%	23,3%	10,0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	32,6%	18,9%	13,3%	7,1%
	Iné	23,1%	30,8%	15,4%	15,4%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	26,4%	17,8%	14,5%	10,4%

	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	32,9%	19,4%	15,9%	6,5%
	viac ako 100 000 Eur	36,1%	20,2%	11,8%	5,5%
	minulý rok som nepodnikal/a	25,0%	25,0%	25,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	30,7%	20,9%	16,1%	7,0%
	prevažne slovenskí	31,8%	19,5%	11,1%	7,4%
	prevažne zahraniční	36,5%	13,5%	14,9%	8,1%
	výlučne zahraniční	42,1%	10,5%	21,1%	10,5%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	30,3%	16,0%	14,3%	6,7%
	6 – 10%	31,1%	21,3%	14,8%	8,2%
	11 – 20%	38,5%	16,5%	11,0%	6,9%
	21% - 40%	30,9%	22,1%	12,7%	8,8%
	41% a viac	26,7%	18,1%	20,7%	7,8%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	33,3%	19,4%	12,6%	7,2%
	3 5 rokov	25,0%	30,6%	11,1%	8,3%
	5 10 rokov	33,2%	18,6%	14,0%	9,0%
	viac ako 10 rokov	29,5%	18,1%	15,1%	3,6%
Pohlavie	Muž	31,3%	20,8%	13,2%	6,4%
	Žena	34,6%	14,3%	15,4%	10,4%
Vek	18 24 rokov	50,0%	16,7%	20,0%	6,7%
	25 29 rokov	31,2%	21,0%	11,7%	7,8%
	30 34 rokov	21,4%	21,4%	14,3%	28,6%
	35 39 rokov	32,4%	15,3%	17,6%	5,0%

Tab. č.3b : Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme

Riadkové %	Kategória	investujem do moderného vybavenia pracoviska a prostriedkov k práci	pracujem na sebe aby som bol lepším šéfom alebo šéfkou	organizujeme teambuildingy a spoločné akcie pre zamestnancov	iné
Celková vzorka	**789 respondentov**	**5.6%**	**4.7%**	**4.4%**	**12.9%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	5.5%	5.3%	3.7%	13.2%
	10 a viac zamestnancov	6.1%	0.9%	8.8%	11.4%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	7.4%	3.7%	7.4%	14.8%
	priemysel	4.4%	7.4%	0.0%	16.2%
	stavebníctvo	7.0%	6.0%	5.0%	10.0%
	obchod	5.3%	5.8%	7.2%	13.0%
	ubytovanie a stravovanie	6.5%	6.5%	6.5%	6.5%
	doprava, informácie	6.9%	3.0%	2.0%	14.9%
	obchodné služby	5.4%	3.2%	4.3%	14.0%
	ostatné služby	1.9%	1.9%	0.0%	11.3%
Sídlo	Bratislavský kraj	5.1%	5.6%	3.4%	14.5%
	Trnavský kraj	6.1%	4.5%	0.0%	13.6%
	Trenčiansky kraj	3.4%	5.1%	3.4%	13.6%
	Nitriansky kraj	9.0%	0.0%	5.1%	12.8%
	Žilinský kraj	8.1%	3.0%	3.0%	13.1%
	Banskobystrický kraj	7.9%	6.6%	6.6%	9.2%
	Prešovský kraj	2.2%	3.3%	6.5%	13.0%
	Košický kraj	3.5%	8.2%	8.2%	10.6%
Právna forma	Živnostník	6.7%	0.0%	6.7%	6.7%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	5.5%	5.0%	4.4%	13.3%
	Iné	7.7%	0.0%	0.0%	7.7%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	3.7%	6.7%	5.2%	15.2%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	7.1%	5.3%	1.2%	11.8%
	viac ako 100 000 Eur	6.4%	2.9%	5.5%	11.6%
	minulý rok som nepodnikal/a	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	4.1%	5.7%	5.1%	10.4%

	prevažne slovenskí	7.1%	3.9%	3.9%	15.3%
	prevažne zahraniční	5.4%	4.1%	4.1%	13.5%
	výlučne zahraniční	0.0%	5.3%	5.3%	5.3%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	5.9%	5.9%	5.0%	16.0%
	6 – 10%	5.7%	0.8%	4.9%	13.1%
	11 – 20%	7.8%	6.9%	4.6%	7.8%
	21% - 40%	2.8%	3.9%	3.9%	14.9%
	41% a viac	3.4%	5.2%	3.4%	14.7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	7.7%	4.5%	4.5%	10.8%
	3 5 rokov	2.8%	2.8%	8.3%	11.1%
	5 10 rokov	3.8%	5.8%	3.0%	12.6%
	viac ako 10 rokov	7.2%	3.0%	6.6%	16.9%
Pohlavie	Muž	6.1%	4.6%	4.8%	12.9%
	Žena	3.8%	4.9%	3.3%	13.2%
Vek	18 24 rokov	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	25 29 rokov	5.0%	5.5%	4.6%	13.2%
	30 34 rokov	0.0%	0.0%	7.1%	7.1%
	35 39 rokov	7.2%	3.6%	4.5%	14.4%

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.

Takmer polovica (42,7%) 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. 28,1% 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. Od 3 001 do 5 000 Eur investuje do svojich zamestnancov viac ako desatina mladých podnikateľov (15,8%). Od 5 001 do 10 000 Eur je to len 9,3%. Nad 10 001 do 20 000 Eur viac ako dve percentá. Sumu vyššiu ako 20 001 Eur investuje do rozvoja svojich zamestnancov iba niečo viac ako jedno percento mladých podnikateľov.

Pri porovnaní s výsledkami prieskumu z roku 2018 sa investície v najnižšej kategórii (menej ako 1000 Eur) znížili o 8,7 percentuálneho bodu. Takisto u najvyšších kategórií (nad 10 000 Eur). Avšak v ostatných sa investície zvýšili, najmä v kategórii od 3001 do 5000 Eur o päť percentuálnych bodov.

Graf č.34: Výška finančných prostriedkov investovaných do rozvoja zamestnancov

N=789 respondentov, ktorí majú aspoň jedného zamestnanca

Z výsledkov prieskumu vyplýva previazanosť medzi výškou investícií do rozvoja zamestnancov a veľkosťou firiem. Až 74,5% 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 49,1% respondentov s 10 a viac zamestnancami. Podobná situácia bola pozorovaná aj v prípade tržieb, alebo priemernej obchodnej prirážky, s ktorou mladí podnikatelia pracovali.

Nižšie investície počas predchádzajúcich 12 mesiacov (menej ako 3 000 Eur) boli častejšie hlavne v prípade firiem z odvetví priemysel (75,0%), ubytovanie a stravovanie (74,0%) alebo pôdohospodárstvo (74,0%), v podnikoch so sídlom v Banskobystrickom kraji (82,9%), ďalej u živnostníkov (73,3%) a v prípade firiem s výlučne slovenskými zákazníkmi (77,5%). Na rozvoj zamestnancov vynakladali finančné prostriedky na úrovni medzi 3 000 a 10 000 Eur najmä firmy vykonávajúce svoju hlavnú činnosť podnikania v ostatných službách (30,1%), resp. v stavebníctve (30,0%) a mladí podnikatelia, ktorých zákazníci sú výlučne zo zahraničia (47,4%). Ostatné investície kvôli nízkej početnosti neboli hodnotené.

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 (32,0%) respondentov podnikajúcich dlhšie ako 10 rokov investovala v predchádzajúcich 12 mesiacoch do rozvoja zamestnancov viac ako 3 000 Eur a 19,3% sumu vyššiu ako 5 000 Eur.

Tab. č.4 : Finančné prostriedky investované za posledných 12 mesiacov do rozvoja svojich zamestnancov

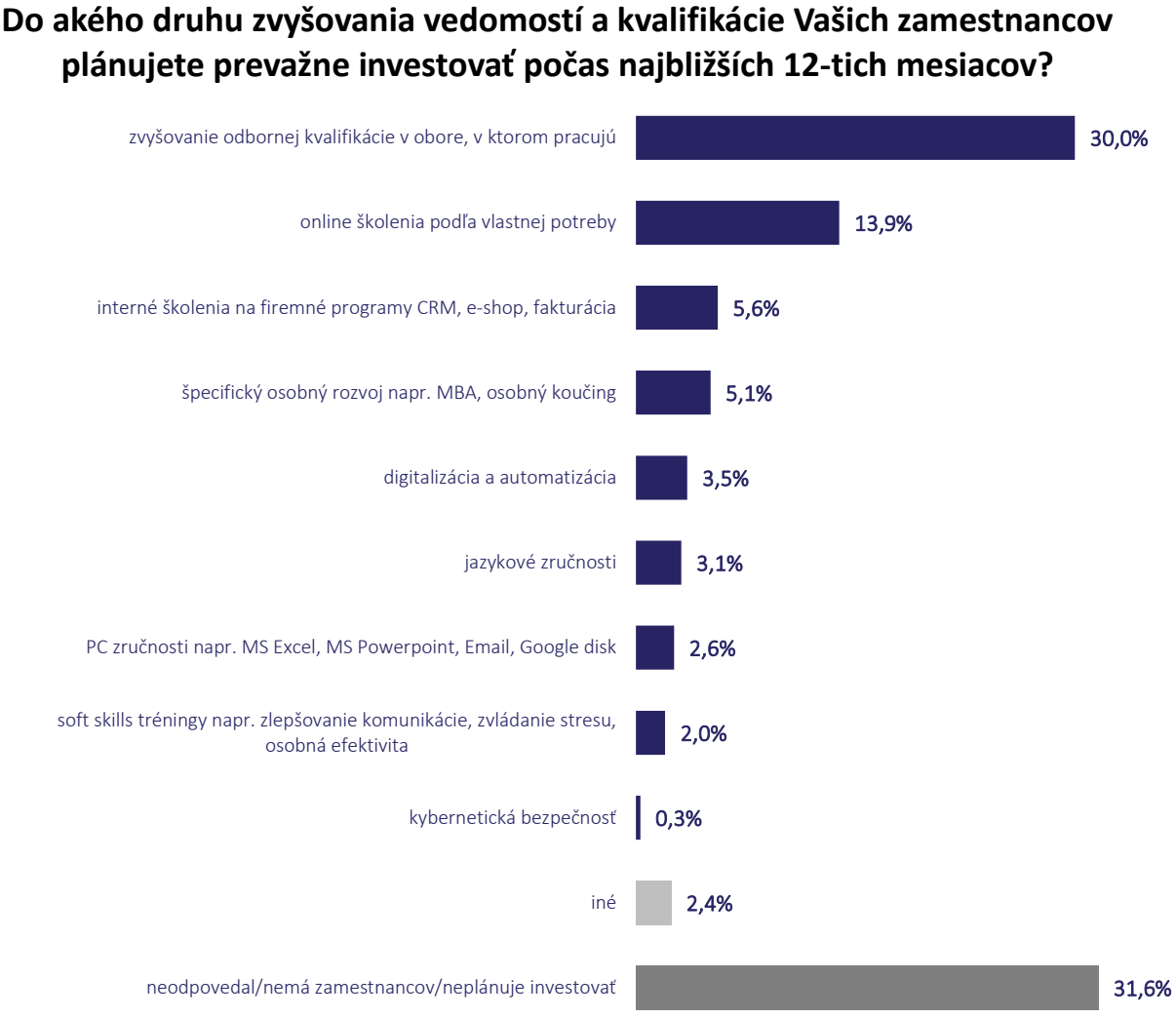
Riadkové %	Kategória	menej ako 1 000,- EUR	1 001 – 3 000,- EUR	3 001 – 5 000,- EUR	5 001 – 10 000,- EUR	10 001 – 20 000,- EUR	viac ako 20 001,- EUR
Celková vzorka	**789 respondentov**	**42.7%**	**28.1%**	**15.8%**	**9.3%**	**2.7%**	**1.4%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	46.5%	28.0%	15.4%	7.1%	2.2%	0.7%
	10 a viac zamestnancov	20.2%	28.9%	18.4%	21.9%	5.3%	5.3%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	48.1%	25.9%	18.5%	7.4%	0.0%	0.0%
	priemysel	51.5%	23.5%	10.3%	11.8%	1.5%	1.5%
	stavebníctvo	36.0%	28.0%	17.0%	13.0%	5.0%	1.0%
	obchod	51.0%	21.6%	14.4%	9.1%	1.9%	1.9%
	ubytovanie a stravovanie	37.0%	37.0%	15.2%	4.3%	6.5%	0.0%
	doprava, informácie	36.6%	35.6%	15.8%	7.9%	3.0%	1.0%
	obchodné služby	38.2%	31.7%	16.7%	9.1%	2.7%	1.6%
	ostatné služby	41.5%	26.4%	22.6%	7.5%	0.0%	1.9%
Sídlo	Bratislavský kraj	36.3%	29.1%	19.7%	9.4%	3.8%	1.7%
	Trnavský kraj	45.5%	24.2%	16.7%	12.1%	1.5%	0.0%
	Trenčiansky kraj	32.2%	28.8%	15.3%	15.3%	3.4%	5.1%
	Nitriansky kraj	48.7%	28.2%	12.8%	7.7%	1.3%	1.3%
	Žilinský kraj	46.5%	24.2%	21.2%	7.1%	1.0%	0.0%
	Banskobystrický kraj	51.3%	31.6%	11.8%	3.9%	1.3%	0.0%
	Prešovský kraj	34.8%	40.2%	9.8%	9.8%	3.3%	2.2%
	Košický kraj	56.5%	16.5%	11.8%	10.6%	3.5%	1.2%
Právna forma	Živnostník	50.0%	23.3%	16.7%	10.0%	0.0%	0.0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	42.9%	27.9%	15.8%	9.2%	2.7%	1.5%
	Iné	15.4%	53.8%	15.4%	7.7%	7.7%	0.0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	55.4%	29.4%	12.3%	3.0%	0.0%	0.0%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	42.4%	28.2%	16.5%	9.4%	2.9%	0.6%
	viac ako 100 000 Eur	32.7%	27.5%	18.2%	14.2%	4.6%	2.9%
	minulý rok som nepodnikal/a	75.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	48.4%	29.1%	14.6%	6.0%	1.3%	0.6%
	prevažne slovenskí	41.3%	28.9%	15.8%	10.5%	2.9%	0.5%
	prevažne zahraničí	36.5%	20.3%	20.3%	12.2%	2.7%	8.1%
	výlučne zahraničí	0.0%	26.3%	21.1%	26.3%	21.1%	5.3%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	43.7%	25.2%	15.1%	10.1%	2.5%	3.4%
	6 – 10%	42.6%	27.0%	19.7%	5.7%	2.5%	2.5%
	11 – 20%	40.4%	30.3%	16.1%	10.6%	2.3%	0.5%
	21% - 40%	44.2%	29.3%	13.8%	8.3%	3.3%	1.1%
	41% a viac	39.7%	29.3%	17.2%	9.5%	3.4%	0.9%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	47.3%	26.6%	14.9%	8.1%	2.7%	0.5%
	3 5 rokov	44.4%	27.8%	22.2%	5.6%	0.0%	0.0%
	5 10 rokov	40.8%	29.3%	17.3%	8.5%	2.2%	1.9%
	viac ako 10 rokov	40.4%	27.7%	12.7%	13.3%	4.2%	1.8%
Pohlavie	Muž	39.7%	27.5%	18.1%	9.9%	3.1%	1.6%
	Žena	52.7%	30.2%	8.2%	7.1%	1.1%	0.5%
Vek	18 24 rokov	43.3%	23.3%	10.0%	20.0%	3.3%	0.0%
	25 29 rokov	41.7%	28.7%	16.6%	8.8%	2.9%	1.3%
	30 34 rokov	28.6%	57.1%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%
	35 39 rokov	45.9%	25.7%	14.9%	9.5%	2.3%	1.8%

V období nasledujúcich 12 mesiacov plánujú mladí podnikatelia prioritne investovať do zvyšovania odbornej kvalifikácie svojich zamestnancov. Takýto zámer prezentovalo 30,0% respondentov. Výrazne nižší podiel mladých podnikateľov (13,9%) 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 5,6% z oslovených mladých podnikateľov, ktorí majú zamestnancov. Špecifický osobný rozvoj zamestnancov plánuje v nasledujúcich mesiacoch podporiť 5,1% respondentov. Do zvyšovania vedomostí v digitalizácii a automatizácii plánuje investovať 3,5% podnikateľov. 3,7% bude smerovať investície do zlepšenia jazykových zručností zamestnancov.

Zvyšovanie počítačových zručností svojich zamestnancov plánuje 2,6% respondentov, ďalšie 2,0% mladých podnikateľov pripravuje rozvoj zamestnancov formou soft skills tréningov, kam možno zaradiť oblasti ako zlepšovanie komunikácie, zvládanie stresu, osobná efektivita a podobne.

Graf č.35: Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu zvyšovania vedomosti a kvalifikácie zamestnancov



N=1009 respondentov

Inú možnosť odpovede preferovalo 2,4% respondentov. Túto skupinu tvoria hlavne mladí podnikatelia so zamestnancami, ktorí neplánujú v nasledujúcich 12 mesiacoch žiadne investície do zvyšovania vedomosti a kvalifikácie svojich zamestnancov.

Až 38,1% firiem pôsobiacich v odvetví priemyslu pripravuje investície na zvyšovanie odbornej kvalifikácie zamestnancov v odbore, v ktorom pracujú. Túto formu rozvoja svojich

zamestnancov bude v nasledujúcich 12 mesiacoch tiež preferovať 35,3% firiem so sídlom v Bratislavskom kraji a takisto 37,8% respondentov, ktorí mali v minulom roku obrat nad 100 000 Eur.

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 (17,8%), podnikateľské subjekty pôsobiace v odvetví pôdohospodárstvo (17,6%), resp. ostatne služby (17,1%), mladí podnikatelia so sídlom v Trnavskom kraji (18,2%), firmy s ročnými tržbami viac ako 100 000 Eur (16,2%) a respondenti, ktorí podnikajú 5 až 10 rokov (16,4%).

Interné školenia na programy používané vo firme častejšie plánujú respondenti v odvetví ubytovanie a stravovanie (11,8%), firmy so sídlom na území Trnavského kraja (9,1%), mladí podnikatelia s prevažne zahraničnými zákazníkmi (6,0%) a respondenti podnikajúci menej ako 3 roky (7,5%). Investície do špecifického osobného rozvoja zamestnancov (napr. MBA, osobný koučing a pod.) v nasledujúcich mesiacoch pripravujú hlavne mladí podnikatelia s 1 až 9 zamestnancami (6,5%), podnikateľské subjekty z odvetvia pôdohospodárstvo (11,8%) a obchodne služby (9,2%), firmy so sídlom v Trnavskom kraji (6,8%) a firmy s výlučne zahraničnými zákazníkmi (8,3%).

Rozvoj a zlepšovanie počítačových zručností (digitalizácia a automatizácia) zamestnancov predstavuje v nasledujúcich 12 mesiacoch prioritu najmä pre firmy pôsobiace v odvetví priemysel (6,0%), respondentov so sídlom firmy v Trenčianskom kraji (7,4%) a pre podnikateľov pracujúcich s obchodnou prirážkou 21 až 40 % (4,9%).

Do zlepšenia jazykových zručností svojich zamestnancov častejšie plánujú investovať mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (8,8 %), respondenti podnikajúci v odvetví obchodné služby (4,4%), firmy so sídlom v Banskobystrickom kraji (6,7%), mladí podnikatelia s výlučne zahraničnými zákazníkmi (16,7%), mladší respondenti vo veku 30 až 34 rokov (6,9%) a zástupcovia mladých podnikateľov, ktorí podnikajú 5 až 10 rokov (3,8%).

Ostatné investície kvôli nízkej početnosti neboli hodnotené.

Tab. č.5a : Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu

Riadkové %	Kategória	zvyšovanie odbornej kvalifikácie v odbore, v ktorom pracujú	online školenia podľa vlastnej potreby	interné školenia na firemné programy CRM, e-shop, fakturácia	špecifický osobný rozvoj napr. MBA, osobný koučing	digitalizácia a automatizácia	jazykové zručnosti
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**30,0%**	**13,9%**	**5,6%**	**5,1%**	**3,5%**	**3,1%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	37,9%	17,8%	7,7%	6,5%	4,4%	3,1%
	10 a viac zamestnancov	41,2%	17,5%	4,4%	6,1%	4,4%	8,8%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	17,6%	17,6%	0,0%	11,8%	0,0%	2,9%
	priemysel	38,1%	14,3%	4,8%	4,8%	6,0%	1,2%
	stavebníctvo	32,0%	16,4%	4,1%	2,5%	3,3%	4,1%
	obchod	28,2%	14,3%	6,4%	3,4%	3,8%	2,6%
	ubytovanie a stravovanie	33,3%	9,8%	11,8%	5,9%	5,9%	3,9%
	doprava, informácie	35,3%	16,0%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%
	obchodné služby	28,3%	10,4%	7,6%	9,2%	3,6%	4,4%
	ostatné služby	25,6%	17,1%	3,7%	2,4%	1,2%	1,2%
Sídlo	Bratislavský kraj	35,3%	12,0%	3,0%	4,7%	3,3%	2,7%
	Trnavský kraj	23,9%	18,2%	9,1%	6,8%	1,1%	1,1%
	Trenčiansky kraj	27,2%	14,8%	6,2%	3,7%	7,4%	2,5%
	Nitriansky kraj	25,0%	15,0%	8,0%	6,0%	2,0%	2,0%
	Žilinský kraj	30,0%	12,3%	6,9%	5,4%	6,9%	5,4%
	Banskobystrický kraj	22,9%	12,4%	5,7%	4,8%	0,0%	6,7%
	Prešovský kraj	32,4%	13,9%	5,6%	6,5%	3,7%	1,9%
	Košický kraj	32,0%	17,5%	6,2%	3,1%	3,1%	2,1%
Právna forma	Živnostník	15,2%	8,9%	1,3%	3,8%	1,3%	0,0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	31,6%	14,2%	6,2%	5,2%	3,7%	3,4%
	Iné	15,0%	20,0%	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	22,3%	13,1%	4,5%	3,6%	1,7%	2,1%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	32,4%	11,9%	5,7%	6,7%	4,3%	3,3%
	viac ako 100 000 Eur	37,8%	16,2%	7,0%	5,7%	4,9%	4,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	12,5%	0,0%	0,0%	12,5%	12,5%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	31,5%	13,3%	5,8%	4,9%	2,6%	1,6%
	prevažne slovenskí	30,0%	14,2%	5,7%	4,9%	3,4%	3,2%
	prevažne zahraničí	26,5%	14,5%	6,0%	6,0%	7,2%	6,0%
	výlučne zahraničí	16,7%	16,7%	0,0%	8,3%	8,3%	16,7%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	24,4%	12,8%	2,3%	6,4%	4,7%	2,3%
	6 – 10%	27,2%	17,7%	3,2%	4,4%	4,4%	3,2%
	11 – 20%	35,4%	9,7%	9,3%	4,5%	1,1%	4,1%
	21% - 40%	37,4%	14,3%	5,9%	4,4%	4,9%	2,0%
	41% a viac	23,4%	17,7%	5,7%	7,6%	3,8%	3,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	26,5%	11,1%	7,5%	4,9%	2,3%	3,3%
	3 5 rokov	24,5%	13,2%	5,7%	3,8%	5,7%	1,9%
	5 10 rokov	30,5%	16,4%	4,3%	6,3%	3,8%	3,8%
	viac ako 10 rokov	35,8%	12,7%	5,9%	2,9%	3,9%	1,5%
Pohlavie	Muž	31,3%	14,1%	6,8%	5,1%	4,3%	3,3%
	Žena	26,3%	13,4%	2,3%	5,0%	1,1%	2,3%
Vek	18 24 rokov	34,3%	8,6%	14,3%	8,6%	8,6%	5,7%
	25 29 rokov	28,9%	15,0%	5,5%	5,4%	3,3%	3,0%
	30 34 rokov	24,1%	3,4%	0,0%	3,4%	0,0%	6,9%
	35 39 rokov	32,9%	13,0%	5,4%	4,0%	3,6%	2,5%

Tab. č.5b : Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu

Riadkové %	Kategória	PC zručnosti napr. MS Excel, MS Powerpoint, Email, Google disk	soft skills tréningy napr. zlepšovanie komunikácie, zvládanie stresu, osobná efektivita	kybernetická bezpečnosť	iné	neodpovedal/nemá zamestnancov/neplánuje investovať
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**2,6%**	**2,0%**	**0,3%**	**2,4%**	**31,6%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	3,6%	2,2%	0,4%	3,1%	13,2%
	10 a viac zamestnancov	1,8%	4,4%	0,0%	2,6%	8,8%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	2,9%	2,9%	0,0%	2,9%	41,2%
	priemysel	3,6%	1,2%	0,0%	0,0%	26,2%
	stavebníctvo	0,0%	0,8%	0,0%	5,7%	31,1%
	obchod	3,4%	2,6%	0,4%	2,3%	32,7%
	ubytovanie a stravovanie	5,9%	3,9%	0,0%	3,9%	15,7%
	doprava, informácie	1,7%	4,2%	0,8%	1,7%	30,3%
	obchodné služby	2,4%	1,2%	0,4%	2,0%	30,7%
	ostatné služby	2,4%	0,0%	0,0%	1,2%	45,1%
Sídlo	Bratislavský kraj	1,3%	3,3%	0,0%	2,7%	31,7%
	Trnavský kraj	5,7%	3,4%	1,1%	0,0%	29,5%
	Trenčiansky kraj	1,2%	1,2%	0,0%	2,5%	33,3%
	Nitriansky kraj	3,0%	1,0%	0,0%	3,0%	35,0%
	Žilinský kraj	0,0%	0,8%	0,8%	2,3%	29,2%
	Banskobystrický kraj	4,8%	0,0%	0,0%	2,9%	40,0%
	Prešovský kraj	4,6%	0,0%	0,0%	2,8%	28,7%
	Košický kraj	3,1%	4,1%	1,0%	2,1%	25,8%
Právna forma	Živnostník	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	68,4%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	2,6%	2,1%	0,3%	2,5%	28,1%
	Iné	10,0%	5,0%	0,0%	0,0%	45,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	2,9%	1,4%	0,2%	1,9%	46,3%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	1,4%	3,3%	0,5%	1,0%	29,5%
	viac ako 100 000 Eur	3,0%	1,9%	0,3%	3,5%	15,7%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	50,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	2,3%	1,2%	0,2%	1,9%	34,7%
	prevažne slovenskí	2,7%	2,5%	0,2%	2,5%	30,7%
	prevažne zahraniční	3,6%	2,4%	1,2%	4,8%	21,7%
	výlučne zahraniční	0,0%	4,2%	0,0%	0,0%	29,2%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	1,7%	0,6%	0,6%	1,2%	43,0%
	6 – 10%	2,5%	1,9%	0,0%	1,9%	33,5%
	11 – 20%	2,6%	1,5%	0,0%	2,6%	29,1%
	21% - 40%	4,4%	3,9%	0,5%	2,5%	19,7%
	41% a viac	1,3%	2,5%	0,6%	2,5%	31,6%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	1,6%	2,9%	0,7%	1,6%	37,6%
	3 5 rokov	3,8%	3,8%	0,0%	0,0%	37,7%
	5 10 rokov	3,8%	1,3%	0,2%	2,9%	26,7%
	viac ako 10 rokov	1,0%	1,5%	0,0%	2,9%	31,9%
Pohlavie	Muž	2,4%	1,9%	0,3%	2,3%	28,2%
	Žena	3,1%	2,3%	0,4%	2,7%	41,2%
Vek	18 24 rokov	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	17,1%
	25 29 rokov	2,4%	2,1%	0,3%	2,7%	31,4%
	30 34 rokov	3,4%	3,4%	0,0%	0,0%	55,2%
	35 39 rokov	3,2%	1,4%	0,4%	2,2%	31,4%

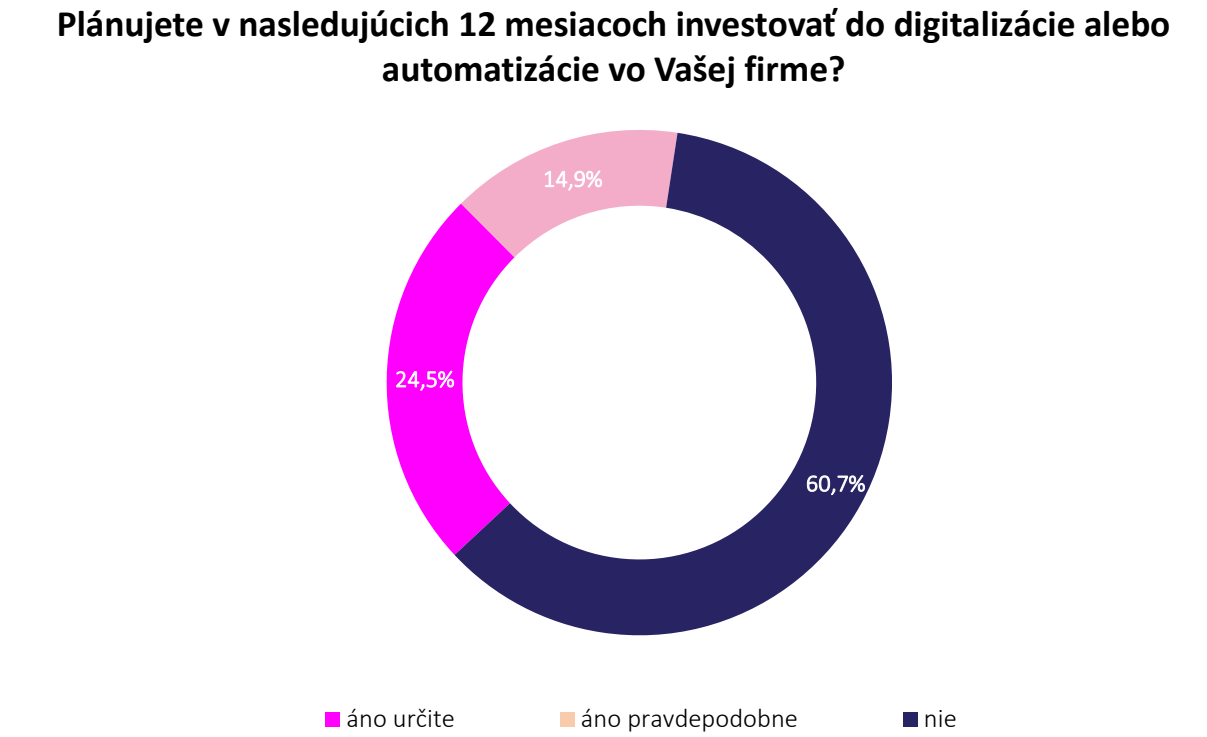
5. Digitalizácia, automatizácia a kybernetická bezpečnosť

Optimalizácia výrobných a zásobovacích procesov, zoštíhľovanie výroby a logistiky, zvyšovanie efektívnosti výrobných postupov a výkonnosti zariadení, ako aj redukcia prevádzkových nákladov boli najčastejšími motiváciami pre digitalizáciu a automatizáciu. Zmena priorít však v tomto prípade neznamená zmenu nástrojov. Práve naopak, relevantnosť digitalizácie pod tlakom aktuálnych udalostí a hospodárskych vplyvov ešte stúpla. Digitálna transformácia a adaptácia nových technológií, úzko súvisiaca s revíziou procesov a kríza vyvolaná šírením ochorenia COVID-19 tak prispieva k zrýchľovaniu digitalizácie a inteligentnej automatizácie.

5.1. Digitalizácia a automatizácia

Takmer štyridsať percent (39,4%) oslovených mladých podnikateľov plánuje v nasledujúcich 12 mesiacoch investovať do digitalizácie alebo automatizácie vo svojej firme. Až štvrtina je presvedčená, že určite áno (24,5%) a 14,9% pravdepodobne áno. 60,7% neplánuje investície do tejto oblasti v nasledujúcich 12 mesiacoch.

Graf č.36: Plánované investície do digitalizácie alebo automatizácie v nasledujúcich 12 mesiacoch



N=1009 respondentov

Podnikatelia, ktorí určite plánujú investovať do procesov digitalizácie/automatizácie sú najmä zamestnávatelia s 10 a viac zamestnancami (32,5%), podnikajúci v sektore obchodné služby (30,7%), predovšetkým z Bratislavského kraja (27,7%), najmä spoločnosti s ručením obmedzením (25,5%), s tržbami viac ako 100 000 Eur (31,9%), v mladšom veku 18-24 rokov (34,3%). Mladí podnikatelia pravdepodobne uvažujúci plánovať investície do digitalizácie, automatizácie a kybernetickej bezpečnosti sú najmä zamestnávatelia s 10 a viac zamestnancami (18,4%), pôsobiaci

v sektore pôdohospodárstvo (23,5%), z Trnavského kraja (18,2%), ktorí prevažne nepodnikali v minulom roku (25,0%), ako aj tí, ktorí podnikajú menej ako 3 roky (15,7%).

Až 60,7% mladých podnikateľov neplánuje v oblasti digitalizácie/automatizácie investovať, pričom sa jedná predovšetkým o podnikateľov bez zamestnancov (71,4%), v sektore stavebníctvo (71,3%), z Trnavského kraja (67,0%), prevažne živnostníkov (70,9%), s obchodnou prirážkou do 5% (68,0%), vo veku od 30 do 34 rokov (65,5%).

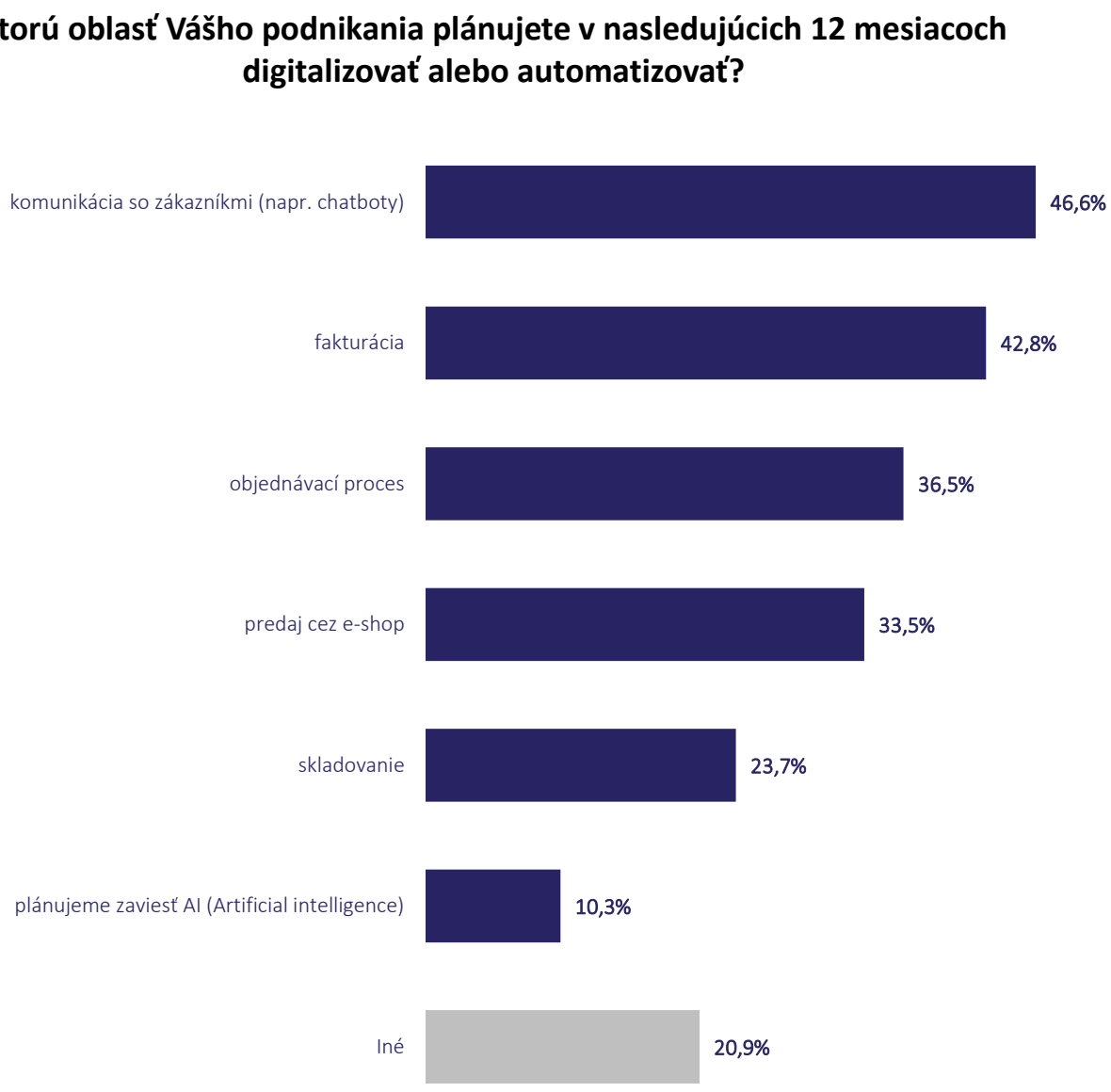
Tab. č.6 : Plánované investície do digitalizácie alebo automatizácie v nasledujúcich 12 mesiacoch

Riadkové %	Kategória	áno určite	áno pravdepodobne	nie
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**24,5%**	**14,9%**	**60,7%**
Počet zamestnancov	žiadni	16,4%	12,3%	71,4%
	1 až 9 zamestnancov	25,8%	15,1%	59,1%
	10 a viac zamestnancov	32,5%	18,4%	49,1%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	11,8%	23,5%	64,7%
	priemysel	26,2%	14,3%	59,5%
	stavebníctvo	17,2%	11,5%	71,3%
	obchod	23,7%	16,2%	60,2%
	ubytovanie a stravovanie	23,5%	13,7%	62,7%
	doprava, informácie	21,8%	9,2%	68,9%
	obchodné služby	30,7%	17,1%	52,2%
	ostatné služby	26,8%	14,6%	58,5%
Sídlo	Bratislavský kraj	27,7%	17,7%	54,7%
	Trnavský kraj	14,8%	18,2%	67,0%
	Trenčiansky kraj	24,7%	17,3%	58,0%
	Nitriansky kraj	23,0%	13,0%	64,0%
	Žilinský kraj	26,2%	13,8%	60,0%
	Banskobystrický kraj	21,9%	13,3%	64,8%
	Prešovský kraj	25,9%	8,3%	65,7%
	Košický kraj	23,7%	13,4%	62,9%
Právna forma	Živnostník	12,7%	16,5%	70,9%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	25,5%	14,5%	60,0%
	Iné	25,0%	25,0%	50,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	19,2%	15,2%	65,6%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	22,9%	14,3%	62,9%
	viac ako 100 000 Eur	31,9%	14,6%	53,5%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	25,0%	75,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	21,4%	13,3%	65,3%
	prevažne slovenskí	26,2%	14,8%	59,0%
	prevažne zahraniční	31,3%	25,3%	43,4%
	výlučne zahraniční	20,8%	8,3%	70,8%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	16,9%	15,1%	68,0%
	6 – 10%	20,9%	15,8%	63,3%
	11 – 20%	19,8%	18,3%	61,9%
	21% - 40%	33,5%	12,3%	54,2%
	41% a viac	29,7%	13,9%	56,3%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	20,3%	15,7%	64,1%
	3 5 rokov	32,1%	15,1%	52,8%
	5 10 rokov	25,8%	15,0%	59,2%
	viac ako 10 rokov	26,0%	13,2%	60,8%
Pohlavie	Muž	25,6%	15,3%	59,2%

	Žena	21,4%	13,7%	64,9%
Vek	18 24 rokov	34,3%	20,0%	45,7%
	25 29 rokov	23,4%	15,3%	61,4%
	30 34 rokov	24,1%	10,3%	65,5%
	35 39 rokov	26,0%	13,7%	60,3%

Medzi mladými podnikateľmi, ktorí plánujú investovať do digitalizácie, alebo automatizácie je najviac takých, čo plánujú investície do komunikácie so zákazníkmi (46,6%). Druhou preferovanou oblasťou sú investície do digitalizácie fakturácie (42,8%). Objednávací proces plánuje digitalizovať alebo automatizovať 36,5% mladých podnikateľov. Tretina mladých podnikateľov (33,5%) plánuje investície do e-shopu. 23,7% mladých podnikateľov plánuje investície do digitalizácie, automatizácie skladovania. Desatina (10,3%) plánuje zavedenie umelej inteligencie (AI-Artifical intelligence). Ako najčastejšiu inú investíciu respondenti uviedli SW/HW modernizáciu (3,1%), alebo zavedenie výrobných alebo informačných interných procesov vo firme (2,4%) .

Graf č.37: Plánované oblasti pre digitalizáciu a automatizáciu



N=397 respondentov, ktorí určite/pravdepodobne plánujú investovať do digitalizácie a automatizácie

Investície do komunikácie so zákazníkmi plánujú najviac mladí podnikatelia bez zamestnancov (47,6%), podnikajúci v sektore obchodne služby (57,5%), z Nitrianskeho kraja (58,3%), pracujúci s maržou do 5% (58,2%), ženy (50,0%), od 25-29 rokov (48,1%). Fakturácie plánujú digitalizovať, alebo automatizovať najmä mladí podnikatelia s 1 až 9 zamestnancami (45,7%), v sektore stavebníctvo (57,1%), z Nitrianskeho kraja (50,0%). Predovšetkým sa jedná o živnostníkov (52,2%), mladých podnikateľov podnikajúcich menej ako 3 roky (45,5%), vo veku 18-24 rokov (52,6%). Objednávací proces plánujú digitalizovať/automatizovať najmä mladí podnikatelia zamestnávajúci 10 a viac zamestnancov (41,4%), v sektore stavebníctvo (57,1%), z Nitrianskeho kraja (50,0%), spoločnosti s ručením obmedzeným (37,1%), s obratom viac ako 100 000 Eur (40,7%), vo veku 25-29 rokov, resp. 35-39 rokov (34,5%).

Investovať do e-shopu plánujú najmä podnikatelia bez zamestnancov (39,7%), najmä v sektore pôdohospodárstvo (41,7%), resp. obchod (41,5%), prevažne z Banskobystrického kraja (43,2%), hlavne s obratom do 50 000 Eur (37,2%), podnikajúci viac ako 10 rokov (40,0%). Automatizáciu, resp. digitalizáciu skladov plánujú podnikatelia najmä v sektore stavebníctvo (37,1%), resp. priemysel (35,3%), hlavne z Banskobystrického kraja (35,1%), ktorí minulý rok nepodnikali (50,0%),najmä vo veku 18-24 rokov (42,1%).

Mladí podnikatelia, ktorí plánujú zaviesť AI, sú prevažne zamestnávatelia s 10 a viac zamestnancami (15,5%), v sektore obchod (14,2%), z Nitrianskeho (13,9%), resp. Trnavského (13,8%) kraja, vo veku 30-34 rokov (20,0%), podnikajúci v inej právnej forme (30,0%).

Medzi podnikateľmi, ktorí uviedli iné plánované investície boli najčastejšie zamestnávatelia s viac ako 10 zamestnancami (22,4%), v sektore doprava, informácie (35,1%), z Košického kraja (27,8%), podnikajúci v inej právnej forme (30,0%).

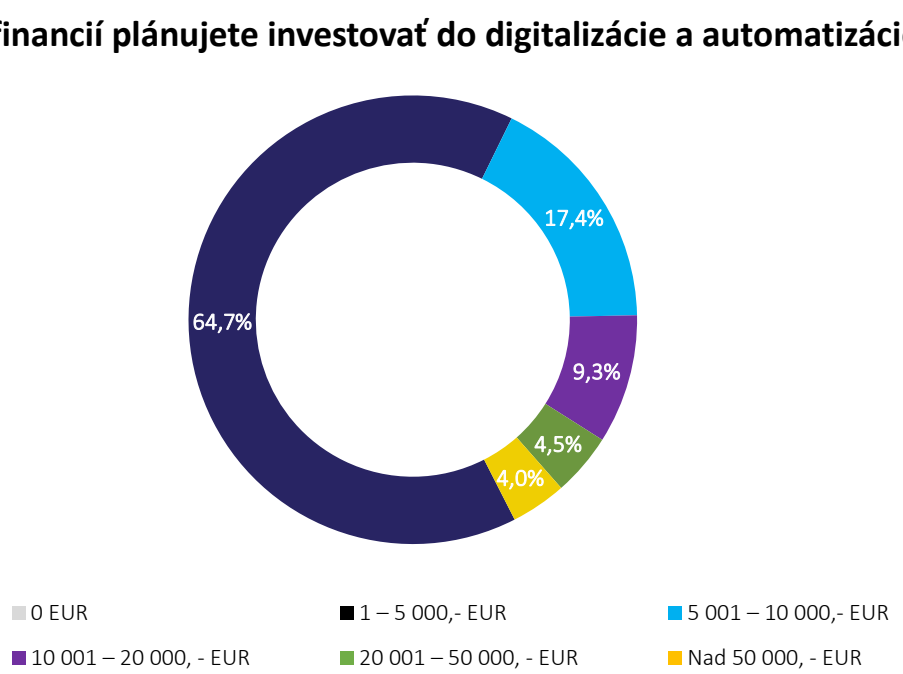
Tab. č.7 : Plánované oblasti pre digitalizáciu a automatizáciu

Riadkové %	Kategória	komunikácia so zákazníkmi (napr. chatboty)	fakturácia	objednávací proces	predaj cez e-shop	skladovanie	plánujeme zaviesť AI (Artificial intelligence)	Iné
Celková vzorka	**397 respondentov**	**46,6%**	**42,8%**	**36,5%**	**33,5%**	**23,7%**	**10,3%**	**20,9%**
Počet zamestnancov	žiadni	47,6%	34,9%	33,3%	39,7%	17,5%	9,5%	19,0%
	1 až 9 zamestnancov	47,1%	45,7%	36,2%	34,1%	26,1%	9,4%	21,0%
	10 a viac zamestnancov	43,1%	37,9%	41,4%	24,1%	19,0%	15,5%	22,4%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	41,7%	33,3%	33,3%	41,7%	8,3%	0,0%	8,3%
	priemysel	41,2%	41,2%	29,4%	32,4%	35,3%	5,9%	23,5%
	stavebníctvo	51,4%	57,1%	57,1%	22,9%	37,1%	5,7%	20,0%
	obchod	47,2%	42,5%	46,2%	41,5%	32,1%	14,2%	17,9%
	ubytovanie a stravovanie	26,3%	47,4%	31,6%	21,1%	15,8%	0,0%	21,1%
	doprava, informácie	40,5%	35,1%	35,1%	21,6%	13,5%	13,5%	35,1%
	obchodné služby	57,5%	45,8%	28,3%	32,5%	15,0%	11,7%	17,5%
	ostatné služby	26,5%	29,4%	26,5%	41,2%	23,5%	8,8%	29,4%
Sídlo	Bratislavský kraj	47,1%	46,3%	39,0%	31,6%	22,1%	12,5%	22,1%
	Trnavský kraj	51,7%	44,8%	27,6%	31,0%	31,0%	13,8%	24,1%
	Trenčiansky kraj	50,0%	26,5%	35,3%	32,4%	23,5%	11,8%	14,7%
	Nitriansky kraj	58,3%	50,0%	50,0%	33,3%	33,3%	13,9%	13,9%
	Žilinský kraj	44,2%	44,2%	28,8%	36,5%	17,3%	3,8%	17,3%
	Banskobystrický kraj	32,4%	45,9%	40,5%	43,2%	35,1%	5,4%	21,6%
	Prešovský kraj	45,9%	43,2%	18,9%	35,1%	16,2%	8,1%	24,3%
	Košický kraj	44,4%	30,6%	47,2%	27,8%	19,4%	11,1%	27,8%
Právna forma	Živnostník	52,2%	52,2%	34,8%	43,5%	26,1%	17,4%	13,0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	46,4%	42,9%	37,1%	33,5%	23,9%	9,3%	21,2%
	Iné	40,0%	20,0%	20,0%	10,0%	10,0%	30,0%	30,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	47,6%	42,8%	34,5%	37,2%	17,9%	9,0%	17,2%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	51,3%	38,5%	32,1%	26,9%	19,2%	7,7%	24,4%
	viac ako 100 000 Eur	43,6%	44,2%	40,7%	33,7%	30,2%	12,8%	22,7%
	minulý rok som nepodnikal/a	50,0%	100,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	47,7%	43,0%	27,5%	26,2%	18,1%	8,7%	22,1%
	prevažne slovenskí	45,9%	38,7%	42,3%	40,7%	28,4%	12,4%	18,0%
	prevažne zahraniční	42,6%	59,6%	40,4%	23,4%	19,1%	6,4%	27,7%
	výlučne zahraniční	71,4%	42,9%	42,9%	57,1%	42,9%	14,3%	28,6%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	58,2%	43,6%	41,8%	29,1%	29,1%	10,9%	18,2%
	6 – 10%	48,3%	55,2%	27,6%	20,7%	22,4%	3,4%	19,0%
	11 – 20%	44,1%	43,1%	31,4%	33,3%	24,5%	8,8%	19,6%
	21% - 40%	40,9%	37,6%	48,4%	47,3%	30,1%	18,3%	22,6%
	41% a viac	49,3%	39,1%	33,3%	30,4%	14,5%	5,8%	24,6%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	49,1%	45,5%	38,2%	35,5%	23,6%	6,4%	19,1%
	3 5 rokov	52,0%	44,0%	28,0%	28,0%	20,0%	16,0%	12,0%
	5 10 rokov	46,7%	45,1%	39,6%	30,2%	24,7%	11,0%	19,2%
	viac ako 10 rokov	41,3%	33,8%	30,0%	40,0%	22,5%	12,5%	30,0%
Pohlavie	Muž	45,6%	41,3%	39,3%	35,7%	26,9%	9,8%	21,6%
	Žena	50,0%	47,8%	27,2%	26,1%	13,0%	12,0%	18,5%
Vek	18 24 rokov	47,4%	52,6%	36,8%	26,3%	42,1%	5,3%	31,6%
	25 29 rokov	48,1%	45,3%	40,7%	34,5%	24,8%	10,1%	17,8%
	30 34 rokov	30,0%	0,0%	20,0%	10,0%	10,0%	20,0%	20,0%
	35 39 rokov	44,5%	39,1%	28,2%	34,5%	19,1%	10,9%	26,4%

Do päť tisíc Eur plánuje investovať do digitalizácie a automatizácie 64,7% mladých podnikateľov, ktorí určite alebo pravdepodobne plánujú investovať do digitalizácie a automatizácie. Od 5 001 do 10 000 Eur plánuje investovať 17,4% podnikateľov. Desatina mladých podnikateľov plánuje investovať do digitalizácie/automatizácie (9,3%) čiastku od 10 001 do 20 000 Eur. 4,5%

podnikateľov investuje od 20 001 do 50 000 Eur. Nad 50 000 Eur plánujú investovať do digitalizácie/automatizácie štyri percentá podnikateľov.

Graf č.38: Výška plánovaných investícii pre digitalizáciu a automatizáciu



N=397 respondentov, ktorí určite/pravdepodobne plánujú investovať do digitalizácie a automatizácie

Podnikatelia, ktorí nemajú zamestnancov (81,0%), plánujú investovať do digitalizácie/automatizácie najmä čiastku do 5 tisíc Eur. Sú to podnikatelia najmä zo sektoru ubytovanie a stravovanie (84,2%), resp. pôdohospodárstvo (75,0%) , z Trnavského (75,9%), resp. Žilinského (75,0%) kraja, prevažne živnostníci (91,3%), podnikajúci menej ako 3 roky (72,7%), predovšetkým mladé ženy (85,9%), najmä vo veku 30-34 rokov (70,0%). Mladí podnikatelia, ktorí plánujú investície do digitalizácie alebo automatizácie v rozmedzí od 5 001 do 10 000 Eur, majú najmä 1 až 9 zamestnancov (19,9%), podnikajú hlavne v sektore obchod (26,4%), pôsobia predovšetkým v Trenčianskom kraji (29,4%) a jedná sa predovšetkým o mladších podnikateľov vo veku 18-24 rokov (42,1%).

Investovať od 10 001 do 20 000 Eur plánujú najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (29,3%), pôsobiaci v sektore ostatné služby (11,8%) a stavebníctvo (11,4), z Trenčianskeho kraja (14,7%), s obratom viac ako 100 000 Eur (16,3%), podnikajúci 3 až 5 rokov (16,0%). Mladí podnikatelia, ktorí plánujú investovať do digitalizácie od 20 001 do 50 000 Eur, pôsobia predovšetkým v priemysle (8,8%), hlavne v Košickom kraji (8,3%) a podnikajú viac ako 10 rokov (8,8%).

Nad 50 000 Eur plánujú investovať hlavne mladí podnikatelia zo sektoru doprava, informácie (10,8%), zo Žilinského kraja (5,8%), obsluhujúci výlučne zahraničných zákazníkov (14,3%).

Tab. č.8 : Výška plánovaných investícii pre digitalizáciu a automatizáciu

Riadkové %	Kategória	0 EUR	1 – 5 000,- EUR	5 001 – 10 000,- EUR	10 001 – 20 000, - EUR	20 001 – 50 000, - EUR	Nad 50 000, - EUR
Celková vzorka	**397 respondentov**	**0,0%**	**64,7%**	**17,4%**	**9,3%**	**4,5%**	**4,0%**
Počet zamestnancov	žiadni	0,0%	81,0%	9,5%	4,8%	1,6%	3,2%
	1 až 9 zamestnancov	0,0%	67,4%	19,9%	6,2%	4,0%	2,5%
	10 a viac zamestnancov	0,0%	34,5%	13,8%	29,3%	10,3%	12,1%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	0,0%	75,0%	16,7%	8,3%	0,0%	0,0%
	priemysel	0,0%	52,9%	23,5%	8,8%	8,8%	5,9%
	stavebníctvo	0,0%	71,4%	11,4%	11,4%	0,0%	5,7%
	obchod	0,0%	57,5%	26,4%	8,5%	5,7%	1,9%
	ubytovanie a stravovanie	0,0%	84,2%	10,5%	0,0%	5,3%	0,0%
	doprava, informácie	0,0%	62,2%	13,5%	8,1%	5,4%	10,8%
	obchodné služby	0,0%	68,3%	12,5%	10,8%	5,0%	3,3%
	ostatné služby	0,0%	67,6%	14,7%	11,8%	0,0%	5,9%
Sídlo	Bratislavský kraj	0,0%	63,2%	18,4%	8,8%	7,4%	2,2%
	Trnavský kraj	0,0%	75,9%	13,8%	6,9%	0,0%	3,4%
	Trenčiansky kraj	0,0%	47,1%	29,4%	14,7%	5,9%	2,9%
	Nitriansky kraj	0,0%	66,7%	16,7%	11,1%	0,0%	5,6%
	Žilinský kraj	0,0%	75,0%	15,4%	3,8%	0,0%	5,8%
	Banskobystrický kraj	0,0%	64,9%	18,9%	8,1%	2,7%	5,4%
	Prešovský kraj	0,0%	64,9%	10,8%	13,5%	5,4%	5,4%
	Košický kraj	0,0%	61,1%	13,9%	11,1%	8,3%	5,6%
Právna forma	Živnostník	0,0%	91,3%	0,0%	8,7%	0,0%	0,0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	0,0%	62,9%	18,7%	9,3%	4,9%	4,1%
	Iné	0,0%	70,0%	10,0%	10,0%	0,0%	10,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	0,0%	84,8%	9,0%	1,4%	1,4%	3,4%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	0,0%	66,7%	20,5%	9,0%	2,6%	1,3%
	viac ako 100 000 Eur	0,0%	46,5%	23,3%	16,3%	8,1%	5,8%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	0,0%	74,5%	12,8%	6,0%	3,4%	3,4%
	prevažne slovenskí	0,0%	62,9%	16,5%	12,4%	4,1%	4,1%
	prevažne zahraniční	0,0%	46,8%	34,0%	6,4%	8,5%	4,3%
	výlučne zahraniční	0,0%	28,6%	28,6%	14,3%	14,3%	14,3%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	0,0%	72,7%	18,2%	3,6%	3,6%	1,8%
	6 – 10%	0,0%	62,1%	13,8%	12,1%	8,6%	3,4%
	11 – 20%	0,0%	70,6%	9,8%	12,7%	3,9%	2,9%
	21% - 40%	0,0%	59,1%	24,7%	5,4%	4,3%	6,5%
	41% a viac	0,0%	62,3%	18,8%	11,6%	4,3%	2,9%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	0,0%	72,7%	17,3%	2,7%	3,6%	3,6%
	3 5 rokov	0,0%	68,0%	12,0%	16,0%	4,0%	0,0%
	5 10 rokov	0,0%	64,8%	17,0%	11,5%	3,3%	3,3%
	viac ako 10 rokov	0,0%	52,5%	20,0%	11,3%	8,8%	7,5%
Pohlavie	Muž	0,0%	58,4%	20,7%	10,8%	5,6%	4,6%
	Žena	0,0%	85,9%	6,5%	4,3%	1,1%	2,2%
Vek	18 24 rokov	0,0%	42,1%	42,1%	5,3%	5,3%	5,3%
	25 29 rokov	0,0%	67,1%	15,1%	9,7%	3,5%	4,7%
	30 34 rokov	0,0%	70,0%	10,0%	10,0%	10,0%	0,0%
	35 39 rokov	0,0%	62,7%	19,1%	9,1%	6,4%	2,7%

Najvýznamnejšou bariérou v zavádzaní digitalizácie a automatizácie, ktorú uviedli respondenti, sú vysoké vstupné náklady (34,0%). Druhá bariéra je časová náročnosť pri zavádzaní procesov (18%). Viac ako desatina oslovených mladých podnikateľov uviedla za bariéry legislatívu

(11,4%) resp. zručnosti zamestnancov (11,3%). Digitalizácia sa netýka desatiny mladých podnikateľov. Medzi inými bariérami (6,6 %) najčastejšie uviedli podnikatelia nízku informovanosť (13,4%) a nefunkčnosť systémov (10,4%).

Graf č.39: Najvýznamnejšie bariéry pri zavádzaní digitalizácie a automatizácie

N=1009 respondentov

Za vysoké vstupné náklady spojené s digitalizáciou sa najčastejšie vyjadrili mladí podnikatelia bez zamestnancov (34,5%), podnikajúci v sektore obchod (41,4%), zo Žilinského kraja (43,1%), živnostníci (36,7%), s obratom do 50 000 Eur (37,5%), obsluhujúci výlučne slovenských zákazníkov (36,6%) a podnikajúci menej ako 3 roky (37,3%). Časovú náročnosť uviedli ako bariéru najmä mladí podnikatelia bez zamestnancov (20,9%), v sektore ubytovanie a stravovanie (21,6%), z Nitrianskeho kraja (28,0%), ktorí minulý rok nepodnikali (25,0%), predovšetkým mladší podnikatelia od 18 do 24 rokov (25,7%). Legislatívne nastavenia vidia za bariéru predovšetkým podnikatelia v sektore obchodné služby (15,1%), z Bratislavského kraja (16,7%), podnikajúci 10 a viac rokov (13,7%).

Chýbajúce zručnosti vidia za bariéru predovšetkým mladí podnikatelia zamestnávajúci 10 a viac ľudí (16,7%), v sektore ubytovanie a stravovanie (23,5%), z Prešovského kraja (14,8%), obsluhujúci výlučne zahraničných zákazníkov (20,8%). Digitalizácia sa netýka predovšetkým mladých podnikateľov v sektore stavebníctvo (13,9%), resp. ostatné služby (13,4%), z Trenčianskeho kraja (16,0%), podnikajúcich menej ako 3 roky (12,7%).

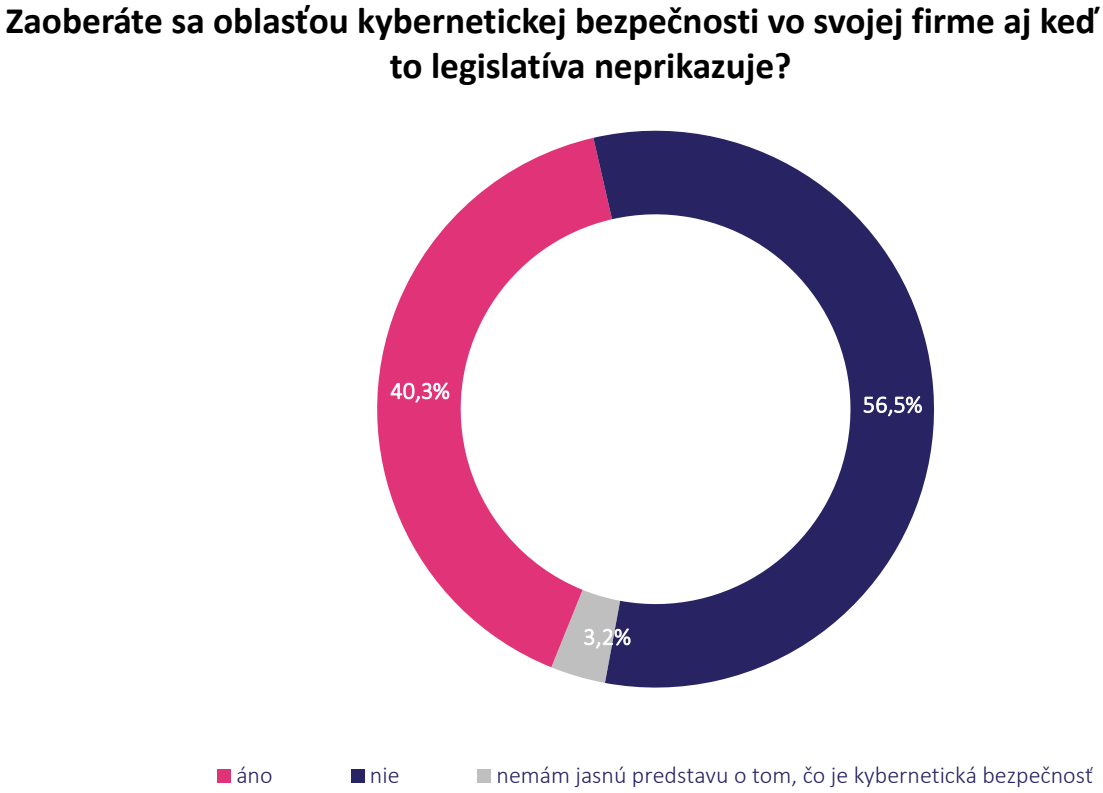
Tab. č.9 : Najvýznamnejšie bariéry pri zavádzaní digitalizácie a automatizácie

Riadkové %	Kategória	vysoké vstupné náklady	časovú náročnosť	legislatívne bariéry	chýbajúce zručnosti zamestnancov	iné	žiadnu	digitalizácia sa ich netýka	nevie posúdiť/neodpovedal
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**34,0%**	**18,0%**	**11,4%**	**11,3%**	**6,6%**	**4,8%**	**10,1%**	**3,8%**
Počet zamestnancov	žiadni	34,5%	20,9%	8,6%	9,1%	5,9%	5,9%	10,0%	5,0%
	1 až 9 zamestnancov	34,4%	17,6%	12,4%	11,1%	7,0%	4,1%	10,4%	3,0%
	10 a viac zamestnancov	30,7%	14,9%	10,5%	16,7%	6,1%	6,1%	8,8%	6,1%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	38,2%	20,6%	8,8%	11,8%	5,9%	2,9%	8,8%	2,9%
	priemysel	29,8%	20,2%	10,7%	7,1%	8,3%	9,5%	9,5%	4,8%
	stavebníctvo	29,5%	19,7%	9,0%	12,3%	5,7%	4,9%	13,9%	4,9%
	obchod	41,4%	16,9%	10,5%	11,7%	4,1%	3,4%	10,9%	1,1%
	ubytovanie a stravovanie	23,5%	21,6%	11,8%	23,5%	11,8%	2,0%	3,9%	2,0%
	doprava, informácie	37,0%	16,0%	9,2%	5,9%	7,6%	4,2%	12,6%	7,6%
	obchodné služby	29,9%	19,1%	15,1%	12,7%	6,4%	5,6%	6,8%	4,4%
	ostatné služby	34,1%	13,4%	11,0%	8,5%	11,0%	4,9%	13,4%	3,7%
Sídlo	Bratislavský kraj	27,7%	16,7%	16,7%	11,7%	6,3%	6,7%	10,7%	3,7%
	Trnavský kraj	36,4%	19,3%	6,8%	11,4%	5,7%	5,7%	11,4%	3,4%
	Trenčiansky kraj	32,1%	24,7%	6,2%	9,9%	7,4%	2,5%	16,0%	1,2%
	Nitriansky kraj	31,0%	28,0%	14,0%	6,0%	3,0%	2,0%	12,0%	4,0%
	Žilinský kraj	43,1%	14,6%	10,0%	12,3%	7,7%	5,4%	2,3%	4,6%
	Banskobystrický kraj	38,1%	14,3%	7,6%	12,4%	4,8%	5,7%	11,4%	5,7%
	Prešovský kraj	36,1%	18,5%	8,3%	14,8%	9,3%	2,8%	7,4%	2,8%
	Košický kraj	37,1%	13,4%	10,3%	10,3%	9,3%	3,1%	12,4%	4,1%
Právna forma	Živnostník	36,7%	24,1%	8,9%	16,5%	3,8%	2,5%	7,6%	0,0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	34,0%	17,4%	11,4%	10,9%	6,8%	5,1%	10,4%	4,1%
	Iné	25,0%	25,0%	20,0%	10,0%	10,0%	0,0%	5,0%	5,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	37,5%	16,4%	9,0%	11,4%	6,7%	4,0%	12,4%	2,6%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	35,7%	16,7%	15,2%	10,0%	4,3%	4,3%	9,0%	4,8%
	viac ako 100 000 Eur	29,2%	20,5%	11,6%	11,9%	8,1%	5,9%	8,4%	4,3%
	minulý rok som nepodnikal/a	25,0%	25,0%	25,0%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Zákazníci	výlučne slovenskí	36,6%	17,5%	11,7%	9,1%	6,5%	4,0%	10,0%	4,7%
	prevažne slovenskí	34,5%	16,9%	11,2%	12,5%	6,6%	5,3%	10,4%	2,7%
	prevažne zahraniční	22,9%	26,5%	12,0%	13,3%	6,0%	4,8%	9,6%	4,8%
	výlučne zahraničí	16,7%	20,8%	8,3%	20,8%	12,5%	8,3%	8,3%	4,2%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	34,9%	15,7%	12,8%	15,1%	5,8%	4,1%	7,6%	4,1%
	6 – 10%	31,0%	19,0%	9,5%	11,4%	8,9%	4,4%	12,0%	3,8%
	11 – 20%	35,4%	18,3%	10,1%	9,7%	6,0%	4,1%	11,6%	4,9%
	21% - 40%	34,0%	22,7%	10,8%	8,9%	5,9%	3,9%	9,9%	3,9%
	41% a viac	31,0%	15,2%	14,6%	13,9%	7,6%	7,0%	9,5%	1,3%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	37,3%	16,0%	10,5%	10,8%	5,6%	4,6%	12,7%	2,6%
	3 5 rokov	34,0%	20,8%	7,5%	17,0%	5,7%	7,5%	3,8%	3,8%
	5 10 rokov	32,3%	21,1%	11,4%	10,3%	5,8%	5,6%	9,2%	4,3%
	viac ako 10 rokov	32,8%	13,7%	13,7%	12,7%	10,3%	2,5%	9,8%	4,4%
Pohlavie	Muž	32,4%	18,1%	11,0%	11,2%	7,2%	5,1%	10,8%	4,1%
	Žena	38,5%	17,9%	12,6%	11,5%	5,0%	3,8%	8,0%	2,7%
Vek	18 24 rokov	31,4%	25,7%	11,4%	11,4%	5,7%	11,4%	0,0%	2,9%
	25 29 rokov	35,0%	18,7%	10,5%	11,2%	5,4%	4,8%	10,6%	3,7%
	30 34 rokov	37,9%	17,2%	13,8%	6,9%	6,9%	6,9%	6,9%	3,4%
	35 39 rokov	31,4%	15,5%	13,4%	11,9%	9,7%	3,6%	10,5%	4,0%

5.2. Kybernetická bezpečnosť

Viac ako polovica mladých podnikateľov sa kybernetickou bezpečnosťou vo svojej firme nezaoberá (56,5%). Oproti tomu sa 40,3% podnikateľov kybernetickou bezpečnosťou vo svojej firme zaoberá. 3,2% mladých podnikateľov nemá jasnú predstavu, čo to kybernetická bezpečnosť je.

Graf č.40: Zaoberáte sa oblasťou kybernetickej bezpečnosti vo svojej firme



N=1009 respondentov

Podnikatelia, ktorí sa nezaoberajú kybernetickou bezpečnosťou, sú najmä bez zamestnancov (63,2%), hlavne v sektore stavebníctvo (72,1%), prevažne z Banskobystrického kraja (67,6%), najmä živnostníci (69,6%), väčšinou poskytujúci výlučne tovary/služby slovenským zákazníkom (57,8%), vo veku od 18 do 24 rokov (60,0%). Podnikatelia zaoberajúci sa kybernetickou bezpečnosťou pôsobia najmä v segmente subjektov s 10 a viac zamestnancami (43,9%), realizujú podnikanie najmä v sektore obchodné služby (51,4%), hlavne z Bratislavského kraja (46,7%), prevažne s obratom viac ako 100 000 Eur (42,2%), vo veku najmä 35-39 rokov (42,2%).

Jasnú predstavu o tom, čo je kybernetická bezpečnosť, nemajú hlavne podnikatelia v sektore stavebníctvo (8,2%).

Tab. č.10 : Zaoberáte sa oblasťou kybernetickej bezpečnosti vo svojej firme

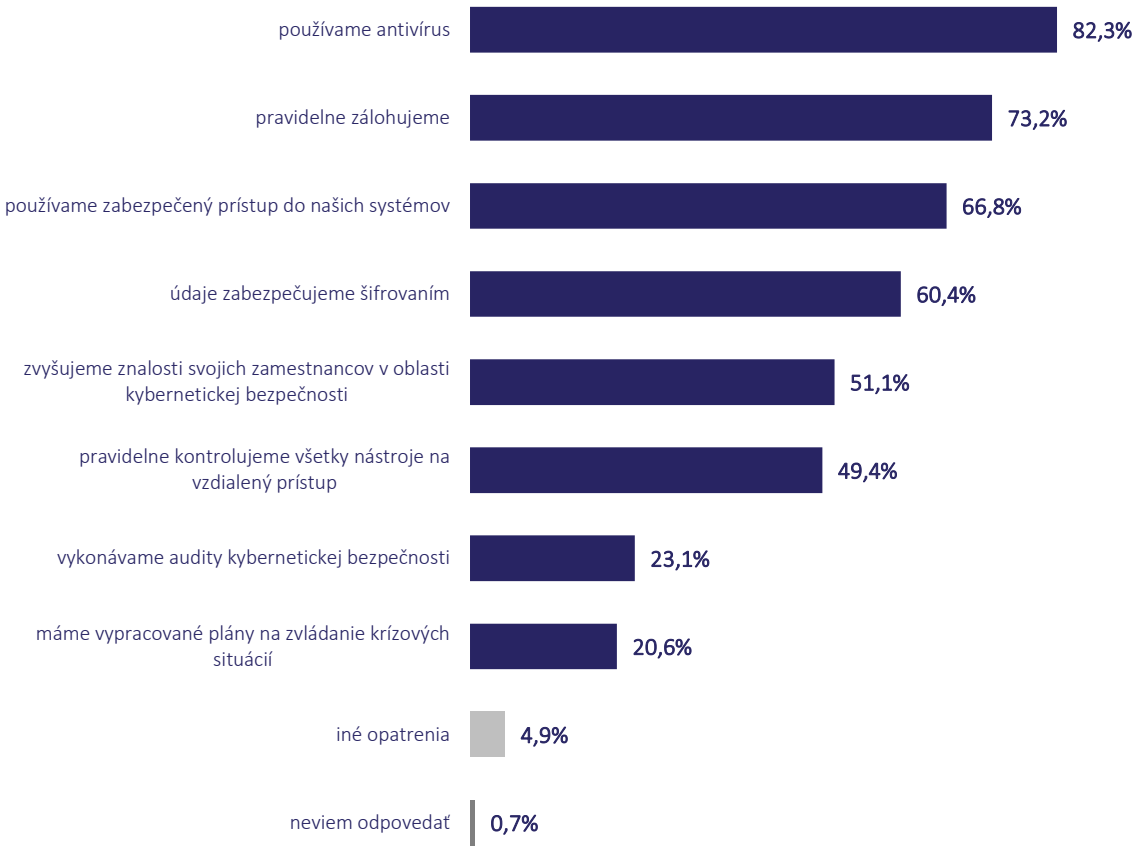
Riadkové %	Kategória	áno	nie	nemám jasnú predstavu o tom, čo je kybernetická bezpečnosť
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**40,3%**	**56,5%**	**3,2%**
Počet zamestnancov	žiadni	33,2%	63,2%	3,6%
	1 až 9 zamestnancov	42,1%	54,8%	3,1%
	10 a viac zamestnancov	43,9%	53,5%	2,6%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	32,4%	64,7%	2,9%
	priemysel	34,5%	60,7%	4,8%
	stavebníctvo	19,7%	72,1%	8,2%
	obchod	39,8%	57,1%	3,0%
	ubytovanie a stravovanie	51,0%	47,1%	2,0%
	doprava, informácie	39,5%	58,0%	2,5%
	obchodné služby	51,4%	47,4%	1,2%
	ostatné služby	42,7%	54,9%	2,4%
Sídlo	Bratislavský kraj	46,7%	51,0%	2,3%
	Trnavský kraj	38,6%	56,8%	4,5%
	Trenčiansky kraj	34,6%	61,7%	3,7%
	Nitriansky kraj	29,0%	63,0%	8,0%
	Žilinský kraj	43,8%	53,1%	3,1%
	Banskobystrický kraj	31,4%	67,6%	1,0%
	Prešovský kraj	39,8%	57,4%	2,8%
	Košický kraj	44,3%	53,6%	2,1%
Právna forma	Živnostník	26,6%	69,6%	3,8%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	41,3%	55,6%	3,1%
	Iné	50,0%	45,0%	5,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	38,7%	58,4%	2,9%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	41,0%	56,2%	2,9%
	viac ako 100 000 Eur	42,2%	54,1%	3,8%
	minulý rok som nepodnikal/a	25,0%	75,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	38,7%	57,8%	3,5%
	prevažne slovenskí	40,4%	56,9%	2,7%
	prevažne zahraniční	48,2%	49,4%	2,4%
	výlučne zahraniční	41,7%	50,0%	8,3%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	34,9%	62,2%	2,9%
	6 – 10%	42,4%	54,4%	3,2%
	11 – 20%	38,1%	57,8%	4,1%
	21% - 40%	39,9%	56,2%	3,9%
	41% a viac	48,1%	50,0%	1,9%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	36,3%	59,8%	3,9%
	3 5 rokov	45,3%	52,8%	1,9%
	5 10 rokov	43,5%	53,6%	2,9%
	viac ako 10 rokov	38,2%	58,8%	2,9%
Pohlavie	Muž	40,4%	56,4%	3,2%
	Žena	40,1%	56,9%	3,1%
Vek	18 24 rokov	37,1%	60,0%	2,9%
	25 29 rokov	39,7%	56,7%	3,6%
	30 34 rokov	41,4%	58,6%	0,0%
	35 39 rokov	42,2%	55,2%	2,5%

Medzi oslovenými mladými podnikateľmi, čo sa zaoberajú kybernetickou bezpečnosťou, 82,3% používa antivírus. Takmer tri štvrtiny podnikateľov pravidelne zálohuje (73,2%). Dve tretiny používajú zabezpečený prístup do svojich systémov (66,8%). 60,4% podnikateľov zabezpečuje údaje šifrovaním. Viac ako polovica podnikateľov zvyšuje znalosti svojich zamestnancov v oblasti

kybernetickej bezpečnosti (51,5%). Takmer polovica pravidelne kontroluje nástroje na vzdialený prístup (49,4%). 23,1% vykonáva audity kybernetickej bezpečnosti. Približne pätina má vypracované plány na zvládnutie krízových situácií (20,6%). 4,9% podnikateľov má iné opatrenia. Najčastejším iným opatrením je využívanie externistov.

Graf č.41: Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík

Aké opatrenia robíte vo Vašej firme aby ste eliminovali kybernetické riziká?



N=407 respondentov, ktorí sa zaoberajú kybernetickou bezpečnosťou aj keď to legislatíva neprikazuje

Najčastejšie používajú antivírus mladí podnikatelia bez zamestnancov (87,7%), v sektore priemysel (86,2%), z Trnavského kraja (94,1%), s obratom menej ako 50 000 Eur a podnikajúci 3 až 5 rokov (91,7%). Pravidelne zálohujú údaje najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (78,0%), hlavne v sektore priemysel (86,2%), najmä z Košického kraja (83,7%), s obratom viac ako 100 000 Eur (76,9%), vo veku 18 až 24 rokov (76,9%). Zabezpečený prístup používajú najmä podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (72,0%), v sektore doprava, informácie (78,7%), z Bratislavského kraja (72,1%), s obchodnou maržou od 21% do 40% (77,8%), vo veku 18 až 24 rokov (76,9%).

Údaje zabezpečujú šifrovaním predovšetkým mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (76,0%), so sektora ostatné služby (71,4%), z Trnavského kraja (70,6%), s obratom viac ako 100 000 Eur (66,7%), majúci prevažne zahraničných zákazníkov (70,0%) a podnikajúci 10 a viac rokov (64,1%). Znalosti v oblasti kybernetickej bezpečnosti zvyšujú predovšetkým mladí zamestnávatelia s viac ako

10 ľuďmi (56,0%), v sektore doprava, informácie (63,8%), z Trnavského (55,9%), resp. Prešovského (55,8%) kraja, s obratom viac ako 100 000 Eur (57,1%), vo veku 30 až 34 rokov (58,3%).

Tab. č.11a : Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík

Riadkové %	Kategória	používame antivírus	pravidelne zálohujeme	používame zabezpečený prístup do našich systémov	údaje zabezpečujeme šifrovaním	zvyšujeme znalosti svojich zamestnancov v oblasti kybernetickej bezpečnosti
Celková vzorka	**407 respondentov**	**82,3%**	**73,2%**	**66,8%**	**60,4%**	**51,1%**
Počet zamestnancov	žiadni	87,7%	74,0%	64,4%	60,3%	43,8%
	1 až 9 zamestnancov	81,7%	72,2%	66,5%	57,7%	52,1%
	10 a viac zamestnancov	78,0%	78,0%	72,0%	76,0%	56,0%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	72,7%	54,5%	36,4%	63,6%	54,5%
	priemysel	86,2%	86,2%	65,5%	69,0%	48,3%
	stavebníctvo	79,2%	45,8%	62,5%	50,0%	33,3%
	obchod	85,8%	82,1%	67,9%	63,2%	51,9%
	ubytovanie a stravovanie	76,9%	69,2%	65,4%	50,0%	42,3%
	doprava, informácie	78,7%	63,8%	78,7%	61,7%	63,8%
	obchodné služby	81,4%	72,1%	65,9%	56,6%	51,9%
	ostatné služby	85,7%	80,0%	65,7%	71,4%	48,6%
Sídlo	Bratislavský kraj	84,3%	76,4%	72,1%	67,9%	53,6%
	Trnavský kraj	94,1%	79,4%	64,7%	70,6%	55,9%
	Trenčiansky kraj	82,1%	78,6%	71,4%	57,1%	53,6%
	Nitriansky kraj	79,3%	65,5%	62,1%	51,7%	55,2%
	Žilinský kraj	80,7%	68,4%	63,2%	43,9%	40,4%
	Banskobystrický kraj	81,8%	72,7%	60,6%	57,6%	42,4%
	Prešovský kraj	69,8%	55,8%	58,1%	58,1%	55,8%
	Košický kraj	83,7%	83,7%	69,8%	62,8%	51,2%
Právna forma	Živnostník	100,0%	76,2%	61,9%	42,9%	23,8%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	81,4%	73,7%	67,0%	61,7%	52,9%
	Iné	80,0%	50,0%	70,0%	50,0%	40,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	86,5%	70,6%	64,4%	57,7%	47,2%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	81,4%	72,1%	67,4%	55,8%	48,8%
	viac ako 100 000 Eur	78,8%	76,9%	69,2%	66,7%	57,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	50,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	86,1%	73,5%	66,3%	53,0%	52,4%
	prevažne slovenskí	81,7%	72,3%	67,0%	65,4%	51,3%
	prevažne zahraniční	77,5%	77,5%	72,5%	70,0%	45,0%
	výlučne zahraničí	50,0%	70,0%	50,0%	50,0%	50,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	80,0%	71,7%	60,0%	51,7%	45,0%
	6 – 10%	83,6%	73,1%	62,7%	50,7%	52,2%
	11 – 20%	78,4%	70,6%	64,7%	57,8%	44,1%
	21% - 40%	87,7%	75,3%	77,8%	66,7%	59,3%
	41% a viac	80,3%	80,3%	71,1%	71,1%	55,3%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	83,8%	73,9%	59,5%	55,0%	47,7%
	3 5 rokov	91,7%	79,2%	79,2%	54,2%	58,3%
	5 10 rokov	82,0%	74,7%	69,1%	62,9%	52,1%
	viac ako 10 rokov	78,2%	66,7%	67,9%	64,1%	51,3%
Pohlavie	Muž	80,1%	71,5%	66,2%	62,3%	51,7%
	Žena	88,6%	78,1%	68,6%	55,2%	49,5%
Vek	18 24 rokov	84,6%	76,9%	76,9%	61,5%	53,8%
	25 29 rokov	81,1%	73,2%	67,2%	58,5%	49,8%
	30 34 rokov	100,0%	58,3%	66,7%	66,7%	58,3%
	35 39 rokov	82,9%	74,4%	65,0%	64,1%	53,0%

Tab. č.11b : Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík

Riadkové %	Kategória	pravidelne kontrolujeme všetky nástroje na vzdialený prístup	vykonávame audity kybernetickej bezpečnosti	máme vypracované plány na zvládanie krízových situácií	iné opatrenia	neviem odpovedať
Celková vzorka	**407 respondentov**	**49,4%**	**23,1%**	**20,6%**	**4,9%**	**0,7%**
Počet zamestnancov	žiadni	53,4%	24,7%	23,3%	6,8%	0,0%
	1 až 9 zamestnancov	47,9%	20,4%	17,3%	5,3%	1,1%
	10 a viac zamestnancov	52,0%	36,0%	36,0%	0,0%	0,0%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	45,5%	36,4%	18,2%	0,0%	0,0%
	priemysel	62,1%	10,3%	13,8%	0,0%	0,0%
	stavebníctvo	33,3%	8,3%	12,5%	8,3%	0,0%
	obchod	53,8%	21,7%	24,5%	5,7%	1,9%
	ubytovanie a stravovanie	46,2%	15,4%	7,7%	7,7%	0,0%
	doprava, informácie	46,8%	27,7%	21,3%	0,0%	2,1%
	obchodné služby	46,5%	28,7%	27,1%	6,2%	0,0%
	ostatné služby	54,3%	22,9%	5,7%	5,7%	0,0%
Sídlo	Bratislavský kraj	47,9%	25,7%	23,6%	3,6%	0,0%
	Trnavský kraj	64,7%	35,3%	29,4%	8,8%	0,0%
	Trenčiansky kraj	46,4%	32,1%	21,4%	3,6%	7,1%
	Nitriansky kraj	51,7%	6,9%	17,2%	6,9%	3,4%
	Žilinský kraj	45,6%	14,0%	19,3%	7,0%	0,0%
	Banskobystrický kraj	51,5%	27,3%	12,1%	3,0%	0,0%
	Prešovský kraj	51,2%	20,9%	11,6%	2,3%	0,0%
	Košický kraj	44,2%	20,9%	23,3%	7,0%	0,0%
Právna forma	Živnostník	23,8%	19,0%	19,0%	4,8%	0,0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	50,8%	23,1%	20,7%	5,1%	0,8%
	Iné	50,0%	30,0%	20,0%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	49,1%	16,6%	14,7%	3,1%	0,0%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	48,8%	26,7%	20,9%	7,0%	2,3%
	viac ako 100 000 Eur	50,6%	28,2%	26,9%	5,8%	0,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	47,0%	18,7%	17,5%	4,2%	0,6%
	prevažne slovenskí	51,8%	24,6%	20,9%	5,2%	0,5%
	prevažne zahraniční	52,5%	35,0%	32,5%	2,5%	2,5%
	výlučne zahraniční	30,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	55,0%	20,0%	15,0%	3,3%	0,0%
	6 – 10%	32,8%	25,4%	19,4%	4,5%	1,5%
	11 – 20%	46,1%	11,8%	17,6%	11,8%	1,0%
	21% - 40%	56,8%	27,2%	29,6%	1,2%	0,0%
	41% a viac	55,3%	30,3%	19,7%	2,6%	1,3%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	46,8%	14,4%	18,9%	3,6%	0,0%
	3 5 rokov	33,3%	33,3%	20,8%	4,2%	0,0%
	5 10 rokov	54,1%	28,9%	21,6%	4,1%	1,5%
	viac ako 10 rokov	46,2%	17,9%	20,5%	9,0%	0,0%
Pohlavie	Muž	50,3%	24,5%	20,9%	5,3%	1,0%
	Žena	46,7%	19,0%	20,0%	3,8%	0,0%
Vek	18 24 rokov	61,5%	38,5%	23,1%	7,7%	0,0%
	25 29 rokov	49,1%	21,1%	21,5%	4,2%	1,1%
	30 34 rokov	50,0%	58,3%	25,0%	0,0%	0,0%
	35 39 rokov	48,7%	22,2%	17,9%	6,8%	0,0%

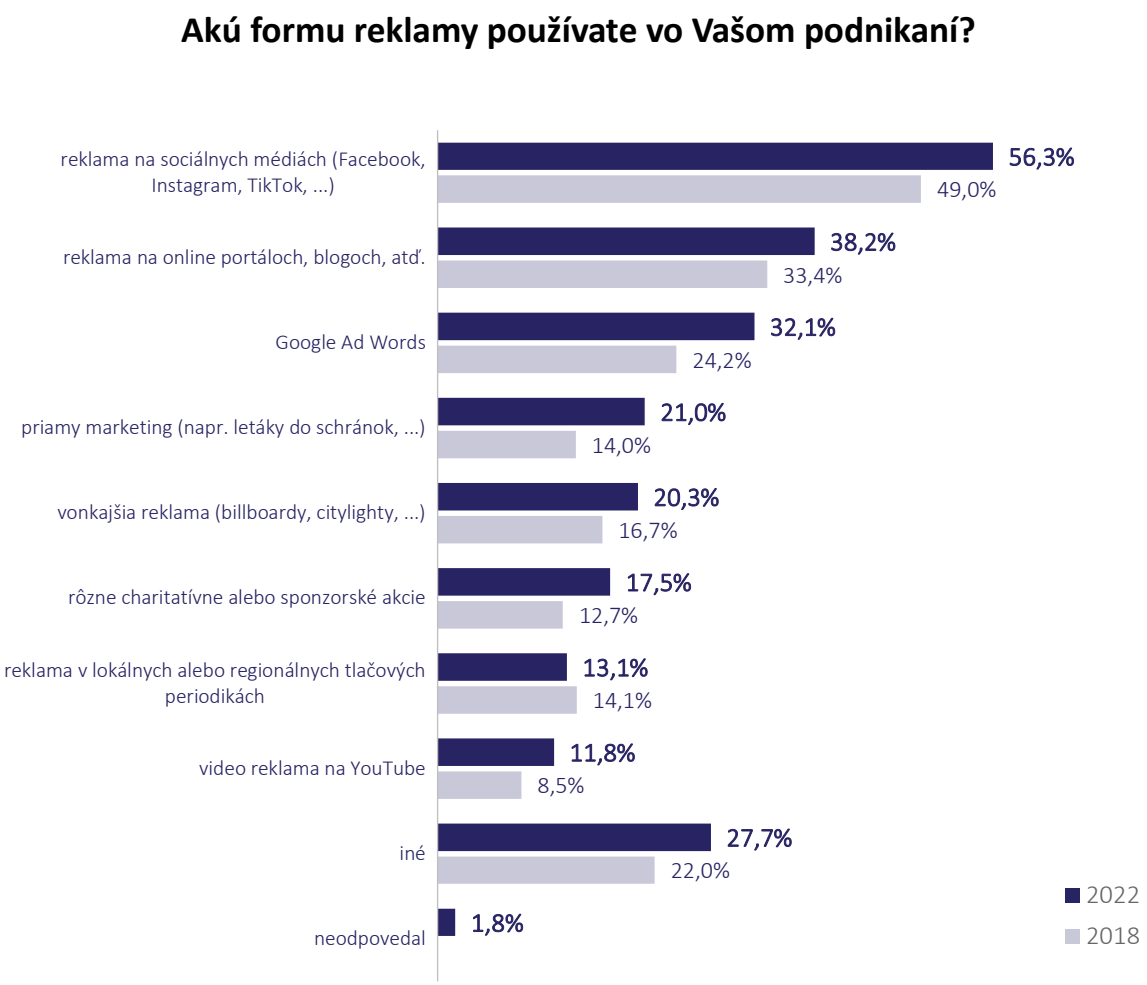
6. Hodnotenie prístupu k marketingovým činnostiam

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 viac ako polovica respondentov (56,3%). 38,2% 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 takmer tretina (32,1%) podnikateľov. Až po vyššie uvedených online formách reklamy nasledujú tradičnejšie formy ako priamy marketing (napr. letáky do schránok) (21,0%) a vonkajšia reklama v podobe billboardov, citylightov (20,3%). Rôzne charitatívne alebo sponzorské akcie preferuje ako formu reklamy 17,5% oslovených podnikateľov.

Reklamu v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách využíva 13,1% mladých podnikateľov. Len 11,8% mladých podnikateľov využíva vo svojom podnikaní video reklamu na YouTube. Iné formy reklamy používa 27,7% respondentov, najmä bez zamestnancov (35,0%), predovšetkým v sektore doprava, informácie (37,8%) a stavebníctvo (33,6%), hlavne z Bratislavského kraja (31,3%).

V porovnaní s výsledkami prieskumu v roku 2018 sa zvýšilo využívanie všetkých foriem reklamy s výnimkou reklamy v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách, ktorej využívanie sa naopak mierne znížilo. Najviac sa zvýšilo využívanie Google Ad Words, reklamy na sociálnych médiách a priameho marketingu. Naopak, najmenej sa zvýšilo využívanie video reklamy na YouTube a vonkajšej reklamy. Z hľadiska popularity zisťovaných foriem reklamy sa zvýšila popularita priameho marketingu na úkor vonkajšej reklamy a hlavne reklamy v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách. Na úkor reklamy v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách sa zvýšila aj popularita charitatívnych alebo sponzorských akcií.

Graf č.42: Forma reklamy používaná v podnikaní



N=1009 respondentov

Reklamu v sociálnych médiách, ktorú celkovo používa 56,3% respondentov, preferujú viac zástupcovia firiem pôsobiaci v pôdohospodárstve (67,6%) a ostatných službách (63,4%), mladí podnikatelia z Nitrianskeho (69,0%) a Košického kraja (60,8%), firmy s prevažne slovenskými zákazníkmi (58,6%), ženy (63,4%), mladší respondenti vo veku 25 až 29 rokov (59,1%) a podnikatelia, ktorí podnikajú menej ako 3 roky (63,1%), resp. 3 až 5 rokov (58,5%).

Reklamu umiestnenú na rôznych online portáloch a blogoch, s podielom 38,2%, častejšie uprednostňujú firmy s 10 a viac zamestnancami (51,8%), mladí podnikatelia, podnikajúci v pôdohospodárstve (44,1%), respondenti s prevahou slovenských zákazníkov (41,9%), podnikatelia pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou v intervale 21% až 40% (42,9%), respondenti v najnižšej vekovej kategórii 18 až 24 rokov (62,9%) a mladí podnikatelia podnikajúci od troch do piatich rokov (43,4%).

Reklamu prostredníctvom služby Google AdWords, ktorú vo svojom podnikaní používa 32,1% oslovených respondentov, preferujú najmä oslovení z odvetvia obchodu (36,5%), respondenti z Trnavského kraja (40,9%), predstavitelia spoločností s ručením obmedzeným (32,9%), zástupcovia firiem s ročnými tržbami viac ako 100 000 Eur (39,5%), mladí podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (37,0%), reprezentanti firiem s vyššou obchodnou prirážkou v rozpätí 21% až 40% (37,4%) a podnikatelia podnikajúci dlhšie ako 10 rokov (34,3%).

Priamy marketing (21,0%), 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 (21,9%), firmy vykonávajúce svoju hlavnú činnosť podnikania v pôdohospodárstve (29,4%) a v ubytovaní a stravovaní (27,5%) a zástupcovia podnikateľských subjektov so sídlom na území Nitrianskeho kraja (27,0%).

Vonkajšia reklama, s podielom 20,3%, predstavuje piatu najpoužívanejšiu formu reklamy v podnikaní mladých podnikateľov. Častejšie používanie tejto formy reklamy sa preukázalo hlavne v prípade firiem s počtom zamestnancov 10 a viac (34,2%), u respondentov pôsobiacich v odvetví ubytovanie a stravovanie (25,5%), v skupine podnikateľov so sídlom na území Košického kraja (28,9%), u mladých podnikateľov, ktorí ešte v minulom roku nepodnikali (37,5%) a v prípade najmladšej vekovej skupiny respondentov vo veku 18 až 24 rokov (31,4%).

Rôzne charitatívne a sponzorské akcie ako formu reklamy vo svojom podnikaní vo väčšej miere uprednostňujú hlavne mladí podnikatelia s počtom zamestnancov 10 a viac (27,2%), podnikajúci v ubytovaní a stravovaní (25,5%) zástupcovia firiem so sídlom v Nitrianskom kraji (22,0%), firmy s ročnými tržbami nad úrovňou 100 000 Eur (23,5%), oslovení podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (21,4%) a respondenti vo veku 35 až 39 rokov (19,9%).

Printová reklama v lokálnych alebo regionálnych periodikách patrí s podielom 13,1% 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 (19,3%), podnikatelia podnikajúci v obchode (18,0%), oslovení z Nitrianskeho kraja (16,0%) a respondenti, ktorí ešte v minulom roku nevykonávali podnikateľskú činnosť (50,0%).

Používanie video reklamy na YouTube v podnikaní mladých podnikateľov s podielom 11,8% je najmenej využívaním formátom reklamy, najviac je využívaná podnikateľmi s počtom zamestnancov 10 a viac (17,5%), podnikajúcimi v pôdohospodárstve (14,7%), z Nitrianskeho kraja (15,0%), firmy z ročnými tržbami viac ako 100 000 Eur (15,4%), oslovení podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (14,8%) a respondenti vo veku 18 až 24 rokov (14,3%).

Tab. č.12a : Forma reklamy používaná v podnikaní

Riadkové %	Kategória	reklama na sociálnych médiách (Facebook, Instagram, TikTok, ...)	reklama na online portáloch, blogoch, atď.	Google Ad Words	priamy marketing (napr. letáky do schránok, ...)	vonkajšia reklama (billboardy, citylighty, ...)
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**56,3%**	**38,2%**	**32,1%**	**21,0%**	**20,3%**
Počet zamestnancov	žiadni	50,9%	32,7%	25,9%	14,5%	13,2%
	1 až 9 zamestnancov	56,4%	37,6%	32,6%	23,0%	20,3%
	10 a viac zamestnancov	65,8%	51,8%	41,2%	21,9%	34,2%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	67,6%	44,1%	32,4%	29,4%	20,6%
	priemysel	53,6%	41,7%	35,7%	22,6%	17,9%
	stavebníctvo	42,6%	33,6%	26,2%	12,3%	18,9%
	obchod	61,3%	36,1%	36,5%	20,3%	20,3%
	ubytovanie a stravovanie	58,8%	43,1%	31,4%	27,5%	25,5%
	doprava, informácie	42,9%	30,3%	21,0%	21,0%	19,3%
	obchodné služby	60,6%	41,8%	33,5%	21,9%	21,1%
	ostatné služby	63,4%	42,7%	35,4%	24,4%	20,7%
Sídlo	Bratislavský kraj	50,7%	39,0%	34,7%	21,0%	17,0%
	Trnavský kraj	60,2%	33,0%	40,9%	17,0%	26,1%
	Trenčiansky kraj	55,6%	45,7%	28,4%	23,5%	17,3%
	Nitriansky kraj	69,0%	42,0%	38,0%	27,0%	24,0%
	Žilinský kraj	50,8%	36,2%	28,5%	22,3%	22,3%
	Banskobystrický kraj	58,1%	32,4%	27,6%	14,3%	19,0%
	Prešovský kraj	58,3%	37,0%	25,0%	21,3%	14,8%
	Košický kraj	60,8%	40,2%	30,9%	21,6%	28,9%
Právna forma	Živnostník	59,5%	53,2%	24,1%	17,7%	21,5%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	55,8%	37,1%	32,9%	21,4%	20,1%
	Iné	65,0%	25,0%	30,0%	15,0%	25,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	56,8%	35,6%	28,3%	21,1%	18,5%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	54,8%	34,3%	26,7%	17,6%	17,1%
	viac ako 100 000 Eur	56,2%	42,7%	39,5%	22,4%	23,8%
	minulý rok som nepodnikal/a	75,0%	62,5%	37,5%	37,5%	37,5%
Zákazníci	výlučne slovenskí	57,6%	35,4%	29,1%	19,1%	17,2%
	prevažne slovenskí	58,6%	41,9%	37,0%	22,6%	25,2%
	prevažne zahraniční	42,2%	31,3%	24,1%	21,7%	13,3%
	výlučne zahraniční	37,5%	37,5%	16,7%	20,8%	4,2%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	55,2%	39,0%	27,3%	20,9%	26,7%
	6 – 10%	47,5%	34,8%	29,1%	17,7%	18,4%
	11 – 20%	56,7%	37,3%	31,3%	18,7%	21,3%
	21% - 40%	69,0%	42,9%	37,4%	27,6%	20,2%
	41% a viac	52,5%	35,4%	35,4%	20,3%	16,5%
DĺŽka podnikania	menej ako 3 roky	63,1%	41,5%	28,4%	22,2%	20,6%
	3 5 rokov	58,5%	43,4%	30,2%	18,9%	17,0%
	5 10 rokov	53,4%	35,0%	33,9%	21,7%	18,6%
	viac ako 10 rokov	52,0%	38,7%	34,3%	18,1%	24,5%
Pohlavie	Muž	53,8%	38,3%	34,7%	21,3%	19,7%
	Žena	63,4%	37,8%	24,8%	20,2%	22,1%
Vek	18 24 rokov	54,3%	62,9%	25,7%	28,6%	31,4%
	25 29 rokov	59,1%	38,3%	31,6%	21,9%	19,9%
	30 34 rokov	58,6%	31,0%	37,9%	10,3%	13,8%
	35 39 rokov	49,5%	35,4%	33,6%	19,1%	20,6%

Tab. č.12b : Forma reklamy používaná v podnikaní

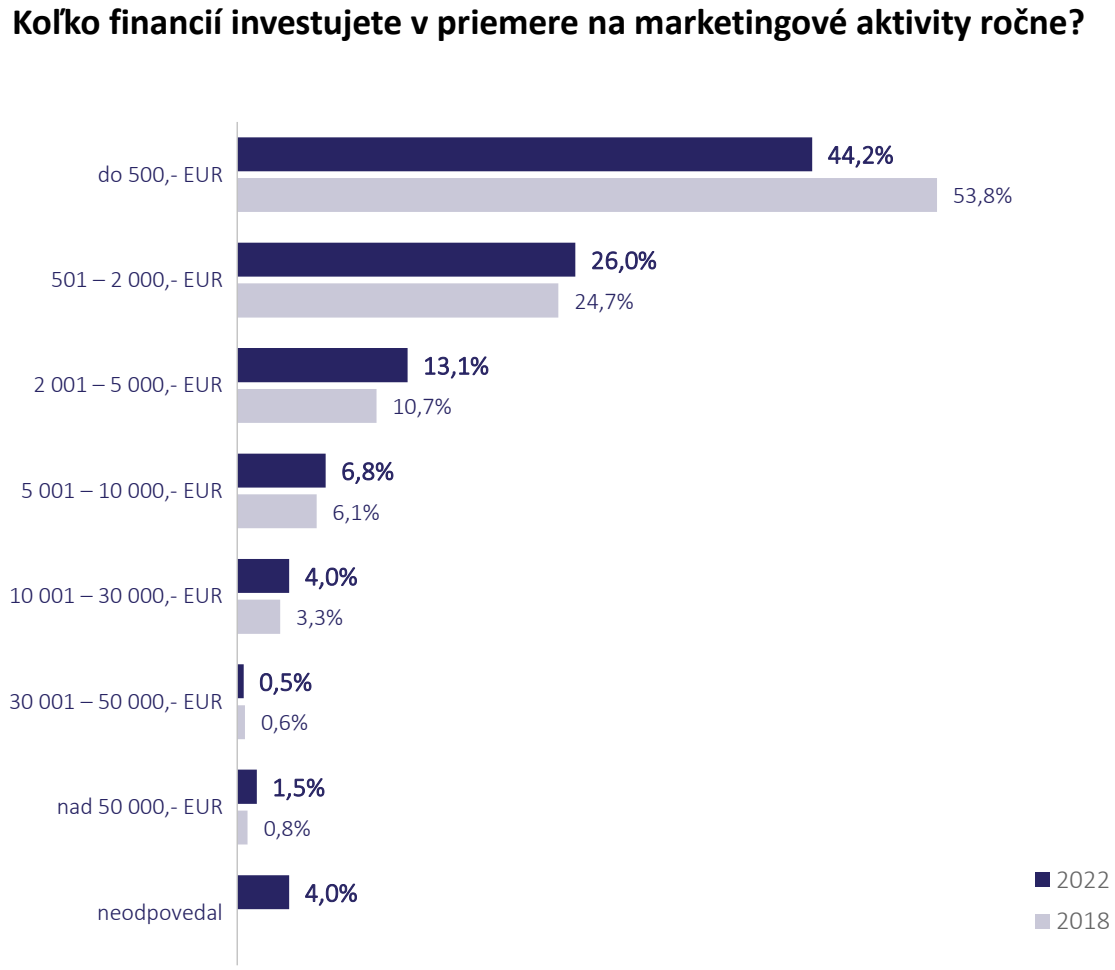
Riadkové %	Kategória	rôzne charitatívne alebo sponzorské akcie	reklama v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách	video reklama na YouTube	iné	neodpovedal
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**17,5%**	**13,1%**	**11,8%**	**27,7%**	**1,8%**
Počet zamestnancov	žiadni	10,9%	11,8%	8,2%	35,0%	4,1%
	1 až 9 zamestnancov	18,1%	12,4%	12,0%	26,8%	1,2%
	10 a viac zamestnancov	27,2%	19,3%	17,5%	18,4%	0,9%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	17,6%	8,8%	14,7%	14,7%	0,0%
	priemysel	16,7%	10,7%	11,9%	23,8%	1,2%
	stavebníctvo	16,4%	10,7%	7,4%	33,6%	5,7%
	obchod	19,9%	18,0%	13,5%	25,6%	0,8%
	ubytovanie a stravovanie	25,5%	13,7%	7,8%	29,4%	0,0%
	doprava, informácie	10,1%	10,1%	10,9%	37,8%	1,7%
	obchodné služby	17,9%	12,7%	12,7%	24,3%	2,0%
	ostatné služby	17,1%	9,8%	12,2%	29,3%	1,2%
Sídlo	Bratislavský kraj	16,3%	10,7%	13,7%	31,3%	1,7%
	Trnavský kraj	20,5%	15,9%	11,4%	25,0%	0,0%
	Trenčiansky kraj	21,0%	12,3%	9,9%	25,9%	2,5%
	Nitriansky kraj	22,0%	16,0%	15,0%	24,0%	1,0%
	Žilinský kraj	20,8%	13,8%	12,3%	22,3%	3,1%
	Banskobystrický kraj	9,5%	14,3%	6,7%	29,5%	1,9%
	Prešovský kraj	15,7%	13,0%	12,0%	28,7%	0,9%
	Košický kraj	17,5%	13,4%	9,3%	27,8%	3,1%
Právna forma	Živnostník	15,2%	25,3%	8,9%	19,0%	2,5%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	17,8%	11,9%	11,9%	28,6%	1,8%
	Iné	15,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	12,8%	12,6%	8,6%	27,8%	2,1%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	16,7%	13,8%	11,9%	32,9%	1,4%
	viac ako 100 000 Eur	23,5%	12,4%	15,4%	25,1%	1,4%
	minulý rok som nepodnikal/a	12,5%	50,0%	12,5%	0,0%	12,5%
Zákazníci	výlučne slovenskí	14,7%	14,2%	9,6%	28,0%	3,0%
	prevažne slovenskí	21,4%	13,7%	14,8%	25,6%	0,8%
	prevažne zahraniční	12,0%	6,0%	9,6%	32,5%	1,2%
	výlučne zahraniční	12,5%	4,2%	0,0%	45,8%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	13,4%	16,3%	8,1%	26,2%	1,2%
	6 – 10%	14,6%	16,5%	8,9%	29,7%	0,0%
	11 – 20%	16,8%	13,8%	11,6%	27,2%	2,2%
	21% - 40%	23,2%	13,3%	14,8%	22,7%	1,0%
	41% a viac	20,3%	8,2%	14,6%	33,5%	1,3%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	16,0%	14,7%	9,8%	24,2%	2,3%
	3 5 rokov	15,1%	15,1%	13,2%	20,8%	0,0%
	5 10 rokov	17,0%	11,7%	11,0%	30,0%	2,2%
	viac ako 10 rokov	21,6%	13,2%	16,2%	29,4%	0,5%
Pohlavie	Muž	18,1%	11,9%	11,8%	29,0%	1,7%
	Žena	16,0%	16,4%	11,8%	23,7%	1,9%
Vek	18 24 rokov	14,3%	20,0%	14,3%	17,1%	0,0%
	25 29 rokov	16,9%	12,4%	11,2%	26,5%	2,4%
	30 34 rokov	13,8%	13,8%	6,9%	34,5%	0,0%
	35 39 rokov	19,9%	13,7%	13,4%	31,0%	0,7%

Do marketingových aktivít mladí podnikatelia ročne investujú prevažne nižšie finančné prostriedky. Necelá polovica (44,2%) 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 viac ako štvrtina respondentov (26,0%) v prieskume uviedla, že ich investície do marketingu predstavujú 501 až 2 000 Eur ročne. Početnosť mladých podnikateľov prakticky ďalej klesá s narastajúcou výškou investície do marketingu. 13,1% respondentov deklarovalo, že ročné investície na marketingové aktivity firmy sú vo výške 2 001 až 5000 Eur. Ďalších 6,8% oslovených podnikateľov investovalo do aktivít spojených s marketingom svojej firmy 5 001 až 10 000 Eur ročne. Od 10 001 až 50 000 Eur ročne investovalo iba 4,5% mladích podnikateľov. Väčšie finančné prostriedky (viac ako 50 000 Eur ročne) investovalo len 1,5% mladých podnikateľov.

V porovnaní s prieskumom v roku 2018 sa výška investícií na marketingové aktivity zvýšila vo všetkých kategóriách, klesla iba v najnižšej výške do 500 Eur ročne, a to o 9,6 percentuálneho bodu a tiež klesla, resp. zostala rovnaká v kategórii 30 000 – 50 000 Eur.

Graf č.43: Výška finančných prostriedkov investovaných do marketingových aktivít ročne



N=1009 respondentov

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 (60,0%), firmy vykonávajúce hlavnú činnosť podnikania v pôdohospodárstve (52,9%) a stavebníctve (47,5%), živnostníci (64,4%), mladí podnikatelia s ročnými tržbami pod hranicou 50 000 Eur (60,1%), oslovení podnikatelia s výlučne slovenskými zákazníkmi (52,0%), podnikateľské

subjekty pracujúce s nízkou priemernou obchodnou prirážkou od 6 do 10 % (53,2%), resp. do 5% (51,2%) a respondenti vo veku 30 až 34 rokov (55,2%).

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 ubytovanie a stravovanie (29,4%) a ostatné služby (29,3%) a zástupcovia firiem, ktoré pracujú s priemernou obchodnou prirážkou na úrovni 11 až 20 % (30,6%).

Finančné prostriedky medzi 2 001 – 5 000 Eur ročne investuje do marketingu svojej firmy celkovo 13,1% oslovených mladých podnikateľov. Z výsledkov zároveň vyplýva, že uvedená výška investície je častejšia najmä v prípade mladých podnikateľov zamestnávajúcich 10 a viac zamestnancov (22,8%), firiem podnikajúcich v obchode (14,7%) a obchodných službách (14,3%), resp. v priemysle (14,3%), u respondentov so sídlom firmy v Nitrianskom kraji (17,0%), podnikateľov s ročnými tržbami nad 100 000 Eur (19,2%), firiem s prevahou zákazníkov zo zahraničia (18,1%), zástupcov mladých podnikateľov pracujúcich s priemernou obchodnou prirážkou 11-20 % (15,3%) a respondentov vo veku 25 až 29 rokov (14,7%).

Rozpočet na reklamu vo výške 5001 až 10 000 Eur majú najmä podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (11,4%), podnikajúci hlavne v priemysle (10,7%), hlavne z Košického kraja (10,3%), s obratom viac ako 100 000 Eur (11,6%), obsluhujúci výlučne zahraničných zákazníkov (12,5%). Väčší rozpočet na reklamu vo výške 10 001 až 30 000 Eur majú najmä mladí podnikatelia v sektore obchod (7,5%), hlavne z Trenčianskeho kraja (6,2%), predovšetkým s obratom nad 100 000 Eur (9,7%), podnikajúci najmä 10 a viac rokov (7,4%).

Mladí podnikatelia, ktorí investovali finančné prostriedky nad 30 001 Eur, resp. nad 50 000 Eur, neboli z hľadiska investícií do reklamy z dôvodu nízkej početnosti respondentov hodnotení.

Tab. č.13 : Výška finančných prostriedkov investovaných do marketingových aktivít ročne

Riadkové %	Kategória	do 500,- EUR	501 – 2 000,- EUR	2 001 – 5 000,- EUR	5 001 – 10 000,- EUR	10 001 – 30 000,- EUR	30 001 – 50 000,- EUR	nad 50 000,- EUR	neodpovedal
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**44,2%**	**26,0%**	**13,1%**	**6,8%**	**4,0%**	**0,5%**	**1,5%**	**4,0%**
Počet zamestnancov	žiadni	60,0%	22,3%	6,4%	1,8%	1,8%	0,0%	0,0%	7,7%
	1 až 9 zamestnancov	43,6%	27,1%	13,6%	7,7%	3,4%	0,6%	0,9%	3,1%
	10 a viac zamestnancov	17,5%	26,3%	22,8%	11,4%	11,4%	0,9%	7,9%	1,8%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	52,9%	23,5%	11,8%	2,9%	0,0%	0,0%	5,9%	2,9%
	priemysel	41,7%	23,8%	14,3%	10,7%	6,0%	1,2%	0,0%	2,4%
	stavebníctvo	47,5%	24,6%	13,1%	5,7%	0,8%	0,8%	0,0%	7,4%
	obchod	38,7%	27,4%	14,7%	6,8%	7,5%	0,8%	2,3%	1,9%
	ubytovanie a stravovanie	47,1%	29,4%	9,8%	9,8%	3,9%	0,0%	0,0%	0,0%
	doprava, informácie	51,3%	23,5%	10,1%	6,7%	2,5%	0,0%	0,0%	5,9%
	obchodné služby	43,4%	25,5%	14,3%	7,2%	2,0%	0,4%	2,8%	4,4%
	ostatné služby	46,3%	29,3%	9,8%	3,7%	4,9%	0,0%	0,0%	6,1%
Sídlo	Bratislavský kraj	46,7%	20,3%	15,7%	6,0%	4,7%	0,7%	2,3%	3,7%
	Trnavský kraj	46,6%	25,0%	12,5%	9,1%	4,5%	1,1%	0,0%	1,1%
	Trenčiansky kraj	42,0%	23,5%	12,3%	7,4%	6,2%	0,0%	2,5%	6,2%
	Nitriansky kraj	41,0%	28,0%	17,0%	5,0%	5,0%	0,0%	1,0%	3,0%
	Žilinský kraj	42,3%	30,8%	11,5%	6,2%	3,8%	0,8%	0,8%	3,8%
	Banskobystrický kraj	46,7%	29,5%	12,4%	5,7%	1,0%	0,0%	1,0%	3,8%
	Prešovský kraj	47,2%	28,7%	7,4%	7,4%	2,8%	0,0%	2,8%	3,7%
	Košický kraj	36,1%	30,9%	11,3%	10,3%	3,1%	1,0%	0,0%	7,2%
Právna forma	Živnostník	64,6%	21,5%	10,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	42,7%	26,5%	13,3%	7,3%	4,2%	0,5%	1,5%	4,0%
	Iné	30,0%	20,0%	15,0%	15,0%	10,0%	0,0%	5,0%	5,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	60,1%	25,4%	6,9%	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	41,9%	31,4%	15,2%	4,8%	1,9%	0,0%	0,0%	4,8%
	viac ako 100 000 Eur	27,8%	22,7%	19,2%	11,6%	9,7%	1,4%	4,1%	3,5%
	minulý rok som nepodnikal/a	25,0%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Zákazníci	výlučne slovenskí	52,0%	24,5%	10,7%	4,9%	2,1%	0,5%	0,7%	4,7%
	prevažne slovenskí	38,1%	29,0%	14,2%	7,8%	5,9%	0,6%	1,7%	2,7%
	prevažne zahraniční	38,6%	20,5%	18,1%	9,6%	3,6%	0,0%	3,6%	6,0%
	výlučne zahraniční	45,8%	12,5%	16,7%	12,5%	0,0%	0,0%	4,2%	8,3%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	51,2%	25,0%	10,5%	8,1%	1,7%	0,0%	0,6%	2,9%
	6 – 10%	53,2%	20,3%	15,2%	5,1%	1,9%	0,6%	1,9%	1,9%
	11 – 20%	36,9%	30,6%	15,3%	6,0%	4,5%	1,1%	0,7%	4,9%
	21% - 40%	36,5%	27,1%	13,8%	9,4%	6,9%	0,5%	3,0%	3,0%
	41% a viac	50,0%	25,3%	10,8%	7,0%	4,4%	0,0%	1,3%	1,3%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	44,8%	30,7%	12,1%	4,6%	1,6%	0,3%	1,3%	4,6%
	3 5 rokov	52,8%	18,9%	17,0%	7,5%	0,0%	0,0%	3,8%	0,0%
	5 10 rokov	43,0%	24,9%	14,6%	6,7%	4,5%	0,7%	1,6%	4,0%
	viac ako 10 rokov	43,6%	23,0%	10,3%	10,3%	7,4%	0,5%	1,0%	3,9%
Pohlavie	Muž	40,4%	27,0%	13,9%	7,8%	4,7%	0,5%	1,7%	3,9%
	Žena	55,0%	22,9%	10,7%	4,2%	1,9%	0,4%	0,8%	4,2%
Vek	18 24 rokov	34,3%	37,1%	8,6%	11,4%	2,9%	0,0%	0,0%	5,7%
	25 29 rokov	42,7%	27,1%	14,7%	5,5%	3,7%	0,4%	1,8%	4,0%
	30 34 rokov	55,2%	34,5%	0,0%	6,9%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%
	35 39 rokov	48,0%	20,9%	11,2%	9,4%	4,7%	0,7%	1,1%	4,0%

Takmer štvrtina mladých podnikateľov (24,7%) má za hlavný predajný kanál online predaj. Pätina mladých podnikateľov (19,8%) považuje za hlavný predajný kanál kamennú predajňu. Viac

ako desatina (10,9%) využíva na predaj obchodné reťazce. Menej ako percento mladých podnikateľov predáva svoje produkty prostredníctvom obchodných reťazcov (0,8%).

Za iný predajný kanál podnikatelia najčastejšie uviedli priamy predaj (26,1%) a predaj na základe odporúčania/referencií (8,7%).

Graf č.44: Hlavný predajný kanál vo firme

N=1009 respondentov

U mladých podnikateľov, pre ktorých je hlavným predajným kanálom online predaj, sa jedná predovšetkým o subjekty bez zamestnancov (30,5%), podnikajúce najmä v obchode (28,2%), pochádzajúce hlavne z Banskobystrického kraja (26,7%), ktoré minulý rok nepodnikali (37,4%), obsluhujúce prevažne slovenských zákazníkov (29,4%). Mladí podnikatelia, ktorí majú kamennú predajňu, majú najmä 10 a viac zamestnancov (28,9%), podnikajú hlavne v sektore ubytovanie a stravovanie (31,4%), sú najmä z Banskobystrického kraja (26,7%), vo veku 35 až 39 rokov (22,4%), obsluhujú prevažne slovenských zákazníkov (23,3%), podnikajú prevažne viac ako 10 rokov (22,5%) a jedná sa hlavne o mladé ženy (27,1%).

Mladí podnikatelia využívajúci ako svoj predajný kanál obchodných zástupcov sú zastúpení skôr v segmente firiem s 10 a viac zamestnancami (15,8%), podnikajú hlavne v sektore priemysel (17,9%), z regionálneho hľadiska sú najmä z Košického kraja (18,6%), jedná sa predovšetkým o spoločnosti s ručením obmedzeným (11,1%), s obratom viac ako 100 000 Eur (14,1%), s maržou viac ako 41% (12,7%) a najmä vo veku 30 až 34 rokov (17,2%).

Predajný kanál cez obchodné reťazce (0,8%) kvôli nízkej početnosti respondentov nebol hodnotený. Až 41,1% mladých podnikateľov využíva iný predajný kanál, pričom sa jedná najmä o podnikateľov bez zamestnancov (42,3%), podnikajúcich v sektore stavebníctvo (57,4%), z Prešovského (48,1%), resp. Nitrianskeho (48,0%) kraja, s obratom menej ako 50 000 Eur (42,5%), podnikajúcich 5 až 10 rokov (44,2%), mužov (43,6%), vo veku 35-39 rokov (43,0%).

Tab. č.14 : Hlavný predajný kanál vo firme

Riadkové %	Kategória	online predaj	kamenná predajňa	využívame obchodných zástupcov	predaj cez obchodné reťazce	využívame iný predajný kanál	neodpovedal/nevie
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**24,7%**	**19,8%**	**10,9%**	**0,8%**	**41,1%**	**2,7%**
Počet zamestnancov	žiadni	30,5%	15,9%	6,8%	0,0%	42,3%	4,5%
	1 až 9 zamestnancov	24,0%	19,6%	11,4%	1,0%	41,8%	2,2%
	10 a viac zamestnancov	17,5%	28,9%	15,8%	0,9%	35,1%	1,8%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	17,6%	29,4%	8,8%	0,0%	44,1%	0,0%
	priemysel	26,2%	10,7%	17,9%	0,0%	42,9%	2,4%
	stavebníctvo	13,1%	11,5%	12,3%	1,6%	57,4%	4,1%
	obchod	28,2%	28,2%	10,9%	0,8%	31,2%	0,8%
	ubytovanie a stravovanie	25,5%	31,4%	3,9%	3,9%	31,4%	3,9%
	doprava, informácie	23,5%	7,6%	9,2%	0,8%	56,3%	2,5%
	obchodné služby	27,5%	18,7%	12,0%	0,4%	37,8%	3,6%
	ostatné služby	24,4%	24,4%	6,1%	0,0%	40,2%	4,9%
Sídlo	Bratislavský kraj	26,0%	18,3%	10,7%	0,3%	42,3%	2,3%
	Trnavský kraj	25,0%	17,0%	8,0%	2,3%	46,6%	1,1%
	Trenčiansky kraj	25,9%	25,9%	12,3%	0,0%	33,3%	2,5%
	Nitriansky kraj	24,0%	18,0%	8,0%	1,0%	48,0%	1,0%
	Žilinský kraj	24,6%	23,1%	13,8%	0,8%	34,6%	3,1%
	Banskobystrický kraj	26,7%	26,7%	6,7%	1,0%	33,3%	5,7%
	Prešovský kraj	21,3%	14,8%	9,3%	1,9%	48,1%	4,6%
	Košický kraj	21,6%	17,5%	18,6%	0,0%	41,2%	1,0%
Právna forma	Živnostník	25,3%	24,1%	10,1%	0,0%	38,0%	2,5%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	24,7%	19,3%	11,1%	0,9%	41,2%	2,7%
	Iné	20,0%	25,0%	5,0%	0,0%	50,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	26,1%	19,2%	8,1%	0,7%	42,5%	3,3%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	21,9%	23,3%	11,4%	1,0%	39,5%	2,9%
	viac ako 100 000 Eur	24,3%	18,4%	14,1%	0,8%	40,5%	1,9%
	minulý rok som nepodnikal/a	37,5%	25,0%	0,0%	0,0%	37,5%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	18,9%	20,3%	9,6%	0,5%	46,9%	4,0%
	prevažne slovenskí	29,4%	23,3%	10,1%	1,1%	34,0%	2,1%
	prevažne zahraničí	28,9%	2,4%	22,9%	0,0%	45,8%	0,0%
	výlučne zahraničí	20,8%	4,2%	8,3%	4,2%	62,5%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	24,4%	10,5%	11,6%	1,2%	47,1%	5,2%
	6 – 10%	25,9%	20,3%	9,5%	1,3%	41,8%	1,3%
	11 – 20%	23,5%	20,5%	10,8%	0,4%	41,8%	3,0%
	21% - 40%	26,6%	26,6%	11,8%	0,5%	33,5%	1,0%
	41% a viac	24,1%	20,9%	12,7%	0,6%	39,2%	2,5%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	25,2%	20,9%	11,1%	1,0%	38,6%	3,3%
	3 5 rokov	41,5%	9,4%	7,5%	0,0%	41,5%	0,0%
	5 10 rokov	22,9%	19,1%	10,1%	0,7%	44,2%	3,1%
	viac ako 10 rokov	23,5%	22,5%	13,2%	1,0%	38,2%	1,5%
Pohlavie	Muž	24,1%	17,3%	12,4%	0,7%	43,6%	1,9%
	Žena	26,3%	27,1%	6,5%	1,1%	34,0%	5,0%
Vek	18 24 rokov	37,1%	11,4%	11,4%	2,9%	34,3%	2,9%
	25 29 rokov	25,6%	19,5%	10,6%	0,7%	40,9%	2,7%
	30 34 rokov	31,0%	13,8%	17,2%	0,0%	37,9%	0,0%
	35 39 rokov	20,2%	22,4%	10,8%	0,7%	43,0%	2,9%

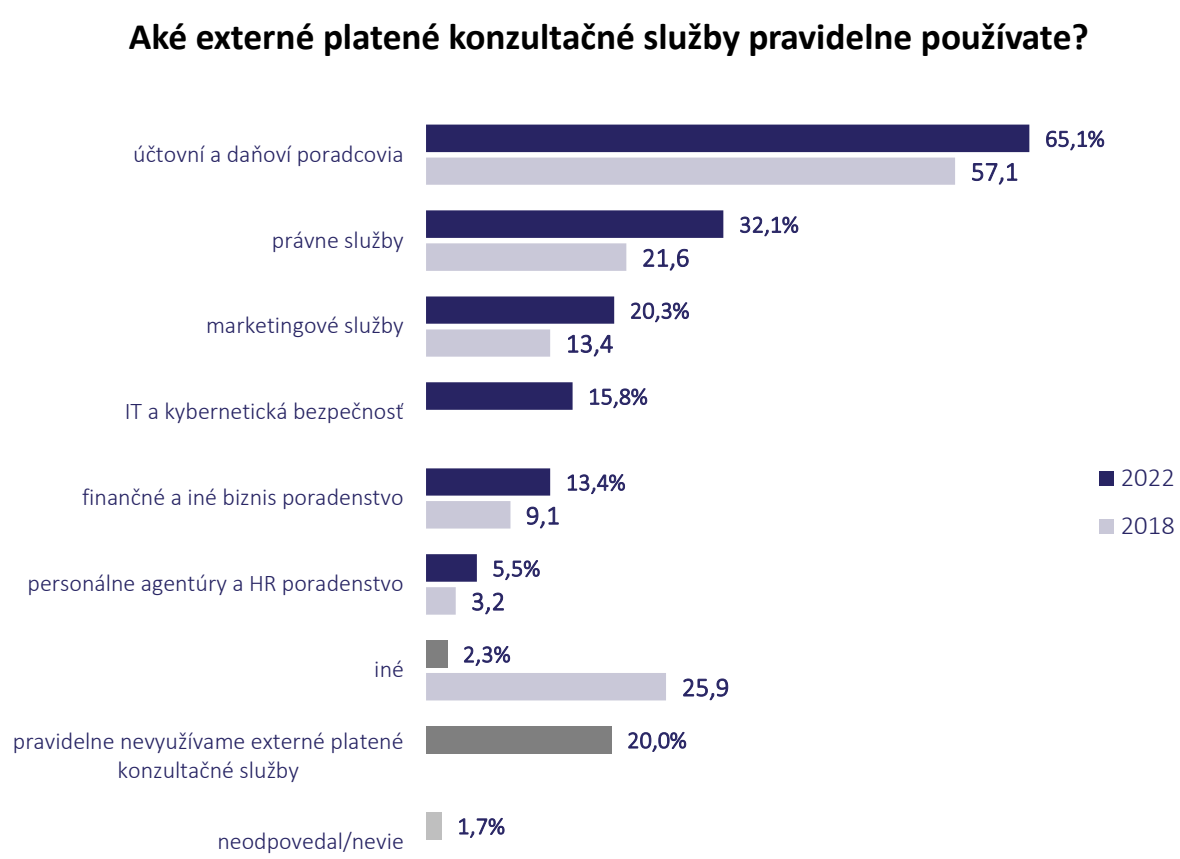
7. Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb

Z vybraných platených externých konzultačných služieb oslovení podnikatelia v najväčšej miere používajú služby účtovných a daňových poradcov (65,1% respondentov). Približne tretina (32,1%) mladých podnikateľov pravidelne používa externé právne služby. Služby marketingovej agentúry pravidelne využíva pätina (20,3%) zástupcov mladých podnikateľov. Služby IT a kybernetickej bezpečnosti využíva len 15,8% podnikateľov.

Za menej využívanú externú konzultačnú službu možno označiť finančné a iné biznis poradenstvo, ktoré pravidelne používa 13,4% oslovených respondentov. S podielom 5,5% je medzi mladými podnikateľmi najmenej používanou službou (spomedzi preddefinovaných) HR poradenstvo a služby personálnych agentúr. Pätina mladých podnikateľov nevyužíva žiadne platené externé konzultačné služby. Medzi iné externé služby, ktoré mladí podnikatelia uviedli (2,3%), boli najčastejšie služby BOZP.

V porovnaní s výsledkami prieskumu z roku 2018 sa zvýšilo používanie všetkých externých služieb, ktoré boli zisťované v oboch prieskumoch, t. j. služby účtovných a daňových poradcov, právnych služieb, marketingových služieb, služby finančného a iného biznis poradenstva a služby personálnych agentúr a HR poradenstva. Najviac sa zvýšilo využívanie právnych služieb, najmenej služieb personálnych agentúr a HR poradenstva. Z hľadiska popularity jednotlivých foriem externých platených konzultačných služieb nedošlo k žiadnym zmenám. V kategórii iné boli v prieskume v roku 2018 zaradené aj odpoveď „pravidelne nevyužívam žiadne externé platené konzultačné služby“.

Graf č.45: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby



N=1009 respondentov

Platené služby účtovných a daňových poradcov častejšie používajú firmy zamestnávajúce 1 až 9 zamestnancov (65,9%), oslovení z odvetvia pôdohospodárstva (79,4%), respondenti z Košického kraja (72,2%), podnikateľské subjekty, ktoré minulý rok nepodnikali (87,5%), podnikatelia pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou na úrovni 21 až 40 % (69,0%), muži (65,2%) a respondenti vo veku 30 až 34 rokov (72,4%).

Externé právne služby sú intenzívnejšie využívané hlavne v skupine podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (50,0%), ďalej u firiem z obchodných služieb (40,6%), u respondentov z Košického kraja (37,1%), u zástupcov inej právnej formy (40,0%), u podnikateľov s tržbami nad hranicou 100 000 Eur (43,0%), firiem s prevahou zahraničných zákazníkov (37,3%) a u mladých podnikateľov vo veku 30 až 34 rokov (34,5%).

Služby marketingových agentúr vo svojom podnikaní častejšie používajú mladí podnikatelia s počtom zamestnancov 10 a viac (28,9%), podnikatelia z obchodu (25,6%), firmy z Košického kraja (26,8%), oslovení, ktorí ešte počas minulého roka nepodnikali (37,5%) a mladšia veková skupina respondentov vo veku 18 až 24 rokov (28,6%).

Externé konzultačne služby v oblasti IT a kybernetickej bezpečnosti využívajú najmä firmy s viac ako 10 zamestnancami (25,4%), podnikajúce hlavne v ubytovaní a stravovaní (21,6%), resp. v obchodných službách (21,5%), najmä z Trenčianskeho kraja (19,8%), s obratom viac ako 100 000 Eur (20,3%), obsluhujúce prevažne zahraničných zákazníkov (20,5%), podnikajúce 10 a viac rokov (16,7%).

Externé konzultačné služby v oblasti finančného a iného biznis poradenstva sú, oproti celej vzorke, vyhľadávanejšie najmä u firiem zamestnávajúcich 10 a viac zamestnancov (17,5%), podnikateľov podnikajúcich v odvetví obchodné služby (19,5%) a respondentov z Trenčianskeho kraja (14,8%).

Služby personálnych agentúr a HR poradenstvo sú častejšie používané v prípade väčších firiem s počtom zamestnancov 10 a viac (14,0%) a u firiem s hlavnou činnosťou podnikania v odvetví stavebníctvo (9,0%) a obratom viac ako 100 000 Eur (8,1%).

Externé platené konzultačné služby nevyužíva pätina mladých živnostníkov (25,3%), ďalej predovšetkým mladí podnikatelia bez zamestnancov (24,1%), najmä v sektore ostatné služby (26,8%), predovšetkým z Prešovského kraja (25,0%), s obratom do 50 000 Eur (23,0%), podnikajúci viac ako 10 rokov (23,5%).

Tab. č.15a : Pravidelne používané externé platené konzultačné služby

Riadkové %	Kategória	účtovní a daňoví poradcovia	právne služby	marketingové služby	IT a kybernetická bezpečnosť	finančné a iné biznis poradenstvo
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**65,1%**	**32,1%**	**20,3%**	**15,8%**	**13,4%**
Počet zamestnancov	žiadni	64,5%	20,5%	14,5%	5,5%	7,3%
	1 až 9 zamestnancov	65,9%	32,9%	20,7%	17,5%	14,7%
	10 a viac zamestnancov	61,4%	50,0%	28,9%	25,4%	17,5%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	79,4%	23,5%	8,8%	2,9%	8,8%
	priemysel	72,6%	32,1%	20,2%	15,5%	8,3%
	stavebníctvo	57,4%	35,2%	18,9%	13,1%	12,3%
	obchod	65,8%	28,6%	25,6%	13,5%	10,2%
	ubytovanie a stravovanie	58,8%	23,5%	23,5%	21,6%	11,8%
	doprava, informácie	63,0%	26,9%	12,6%	11,8%	12,6%
	obchodné služby	68,1%	40,6%	19,5%	21,5%	19,5%
	ostatné služby	58,5%	29,3%	22,0%	17,1%	15,9%
Sídlo	Bratislavský kraj	64,3%	33,7%	18,3%	18,7%	12,7%
	Trnavský kraj	67,0%	36,4%	21,6%	18,2%	12,5%
	Trenčiansky kraj	70,4%	32,1%	17,3%	19,8%	14,8%
	Nitriansky kraj	69,0%	36,0%	23,0%	11,0%	14,0%
	Žilinský kraj	61,5%	30,0%	22,3%	10,8%	14,6%
	Banskobystrický kraj	65,7%	25,7%	16,2%	16,2%	10,5%
	Prešovský kraj	55,6%	25,0%	20,4%	13,9%	13,9%
	Košický kraj	72,2%	37,1%	26,8%	14,4%	15,5%
Právna forma	Živnostník	60,8%	16,5%	16,5%	11,4%	10,1%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	65,3%	33,3%	20,5%	15,9%	13,6%
	Iné	75,0%	40,0%	25,0%	25,0%	15,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	62,7%	23,3%	17,3%	11,6%	11,4%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	67,1%	31,0%	16,7%	16,7%	16,2%
	viac ako 100 000 Eur	66,2%	43,0%	25,4%	20,3%	14,3%
	minulý rok som nepodnikal/a	87,5%	25,0%	37,5%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	65,7%	30,8%	20,0%	15,9%	11,4%
	prevažne slovenskí	63,4%	32,3%	22,2%	15,0%	16,1%
	prevažne zahraniční	71,1%	37,3%	14,5%	20,5%	8,4%
	výlučne zahraniční	66,7%	33,3%	8,3%	12,5%	12,5%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	65,1%	30,2%	19,2%	11,0%	14,5%
	6 – 10%	62,7%	28,5%	13,9%	13,3%	12,7%
	11 – 20%	63,4%	32,5%	21,3%	17,5%	11,9%
	21% - 40%	69,0%	38,4%	29,1%	20,7%	17,2%
	41% a viac	64,6%	31,0%	16,5%	17,1%	10,8%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	70,3%	29,7%	19,0%	15,4%	12,4%
	3 5 rokov	64,2%	35,8%	15,1%	13,2%	9,4%
	5 10 rokov	62,3%	32,7%	20,9%	15,9%	14,6%
	viac ako 10 rokov	63,7%	33,3%	22,5%	16,7%	13,2%
Pohlavie	Muž	65,2%	32,7%	21,3%	14,5%	13,0%
	Žena	64,9%	30,5%	17,6%	19,5%	14,5%
Vek	18 24 rokov	68,6%	34,3%	28,6%	20,0%	5,7%
	25 29 rokov	66,0%	32,3%	18,9%	15,4%	13,8%
	30 34 rokov	72,4%	34,5%	27,6%	13,8%	17,2%
	35 39 rokov	61,7%	31,0%	22,0%	16,2%	13,0%

Tab. č.15b : Pravidelne používané externé platené konzultačné služby

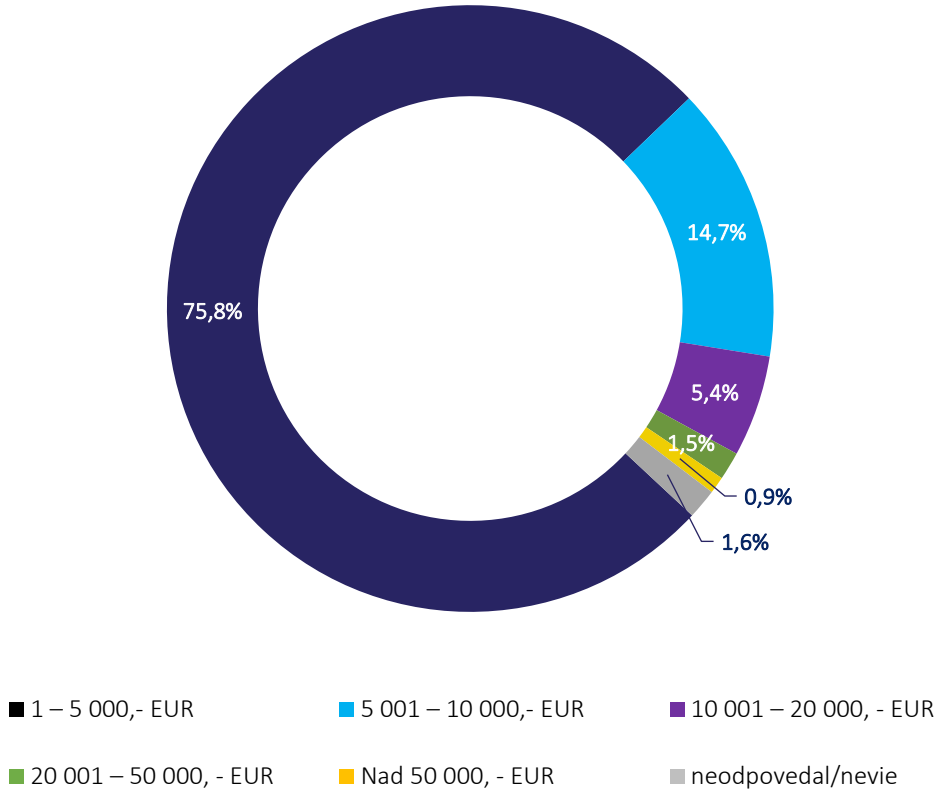
Riadkové %	Kategória	personálne agentúry a HR poradenstvo	iné	pravidelne nevyužívame externé platené konzultačné služby	neodpovedal/nevie
Celková vzorka	**1009 respondentov**	**5,5%**	**2,3%**	**20,0%**	**1,7%**
Počet zamestnancov	žiadni	2,7%	2,3%	24,1%	2,7%
	1 až 9 zamestnancov	4,9%	2,2%	19,4%	1,3%
	10 a viac zamestnancov	14,0%	2,6%	15,8%	1,8%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	2,9%	2,9%	11,8%	5,9%
	priemysel	3,6%	3,6%	20,2%	0,0%
	stavebníctvo	9,0%	0,8%	23,8%	3,3%
	obchod	5,6%	1,5%	21,8%	0,4%
	ubytovanie a stravovanie	0,0%	2,0%	17,6%	2,0%
	doprava, informácie	4,2%	3,4%	22,7%	2,5%
	obchodné služby	6,0%	3,2%	14,3%	2,0%
	ostatné služby	6,1%	1,2%	26,8%	1,2%
Sídlo	Bratislavský kraj	5,0%	3,7%	19,0%	2,0%
	Trnavský kraj	3,4%	1,1%	20,5%	1,1%
	Trenčiansky kraj	6,2%	1,2%	23,5%	0,0%
	Nitriansky kraj	5,0%	1,0%	18,0%	1,0%
	Žilinský kraj	8,5%	1,5%	21,5%	0,8%
	Banskobystrický kraj	4,8%	2,9%	17,1%	1,9%
	Prešovský kraj	4,6%	1,9%	25,0%	2,8%
	Košický kraj	6,2%	2,1%	17,5%	3,1%
Právna forma	Živnostník	3,8%	0,0%	25,3%	3,8%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	5,4%	2,5%	19,8%	1,5%
	Iné	15,0%	0,0%	10,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	3,3%	1,4%	23,0%	1,7%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	5,2%	3,3%	18,1%	1,4%
	viac ako 100 000 Eur	8,1%	2,7%	17,8%	1,9%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	3,5%	2,1%	18,9%	1,6%
	prevažne slovenskí	6,8%	1,9%	21,4%	1,5%
	prevažne zahraniční	6,0%	6,0%	18,1%	3,6%
	výlučne zahraniční	12,5%	0,0%	20,8%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	5,8%	2,9%	25,6%	1,7%
	6 – 10%	8,9%	1,9%	20,3%	3,2%
	11 – 20%	5,6%	1,5%	18,7%	1,5%
	21% - 40%	5,4%	1,5%	15,3%	0,5%
	41% a viac	1,3%	3,8%	19,6%	2,5%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	4,6%	1,6%	16,3%	2,9%
	3 5 rokov	5,7%	3,8%	17,0%	1,9%
	5 10 rokov	5,2%	2,7%	21,3%	1,3%
	viac ako 10 rokov	7,4%	2,0%	23,5%	0,5%
Pohlavie	Muž	4,7%	2,1%	20,1%	1,7%
	Žena	7,6%	2,7%	19,8%	1,5%
Vek	18 24 rokov	0,0%	2,9%	8,6%	2,9%
	25 29 rokov	5,7%	2,4%	18,9%	1,9%
	30 34 rokov	3,4%	0,0%	10,3%	3,4%
	35 39 rokov	5,8%	2,2%	25,3%	0,7%

Pri troch štvrtinách mladých podnikateľov, ktorí pravidelne využívajú platené externé služby, ich výdavky za rok na tieto služby nepresiahnu 5 000 Eur. 14,7% mladých podnikateľov utratí ročne za tieto služby od 5 001 do 10 000 Eur. Viac ako päť percent (5,4%) mladých podnikateľov utratí za

konzultačné služby od 10 001 do 20 000 Eur. 1,5% utratí od 20 001 do 50 000 Eur. Iba menej ako jedno percento mladých podnikateľov (0,9%) utratí viac ako 50 001 Eur na externé konzultačné služby za jeden rok.

Graf č.46: Celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby

Aké sú Vaše celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby?



N=790 respondentov, ktorí pravidelne využívajú externé platené konzultačné služby

Medzi tromi štvrtinami mladých podnikateľov, ktorí pravidelne využívajú externé konzultačné služby, dané výdavky nepresiahnu ročne 5 000 Eur. Sú to väčšinou podnikatelia bez zamestnancov (90,7%), v sektore ubytovanie a stravovanie (80,5%), z Banskobystrického kraja (82,4%), živnostníci (87,5%), s obratom pod 50 000 Eur (90,5%) alebo tí, čo v minulom roku nepodnikali (100%), obsluhujúci výlučne slovenských zákazníkov (81,5%), podnikajúci menej ako 3 roky (85,0%). Mladí podnikatelia, ktorí míňajú na externé konzultačné služby od 5 001 do 10 000 Eur, pôsobia najmä v rámci Trnavského kraja (20,3%), významnejšie sa jedná o subjekty zamestnávajúce 10 a viac zamestnancov (26,6%). Taktiež sa jedná najmä o spoločnosti s ručením obmedzeným (15,4%) a viac o skúsenejších podnikateľov, vo veku 35 až 39 rokov (19,0%).

Medzi mladými podnikateľmi, ktorí míňajú na externé služby od 10 001 do 20 000 Eur ročne sú predovšetkým zamestnávatelia s 10 a viac zamestnancami (16,0%), najmä v sektore pôdohospodárstvo (10,7%), z Prešovského kraja (7,7%), podnikajúci predovšetkým v inej právnej forme (33,3%), s obratom nad 100 000 Eur (10,8%). Ostatné položky neboli hodnotené kvôli nevýznamnej početnosti respondentov.

Tab. č.16 : Celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby

Riadkové %	Kategória	1 – 5 000,- EUR	5 001 – 10 000,- EUR	10 001 – 20 000, - EUR	20 001 – 50 000, - EUR	Nad 50 000, - EUR	neodpovedal/nevie
Celková vzorka	**790 respondentov**	**75,8%**	**14,7%**	**5,4%**	**1,5%**	**0,9%**	**1,6%**
Počet zamestnancov	žiadni	90,7%	5,6%	0,6%	0,0%	0,0%	3,1%
	1 až 9 zamestnancov	77,0%	15,3%	5,0%	0,7%	0,7%	1,1%
	10 a viac zamestnancov	43,6%	26,6%	16,0%	8,5%	3,2%	2,1%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	75,0%	14,3%	10,7%	0,0%	0,0%	0,0%
	priemysel	79,1%	10,4%	9,0%	1,5%	0,0%	0,0%
	stavebníctvo	77,5%	12,4%	7,9%	1,1%	0,0%	1,1%
	obchod	74,4%	15,9%	5,3%	2,9%	0,5%	1,0%
	ubytovanie a stravovanie	80,5%	12,2%	2,4%	0,0%	2,4%	2,4%
	doprava, informácie	79,8%	13,5%	4,5%	0,0%	2,2%	0,0%
	obchodné služby	73,8%	15,2%	4,3%	1,9%	1,4%	3,3%
	ostatné služby	72,9%	20,3%	3,4%	0,0%	0,0%	3,4%
Sídlo	Bratislavský kraj	73,8%	15,2%	5,9%	2,5%	0,8%	1,7%
	Trnavský kraj	75,4%	20,3%	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%
	Trenčiansky kraj	69,4%	19,4%	6,5%	3,2%	0,0%	1,6%
	Nitriansky kraj	75,3%	12,3%	6,2%	1,2%	1,2%	3,7%
	Žilinský kraj	76,2%	18,8%	2,0%	1,0%	1,0%	1,0%
	Banskobystrický kraj	82,4%	9,4%	4,7%	1,2%	1,2%	1,2%
	Prešovský kraj	75,6%	12,8%	7,7%	1,3%	0,0%	2,6%
	Košický kraj	80,5%	9,1%	6,5%	0,0%	2,6%	1,3%
Právna forma	Živnostník	87,5%	7,1%	1,8%	0,0%	0,0%	3,6%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	75,7%	15,4%	5,0%	1,4%	1,0%	1,5%
	Iné	44,4%	11,1%	33,3%	11,1%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	90,5%	6,0%	1,9%	0,0%	0,0%	1,6%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	82,8%	11,8%	3,0%	0,0%	0,0%	2,4%
	viac ako 100 000 Eur	55,6%	25,9%	10,8%	4,0%	2,4%	1,3%
	minulý rok som nepodnikal/a	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	81,5%	11,7%	4,1%	0,6%	0,6%	1,5%
	prevažne slovenskí	73,2%	17,3%	5,8%	1,6%	0,3%	1,9%
	prevažne zahraniční	67,7%	12,3%	9,2%	6,2%	3,1%	1,5%
	výlučne zahraniční	52,6%	26,3%	10,5%	0,0%	10,5%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	82,4%	12,0%	3,2%	1,6%	0,0%	0,8%
	6 – 10%	76,0%	14,0%	5,0%	3,3%	0,8%	0,8%
	11 – 20%	74,3%	15,4%	4,2%	2,3%	1,9%	1,9%
	21% - 40%	72,5%	18,7%	7,6%	0,0%	0,6%	0,6%
	41% a viac	76,4%	11,4%	8,1%	0,8%	0,8%	2,4%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	85,0%	10,1%	2,8%	0,0%	0,0%	2,0%
	3 5 rokov	69,8%	18,6%	9,3%	0,0%	2,3%	0,0%
	5 10 rokov	72,5%	16,2%	6,1%	2,3%	1,4%	1,4%
	viac ako 10 rokov	70,3%	17,4%	7,1%	2,6%	0,6%	1,9%
Pohlavie	Muž	75,3%	14,7%	5,7%	2,1%	1,0%	1,2%
	Žena	77,2%	14,6%	4,9%	0,0%	0,5%	2,9%
Vek	18 24 rokov	77,4%	12,9%	9,7%	0,0%	0,0%	0,0%
	25 29 rokov	77,3%	13,4%	5,5%	1,3%	0,8%	1,7%
	30 34 rokov	84,0%	8,0%	0,0%	0,0%	4,0%	4,0%
	35 39 rokov	70,7%	19,0%	5,4%	2,4%	1,0%	1,5%

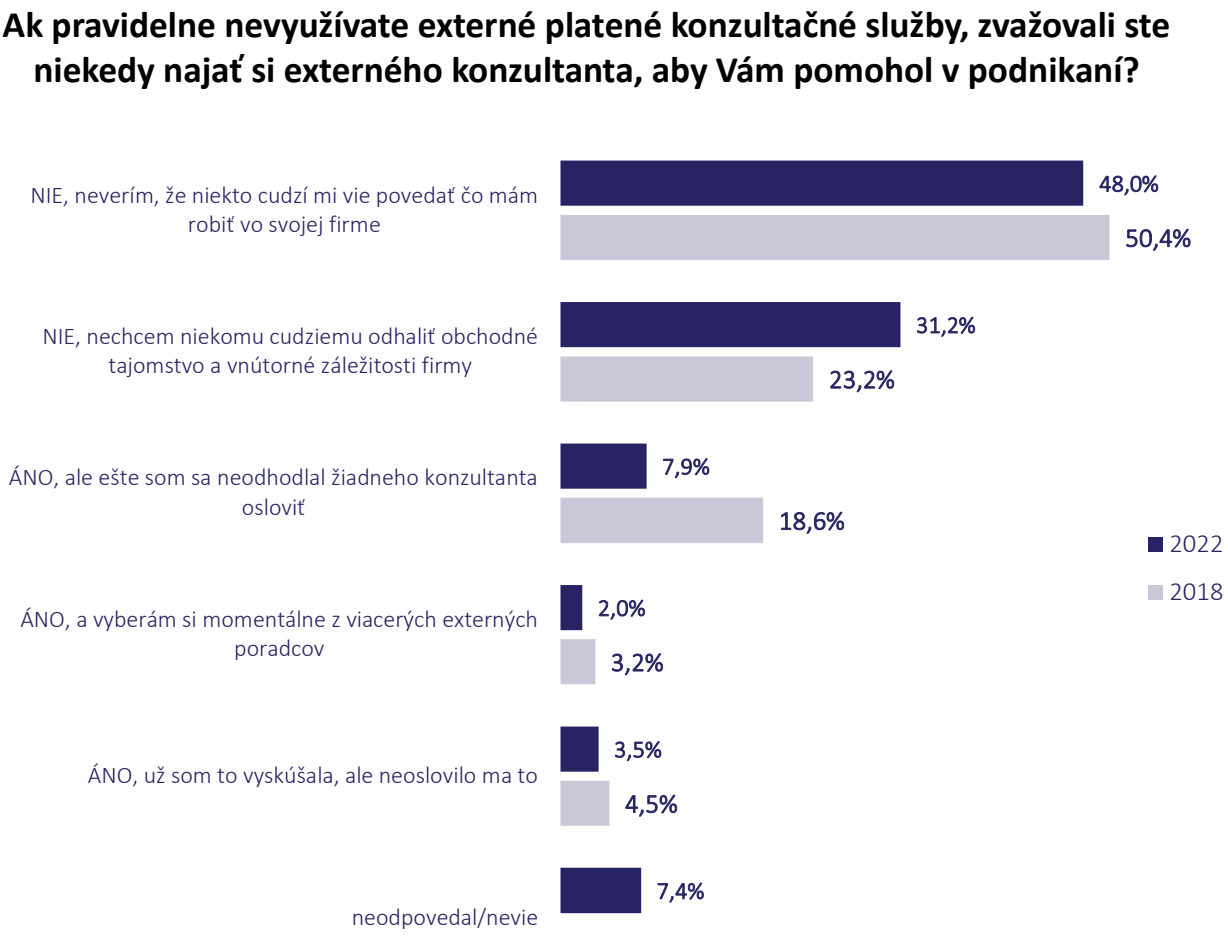
Takmer polovica (48,0%) respondentov, ktorí pravidelne nevyužívajú externé platené služby, neverí, že niekto z externého prostredia im vie poradiť, akým spôsobom majú viesť svoju firmu. 31,2% respondentov, ktorí pravidelne nevyužívajú externé platené služby nepodporuje využívanie

služieb externých konzultantov z dôvodu obáv z odhalenia svojho obchodného tajomstva a vnútorných záležitosti firmy.

Využívanie služieb externých konzultantov vo svojom podnikaní reálne zvažuje celkovo takmer desatina mladých podnikateľov (9,9%). 7,9% oslovených podnikateľov si plánuje najať externého konzultanta v podnikaní, no doposiaľ sa neodhodlali osloviť žiadneho. Ďalší mladí podnikatelia (2,0%) sa už rozhodli pre externého konzultanta, pričom v čase realizácie prieskumu si vyberali z viacerých externých poradcov. Spolupráca s externými konzultantmi neoslovila len 3,5% zo všetkých oslovených podnikateľov.

V porovnaní s prieskumom z roku 2018 sa najmä výrazne zvýšila početnosť odpovedí týkajúca sa obáv z odhalenia obchodného tajomstva a vnútorných záležitostí firmy. Naopak, výrazne sa znížil podiel mladých podnikateľov, ktorí sa ešte len odhodlávajú nejakého konzultanta osloviť.

Graf č.47: Zvažovanie firiem najať si externého konzultanta, aby im pomohol v podnikaní



N=202 respondentov, ktorí pravidelne nevyužívajú externé platené konzultačné služby

Pri uplatnení druhostupňového triedenia odpovedí respondentov boli identifikované skupiny mladých podnikateľov, ktoré vykazujú väčšiu mieru nedôvery voči externým poradcom v podnikaní z dôvodu neznalosti firmy ako celá vzorka respondentov (48,0%). Hovoríme hlavne o mladých podnikateľoch, pôsobiacich v odvetví ubytovanie a stravovanie (66,7%) a stavebníctvo (58,6%), respondentoch z Prešovského (59,3%) a Trenčianskeho kraja (57,9 %), živnostníkoch

(55,0%), s obratom od 50 000 do 100 000 Eur (57,9%) a podnikateľoch pracujúcich s priemernou obchodnou prirážkou nižšou ako 5% (59,1%).

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 – 38,9%), ďalej u podnikateľov podnikajúcich v pôdohospodárstve (75,0%), oslovených z Bratislavského kraja (36,8%) a respondentov vo vekovej kategórii 30 až 34 rokov (66,7%).

Váhanie s oslovením externého konzultanta, ktorý by mladým podnikateľom pomohol v podnikaní, sa intenzívnejšie vyskytuje hlavne medzi podnikateľmi v odvetví priemysel (11,8%) a obchodné služby (11,1%), respondentmi z Banskobystrického kraja (16,7%) a oslovenými mladými podnikateľmi vo veku 18 až 24 rokov (33,3%).

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

Tab. č.17 : Zvažovanie firiem najať si externého konzultanta, aby im pomohol 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 žiadneho konzultanta osloviť	ÁNO, a vyberám si momentálne z viacerých externých poradcov	ÁNO, už som to vyskúšala, ale neoslovilo ma to	neodpovedal/nevie
Celková vzorka	**202 respondentov**	**48,0%**	**31,2%**	**7,9%**	**2,0%**	**3,5%**	**7,4%**
Počet zamestnancov	žiadni	41,5%	32,1%	9,4%	3,8%	3,8%	9,4%
	1 až 9 zamestnancov	49,6%	29,8%	8,4%	1,5%	3,8%	6,9%
	10 a viac zamestnancov	55,6%	38,9%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	0,0%	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%
	priemysel	41,2%	41,2%	11,8%	0,0%	5,9%	0,0%
	stavebníctvo	58,6%	27,6%	3,4%	3,4%	0,0%	6,9%
	obchod	44,8%	37,9%	8,6%	1,7%	1,7%	5,2%
	ubytovanie a stravovanie	66,7%	22,2%	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%
	doprava, informácie	44,4%	33,3%	7,4%	0,0%	3,7%	11,1%
	obchodné služby	52,8%	16,7%	11,1%	2,8%	8,3%	8,3%
	ostatné služby	45,5%	27,3%	9,1%	4,5%	0,0%	13,6%
Sídlo	Bratislavský kraj	43,9%	36,8%	7,0%	0,0%	5,3%	7,0%
	Trnavský kraj	50,0%	27,8%	5,6%	5,6%	11,1%	0,0%
	Trenčiansky kraj	57,9%	31,6%	0,0%	10,5%	0,0%	0,0%
	Nitriansky kraj	55,6%	27,8%	11,1%	0,0%	0,0%	5,6%
	Žilinský kraj	46,4%	35,7%	14,3%	0,0%	0,0%	3,6%
	Banskobystrický kraj	38,9%	27,8%	16,7%	0,0%	0,0%	16,7%
	Prešovský kraj	59,3%	18,5%	7,4%	0,0%	3,7%	11,1%
	Košický kraj	35,3%	35,3%	0,0%	5,9%	5,9%	17,6%
Právna forma	Živnostník	55,0%	30,0%	5,0%	0,0%	5,0%	5,0%
	Spoločnosť s ručením obmedzeným	47,8%	31,7%	7,8%	1,7%	3,3%	7,8%
	Iné	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	44,3%	32,0%	7,2%	3,1%	6,2%	7,2%
	od 50 000 Eur do 100 000 Eur	57,9%	21,1%	15,8%	2,6%	2,6%	0,0%
	viac ako 100 000 Eur	48,5%	34,8%	4,5%	0,0%	0,0%	12,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	46,9%	25,9%	12,3%	2,5%	3,7%	8,6%
	prevažne slovenskí	49,5%	33,7%	5,9%	1,0%	3,0%	6,9%
	prevažne zahraniční	40,0%	53,3%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%
	výlučne zahraniční	60,0%	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	59,1%	22,7%	4,5%	2,3%	11,4%	0,0%
	6 – 10%	53,1%	34,4%	3,1%	3,1%	0,0%	6,3%

	11 – 20%	46,0%	30,0%	8,0%	2,0%	2,0%	12,0%
	21% - 40%	51,6%	32,3%	12,9%	0,0%	0,0%	3,2%
	41% a viac	41,9%	35,5%	9,7%	3,2%	3,2%	6,5%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	52,0%	34,0%	6,0%	2,0%	0,0%	6,0%
	3 5 rokov	55,6%	22,2%	0,0%	0,0%	22,2%	0,0%
	5 10 rokov	42,1%	35,8%	9,5%	1,1%	3,2%	8,4%
	viac ako 10 rokov	54,2%	20,8%	8,3%	4,2%	4,2%	8,3%
Pohlavie	Muž	48,7%	31,3%	6,7%	1,3%	4,0%	8,0%
	Žena	46,2%	30,8%	11,5%	3,8%	1,9%	5,8%
Vek	18 24 rokov	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
	25 29 rokov	48,4%	32,5%	7,1%	1,6%	4,0%	6,3%
	30 34 rokov	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	35 39 rokov	48,6%	27,1%	8,6%	2,9%	2,9%	10,0%

8. 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 41,6% respondentov. Pre takmer štvrtinu (23,9%) 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 11,3% respondentov. 7,2% podnikateľov podniká s motiváciou, že chce po sebe niečo zanechať.

Pre ďalších 4,5% respondentov je najväčšou motiváciou v podnikaní úspešné odovzdanie firmy svojim deťom. Len 3,6% z oslovených podnikateľov uviedlo ako hlavnú motiváciu v podnikaní zodpovednosť za svojich zamestnancov. Status majiteľa, resp. majiteľky firmy sa s podielom menej ako jedno percento (0,8%) v prieskume ukázal ako najmenej významná motivácia v podnikaní mladých. Iné motivácie vo svojom podnikaní prezentovalo 7,0% oslovených respondentov.

Graf č.48: Motivácia mladých podnikateľov v podnikaní

N=1009 respondentov

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, ktoré sa zlúčili do jednotlivých kódov, ktoré boli príbuzné alebo sa

logicky dopĺňali. Viacerí podnikatelia uviedli v otvorenej otázke aj viac ako jednu výzvu. Všetky výzvy boli zahrnuté v konečnej agregácii.

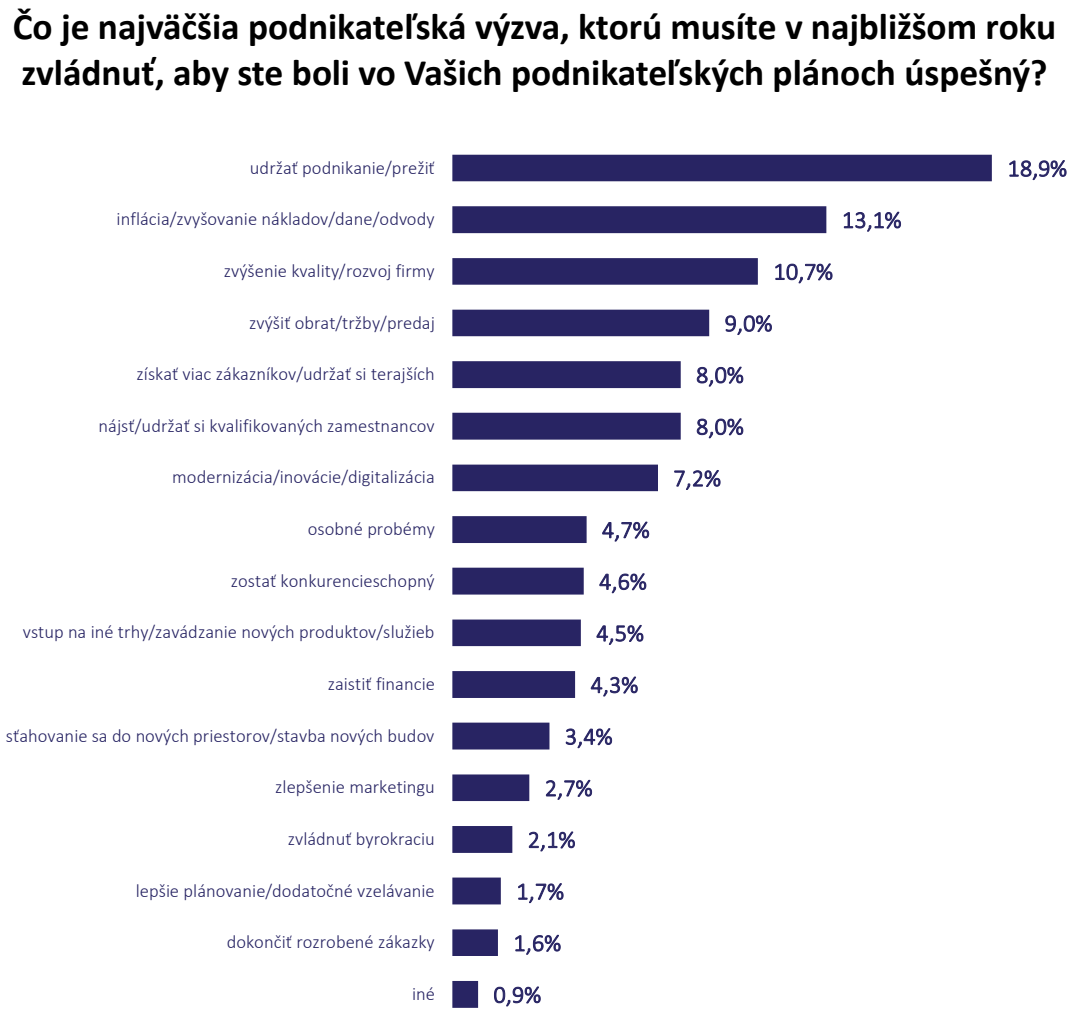
Agregáciou sa podarilo identifikovať 16 základných výziev v podnikaní mladých. Najväčšou podnikateľskou výzvou, ktorú musia v najbližšom roku mladí podnikatelia zvládnuť je udržať podnikanie, resp. prežiť v týchto náročných časoch (18,9%). V poradí druhá výzva bude rastúca inflácia a s ňou spojené zvyšovanie nákladov/vstupov, daní a odvodov, kde toto uviedlo 13,1% respondentov. 10,7% podnikateľov uviedlo, že sa chystajú svoju firmu rozvíjať, resp. zároveň zvyšovať kvalitu produktov, služieb.

Zvýšenie tržieb/obratu/predaja firmy predstavuje najväčšiu výzvu v najbližšom období pre približne 9,0% oslovených mladých podnikateľov. Ďalších 8,0% mladých podnikateľov chce v budúcom roku získať viac zákazníkov, resp. pracovať na tom, aby si udržali terajších. Podnikatelia v oveľa väčšej miere oproti roku 2018 vnímajú problém pri nachádzaní, resp. udržaní si kvalifikovaných zamestnancov (8,0%). Pomerne vysoká časť opýtaných deklarovala, že plánuje modernizovať, inovovať a digitalizovať svoje procesy, výrobu alebo hnuteľný majetok (7,2%).

Menší podiel mladých podnikateľov (menej ako 5%) očakáva v najbližšom roku podnikateľské výzvy spojené hlavne so: zostať konkurencieschopný (4,6%), vstup na iné, resp. zahraničné trhy alebo zavádzanie nových produktov/služieb (4,5%), zaistiť financovanie svojej firmy, resp. zohnať peniaze (4,3%), sťahovanie sa do nových priestorov, resp. stavba nových (3,4%).

Minoritné výzvy, teda spomenuté menej ako 3% sú: zlepšenie marketingu (2,7%), zvládnutie nových byrokratických výziev (2,1%), lepšie plánovanie a dodatočné vzdelávanie (1,7%) a dokončiť rozbehnuté zákazky (1,6%).

Graf č.49: Najväčšia podnikateľská výzva v najbližšom roku



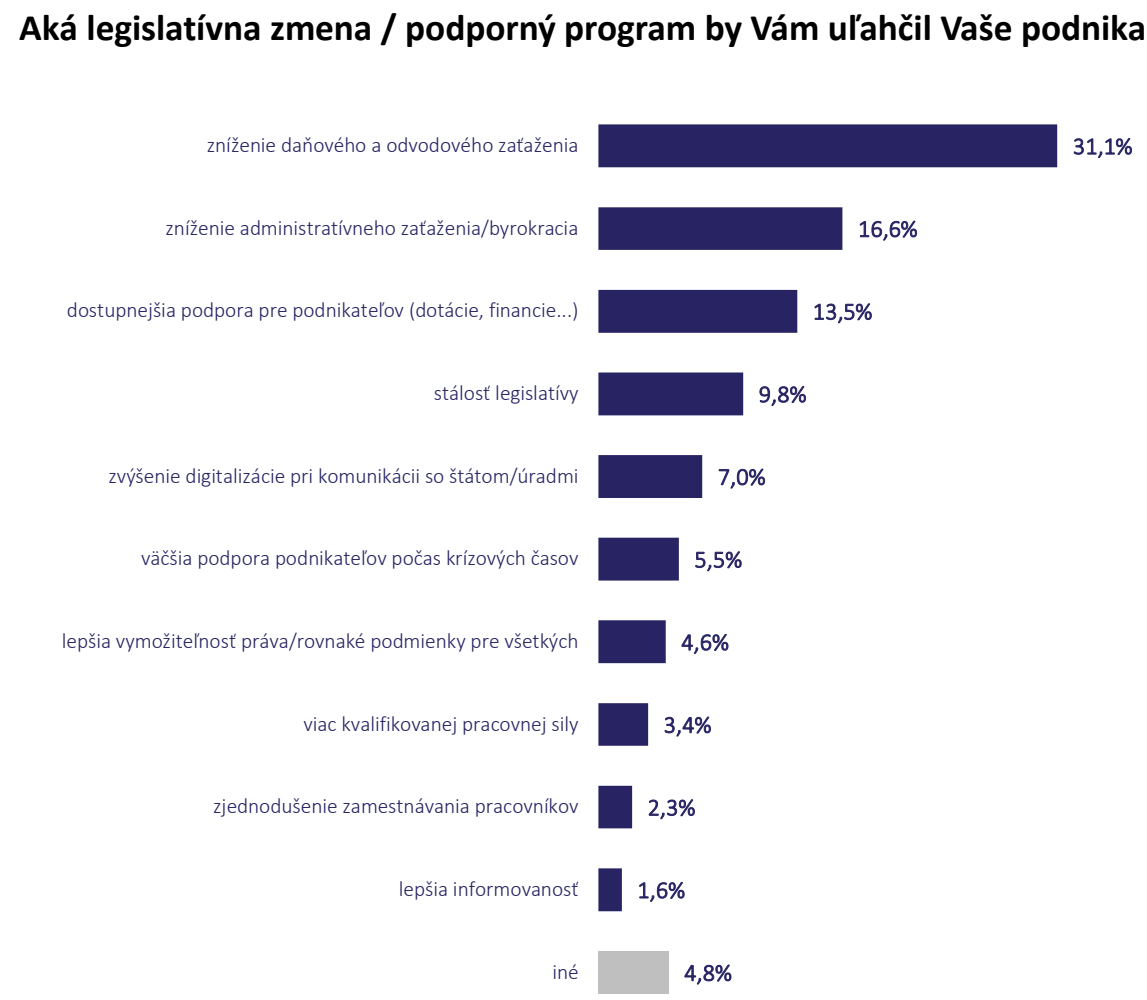
N=1009 respondentov

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 31,3% 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 spojenej s podnikaním. Túto možnosť uviedlo 16,6% zo všetkých respondentov. Treťou najčastejšie vyslovenou požiadavkou boli dostupnejšie dotácie a ďalšia podpora pre podnikateľov (13,5%). Oslovení podnikatelia navrhli aj ďalšie opatrenia na uľahčenie ich podnikania, ktoré sa týkajú napr. stálosti legislatívy (9,8%), alebo rýchlejšieho a rozsiahlejšieho zavádzania elektronickej komunikácie s úradmi (7,0%).

Medzi frekventovanejšie návrhy mladých podnikateľov patrila tiež väčšia podpora podnikateľov počas krízových časov (5,5%), lepšia vymožiteľnosť práva (4,6%), viac kvalifikovanej pracovnej sily (3,4%), zjednodušenie podmienok pre zamestnávanie (2,3%) .

Graf č.50: Návrhy na uľahčenie podnikania



N=1009 respondentov

9. Hlavné zistenia prieskumu

Hodnotenie faktorov vonkajšieho prostredia

V porovnaní s výsledkami obdobného prieskumu, ktorý realizovala Slovak Business Agency v spolupráci so Združením mladých podnikateľov Slovenska v roku 2018 došlo k miernemu zlepšeniu v hodnotení kvality vybraných oblastí podnikateľského prostredia a tiež v hodnotení obmedzení v raste firiem. Oproti prieskumu z roku 2018 sa bodové skóre hodnotenia zlepšilo u všetkých faktorov (u 13, ktoré boli zaradené do prieskumu v obidvoch vlnách) okrem faktoru kúpnej sily slovenských zákazníkov (zhoršenie o 0,2 bodu) a flexibility pracovného práva a povinnosti pri zamestnávaní (nepatrné zhoršenie o 0,07 bodu). Hodnotenie sa zlepšilo najmä v oblasti transparentnosti a prístupnosti verejných tendrov a zákaziek, daňovo-odvodového zaťaženia podnikania a dostupnosti financovania prostredníctvom bankových úverov, lízingu a pod.. V týchto oblastiach s najvýraznejším zlepšením sa preukazuje pozitívny trend aj z dlhodobého hľadiska, čo potvrdzuje aj porovnanie výsledkov s prieskumom z roku 2015.

Na základe výsledkov prieskumu možno konštatovať, že mladí podnikatelia na Slovensku považujú za najväčšiu bariéru v podnikaní daňovo-odvodové zaťaženie (14,98 bodu). Najnegatívnejšie vnímajú túto oblasť mladí podnikatelia podnikajúci v odvetví pôdohospodárstvo (16,71 bodu), podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (16,38 bodu) a reprezentanti spoločností s ručením obmedzeným (15,09 bodu). Naopak, menej negatívne hodnotili túto oblasť podnikateľského prostredia najmä zástupcovia živnostníkov (13,78 bodu), mladí podnikatelia predávajúci svoje produkty, resp. služby výlučne zahraničným zákazníkom (13,75 bodu), podnikatelia bez zamestnancov (13,74 bodu).

Medzi ďalšie významné bariéry v podnikaní mladí podnikatelia radia aj ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj (13,67 bodu), stálosť legislatívy a frekvenciu zmien zákonov (12,51 bodu), či registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti (12,37 bodu). Ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj sú veľkou bariérou najmä pre mladých podnikateľov v sektoroch pôdohospodárstvo (16,47 bodu) a stavebníctvo (15,76 bodu), mladých podnikateľov, ktorí v minulom roku nepodnikali (17,02 bodu) a mladých podnikateľov s výlučne zahraničnými zákazníkmi (15,14 bodu). Väčšou bariérou boli ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj taktiež skôr pre mladých zamestnávateľov než pre mladých podnikateľov bez zamestnancov. Nestálosť legislatívy pôsobí ako bariéra hlavne pre mladých podnikateľov rozvíjajúcich svoje podnikanie v odvetví pôdohospodárstvo (13,51 bodu) alebo ostatné služby (13,14 bodu). Naopak, oblasť častých legislatívnych úprav vnímajú o niečo pozitívnejšie respondenti, ktorí majú menšie skúsenosti s podnikaním. Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti vnímajú ako bariéru v podnikaní skôr mladí zamestnávatelia a skúsenejší mladí podnikatelia (podnikajúci viac ako 5 rokov).

Ako nízke bariéry v podnikaní hodnotili mladí podnikatelia dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (11,64 bodu), flexibilitu pracovného práva a povinnosti pri zamestnávaní (11,52 bodu), transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek (10,84 bodu) a cenu práce kvalifikovanej pracovnej sily (9,50 bodu). Aj keď dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily je vnímaná mladými podnikateľmi ako nízka bariéra v podnikaní, jej význam medzi mladými podnikateľmi rástol s väčším počtom zamestnancov, podielom zahraničných zákazníkov, ako aj tržbami.

Prieskum zároveň ukázal, že mladí podnikatelia nevnímajú ako bariéru v podnikaní dostupnosť rizikového kapitálu (8,43 bodu), kúpnu silu slovenských zákazníkov (8,28 bodu), dostupnosť kvalifikovaných mentorov (8,23 bodu), konkurenčné prostredie (7,63 bodu), dostupnosť klasických foriem financovania (7,28 bodu) a platobnú disciplínu zákazníkov (6,84 bodu). Napriek

tomu je možné očakávať, že výrazný rast inflácie, ktorý nebol prieskumom zachytený v plnej miere, v súčasnosti výrazne vplýva na tieto faktory. Obzvlášť v prípade kúpnej sily a platobnej disciplíny zákazníkov je tak relevantný predpoklad, že ich vnímanie ako bariéry v podnikaní sa od uskutočnenia prieskumu môže meniť.

Agregovaný index predstavujúci súčet indexov všetkých štrnástich (1 faktor – Ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj bol v roku 2022 dodatočne doplnený) hodnotených faktorov dosiahol hodnotu 143,72 bodu z 350 možných bodov.

Pre porovnateľnosť agregovaný index predstavujúci súčet indexov trinástich hodnotených faktorov dosiahol hodnotu 130,05 bodu z 325 možných bodov. Obdobne spracovaný index z roku 2018 predstavoval hodnotu 136,53 bodu, čo môže z pohľadu mladých podnikateľov naznačovať určité zlepšenie v podnikateľskom prostredí na Slovensku.

Hodnotenie faktorov vnútorného prostredia

Z hľadiska zamestnávania možno označiť firmy mladých podnikateľov za stabilné s nízkou mierou fluktuácie zamestnancov. Z výsledkov vyplýva, že najnižšiu mieru fluktuácie zamestnancov (menej ako 5%) vykazovalo až 66,4% oslovených podnikateľských subjektov. V porovnaní s prieskumom z roku 2018 sa miera fluktuácie v tejto kategórii znížila o 1,6 percentuálneho bodu.

Miera fluktuácie zamestnancov sa v prípade mladých podnikateľov zvyšovala s rastúcim počtom zamestnancov a zároveň aj s rastom tržieb. Vyššiu mieru fluktuácie vykazujú aj mladí podnikatelia podnikajúci v ubytovaní a stravovaní, resp. v stavebníctve. Nižšia fluktuácia zamestnancov bola evidovaná v prípade firiem pôsobiacich v odvetviach ako doprava a informácie alebo obchodné služby, či medzi živnostníkmi. Klesajúca miera fluktuácie zamestnancov je spájaná aj s rastúcim vekom mladých podnikateľov.

Medzi najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov zo zamestnania zástupcovia mladých podnikateľov, ktorí deklarovali zamestnávanie minimálne jedného zamestnanca, uvádzali lepšiu ponuku z inej firmy (13,1%). Viac ako desatina uviedla za dôvod nenaplnené očakávania (11,9%). Platové podmienky a odmeňovanie zamestnancov bolo častejším dôvodom odchodu najmä v prípade firiem v priemysle (8,8%) a obchodných službách (8,1%).

Najčastejšie využívaným opatrením na udržanie zamestnancov je podľa výsledkov prieskumu pravidelné zvyšovanie platu. Toto opatrenie vo svojich firmách realizuje takmer tretina (32,1%) mladých podnikateľov.

Takmer polovica (42,7%) 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. 28,1% zo všetkých mladých podnikateľov so zamestnancami) investovala do rozvoja zamestnancov od 1 001 do 3 000 Eur.

Z výsledkov prieskumu vyplýva previazanosť medzi výškou investícií do rozvoja zamestnancov a veľkosťou firiem mladých podnikateľov. Až 74,5 % mladých podnikateľov s menším počtom zamestnancov (1 až 9) investovalo za obdobie predchádzajúcich 12 mesiacov do rozvoja zamestnancov maximálne 3 000 Eur. V prípade mladých zamestnávateľov s 10 a viac zamestnancami to bolo len 49,1%. Výška investícií do zamestnancov rastie taktiež s výškou tržieb, ako aj podielom zahraničných zákazníkov. Viac ako 5 000 Eur investovali do rozvoja zamestnancov len 3% mladých podnikateľov s tržbami do 50 000 Eur. V prípade mladých podnikateľov s tržbami nad 100 000 Eur

to bolo až 21,7%. Viac ako štvrtina mladých podnikateľov (26,4%) s výlučne zahraničnými zákazníkmi investovala do rozvoja zamestnancov viac ako 10 000 Eur.

Digitalizácia, automatizácia a kybernetická bezpečnosť

Takmer štyridsať percent (39,4%) mladých podnikateľov plánuje v nasledujúcich 12 mesiacov investovať do digitalizácie alebo automatizácie vo svojej firme. Až štvrtina je presvedčená, že určite áno (24,5%) a 14,9% pravdepodobne áno. 60,7% neplánuje investície do tejto oblasti v nasledujúcich 12 mesiacoch.

Takmer tretina podnikateľov, ktorí určite plánujú investovať do procesov digitalizácie/automatizácie, sú zamestnávatelia s 10 a viac zamestnancami (32,5%), najmä v sektore obchodné služby (30,7%). Ďalej predovšetkým podnikatelia z Bratislavského kraja (27,7%), najmä spoločnosti s ručením obmedzením (25,5%), s tržbami viac ako 100 000 Eur (31,9%), v mladšom veku 18 až 24 rokov (34,3%).

Medzi podnikateľmi, ktorí plánujú investovať do digitalizácie alebo automatizácie, je najviac takých, čo plánujú investície do komunikácie so zákazníkmi (46,6%). Najvýznamnejšou bariérou v zavádzaní digitalizácie a automatizácie sú vysoké vstupné náklady (34,0%). Druhá bariéra je časová náročnosť pri zavádzaní procesov (18%).

Cieľom kybernetických útokov sa stávajú aj malí a strední podnikatelia, ktorí sa vyznačujú nižšou úrovňou zabezpečenia. Nízkou úrovňou vyspelosti v oblasti kybernetickej bezpečnosti sa podľa výsledkov prieskumu vyznačujú tiež mladí podnikatelia. Viac ako polovica mladých podnikateľov sa kybernetickou bezpečnosťou vo svojej firme nezaoberá (56,5%). Medzi podnikateľmi, čo sa zaoberajú kybernetickou bezpečnosťou, 82,3% používa antivírus. Takmer tri štvrtiny podnikateľov pravidelne zálohujú (73,2%). Na nedostatočnú úroveň kybernetickej bezpečnosti medzi mladými podnikateľmi by mali reflektovať aj tvorcovia politík a podporných nástrojov zo strany verejného sektora.

Hodnotenie prístupu k marketingovým činnostiam

Z prieskumu vyplýva, že v skupine mladých podnikateľov na Slovensku je stále najčastejšie používaná reklama na sociálnych médiách (napr. Facebook, Instagram, Snapchat a ďalšie), ktorú uprednostňuje viac ako polovica respondentov (56,3%). Reklamu v sociálnych médiách viac preferujú zástupcovia firiem pôsobiaci v pôdohospodárstve (67,6%) a ostatných službách (63,4%).

V porovnaní s výsledkami prieskumu v roku 2018 sa zvýšilo využívanie všetkých foriem reklamy s výnimkou reklamy v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách, ktorej využívanie sa naopak mierne znížilo. Najviac sa zvýšilo využívanie Google Ad Words, reklamy na sociálnych médiách a priameho marketingu. Naopak, najmenej sa zvýšilo využívanie video reklamy na YouTube a vonkajšej reklamy. Z hľadiska popularity zisťovaných foriem reklamy sa zvýšila popularita priameho marketingu na úkor vonkajšej reklamy a hlavne reklamy v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách. Na úkor reklamy v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách sa zvýšila aj popularita charitatívnych alebo sponzorských akcií.

Do marketingových aktivít mladí podnikatelia ročne investujú prevažne nižšie finančné prostriedky. Necelá polovica (44,2%) 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. Početnosť mladých podnikateľov ďalej prakticky klesá s narastajúcou výškou investície do marketingu.

V porovnaní s prieskumom v roku 2018 sa výška investícií mladých podnikateľov na marketingové aktivity zvýšila. Viac do marketingový aktivít investujú mladí zamestnávatelia s väčším počtom zamestnancov (viac ako 10 zamestnancov) a mladí podnikatelia s väčšími tržbami. Veľké čiastky finančných prostriedkov (nad 10 000 Eur) investujú do marketingových aktivít skôr mladí podnikatelia v obchode a pôdohospodárstve, menej mladí podnikatelia v stavebníctve, doprave a informáciách.

Ako hlavný predajný kanál uviedli oslovení mladí podnikatelia najčastejšie priamy predaj (26,1%). Takmer štvrtina mladých podnikateľov (24,7%) má za hlavný predajný kanál online predaj. Pätina mladých podnikateľov (19,8%) považuje za hlavný predajný kanál kamennú predajňu.

Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb

Z vybraných platených externých konzultačných služieb, oslovení podnikatelia v najväčšej miere stále používajú služby účtovných a daňových poradcov (65,1% respondentov). Približne tretina (32,1%) mladých podnikateľov pravidelne používa externé právne služby a zhruba pätina marketingové služby (20,3%). Menej sú mladými podnikateľmi používané služby v oblasti IT a kybernetickej bezpečnosti (15,8%), finančného a iného biznis poradenstva (13,4%), personálnych agentúr a HR poradenstva (5,5%) a ďalších iných služieb. Platené služby účtovných a daňových poradcov častejšie používajú oslovení mladí podnikatelia z odvetvia pôdohospodárstvo.

V porovnaní s výsledkami prieskumu z roku 2018 sa zvýšilo používanie všetkých externých služieb, ktoré boli zisťované v oboch prieskumoch, t. j. služby účtovných a daňových poradcov, právnych služieb, marketingových služieb, služby finančného a iného biznis poradenstva a služby personálnych agentúr a HR poradenstva. Najviac sa zvýšilo využívanie právnych služieb, najmenej služieb personálnych agentúr a HR poradenstva. Z hľadiska popularity jednotlivých foriem externých platených konzultačných služieb nedošlo k žiadnym zmenám.

Výdavky na externé konzultačné služby nepresiahnu ročne 5 000 Eur až medzi tromi štvrtinami mladých podnikateľov, ktorí pravidelne využívajú externé konzultačné služby. Do externých konzultačných služieb investujú väčšie čiastky mladí zamestnávatelia s väčším počtom zamestnancov (viac ako 10 zamestnancov), mladí podnikatelia s väčšími tržbami, ako aj mladý podnikatelia s väčšími podnikateľskými skúsenosťami. Viac finančných zdrojov do externých konzultačných služieb investujú tiež skôr mladí podnikatelia, ktorí majú väčší podiel zahraničných zákazníkov.

Medzi mladými podnikateľmi prevažujú ako dôvody pravidelného nevyužívania externých konzultačných služieb nedôvera voči schopnostiam konzultantov poradiť v podnikaní (48%) a obava z odhalenia obchodného tajomstva a vnútorných záležitostí firmy (31,2%). V porovnaní s prieskumom z roku 2018 sa najmä výrazne zvýšila početnosť odpovedí týkajúca sa obáv z odhalenia obchodného tajomstva a vnútorných záležitostí firmy. Naopak, výrazne sa znížil podiel mladých podnikateľov, ktorí sa ešte len odhodlávajú nejakého konzultanta osloviť.

Motivácie, výzvy a návrhy na uľahčenie podnikania

Z pohľadu oslovených mladých podnikateľov je najčastejšou motiváciou v ich podnikaní flexibilita a nezávislosť, ktorú v prieskume označilo 41,6% respondentov.

Mladí podnikatelia v prieskume zároveň poskytli svoje návrhy na legislatívne zmeny, resp. podporné programy, ktoré by mali prispieť k uľahčeniu ich podnikania. Medzi navrhovanými zmenami a opatreniami dominuje požiadavka na zníženie daňového a odvodového zaťaženia podnikov na Slovensku. Až 31,3% 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 spojenej s podnikaním. Túto možnosť uviedlo 16,6% zo všetkých respondentov.

10. Zoznam grafov a tabuliek

Graf č.1: Respondenti podľa právnej formy str.5
Graf č.2: Skúmané MSP podľa počtu zamestnancov str.6
Graf č.3: Respondenti podľa sídla firmy – regionálna úroveň NUTS 3 str.7
Graf č.4: Respondenti podľa hlavného druhu ekonomickej činnosti str.7
Graf č.5: Štruktúra skúmanej vzorky podľa pohlavia str.8
Graf č.6: Štruktúra skúmanej vzorky podľa veku str.9
Graf č.7: Štruktúra skúmanej vzorky podľa dĺžky podnikania str.10
Graf č.8: Štruktúra skúmanej vzorky podľa tržieb z predchádzajúceho roka 2021 str.11
Graf č.9: Štruktúra skúmanej vzorky podľa priemernej obchodnej prirážky str.12
Graf č.10: Štruktúra skúmanej vzorky podľa teritoriálnej príslušnosti str.12
Graf č.11: Štruktúra skúmanej vzorky podľa typu zákazníkov str.13
Graf č.12: Hodnotenie vybraných zložiek podnikateľského prostredia str.17
Graf č.13: Vplyv vybraných zložiek podnikateľského prostredia na rast firmy str.18
Graf č.14: Hodnotenie vs. Vplyv vybraných zložiek podnikateľského prostredia 2022 str.19
Graf č.15: Index prekážok v podnikaní mladých na Slovensku str.20
Graf č.16: Agregovaný Index prekážok v podnikaní mladých na Slovensku str.22
Graf č.17: Index daňovo-odvodového zaťaženia podnikania str.23
Graf č.18: Index ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj str.24
Graf č.19: Index stálosti legislatívy a frekvencie zmien zákonov str.25
Graf č.20: Index registračných, nahlasovacích a iných administratívnych povinností str.26
Graf č.21: Index dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily str.27
Graf č.22: Index flexibility pracovného práva a povinností spojených so zamestnávaním str.28
Graf č.23: Index transparentnosti a prístupnosti k verejných tendrom str.29
Graf č.24: Index ceny práce kvalifikovanej pracovnej sily str.31
Graf č.25: Index dostupnosti rizikového kapitálu str.32
Graf č.26: Index kúpnej sily slovenských zákazníkov str.33
Graf č.27: Index dostupnosti kvalifikovaných mentorov str.34
Graf č.28: Index konkurenčného prostredia str.35
Graf č.29: Index dostupnosti klasického financovania str.36
Graf č.30: Index platobnej disciplíny zákazníkov str.37
Graf č.31: Miera fluktuácie zamestnancov str.38
Graf č.32: Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy str.41
Graf č.33: Opatrenia na udržanie zamestnancov vo firme str.44
Graf č.34: Výška finančných prostriedkov investovaných do rozvoja zamestnancov str.48
Graf č.35: Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu zvyšovania vedomosti a kvalifikácie zamestnancov str.50
Graf č.36: Plánované investície do digitalizácie alebo automatizácie v nasledujúcich 12 mesiacoch str.54
Graf č.37: Plánované oblasti pre digitalizáciu a automatizáciu str.56
Graf č.38: Výška plánovaných investícii pre digitalizáciu a automatizáciu str.59
Graf č.39: Najvýznamnejšie bariéry pri zavádzaní digitalizácie a automatizácie str.61
Graf č.40: Zaoberáte sa oblasťou kybernetickej bezpečnosti vo svojej firme str.63
Graf č.41: Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík str.65
Graf č.42: Forma reklamy používaná v podnikaní str.69
Graf č.43: Výška finančných prostriedkov investovaných do marketingových aktivít ročne str.73
Graf č.44: Hlavný predajný kanál vo firme str.76
Graf č.45: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby str.78
Graf č.46: Celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby str.82
Graf č.47: Zvažovanie firiem najať si externého konzultanta, aby im pomohol v podnikaní str.84
Graf č.48: Motivácia mladých podnikateľov v podnikaní str.87
Graf č.49: Najväčšia podnikateľská výzva v najbližšom roku str.89
Graf č.50: Návrhy na uľahčenie podnikania str.90

Tab. č.1 : Aká je miera fluktuácie vo Vašej firme za posledných 12 mesiacov? str.39
Tab. č.2a : Aký bol hlavný dôvod odchodu zamestnancov z Vašej firmy? str.42
Tab. č.2b : Aký bol hlavný dôvod odchodu zamestnancov z Vašej firmy? str.43
Tab. č.3a : Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme str.45
Tab. č.3b : Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme str.46
Tab. č.4 : Finančné prostriedky investované za posledných 12 mesiacov do rozvoja svojich zamestnancov str.49
Tab. č.5a : Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu str.52
Tab. č.5b : Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu str.53
Tab. č.6 : Plánované investície do digitalizácie alebo automatizácie v nasledujúcich 12 mesiacoch str.55
Tab. č.7 : Plánované oblasti pre digitalizáciu a automatizáciu str.58
Tab. č.8 : Výška plánovaných investícii pre digitalizáciu a automatizáciu str.60
Tab. č.9 : Najvýznamnejšie bariéry pri zavádzaní digitalizácie a automatizácie str.62
Tab. č.10 : Zaoberáte sa oblasťou kybernetickej bezpečnosti vo svojej firme str.64

Tab. č.11a : Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík str.66
Tab. č.11b : Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík str.67
Tab. č.12a : Forma reklamy používaná v podnikaní str.71
Tab. č.12b : Forma reklamy používaná v podnikaní str.72
Tab. č.13 : Výška finančných prostriedkov investovaných do marketingových aktivít ročne str.75
Tab. č.14 : Hlavný predajný kanál vo firme str.77
Tab. č.15a : Pravidelne používané externé platené konzultačné služby str.80
Tab. č.15b : Pravidelne používané externé platené konzultačné služby str.81
Tab. č.16 : Celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby str.83
Tab. č.17 : Zvažovanie firiem najať si externého konzultanta, aby im pomohol v podnikaní str.85

11. 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). Po predčítaní zaznačte hodnotu, ktorú respondent uviedol.

	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	☐	☐	☐	☐	☐
Ceny vstupov (energií, materiálu, externých služieb…) a ich predpokladaný vývoj	☐	☐	☐	☐	☐

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). Po predčítaní zaznačte hodnotu, ktorú respondent uviedol.

	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	☐	☐	☐	☐	☐
Ceny vstupov (energií, materiálu, externých služieb…) a ich predpokladaný vývoj	☐	☐	☐	☐	☐

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

Hodnotenie interných faktorov, ktoré ovplyvňujú Vaše každodenné podnikanie

4. **Aká je miera fluktuácie[3] vo Vašej firme za posledných 12 mesiacov?** Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.
   1. menej ako 5%
   2. 6% – 10%
   3. 11% – 20%
   4. 21% – 50%
   5. 51% a viac

5. **Aký bol hlavný dôvod odchodu zamestnancov z Vašej firmy?** Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

   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)
   7. nezhody s nadriadeným
   8. lepšia ponuka z inej firmy
   9. iné (uveďte) ...
   10. žiadny zamestnanec neodišiel

6. **Aké opatrenie najviac využívate aby ste si svojich ľudí vo firme udržali?** Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

   1. pravidelne im zvyšujem plat minimálne podľa aktuálneho vývoja na pracovnom trhu
   2. poskytujeme benefity naviac (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

7. **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.) Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

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

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

8. **Do akého druhu zvyšovania vedomostí a kvalifikácie Vašich zamestnancov plánujete <u>prevažne</u> investovať počas najbližších 12-tich mesiacov ?** Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

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. digitalizácia a automatizácia
8. kybernetická bezpečnosť
9. online školenia podľa vlastnej potreby
10. iné (uveďte) ...
11. neodpovedal/nemá zamestnancov/neplánuje investovať

Digitalizácia, automatizácia a kybernetická bezpečnosť

9. **Plánujete v nasledujúcich 12 mesiacoch investovať do digitalizácie alebo automatizácie vo Vašej firme?** Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

1. áno určite
2. áno pravdepodobne
3. nie

10. **Ktorú oblasť Vášho podnikania plánujete v nasledujúcich 12 mesiacoch digitalizovať alebo automatizovať?** (odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 9 uviedli odpoveď č. 1 alebo č. 2, Môžete vybrať viacero odpovedí) Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

1. predaj cez e-shop
2. objednávací proces
3. skladovanie
4. fakturácia
5. komunikácia so zákazníkmi (napr. chatboty)

6. plánujeme zaviesť AI (Artificial intelligence)
7. iné (uveďte) ...

11. Koľko financií plánujete investovať do digitalizácie a automatizácie? (odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 9 uviedli odpoveď č. 1 alebo č. 2) Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

1. 0 EUR
2. 1 – 5 000,- EUR
3. 5 001 – 10 000,- EUR
4. 10 001 – 20 000, - EUR
5. 20 001 – 50 000, - EUR
6. Nad 50 000, - EUR

12. Čo považujete za najvýznamnejšiu bariéru v zavádzaní nových procesov v oblasti digitalizácie a automatizácie? Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

1. vysoké vstupné náklady
2. legislatívne bariéry
3. chýbajúce zručnosti zamestnancov
4. časovú náročnosť
5. iné (uveďte) ...
6. žiadnu
7. digitalizácia sa ich netýka
8. nevie posúdiť/neodpovedal

13. Zaoberáte sa oblasťou kybernetickej bezpečnosti vo svojej firme aj keď Vám to legislatíva neprikazuje? Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

1. áno
2. nie
3. nemám jasnú predstavu o tom, čo je kybernetická bezpečnosť

14. Aké opatrenia robíte vo Vašej firme aby ste eliminovali kybernetické riziká? (odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 13 uviedli odpoveď č. 1; môžete vybrať viacero odpovedí) Predčítavať a zaznačiť odpovede.

1. zvyšujeme znalosti svojich zamestnancov v oblasti kybernetickej bezpečnosti
2. máme vypracované plány na zvládanie krízových situácií
3. vykonávame audity kybernetickej bezpečnosti
4. používame zabezpečený prístup do našich systémov
5. pravidelne kontrolujeme všetky nástroje na vzdialený prístup
6. pravidelne zálohujeme
7. údaje zabezpečujeme šifrovaním

8. používame antivírus
9. iné opatrenia (uveďte)...
10. neviem

Hodnotenie prístupu k marketingovým činnostiam

15. Akú formu reklamy používate vo Vašom podnikaní? Môžete vybrať aj viacero odpovedí. Predčítavať a zaznačiť odpovede.

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, TikTok, ...)
6. video reklama na YouTube
7. priamy marketing (napr. letáky do schránok, ...)
8. rôzne charitatívne alebo sponzorské akcie
9. iné
10. neodpovedal

16. Koľko financií investujete v priemere na marketingové aktivity ročne? Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

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
8. neodpovedal

17. Aký je hlavný predajný kanál vo Vašej firme? Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

1. kamenná predajňa
2. online predaj
3. predaj cez obchodné reťazce
4. využívame obchodných zástupcov
5. využívame iný predajný kanál (uveďte)...
6. neodpovedal/nevie

Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb

18. Aké externé platené konzultačné služby pravidelne používate? Môžete vybrať aj viacero odpovedí. Predčítavať a zaznačiť odpovede.

1. marketingové služby
2. účtovní a daňoví poradcovia
3. právne služby
4. personálne agentúry a HR poradenstvo
5. finančné a iné biznis poradenstvo
6. IT a kybernetická bezpečnosť
7. iné (uveďte)...
8. pravidelne nevyužívame externé platené konzultačné služby
9. neodpovedal/nevie

19. Aké sú Vaše celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby? (odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 18 uviedli aspoň jednu z odpovedí č. 1 až č. 7) Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

1. 1 – 5 000,- EUR
2. 5 001 – 10 000,- EUR
3. 10 001 – 20 000, - EUR
4. 20 001 – 50 000, - EUR
5. Nad 50 000, - EUR
6. neodpovedal/nevie

20. Ak pravidelne nevyužívate externé platené konzultačné služby, z**važovali ste niekedy najať si externého konzultanta, aby Vám pomohol v podnikaní?** (odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 18 uviedli odpoveď č. 8) Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

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. neodpovedal/nevie

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/-ľky 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 ručením obmedzeným
3. akciová spoločnosť
4. zahraničná osoba
5. slobodné povolanie
6. samostatne hospodáriaci roľník
7. iná forma (napr. 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) Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

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

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

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? Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

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

34. Kto tvorí prevažujúcu časť Vašich zákazníkov? Predčítavať a zaznačiť jednu odpoveď.

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 úspešný?