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

MINISTERSTVO DOPRAVY SLOVENSKEJ REPUBLIKY

MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY

PRIESKUM PREKÁŽOK V PODNIKANÍ MLADÝCH NA SLOVENSKU

SPRÁVA Z KVANTITATÍVNEHO PRIESKUMU 2023

2023

Vydavateľ:
Slovak Business Agency
© SBA, Bratislava, 2023

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

Neprešlo jazykovou úpravou.

OBSAH

ÚVOD **4**

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 25
3.2. Ceny vstupov (energií, materiálu, externých služieb…) a ich predpokladaný vývoj 26
3.3. Stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov 27
3.4. Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti 28
3.5. Transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek 29
3.6. Flexibilita pracovného práva, povinnosti spojené so zamestnávaním 30
3.7. Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily 31
3.8. Cena práce kvalifikovanej pracovnej sily 32
3.9. Dostupnosť rizikového kapitálu (investori) 33
3.10. Kúpna sila slovenských zákazníkov 34
3.11. Dostupnosť kvalifikovaných mentorov 35
3.12. Dostupnosť klasického financovania 36
3.13. Konkurenčné prostredie v podnikaní 37
3.14. Platobná disciplína zákazníkov 38

4. HODNOTENIE INTERNÝCH A EXTERNÝCH FAKTOROV **39**

4.1. Opatrenia v súvislosti s vysokou mierou inflácie 39
4.2. Fluktuácia zamestnancov 41
4.3. Investovanie do rozvoja zamestnancov 55

5. UMELÉ INTELIGENCIA (A.I.) A KYBERNETICKÁ BEZPEČNOSŤ **62**

5.1. Umelá inteligencia (A.I.) 62
5.2. Kybernetická bezpečnosť 75

6. HODNOTENIE PRÍSTUPU K MARKETINGOVÝM ČINNOSTIAM **80**

7. HODNOTENIE PRÍSTUPU K VYUŽÍVANIU EXTERNÝCH SLUŽIEB **93**

8. MOTIVÁCIE, VÝZVY A NÁVRHY NA UĽAHČENIE PODNIKANIA **100**

9. HLAVNÉ ZISTENIA PRIESKUMU **104**

10. ZOZNAM GRAFOV A TABULIEK **108**

11. DOTAZNÍK **110**

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 infláciu, prístup k zamestnancom, podporu rozvoja svojich zamestnancov a vlastný rozvoj;
- zmapovanie úrovne a rozvoja mladých podnikateľov v oblasti umelej inteligencie 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 mesiaci august 2023 na celkovej vzorke 1000 mladých podnikateľov vo veku 18 až 39 rokov, ktorých firmy spĺňajú kritéria platné pre kategóriu mikro, 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 mikro, 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 1000 mladých podnikateľov do 39 rokov tvorili fyzické osoby – podnikatelia 10,1%. Prevažná časť oslovených podnikateľov (89,8%) zastupovala právnu formu MSP – právnické osoby. Pri podrobnejšom pohľade na štruktúru právnych foriem oslovených mladých podnikateľov možno sledovať najvyššie zastúpenie spoločností s ručením obmedzeným – s.r.o. (87,9%). Nasledujú živnostníci s podielom 9,3% a akciové spoločnosti, ktoré predstavujú 1,6% zo všetkých respondentov. Vzorku ďalej doplnili podnikateľské subjekty so štatútom slobodné povolanie (0,6%), samostatne hospodáriaci roľník (0,2%) a s inou právnou formou (0,3%). 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=1000 respondentov

V prieskume mali dominantné zastúpenie mladí podnikatelia s nižším počtom zamestnancov. Viac ako pätinu respondentov (21,3%) predstavovali podnikateľské subjekty, ktoré nezamestnávali žiadneho zamestnanca. Ďalších 66,6% skúmanej vzorky tvorili firmy s jedným až deviatimi zamestnancami.

Najmenšiu skupinu mladých podnikateľov (12,1%) predstavovali respondenti, ktorí zamestnávajú 10 až 249 zamestnancov.

28,0% mladých podnikateľov v prieskume uviedlo, že vo svojej firme zamestnáva aj iných rodinných príslušníkov. Najviac (18,9%) zamestnáva jedného člena rodiny, 7,5% mladých podnikateľov zamestnáva dvoch alebo troch rodinných príslušníkov a ďalších 1,6% respondentov zamestnáva minimálne štyroch členov rodiny. Takmer tri štvrtiny (72,0%) oslovených podnikateľov nezamestnávalo žiadneho rodinného príslušníka.

Graf č.2: **Skúmané MSP podľa počtu zamestnancov**

N=1000 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 (29,3%). Nižší podiel tvorili mladí podnikatelia so sídlom v Žilinskom kraji (13,4%). Zastúpenie respondentov so sídlom na území ostatných krajov sa pohybovalo v intervale od 8,7% do 10,4%.

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

N=1000 respondentov

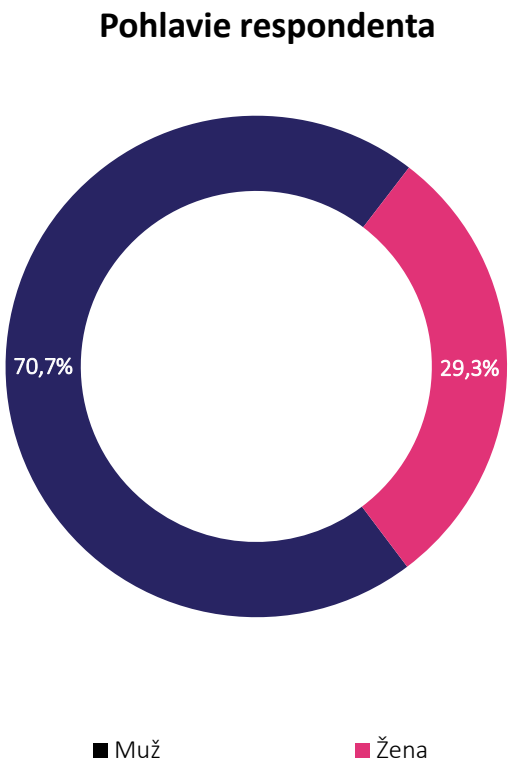
Medzi oslovenými mladými podnikateľmi zo Slovenska mali v realizovanom prieskume najväčšie zastúpenie podnikateľské subjekty, ktoré vykonávali svoju hlavnú činnosť v odvetví obchodu (27,5%). Vzorku ďalej doplnili MSP pôsobiace v sektore obchodných služieb (24,1%), stavebníctva (12,5%), dopravy a informácií (11,9%), priemyslu (8,1%), ostatných služieb (8,4%), ubytovania a stravovania (4,2%) a pôdohospodárstva (3,3%). Odvetvová štruktúra respondentov plne reflektuje odvetvovú štruktúru mladých podnikateľov z kategórie mikro malých a stredných podnikov na Slovensku.

Graf č.4: **Respondenti podľa hlavného druhu ekonomickej činnosti**

N=1000 respondentov

70,7% z oslovených mladých podnikateľov tvorili muži. Mladé ženy – podnikateľky boli na prieskume zastúpené 29,3%. 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 36,8% oslovených podnikateľských subjektov.

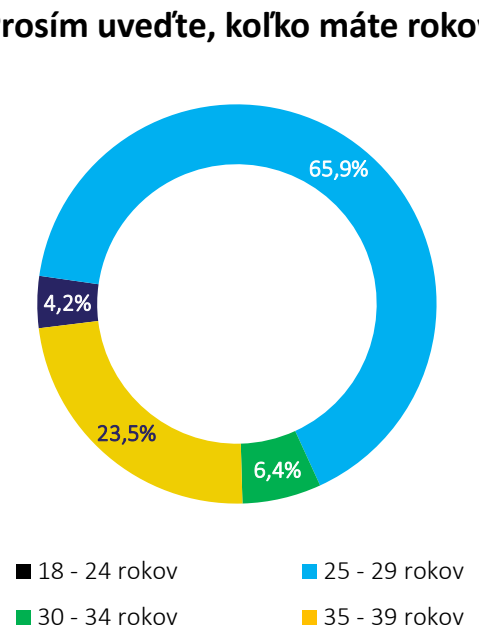
Graf č.5: **Štruktúra skúmanej vzorky podľa pohlavia**



N=1000 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 70%, viedlo k vysokému podielu respondentov (65,9%) 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 6,4%, čo je najmenšie zastúpenie z celkovej skúmanej vzorky a zástupcovia mladých podnikateľov vo veku 35 až 39 rokov tvorili 23,5%. Druhou najmenej zastúpenou skupinou (4,2%) boli mladí podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov.

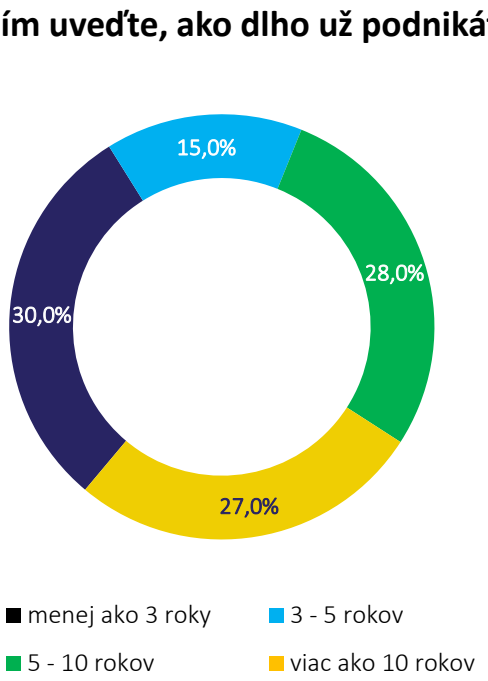
Graf č.6: **Štruktúra skúmanej vzorky podľa veku**



N=1000 respondentov

Necelú jednu tretinu skúmanej vzorky (30,0%) tvorili mladí podnikatelia, ktorí vykonávajú svoju podnikateľskú činnosť menej ako 3 roky. Možno ich teda označiť za skupinu začínajúcich mladých podnikateľov. Ako možno sledovať aj na nižšie uvedenom grafe, mladí podnikatelia nie sú v podnikaní žiadnymi „nováčikmi“. Druhou najpočetnejšou skupinou respondentov (28,0%) 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 (15,0%), resp. viac ako 10 rokov (27,0%).

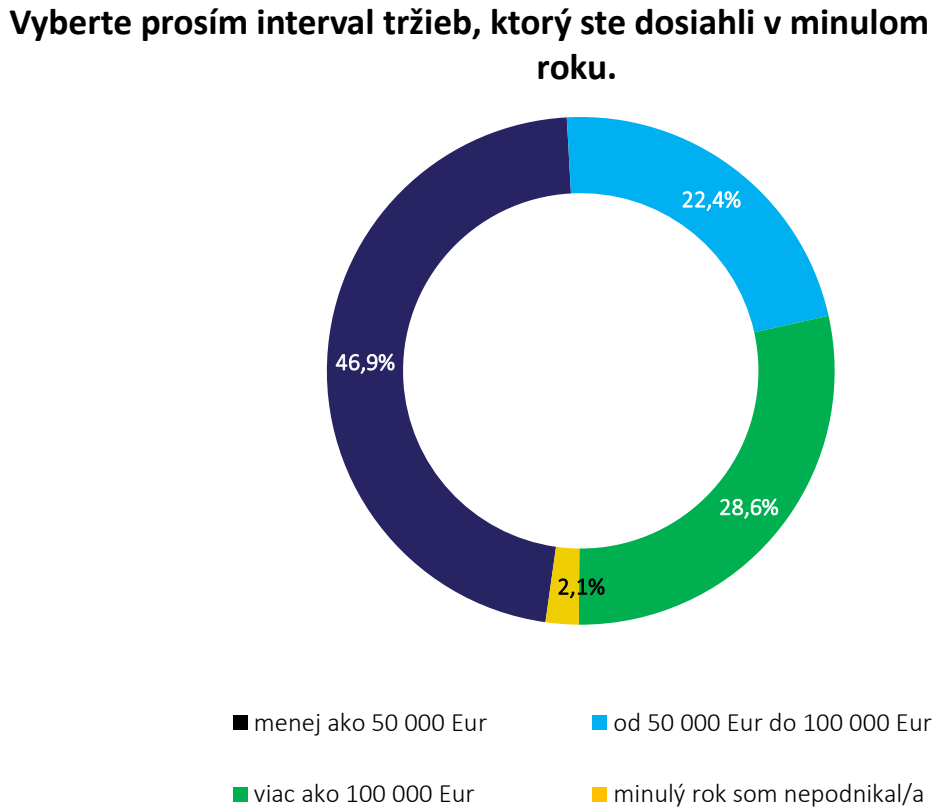
Graf č.7: **Štruktúra skúmanej vzorky podľa dĺžky podnikania**



N=1000 respondentov

Z výsledkov prieskumu vyplýva, že až 46,9% mladých podnikateľov dosiahlo v predchádzajúcom roku tržby nižšie ako 50 000 Eur. V intervale tržieb od 50 000 do 100 000 Eur sa nachádzalo 22,4% oslovených podnikateľských subjektov a 28,6% oslovených podnikateľov dosiahlo v predchádzajúcom roku tržby nad úrovňou 100 000 Eur. Medzi respondentmi sa nachádzala aj skupina mladých podnikateľov (2,1% z celkovej vzorky), ktorí v roku 2022 nepodnikali.

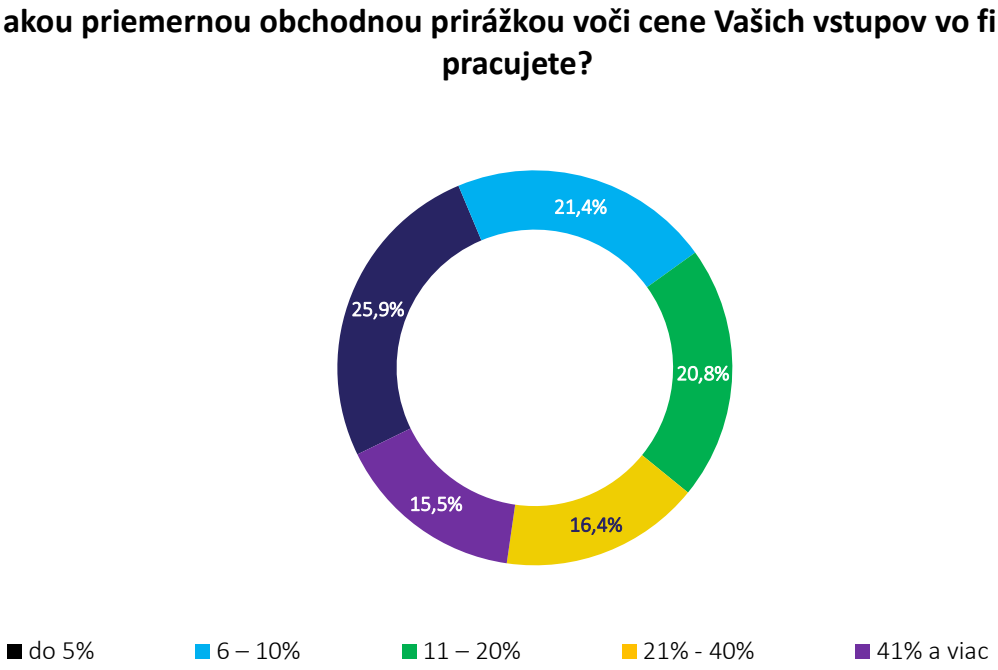
Graf č.8: **Štruktúra skúmanej vzorky podľa tržieb z predchádzajúceho roka 2023**



N=1000 respondentov

Skúmaná vzorka podnikateľských subjektov zároveň vykazuje vysokú variabilitu priemernej obchodnej prirážky voči cene vstupov. 25,9% tvorili firmy operujúce s priemernou obchodnou prirážkou do 5%. Podobné zastúpenie (21,4%) 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 pätina respondentov (20,8%). Medzi oslovenými mladými podnikateľmi sa nachádzala aj skupina firiem s pomerne vysokou priemernou obchodnou prirážkou v rozmedzí 21% až 40% (16,4%). S priemernou obchodnou prirážkou nad 40% podniká 15,5% z oslovených mladých podnikateľov.

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



N=1000 respondentov

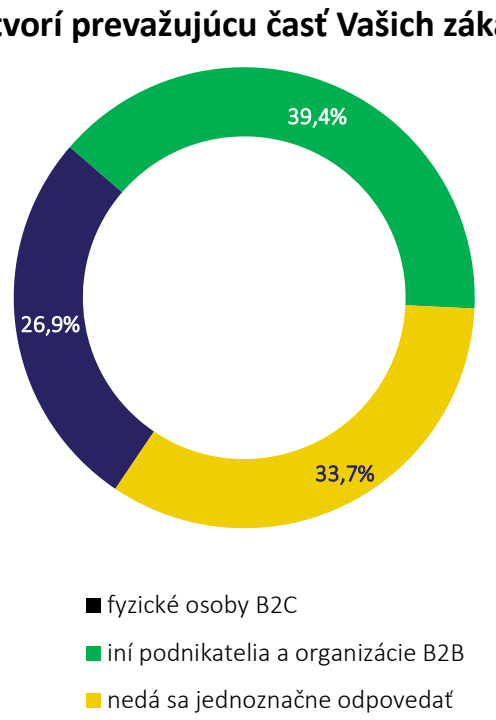
Zákazníci oslovených podnikateľských subjektov sú výlučne (42,9%) alebo prevažne (44,8%) zo Slovenska. Prevažne zahraničným zákazníkom predáva svoje produkty alebo služby 7,8% oslovených mladých podnikateľov a výhradne zahraničných odberateľov má len 4,5% oslovených firiem.

Graf č.10: **Štruktúra skúmanej vzorky podľa teritoriálnej príslušnosti**

N=1000 respondentov

Zároveň sa viac ako štvrtina respondentov (26,9%) vyjadrila, že ich zákazníkmi sú v prevažnej miere fyzické osoby. Iní podnikatelia a organizácie predstavujú koncových zákazníkov pre 39,4% respondentov z radov mladých podnikateľov. V prípade 33,7% podnikateľských subjektov nebolo možné určiť, kto tvorí prevažujúcu časť ich zákazníkov.

Graf č.11: **Štruktúra skúmanej vzorky podľa typu zákazníkov**



N=1000 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 15. do 28. augusta 2023. Dotazník pozostával celkovo z 35 otázok, z čoho bolo 33 uzavretých, resp. polouzavretých otázok a 2 otvorené.

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

- Vekové ohraničenie respondentov v intervale od 18 do 39 rokov.
- Z celkového počtu respondentov tvoria zástupcovia vekovej kategórie do 29 rokov (resp. menej ako 30 rokov) 70%.
- Z celkového počtu mladých podnikateľov tvoria 30,0% 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 predchádzajúcich zisťovaní prekážok v podnikaní mladých z rokov 2018 a 2022. Aplikovaním rovnakej metodiky sa docielila porovnateľnosť výsledkov aktuálneho prieskumu s predchádzajúcimi prieskumomami z rokov 2018 a 2022. V časovej perióde bolo tak medziročne 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. 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 4 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);

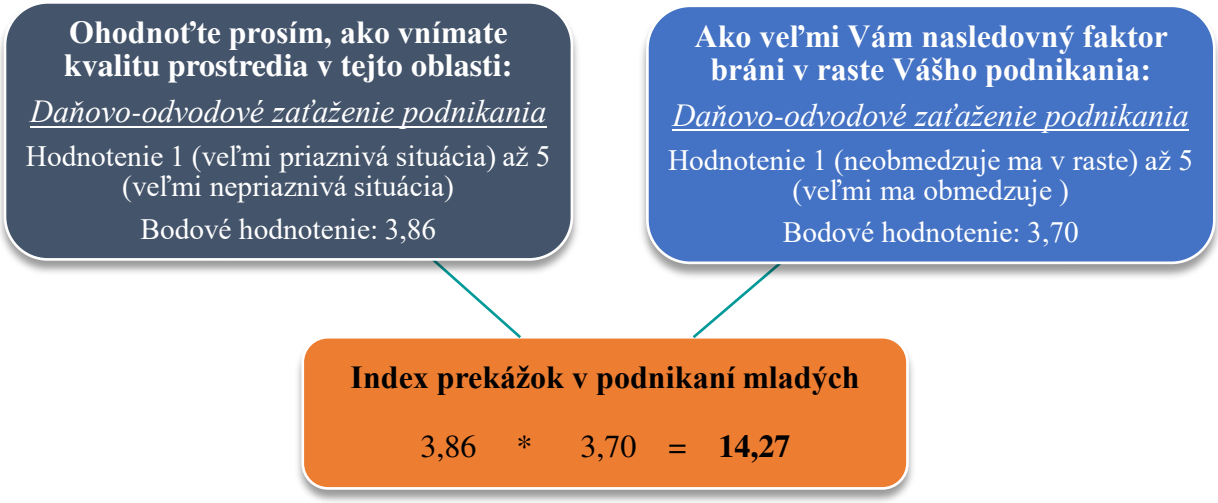
III. kvalita trhového prostredia (úroveň konkurencie, kúpna sila slovenských zákazníkov, platobná disciplína zákazníkov, prístup k verejným tendrom a zákazkám, cena vstupov);

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: 3,86
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: 3,70
Index prekážok v podnikaní mladých
3,86 * 3,70 = 14,27

3. Hodnotenie faktorov vonkajšieho prostredia podniku

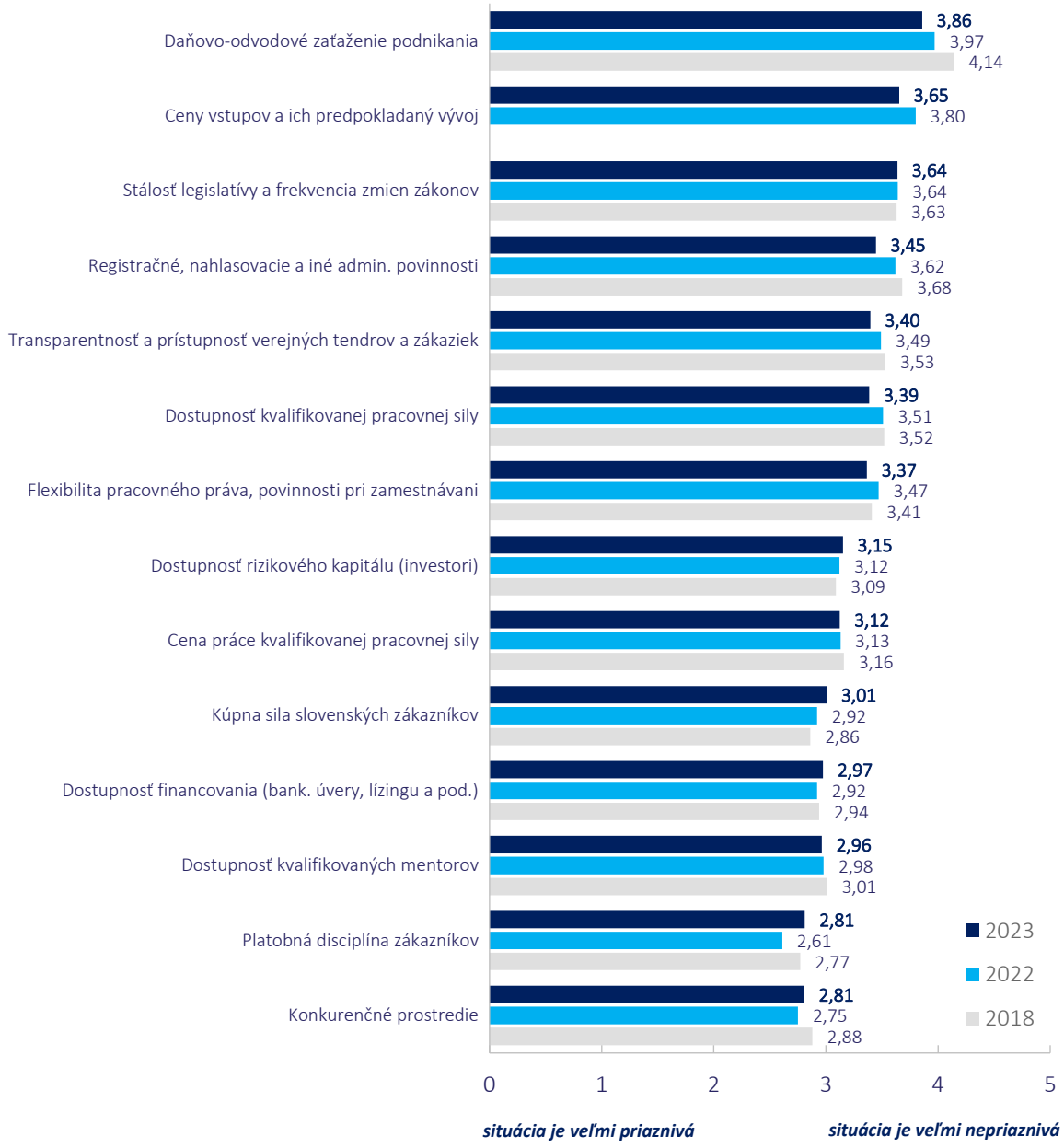
V súlade s vyššie uvedenou metodikou konštrukcie jednotlivých indexov je nižšie prezentovaný graf, ktorý reflektuje ako mladí podnikatelia hodnotia vybrané zložky podnikateľského prostredia. Graf vyhodnocuje odpovede respondentov z dvoch otázok – všeobecné hodnotenie kvality vybraných oblastí podnikateľského 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 (3,86 bodu). Negatívne hodnotili aj ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj (3,65 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 (3,45 bodu); transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek (3,40 bodu) a dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (3,39 bodu). Do skôr negatívnejšieho hodnotenia mladých podnikateľov ešte spadá flexibilita pracovného práva, povinnosti pri zamestnávaní (3,37 bodu); dostupnosť rizikového kapitálu (3,15 bodu); cena práce kvalifikovanej pracovnej sily (3,12 bodu) a kúpna sila slovenských zákazníkov (3,01 bodu). Zástupcovia mladých podnikateľov udelili skôr pozitívnejšie hodnotenie oblastiam ako dostupnosť financovania (2,97 bodu), dostupnosť kvalifikovaných mentorov (2,96 bodu), platobná disciplína zákazníkov (2,81 bodu), resp. konkurenčné prostredie v podnikaní (2,81 bodu).

V porovnaní s prieskumom realizovaným v roku 2022 došlo k miernemu zlepšeniu vnímania podnikateľského prostredia mladými podnikateľmi najmä v oblastiach ako daňovo-odvodové zaťaženie; ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj; registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti; transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek; dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily a flexibilita pracovného práva, dostupnosť kvalifikovaných mentorov, povinnosti pri zamestnávaní. Naopak k zhoršeniu pri meraných parametroch došlo v oblastiach ako dostupnosť rizikového kapitálu, kúpna sila slovenských zákazníkov, dostupnosť financovania (bank. úvery, lízing a pod.), platobná disciplína zákazníkov, resp. konkurenčné prostredie. Stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov zostala v porovnaní s rokom 2022 bez zmien.

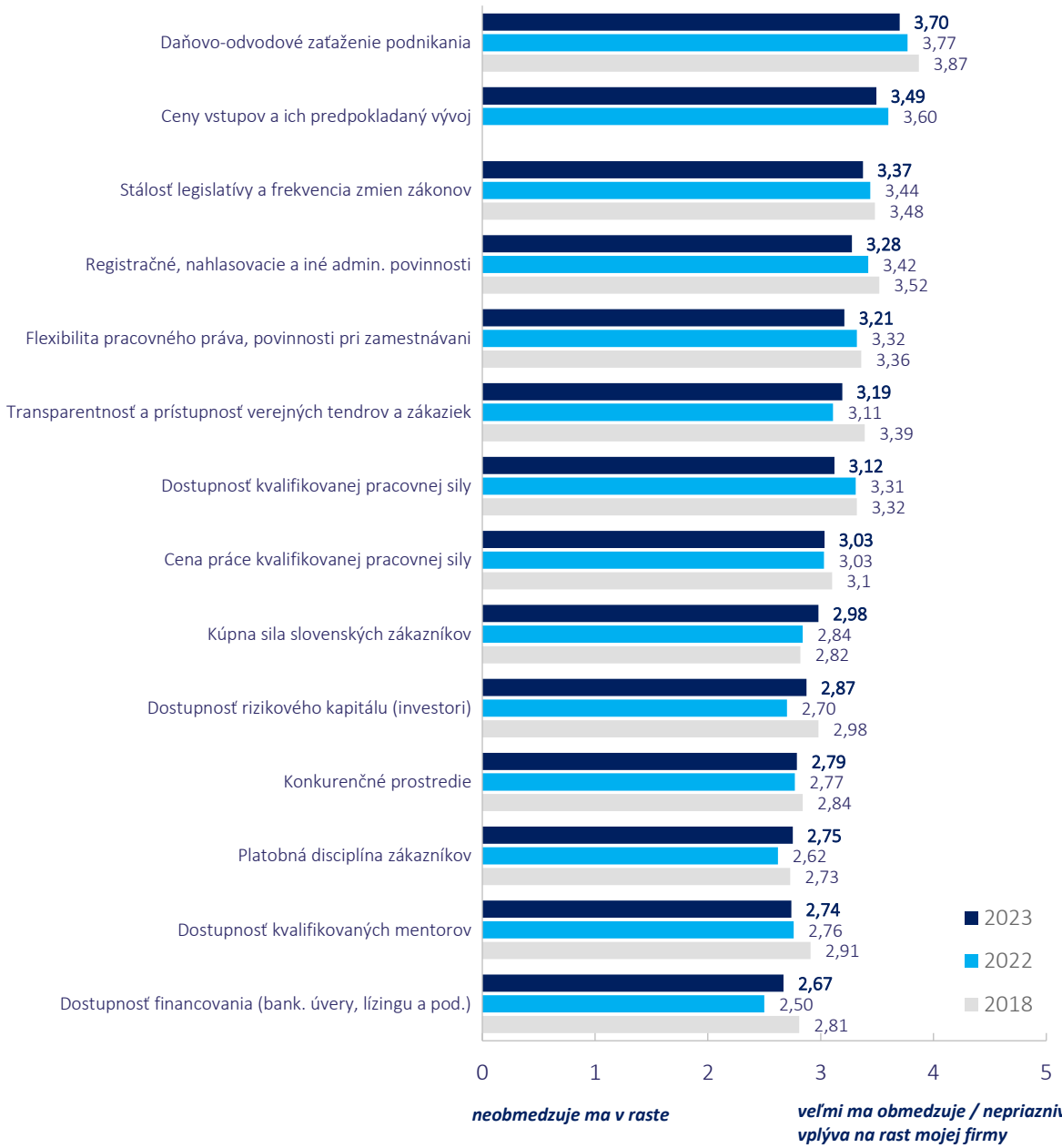
Graf č.12: **Hodnotenie vybraných zložiek podnikateľského prostredia**

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



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

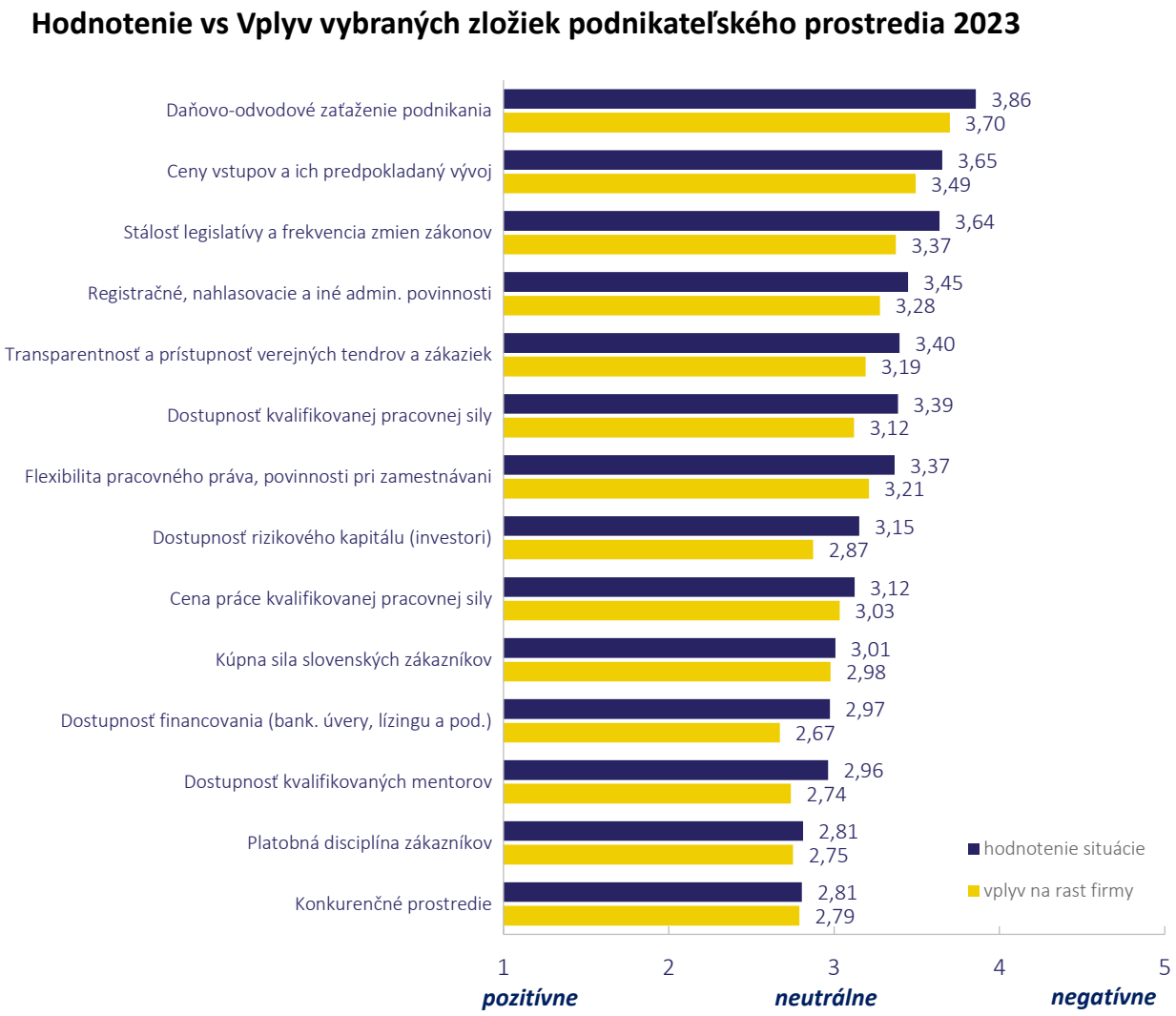
Ako veľmi jednotlivé faktory podnikateľského prostredia bránia v raste Vášho podnikania?



Oproti prieskumu z roku 2022 sa bodové skóre pri hodnotení vybraných faktorov, ktoré bránili v podnikaní, zlepšilo u siedmych faktorov. Naopak, u šiestich faktorov sa bodové skóre zhoršilo a u faktora cena práce kvalifikovanej pracovnej sily zostalo hodnotenie nezmenené v medziročnom porovnaní (13 faktorov bolo zaradených do prieskumu v troch vlnách 2018, 2022 a 2023 a jeden faktor ceny vstupov a predpokladaný vývoj iba v dvoch vlnách 2022 a 2023).

Najvýraznejšie medziročné zlepšenie vo vnímaní faktorov, ktoré by bránili rozvoju podnikania, sa prieskumom zistilo v oblastiach ako dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily; registračné nehlasovacie a iné administratívne povinnosti; flexibilita pracovného práva; povinnosti pri zamestnávaní; resp. ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj; dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily; stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov a dostupnosť kvalifikovaných mentorov. Naopak najvýraznejšie medziročné zhoršenie vo vnímaní faktorov, ktoré by bránili rozvoju podnikania, sa prieskumom zistilo v oblastiach ako dostupnosť financovania, dostupnosť rizikového kapitálu, kúpna sila slovenských zákazníkov, platobná disciplína zákazníkov a konkurenčne prostredie. Faktor ceny práce kvalifikovanej pracovnej sily zostal bez zmeny.

Graf č.14: **Hodnotenie vs Vplyv vybraných zložiek podnikateľského prostredia 2023**



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 negatívny vplyv na rast firmy.

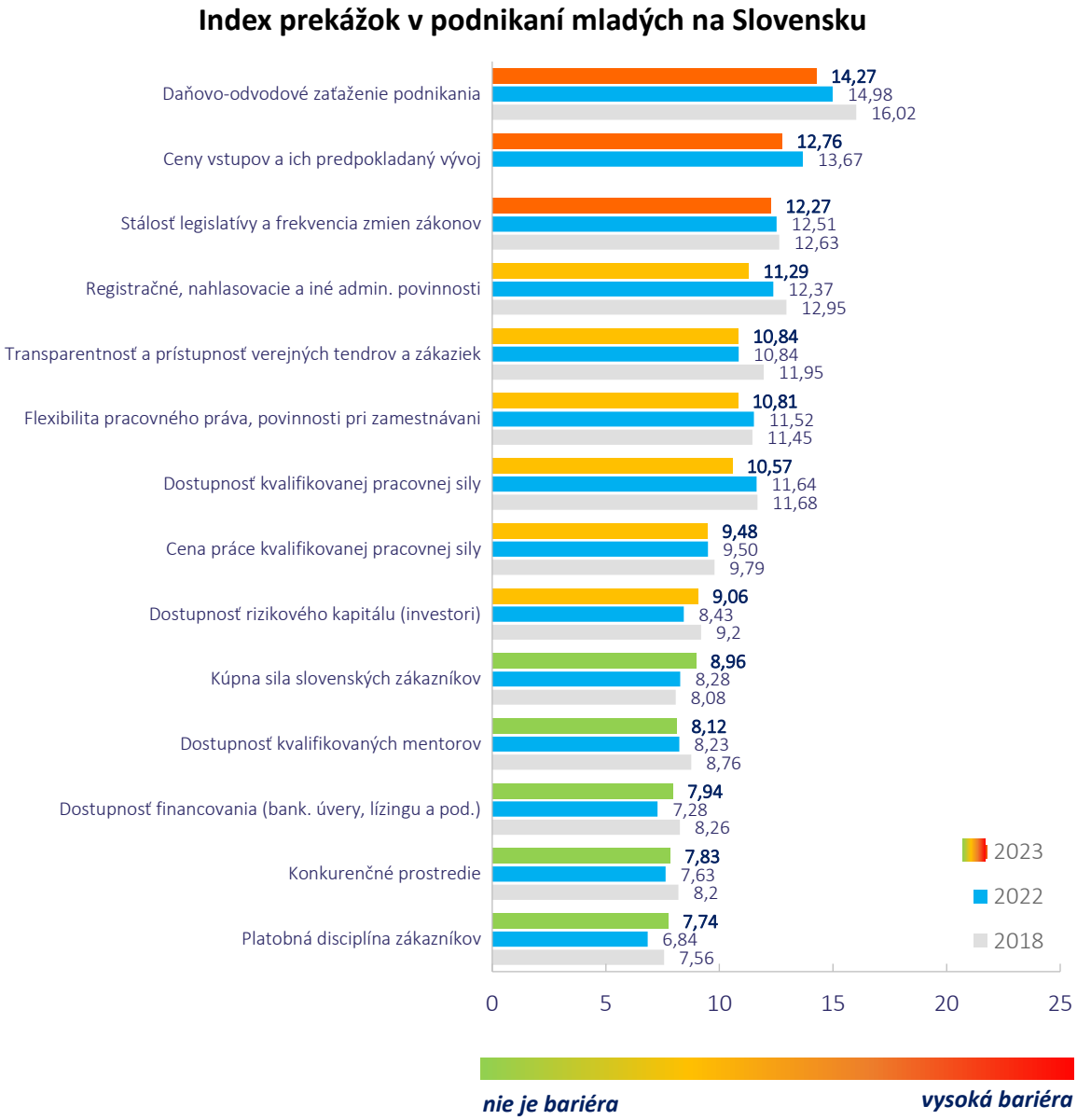
Naopak, konkurenčné prostredie a platobná disciplína zákazníkov dosiahli podľa respondentov najpozitívnejšie skóre pri hodnotení aktuálnej situácie. V prípade faktorov brániacich v raste boli vnímané ako najmenej problematické zo strany mladých podnikateľov dostupnosť kvalifikovaných mentorov a dostupnosť financovania prostredníctvom bankových úverov, lízingu a pod..

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 14,27 bodu z 25 možných bodov. Druhou významnou prekážkou v podnikaní mladých na Slovensku sú ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj (12,76 bodu). Do skupiny faktorov, ktoré predstavujú stredne veľkú bariéru, respondenti zaradili aj stálosť legislatívy (12,27 bodu).

Za nízku bariéru v podnikateľskom prostredí na Slovensku mladí podnikatelia označili faktory ako registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti voči štátu (11,29 bodu); transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek (10,84 bodu); flexibilita pracovného práva a povinnosti spojené so zamestnávaním (10,81 bodu); dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (10,57 bodu); cena práce kvalifikovanej pracovnej sily (9,48 bodu) a dostupnosť rizikového kapitálu (investori) (9,06 bodu).

Prieskum zároveň ukázal, že mladí podnikatelia nevnímajú ako bariéru v podnikaní kúpnu silu slovenských zákazníkov (8,96 bodu), dostupnosť kvalifikovaných mentorov (8,12 bodu), dostupnosť klasických foriem financovania (7,94 bodu), konkurenčné prostredie (7,83 bodu) a platobnú disciplínu zákazníkov (7,74 bodu).

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



Čo sa týka najkritickejších bariér, tak index všetkých troch sa medziročne, ale aj v porovnaní s rokom 2018 znížil, čo je veľmi pozitívna správa. Najviac sa znížil Index daňovo-odvodového zaťaženia podnikania v porovnaní s rokom 2018 (-1,75 bodu) a index cien vstupov a ich predpokladaného vývoja v porovnaní s minulým rokom (-0,91 bodu). Najpomalšie sa znižuje Index stálosti legislatívy a frekvencie zmien zákonov.

Spomedzi nízkych bariér sa index najviac znížil u registračných, nahlasovacích a iných administratívnych povinností (o 1,66 bodu oproti roku 2018 a o 1,08 bodu v porovnaní s rokom 2022) a dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily (o 1,11 bodu v porovnaní s rokom 2018 a o 1,07 oproti roku 2022). Transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek sa zlepšila oproti roku 2018 o 1,11 bodu a oproti roku 2022 ostala na úplne rovnakej úrovni. Flexibilita pracovného práva, povinnosti pri zamestnávani sa taktiež v porovnaní s oboma rokmi zlepšila, ale miernejšie ako pri vyššie spomínaných

bariérach. Cena práce kvalifikovanej pracovnej sily sa taktiež zlepšila len minimálne a v porovnaní s rokom 2018 (-0,31 bodu) a ostala v podstate nezmenená v porovnaní s rokom 2022. Jediná nízka bariéra, ktorá sa medziročne zhoršila oproti roku 2022 je dostupnosť rizikového kapitálu (investori) a to o 0,63 bodu.

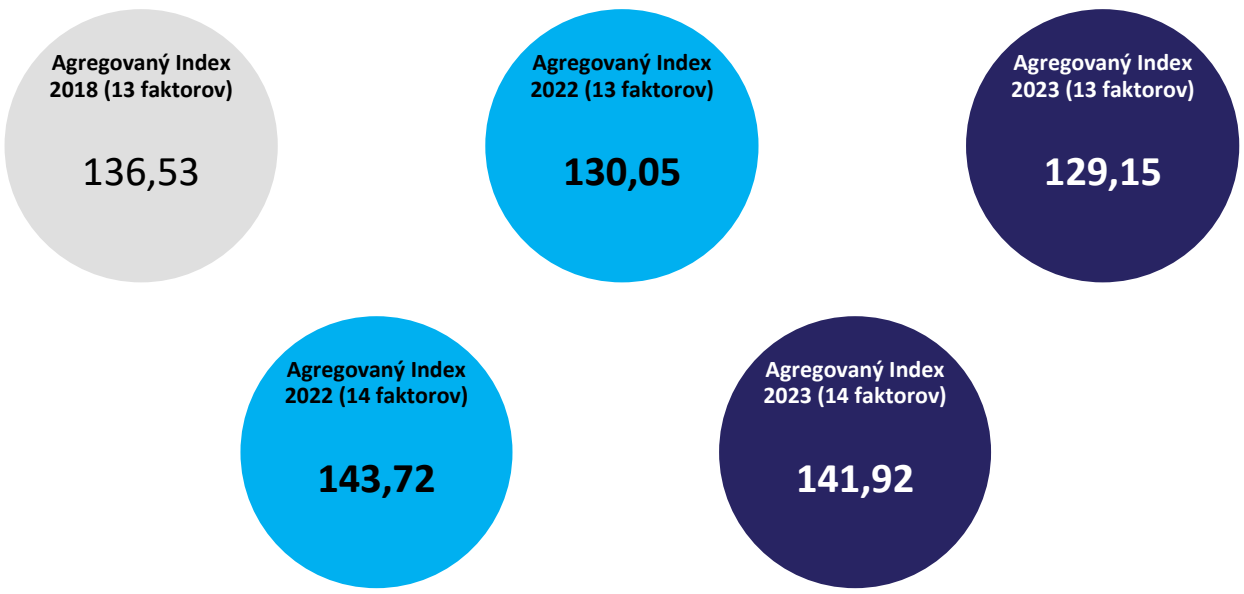
Jediný faktor, ktorý sa oproti roku 2022 zlepšil spomedzi faktorov, ktoré podľa metodiky nepredstavujú bariéry v podnikaní, bol dostupnosť kvalifikovaných mentorov, a to len minimálne o 0,11 bodu, resp. o 0,64 bodu v porovnaní s rokom 2018. Kúpna sila slovenských zákazníkov sa zhoršila pri oboch porovnaniach, a to oproti roku 2018 (0,88 bodu) aj 2022 (0,68 bodu). Podobne negatívny vývoj mal aj faktor platobná disciplína zákazníkov. Dostupnosť financovania (bank. úvery, lízingu a pod.) sa oproti roku 2018 zlepšila o 0,32 bodu, avšak oproti roku 2022 zhoršila o 0,66 bodu. Veľmi podobný vývoj má aj faktor konkurenčné prostredie.

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 141,92 bodu z 350 možných bodov. V porovnaní s rokom 2022, kedy mal agregovaný index hodnotu 143,72 bodu, sa zlepšil o 1,81 bodu. Naznačuje to určité zlepšenie v podnikateľskom prostredí na Slovensku z pohľadu mladých podnikateľov.

Pre porovnateľnosť, agregovaný index predstavujúci súčet indexov trinástich hodnotených faktorov dosiahol hodnotu 129,15 bodu z 325 možných bodov. Obdobne spracovaný index z roku 2022 predstavoval hodnotu 130,05 bodu a index z roku 2018 dosiahol hodnotu 136,53 bodu.

S prihliadnutím na takmer porovnateľnú vzorku respondentov prieskumu z roku 2022 a 2018 možno konštatovať, že mladí podnikatelia vnímajú kontinuálne sa zlepšujúce podnikateľské prostredie na Slovensku. Na základe porovnania týchto rokov vidíme trend v zlepšovaní, i keď ten je len veľmi pozvoľný.

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

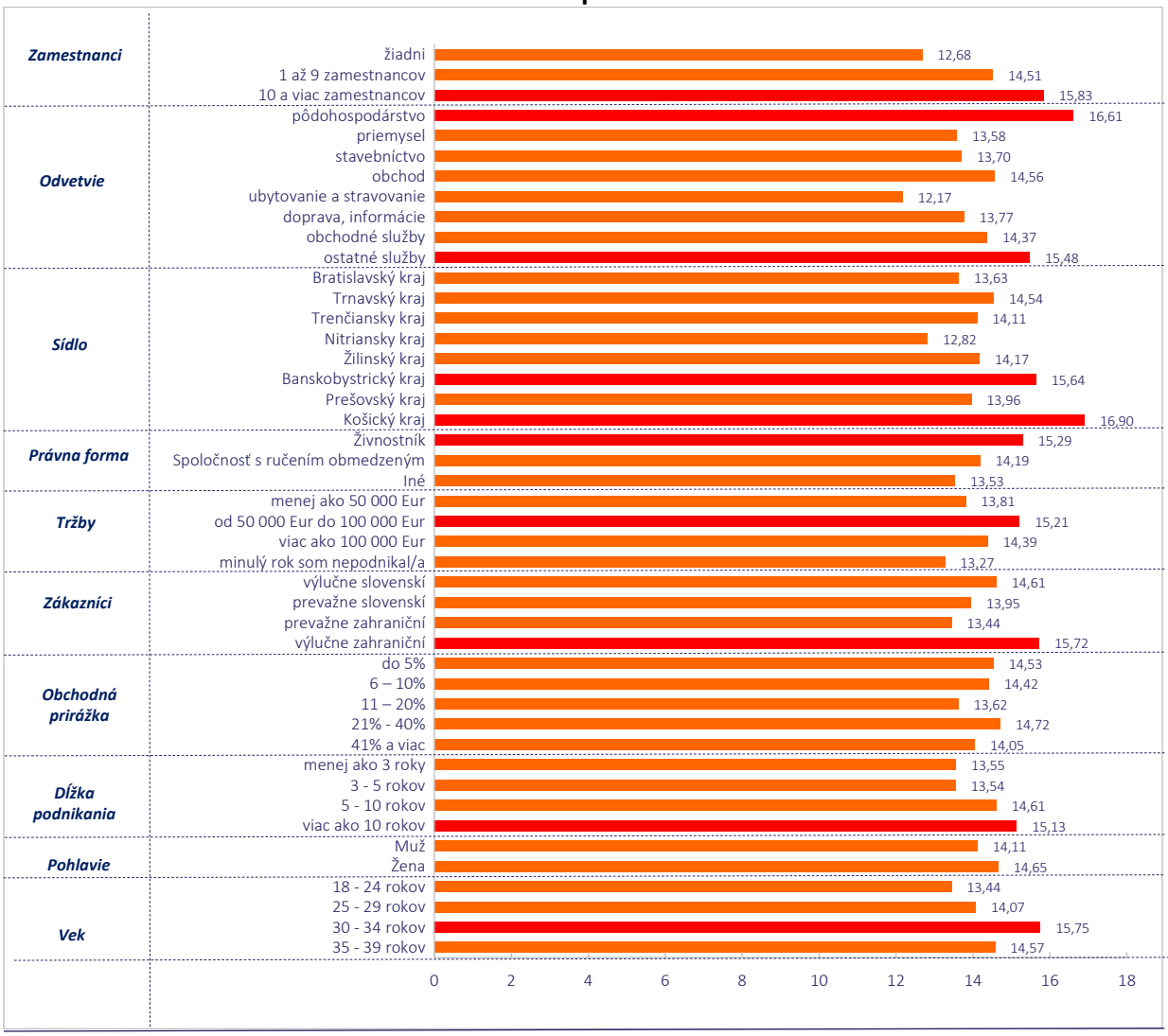


Nasledujúce podkapitoly prezentujú detailnejší pohľad na hodnotené oblasti podnikateľského prostredia z perspektívy jednotlivých skupín respondentov. Skupiny respondentov boli zvolené na základe nasledujúcich triediacich kritérií: počet zamestnancov, odvetvie, sídlo firmy (regionálna úroveň NUTS 3 -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

3.1. Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania

Daňovo-odvodové zaťaženie podnikania bolo v prieskume označené mladými podnikateľmi za strednú prekážku v ich podnikaní (14,27 bodu). Najnegatívnejšie vnímajú oblasť daňovo-odvodového zaťaženia najmä mladí podnikatelia podnikajúci v odvetví pôdohospodárstvo (16,61 bodu), mladí podnikatelia z Košického kraja (16,90 bodu), mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (15,83 bodu), živnostníci (15,29 bodu) a mladí podnikatelia s obratom od 50 000 do 100 000 Eur (15,21 bodu). Z výsledkov prieskumu tiež vyplýva vyššia miera nespokojnosti podnikateľov vo vekových skupinách 30 až 34 rokov (15,75 bodu), medzi mladými podnikateľmi podnikajúcimi 10 a viac rokov (15,13 bodu) a medzi mladými podnikateľmi výlučne so zahraničnými zákazníkmi (15,72 bodu). Menej negatívne hodnotili tento faktor podnikateľského prostredia najmä mladí podnikatelia bez zamestnancov (12,68 bodu), mladí podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (12,17 bodu), mladí podnikatelia z Nitrianskeho kraja (12,82 bodu), mladí podnikatelia podnikajúci od 3-5 rokov (13,54 bodu), resp. menej ako 3 roky (13,55 bodu).

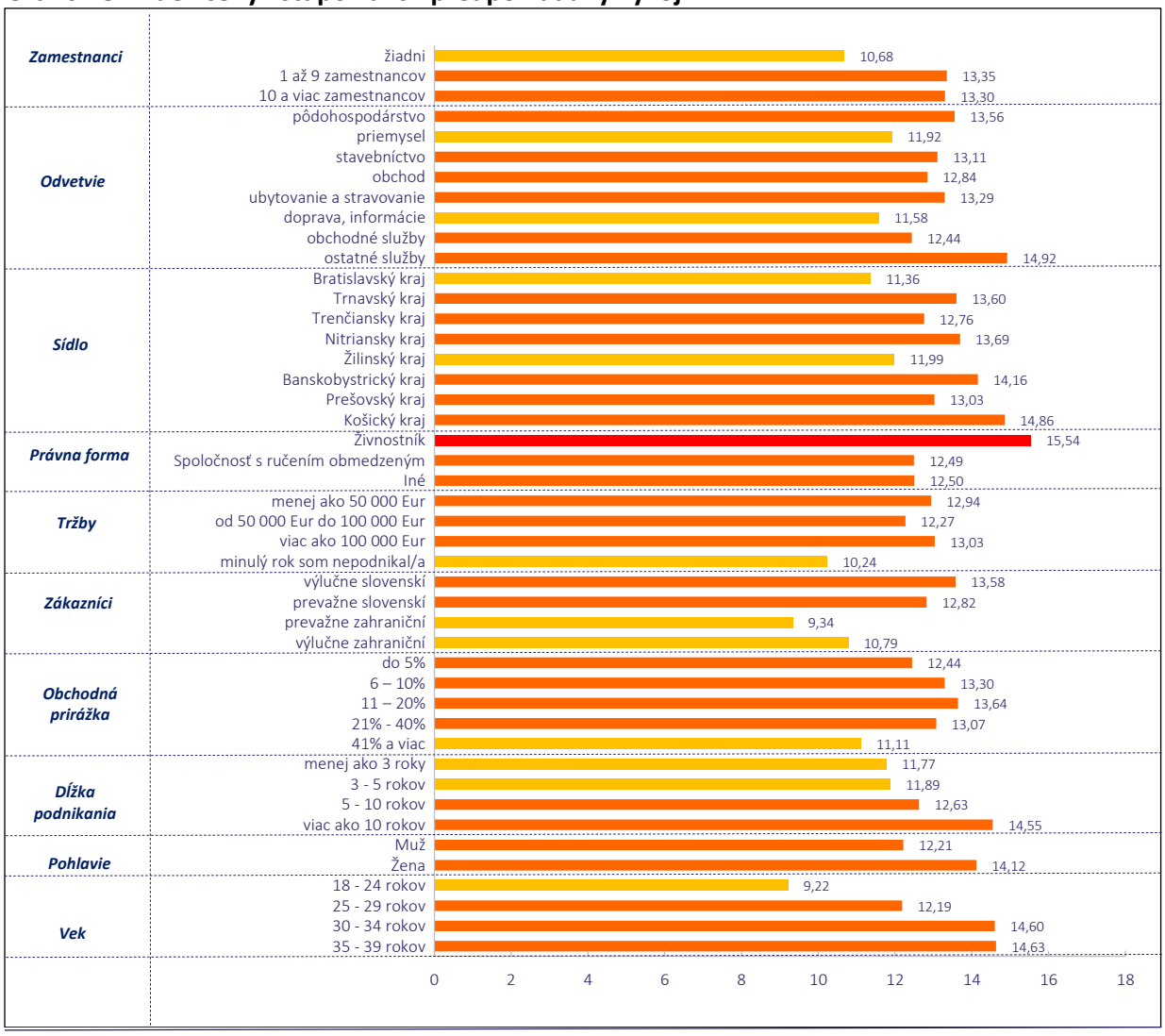
Graf č.17: **Index daňovo-odvodového zaťaženia podnikania**



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

Ceny vstupov zdrojov vyhodnotili mladí podnikatelia ako druhú strednú prekážku (12,76 bodu), boli to najmä mladí podnikatelia v sektore ostatné služby (14,92 bodu), mladí podnikatelia z Košického kraja (14,86 bodu), mladí podnikatelia vo veku 35-39 rokov (14,63 bodu), mladí podnikatelia podnikajúci viac ako 10 rokov (14,55 bodu) a mladé podnikateľky (14,12 bodu). Menej negatívne hodnotili mladí podnikatelia tento faktor podnikateľského prostredia v sektore doprava, informácie (11,58 bodu), ďalej hlavne mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (11,36 bodu), mladí podnikatelia bez zamestnancov (10,68 bodu), mladí podnikatelia, ktorí v minulom roku nepodnikali (10,24 bodu) a mladí podnikatelia podnikajúci menej ako 3 roky (11,77 bodu).

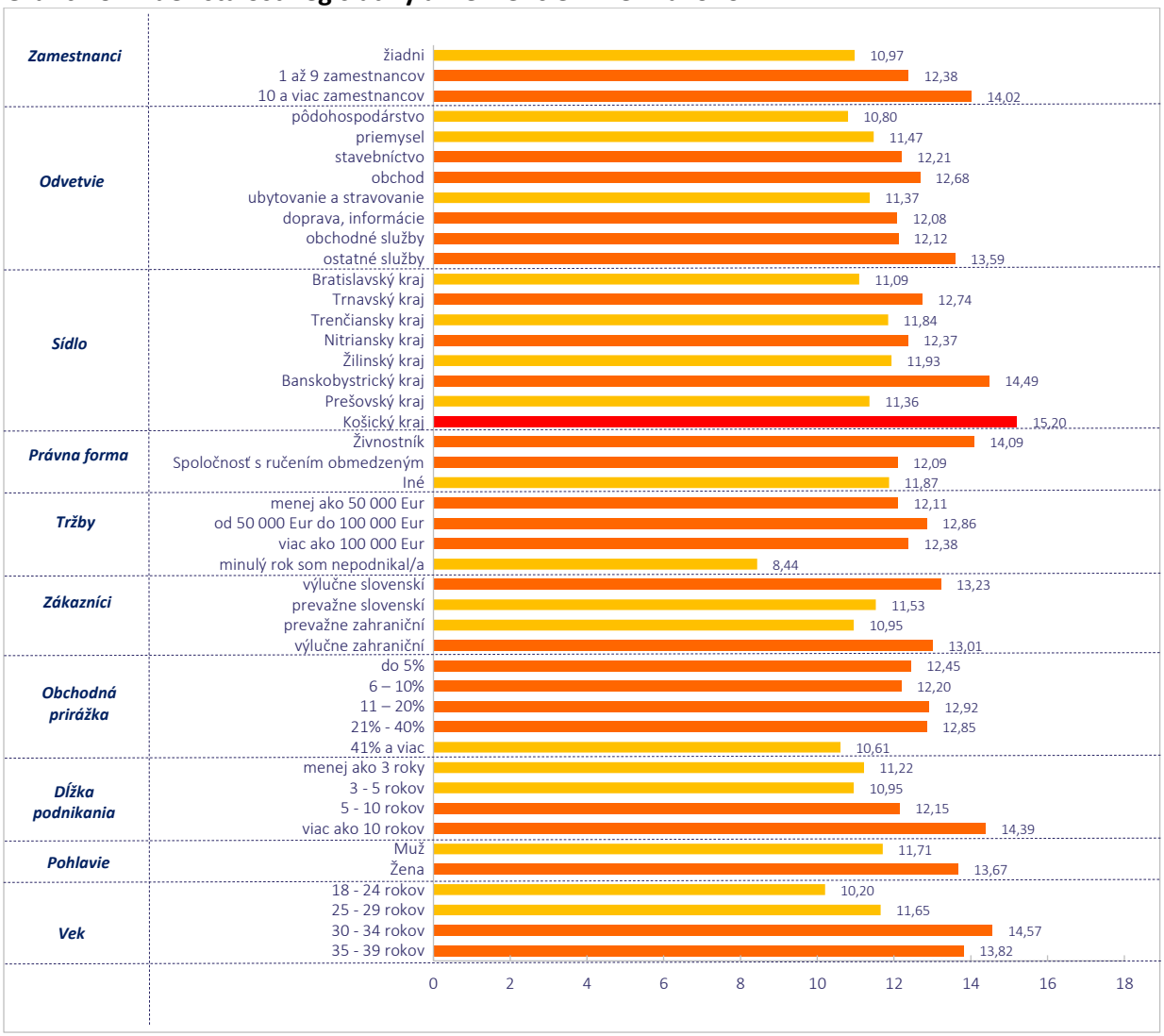
Graf č.18: **Index ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj**



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 (12,27 bodu). Nestálosť legislatívy vyplývajúca z nekoncepčného prístupu k podnikateľskému prostrediu pôsobí ako bariéra hlavne pre mladých podnikateľov rozvíjajúcich svoje podnikanie v odvetví ostatné služby (13,59 bodu), ďalej pre respondentov z Košického kraja (15,20 bodu), mladých podnikateľov - živnostníkov (14,09 bodu), mladých podnikateľov vo veku 30 až 34 rokov (14,57 bodu). Zaujímavý efekt možno pozorovať v prípade odpovedí respondentov štruktúrovaných podľa dĺžky podnikania. Kritické hodnotenie rastie úmerne s narastajúcou dĺžkou podnikania v intervale od 10,95 bodu po 14,39 bodu. Oblasť častých legislatívnych úprav vnímajú o niečo pozitívnejšie respondenti, ktorí majú menšie skúsenosti s podnikaním. Do istej miery ide o skupinu mladých podnikateľov, ktorí v roku 2022 nevykonávali podnikateľskú činnosť (8,44 bodu), respondentov vo veku do 24 rokov (10,20 bodu) a firmy s priemernou obchodnou prirážkou 41% a viac (10,61 bodu).

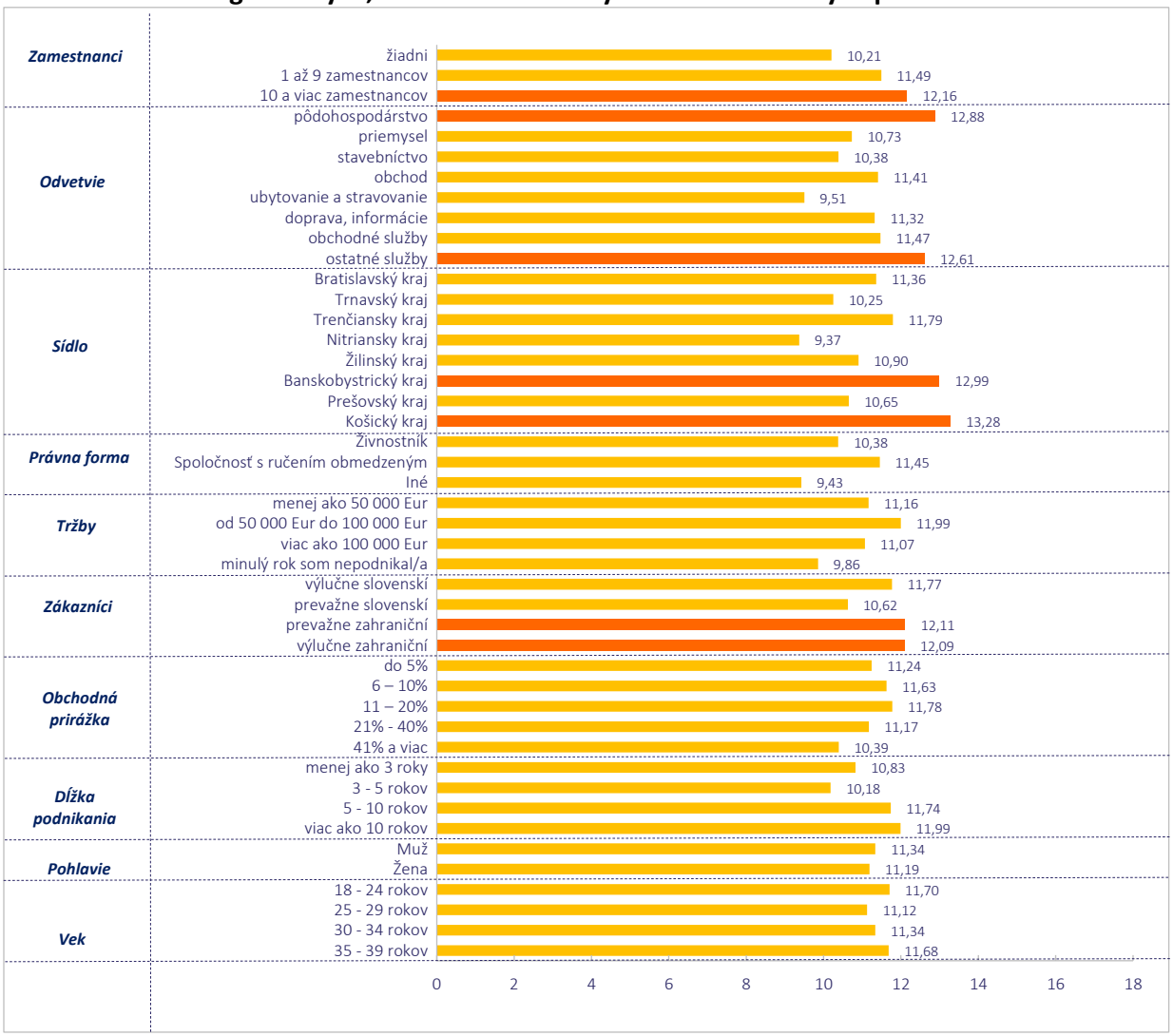
Graf č.19: **Index stálosti legislatívy a frekvencie zmien zákonov**



3.4. Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti

Registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti podnikateľov voči štátu predstavujú podľa výsledkov prieskumu v podnikaní mladých podnikateľov nízku bariéru (11,29 bodu). Tento faktor podnikateľského prostredia vnímajú citlivejšie najmä mladí podnikatelia s vyšším počtom zamestnancov (10 a viac) (12,16 bodu), mladí podnikatelia pôsobiaci v odvetviach ostatné služby (12,61 bodu) a pôdohospodárstvo (12,88 bodu), mladí podnikatelia s tržbami od 50 tisíc do 100 tisíc Eur (11,99 bodu). Negatívnejšie hodnotia tieto administratívne povinnosti aj mladí podnikatelia, ktorí predávajú produkty a služby zahraničným zákazníkom. Pre mladých podnikateľov bez zamestnancov (10,21 bodu), mladých podnikateľov z odvetvia ubytovanie a stravovanie (9,51 bodu) a tiež pre mladých podnikateľov, ktorí v minulom roku nepodnikali (9,86 bodu), predstavuje faktor administratívnych povinností o niečo menšiu bariéru.

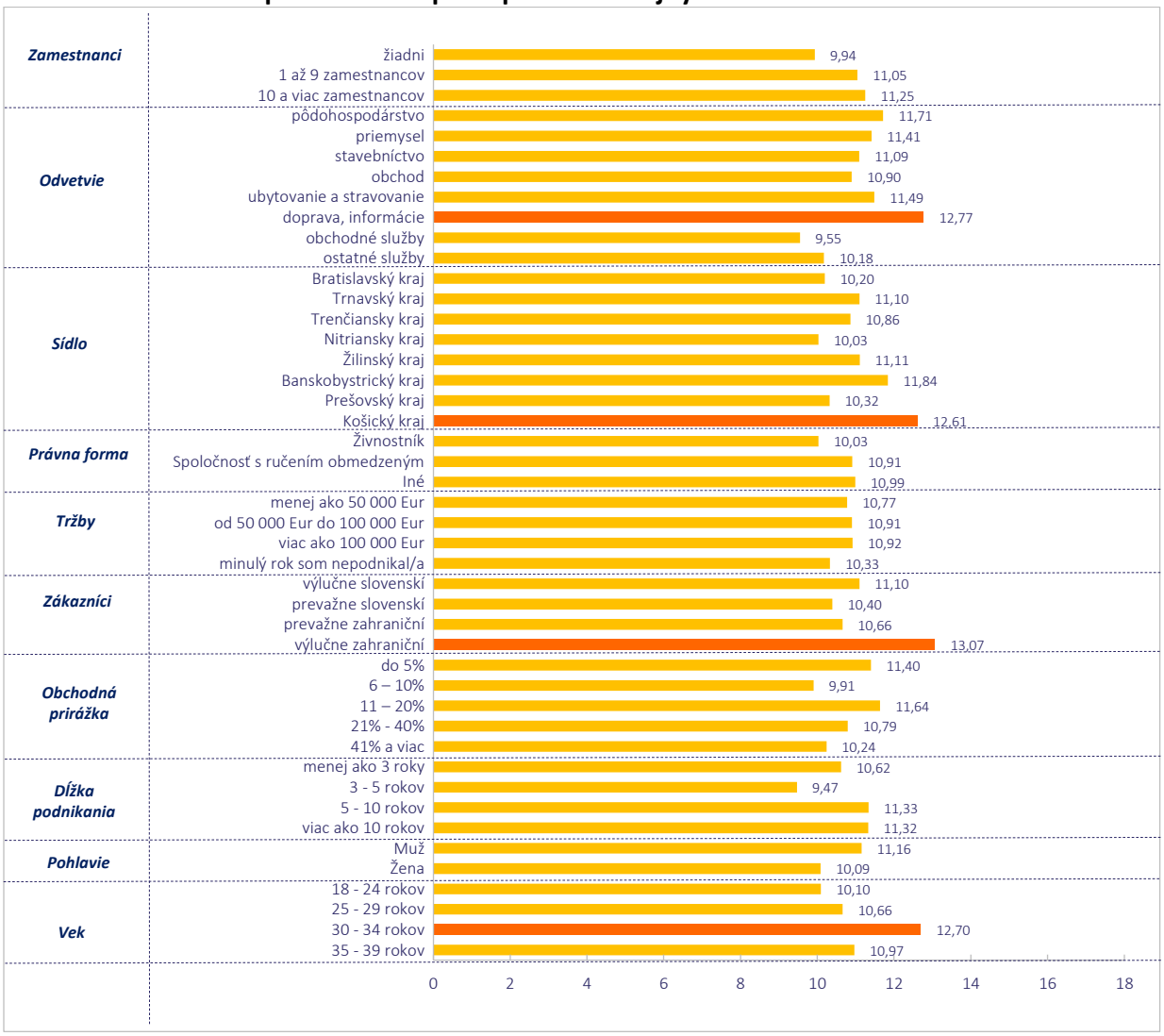
Graf č.20: **Index registračných, nahlasovacích a iných administratívnych povinností**



3.5. Transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek

Piatou najhoršie hodnoteným faktorom 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 mladí podnikatelia výlučne so zahraničnými zákazníkmi (13,07 bodu). Verejné zákazky predstavujú pre firmy všeobecne nízku bariéru, pričom stredne veľkou bariérou je to ešte pre mladých podnikateľov vykonávajúcich svoju hlavnú činnosť v odvetviach doprava, informácie (12,77 bodu), mladých podnikateľov z Košického kraja (12,61 bodu) a mladých podnikateľov od 30 do 34 rokov (12,70 bodu). Menej kriticky sa na oblasť verejných zákaziek a tendrov pozerajú mladí podnikatelia, ktorí nezamestnávajú žiadnych zamestnancov (9,94 bodu), mladí podnikatelia pôsobiaci v obchodných službách (9,55), mladí podnikatelia - živnostníci (10,03 bodu) a mladí podnikatelia podnikajúci od 3 do 5 rokov (9,47 bodu). Kritickejšie to hodnotili mladí podnikatelia - muži (11,16 bodu) ako ženy (10,09 bodu).

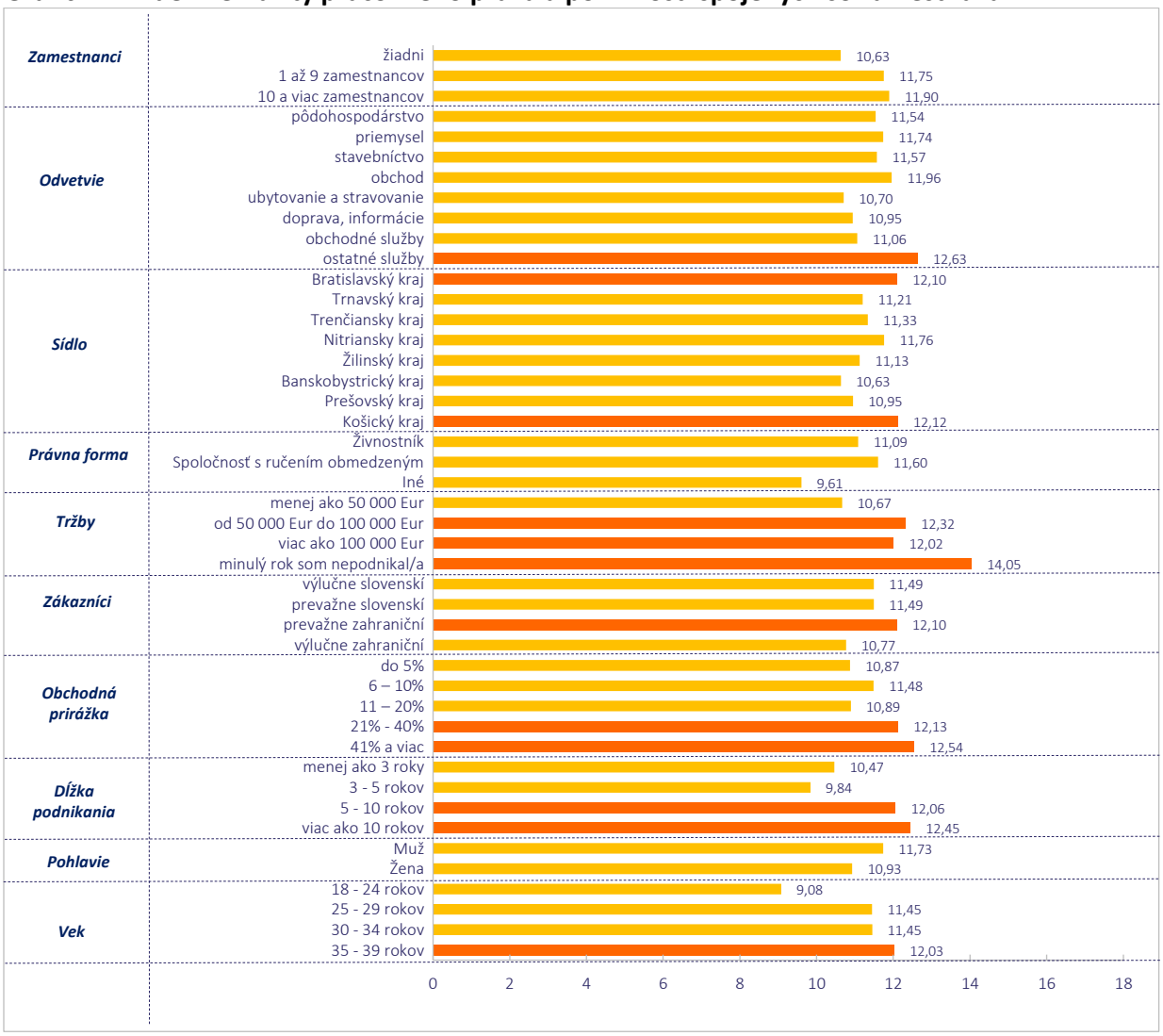
Graf č.21: **Index transparentnosti a prístupnosti k verejných tendrom**



3.6. Flexibilita pracovného práva, povinnosti spojené so zamestnávaním

Flexibilita pracovného práva a povinnosti podnikateľa spojené so zamestnávaním zamestnancov predstavuje faktor v rámci podnikateľského prostredia, ktorý sa v hodnotení mladých podnikateľov zaradil medzi nízke bariéry podnikania (10,81 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 mladých podnikateľov pôsobiacich na trhu viac ako 5 rokov (12,06 bodu a 12,45 bodu), respondentov vo veku 35 až 39 rokov (12,03 bodu), mladých podnikateľov s obchodnou prirážkou 21% a viac (12,13 bodu a 12,54 bodu), mladých podnikateľov, ktorí mali tržby nad 50000 eur (12,32 bodu a 12,02 bodu), mladých podnikateľov, ktorí v minulom roku nepodnikali (14,05 bodu) a mladých podnikateľov z Košického (12,12 bodu) a Bratislavského (12,10 bodu) kraja. Respondenti z ostatných triediacich skupín označili flexibilitu pracovného práva za nízku bariéru.

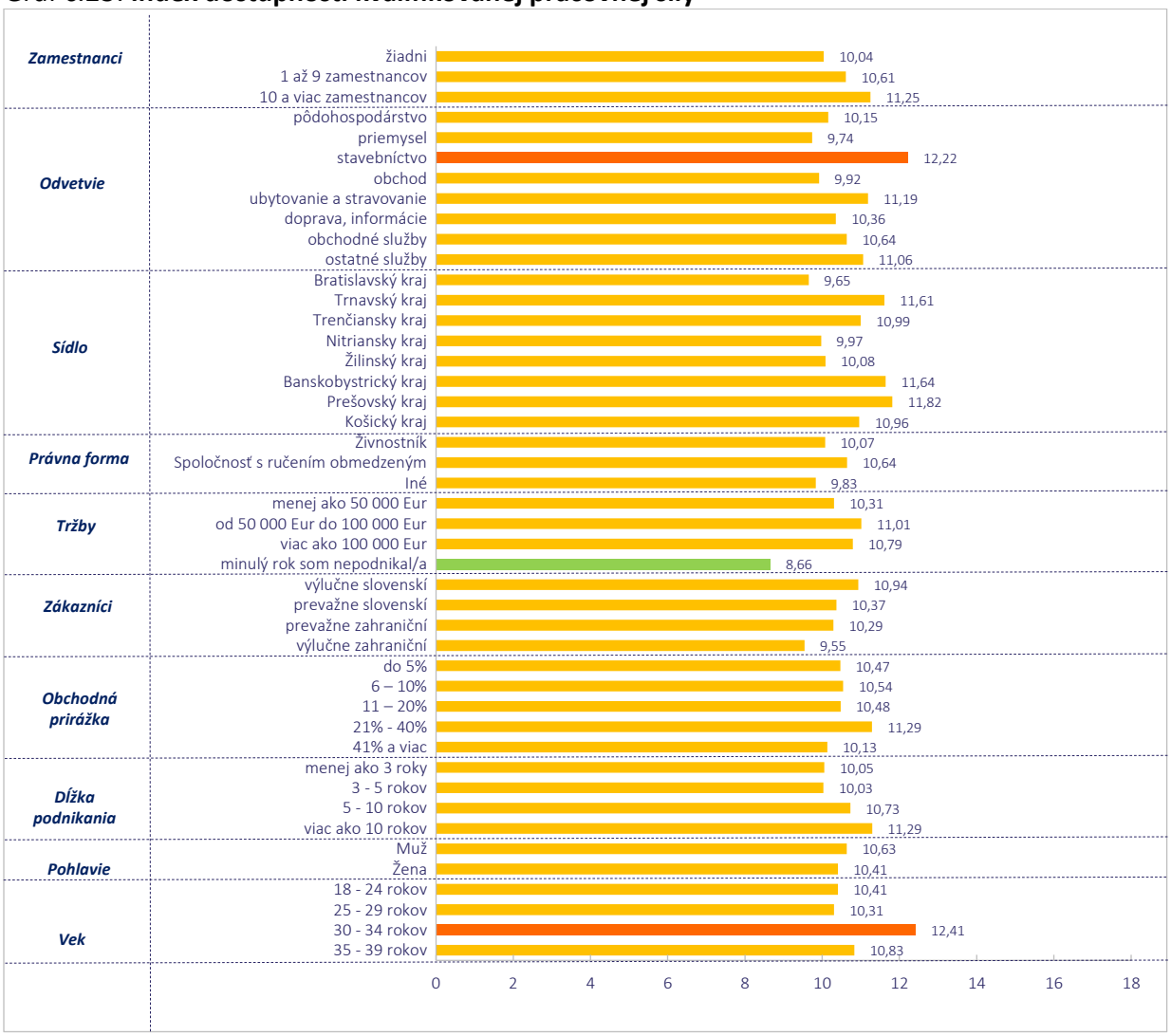
Graf č.22: **Index flexibility pracovného práva a povinností spojených so zamestnávaním**



3.7. Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily

Pri faktore dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily došlo v hodnotení mladých podnikateľov oproti roku 2022 k miernemu zlepšeniu situácie (10,57 bodu). Za strednú bariéru označili dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily iba mladí podnikatelia v sektore stavebníctvo (12,22 bodu) a podnikatelia vo veku 30-34 rokov (12,41 bodu). V ostatných skupinách mladých podnikateľov predstavovala dostupnosť kvalifikovanej pracovanej sily nízku bariéru a pre podnikateľov, čo v minulom roku nepodnikali, dokonca žiadnu bariéru.

Graf č.23: **Index dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily**



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 (9,48 bodu). Z detailnejšieho pohľadu na hodnotenie jednotlivých skupín respondentov vyplýva, že najkritickejšie vnímajú cenu práce mladí podnikatelia z odvetvia ostatné služby (10,30 bodu), mladí podnikatelia so sídlom v Banskobystrickom kraji (10,71 bodu), starší mladí podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (10,75 bodu). V hodnotení taktiež badať tendenciu, že cena práce je kritickejšie vnímaná skúsenejšími podnikateľmi podnikajúcimi viac ako 10 rokov (10,88 bodu). Na cenu práce zároveň citlivejšie reagujú mladí podnikatelia výlučne so slovenskými zákazníkmi (10,02 bodu). V cene práce nevidia prekážku mladí podnikatelia v sektore doprava, informácie (9,00 bodu); mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (8,74 bodu), mladí podnikatelia vo veku 18-24 rokov (7,83 bodu), mladí podnikatelia pôsobiaci menej ako 3 roky (8,73 bodu), mladí podnikatelia s obchodnou prirážkou väčšou ako 40% (8,93 bodu), mladí podnikatelia s inou právnou formou ako živnosť alebo s.r.o. (9 bodov), ako aj mladí podnikatelia predávajúci svoje produkty a služby výlučne zahraničným klientom (7,93 bodu).

Graf č.24: **Index ceny práce kvalifikovanej pracovnej sily**

3.9. Dostupnosť rizikového kapitálu (investori)

Dostupnosť rizikového kapitálu s hodnotením 9,06 bodu spadá do kategórie hodnotení, ktoré podľa výsledkov tohtoročného prieskumu predstavujú nízku bariéru v podnikaní mladých. V minuloročnom prieskume pritom ešte spadal do kategórie „nie je bariéra“. Dôvodom je, že v medziročnom porovnaní sa index pri tomto faktore zhoršil o 0,63 bodu. Kritickejší postoj k dostupnosti rizikového kapitálu v prieskume prezentovali najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (10,3 bodu), mladí podnikatelia z odvetvia stavebníctva (9,99 bodu) a mladí podnikatelia z Trenčianskeho kraja (9,99 bodu). Dostupnosť rizikového kapitálu nepovažujú za prekážku vo svojom podnikaní najmä mladí podnikatelia, čo v minulom roku nepodnikali (6,63 bodu), mladí podnikatelia výlučne so zahraničnými zákazníkmi (7,69 bodu), mladí podnikatelia bez zamestnancov (8,88 bodu), mladí podnikatelia podnikajúci od 3 do 5 rokov (8,66 bodu), mladí podnikatelia zo Žilinského kraja (8,48 bodu) a mladí podnikatelia podnikajúci v doprave a informáciách (8,49 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 (8,96 bodu). Oproti prieskumu z roku 2022 zaznamenalo hodnotenie v tejto oblasti zhoršenie o 0,68 bodu. Kritickejší postoj k hodnoteniu kúpnej sily slovenských zákazníkov zaujala skupina mladých podnikateľov podnikajúcich v sektore ubytovanie a stravovanie (10,39 bodu), mladí podnikatelia so sídlom na území Banskobystrického kraja (10,04 bodu), mladí podnikatelia - živnostníci (9,91 bodu). Kúpnu silu slovenských zákazníkov pozitívnejšie hodnotili najmä mladí podnikatelia z odvetví obchodné služby (8,39 bodu) a mladí podnikatelia podnikajúci s inou právnou formou ako živnostník alebo s.r.o..

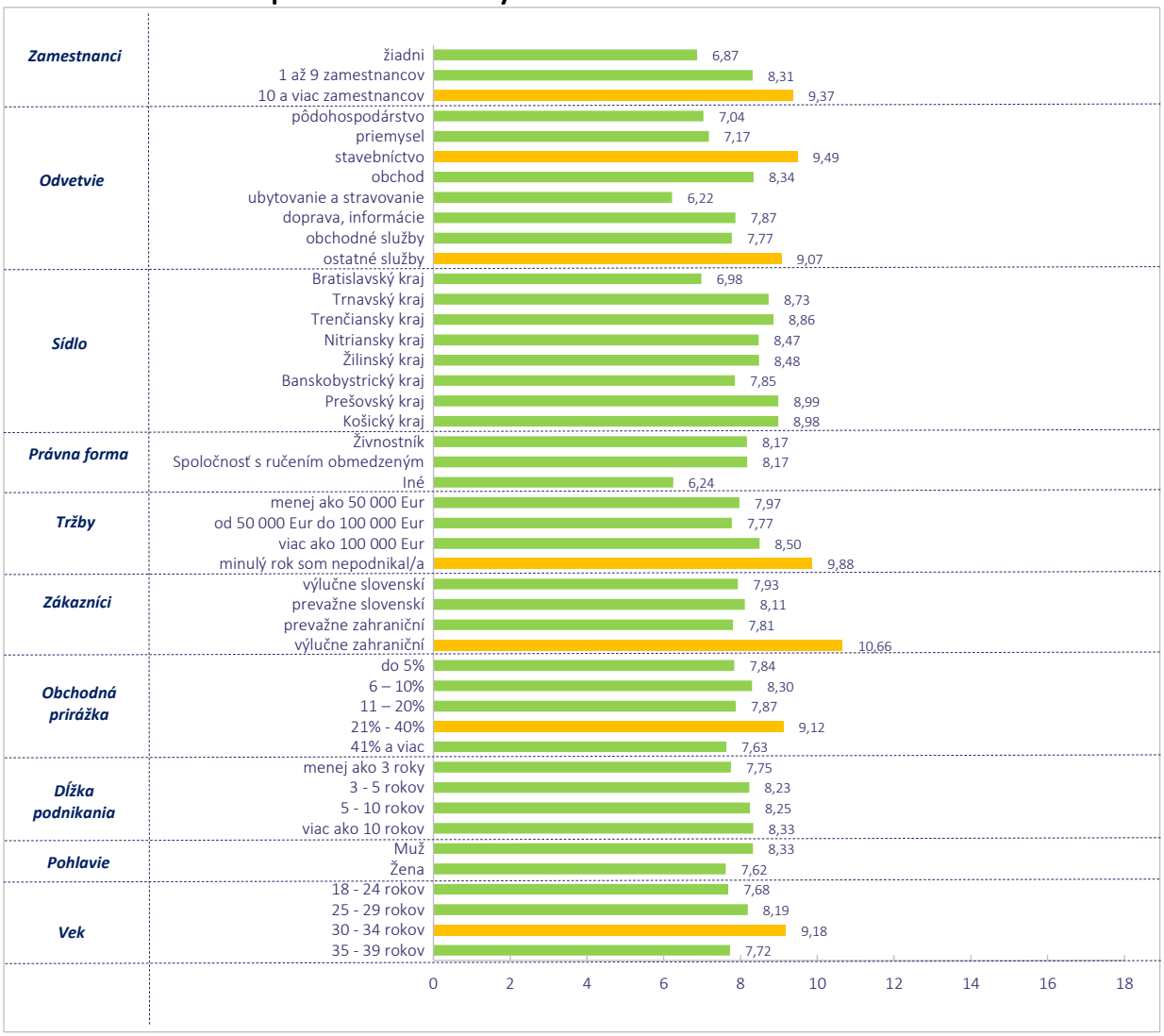
Graf č.26: **Index kúpnej sily slovenských zákazníkov**

3.11. Dostupnosť kvalifikovaných mentorov

Dostupnosť kvalifikovaných mentorov mladí podnikatelia vo všeobecnosti nepovažujú za bariéru pre svoje podnikanie (8,12 bodu). Avšak, na úrovni jednotlivých skupín sa postoje mladých podnikateľov k tomuto faktoru značne odlišujú.

Nedostatočná dostupnosť kvalifikovaných mentorov predstavuje bariéru pre podnikanie najmä u mladých podnikateľov s výlučne zahraničnými zákazníkmi (10,66 bodu) a u mladých podnikateľov, ktorí v minulom roku nepodnikali (9,88 bodu). Nízku prekážku v rozvoji podnikania predstavuje táto oblasť aj pre mladých podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (9,37 bodu) a mladých podnikateľov pôsobiacich v stavebníctve (9,49 bodu). Kritickejšie hodnotili situáciu taktiež podnikatelia vo veku 30-34 rokov (9,18 bodu).

Graf č.27: **Index dostupnosti kvalifikovaných mentorov**



3.12. 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 (7,94 bodu).

Aj napriek tomu možno pri detailnejšom pohľade na jednotlivé skupiny respondentov pozorovať väčšiu nespokojnosť u niektorých skupín ako sú napr. mladí podnikatelia v sektore stavebníctvo (9,96 bodu) a mladí podnikatelia - živnostníci (9,54 bodu). Žiadnu bariéru v dostupnosti klasického financovania nevidia najmä mladí podnikatelia v priemysle (5,87 bodu), mladí podnikatelia, čo minulý rok nepodnikali (5,53 bodu), mladí podnikatelia podnikajúci v inej právnej forme ako živnosť alebo s.r.o. (5,96 bodu) a mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (7,03 bodu).

Graf č.28: **Index dostupnosti klasického financovania**

3.13. Konkurenčné prostredie v podnikaní

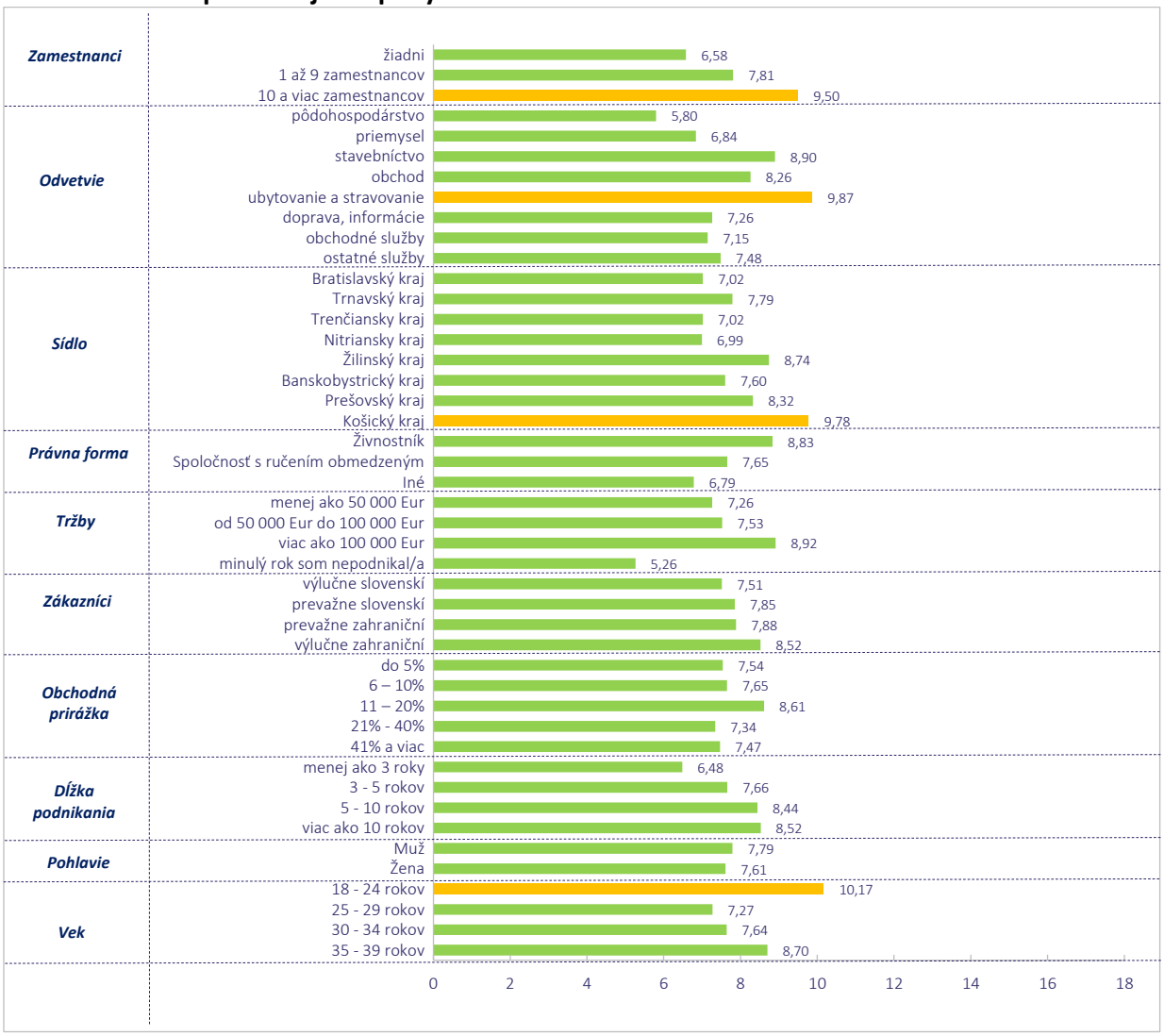
Z výsledkov prieskumu vyplýva, že aktuálna úroveň a sila konkurenčného prostredia mladých podnikateľov neobmedzuje v rozvíjaní ich podnikania (7,83 bodu). Negatívnejšie vnímanie konkurenčného prostredia na svoje podnikanie vyjadrili najmä mladí podnikatelia podnikajúci v ubytovaní a stravovaní (9,22 bodu) a mladí podnikatelia so sídlom firmy v Trnavskom kraji (9,03 bodu). Konkurenčné prostredie je pozitívne vnímané hlavne medzi mladými podnikateľmi v sektore obchodné služby (7,16 bodu).

Graf č.29: **Index konkurenčného prostredia**

3.14. Platobná disciplína zákazníkov

Podľa hodnotenia mladých podnikateľov platobná disciplína zákazníkov predstavuje faktor podnikateľského prostredia s najmenej negatívnym vplyvom na podnikanie (7,74 bodu). Napriek tomu sme zaznamenali medziročné zhoršenie o 0,9 bodu v porovnaní s rokom 2022. Horšie hodnotili tento faktor najmä mladí podnikatelia pôsobiaci v sektore ubytovanie a stravovanie (9,87 bodu), mladí podnikatelia z Košického kraja (9,78 bodu), mladí podnikatelia vo veku 18-24 rokov (10,17 bodu) a mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (9,50 bodu).

Graf č.30: **Index platobnej disciplíny zákazníkov**



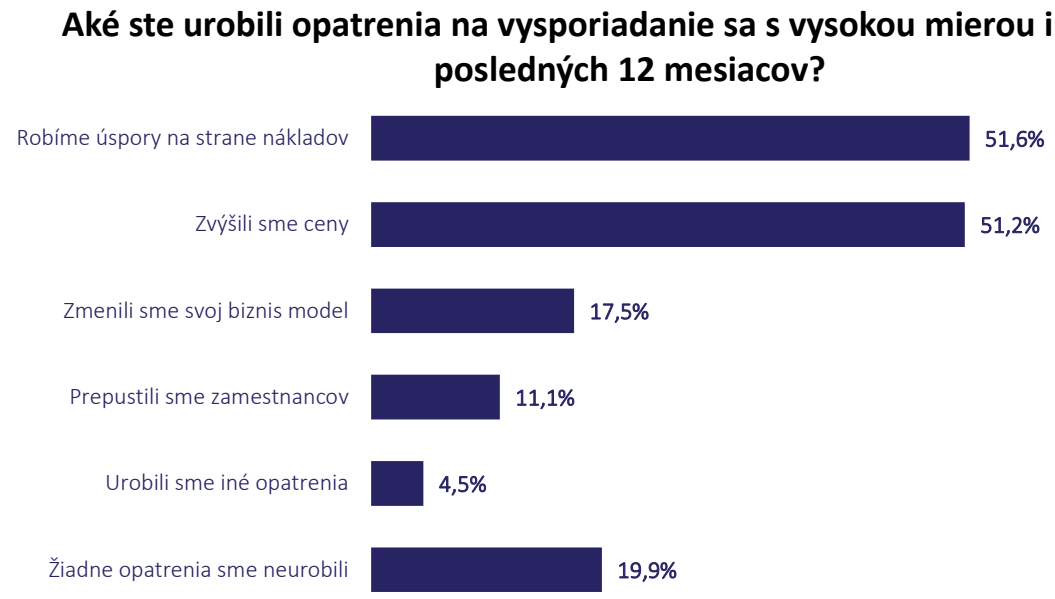
4. Hodnotenie interných a externých faktorov

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. Opatrenia v súvislosti s vysokou mierou inflácie

Viac ako polovica mladých podnikateľov v súvislosti s vysokou mierou inflácie urobila úspory na strane nákladov (51,6%), resp. zvýšila ceny (51,2%). Medzi menej využívané opatrenia v súvislosti s vysokou mierou inflácie z pohľadu mladých podnikateľov možno zaradiť prepúštanie zamestnancov (11,1%), alebo zmenu biznis modelu (17,5%). Takmer pätina mladých podnikateľov žiadne opatrenia neurobila (19,9%). Iný druh opatrení urobili 4,5% mladých podnikateľov.

Graf č.31: **Opatrenia v súvislosti s vysokou mierou inflácie**



N=1000 respondentov

Až 57% mladých podnikateľov s 10 a viac zamestnancami robí úspory na strane nákladov. Úspory na strane nákladov ďalej robia najmä mladí podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (64,3%), mladí podnikatelia z Prešovského kraja (60,0%), mladí podnikatelia, ktorí sú 10 a viac rokov na trhu (62,2%), mladí podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (61,7%). Ceny zvýšili najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (63,6%), mladí podnikatelia v sektoroch ostatných služieb (60,7%), mladí podnikatelia z Košického kraja (64,5%), mladí podnikatelia - živnostníci (53,8%), mladí podnikatelia s priemernou obchodnou prirážkou 11 až 20% (59,1%) a mladí podnikatelia - muži (52,5%). Svoj business model zmenili najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (21,5%), mladí podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (26,2%), mladí podnikatelia z Banskobystrického kraja (35,6%), mladí podnikatelia s právnou formou s.r.o. (18,5%) a mladí podnikatelia podnikajúci 10 a viac rokov (20,0%). Najčastejšie prepúšťali

zamestnancov mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (16,5%), mladí podnikatelia v sektore obchod (16,4%), mladí podnikatelia z Banskobystrického kraja (25,0%), mladí podnikatelia s obratom viac ako 100 000 Eur (16,1%) a mladí podnikatelia vo veku 30 až 34 rokov (18,8%). Žiadne opatrenia na vysporiadanie sa s infláciou neurobili prevažne mladí podnikatelia bez zamestnancov (22,1%), mladí podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (30,3%), mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (21,8%) a mladí podnikatelia s výlučne zahraničnými zákazníkmi (28,9%). Iné opatrenia urobila takmer desatina mladých podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (9,1%). Iné opatrenia ďalej urobili najmä mladí podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (9,5%) a mladí podnikatelia z Banskobystrického kraja (8,7%). Medzi najčastejšími inými opatreniami respondenti uvádzali zvýšenie ponúk, zvýšenie kapacity, zväčšenie portfólia služieb.

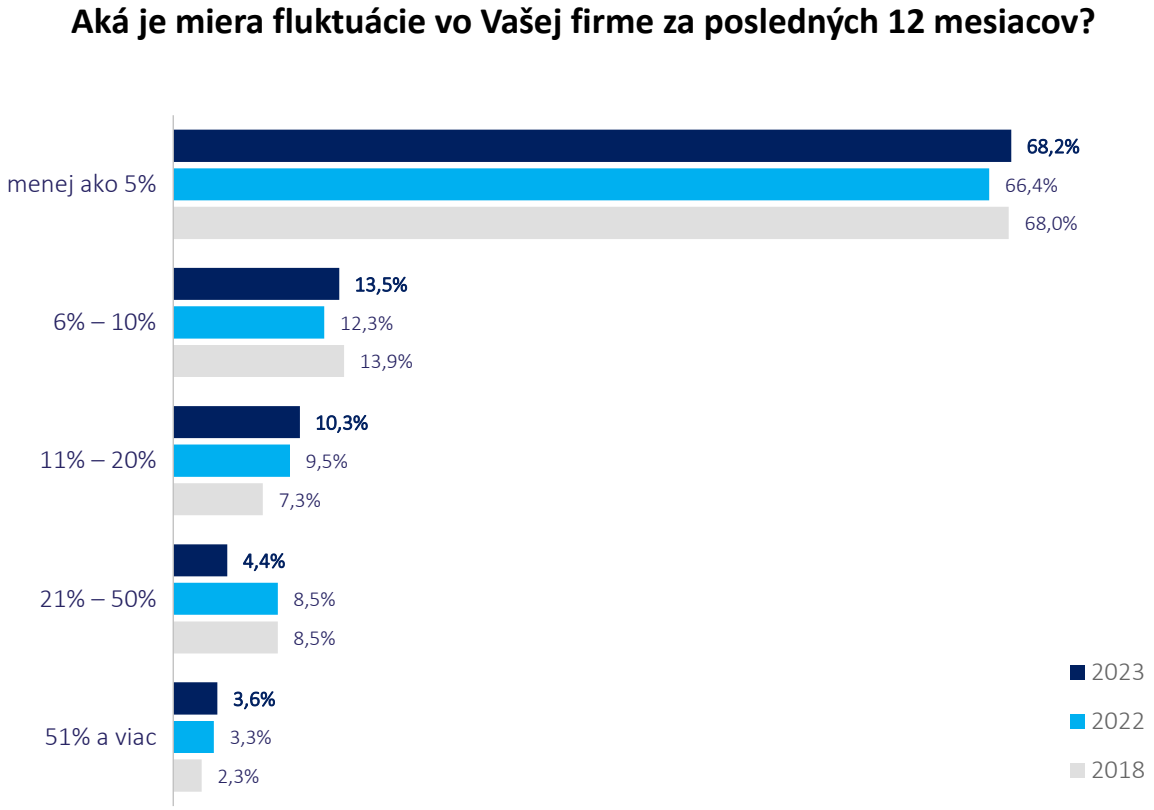
Tab. č.1: **Opatrenia v súvislosti s vysokou mierou inflácie**

Riadkové %	Kategória	Robíme úspory na strane nákladov	Zvýšili sme ceny	Zmenili sme svoj biznis model	Prepustili sme zamestnancov	Urobili sme iné opatrenia	Žiadne opatrenia sme neurobili
Celková vzorka	**1000 respondentov**	**51,6%**	**51,2%**	**17,5%**	**11,1%**	**4,5%**	**19,9%**
Počet zamestnancov	žiadni	46,5%	51,2%	19,2%	5,2%	5,2%	22,1%
	1 až 9 zamestnancov	52,3%	48,9%	16,2%	12,0%	3,5%	21,0%
	10 a viac zamestnancov	57,0%	63,6%	21,5%	16,5%	9,1%	9,9%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	45,5%	51,5%	24,2%	12,1%	0,0%	30,3%
	priemysel	43,2%	48,1%	14,8%	0,0%	3,7%	27,2%
	stavebníctvo	52,0%	58,4%	16,8%	15,2%	3,2%	13,6%
	obchod	49,5%	53,8%	14,2%	16,4%	4,4%	22,2%
	ubytovanie a stravovanie	64,3%	47,6%	26,2%	9,5%	9,5%	9,5%
	doprava, informácie	45,4%	45,4%	15,1%	6,7%	2,5%	26,1%
	obchodné služby	56,4%	45,6%	20,7%	9,1%	6,2%	17,0%
	ostatné služby	57,1%	60,7%	19,0%	10,7%	4,8%	15,5%
Sídlo	Bratislavský kraj	48,1%	48,1%	13,0%	10,6%	3,8%	21,8%
	Trnavský kraj	55,1%	49,4%	14,6%	6,7%	5,6%	19,1%
	Trenčiansky kraj	50,6%	60,9%	23,0%	8,0%	4,6%	17,2%
	Nitriansky kraj	43,0%	48,0%	21,0%	6,0%	6,0%	20,0%
	Žilinský kraj	56,7%	46,3%	21,6%	7,5%	4,5%	18,7%
	Banskobystrický kraj	57,7%	45,2%	35,6%	25,0%	8,7%	20,2%
	Prešovský kraj	60,0%	57,0%	7,0%	11,0%	0,0%	19,0%
	Košický kraj	46,2%	64,5%	10,8%	15,1%	4,3%	19,4%
Právna forma	Živnostník	52,7%	53,8%	8,6%	5,4%	3,2%	19,4%
	s.r.o.	51,8%	51,4%	18,5%	11,6%	4,3%	19,8%
	Iné	42,9%	35,7%	14,3%	14,3%	14,3%	25,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	51,8%	48,4%	15,8%	8,7%	3,8%	21,5%
	50 000 - 100 000 Eur	45,1%	54,5%	22,3%	10,3%	3,1%	21,9%
	viac ako 100 000 Eur	57,7%	54,9%	16,8%	16,1%	6,6%	15,0%
	minulý rok som nepodnikal/a	33,3%	28,6%	14,3%	4,8%	4,8%	28,6%
Zákazníci	výlučne slovenskí	50,6%	52,9%	18,9%	9,1%	3,7%	19,8%
	prevažne slovenskí	52,7%	51,8%	17,2%	14,3%	4,9%	19,0%
	prevažne zahraniční	52,6%	43,6%	10,3%	5,1%	5,1%	20,5%
	výlučne zahraniční	48,9%	42,2%	20,0%	8,9%	6,7%	28,9%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	45,9%	43,6%	12,4%	5,4%	5,4%	23,9%
	6 – 10%	58,9%	45,8%	20,6%	15,0%	2,8%	16,8%
	11 – 20%	58,2%	59,1%	17,3%	13,5%	2,4%	16,8%
	21% – 40%	50,6%	54,9%	23,2%	9,8%	6,7%	17,7%
	41% a viac	43,2%	56,8%	16,1%	13,5%	5,8%	23,9%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	46,0%	47,3%	14,0%	8,3%	3,3%	25,7%
	3 – 5 rokov	43,3%	46,7%	18,0%	9,3%	4,7%	24,0%
	5 – 10 rokov	51,8%	57,5%	18,6%	14,3%	4,3%	18,9%
	viac ako 10 rokov	62,2%	51,5%	20,0%	11,9%	5,9%	12,2%
Pohlavie	Muž	50,1%	52,5%	19,0%	11,3%	4,5%	19,5%
	Žena	55,3%	48,1%	14,0%	10,6%	4,4%	20,8%
Vek	18 – 24 rokov	40,5%	40,5%	11,9%	7,1%	7,1%	33,3%
	25 – 29 rokov	48,0%	52,7%	17,8%	11,7%	3,8%	21,7%
	30 – 34 rokov	59,4%	51,6%	17,2%	18,8%	10,9%	14,1%
	35 – 39 rokov	61,7%	48,9%	17,9%	8,1%	4,3%	14,0%

4.2. Fluktuácia zamestnancov

Z hľadiska zamestnávania možno označiť firmy mladých podnikateľov za stabilné s nízkou mierou fluktuácie zamestnancov. Miera fluktuácie bola v prieskume definovaná ako podiel zamestnancov, ktorí odišli zo zamestnania za posledných 12 mesiacov voči celkovému priemernému počtu zamestnancov za posledných 12 mesiacov. Z výsledkov vyplýva, že najnižšiu mieru fluktuácie zamestnancov (menej ako 5%) vykazovalo až 68,2% oslovených podnikateľských subjektov. V porovnaní s prieskumom z roku 2022 sa miera fluktuácie v tejto kategórii zvýšila o 1,8 percentuálneho bodu. Fluktuácia s intenzitou 6-10% sa v porovnaní s predchádzajúcou vlnou prieskumu zvýšila o 1,2 percentuálneho bodu na úroveň 13,5%. Fluktuácia s mierou od 11% do 20% stúpla o 0,8 percentuálneho bodu na 10,3%. V pásme 21-50% fluktuácia klesla o 4,1 percentuálneho bodu na úroveň 4,4%. Fluktuácia s mierou 51% a viac stúpla o 0,3 percentuálneho bodu.

Graf č.32: **Miera fluktuácie zamestnancov**



N=787 respondentov, ktorí majú aspoň jedného zamestnanca

Fluktuáciu menej ako 5% mali prevažne mladý podnikatelia s 1 až 9 zamestnancami (68,9%). S mierou fluktuácie v intervale od 6% do 10% sa muselo vysporiadať 18,2% respondentov s 10 a viac zamestnancami. Fluktuácia zamestnancov v intervale od 11% do 20% bola najmä u firiem s 10 a viac zamestnancami (12,4%). Fluktuácia v pásme od 21% do 50% bola evidovaná najmä u mladých podnikateľov s 1 až 9 zamestnancami (4,7%). Len v prípade 3,9% firiem s 1 až 9 zamestnancami presiahla miera fluktuácie hranicu 50%.

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. [1]

Nižšia fluktuácia zamestnancov bola evidovaná hlavne v prípade firiem pôsobiacich v odvetviach ako doprava a informácie. Naopak, vyššiu mieru fluktuácie vykazujú najmä mladí podnikatelia podnikajúci v pôdohospodárstve, ubytovaní a stravovaní, resp. v stavebníctve.

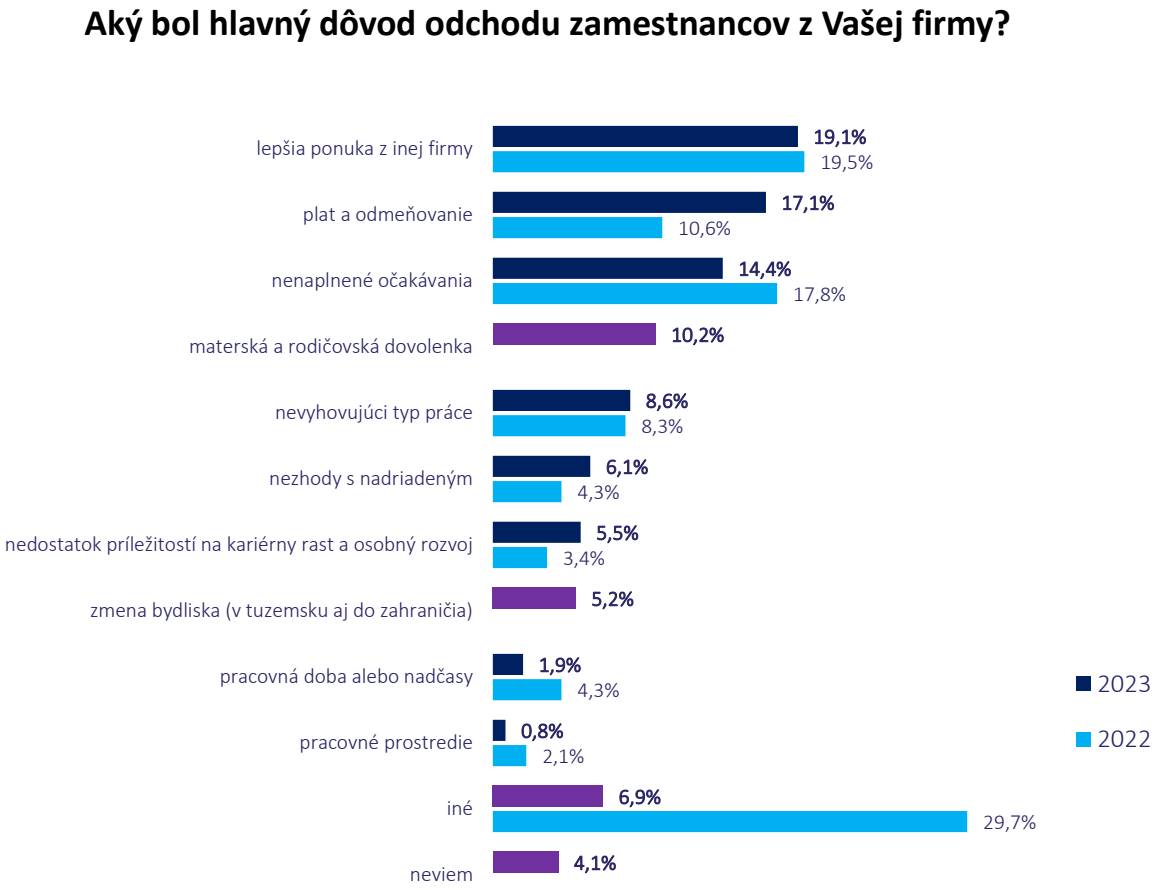
Tab. č.2: **Miera fluktuácie zamestnancov**

Riadkové %	Kategória	menej ako 5%	6% – 10%	11% – 20%	21% – 50%	51% a viac
Celková vzorka	**787 respondentov**	**68,2%**	**13,5%**	**10,3%**	**4,4%**	**3,6%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	68,9%	12,6%	9,9%	4,7%	3,9%
	10 a viac zamestnancov	64,5%	18,2%	12,4%	3,3%	1,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	39,1%	26,1%	0,0%	8,7%	26,1%
	priemysel	61,7%	21,7%	6,7%	10,0%	0,0%
	stavebníctvo	60,0%	18,1%	13,3%	3,8%	4,8%
	obchod	65,6%	14,5%	10,1%	5,3%	4,4%
	ubytovanie a stravovanie	66,7%	3,7%	22,2%	0,0%	7,4%
	doprava, informácie	80,6%	12,2%	7,1%	0,0%	0,0%
	obchodné služby	75,0%	7,4%	10,6%	5,3%	1,6%
	ostatné služby	69,5%	13,6%	11,9%	1,7%	3,4%
Sídlo	Bratislavský kraj	73,6%	8,7%	11,7%	4,3%	1,7%
	Trnavský kraj	68,1%	20,3%	5,8%	0,0%	5,8%
	Trenčiansky kraj	64,4%	11,9%	16,9%	3,4%	3,4%
	Nitriansky kraj	65,5%	15,5%	9,5%	4,8%	4,8%
	Žilinský kraj	62,2%	23,5%	5,1%	5,1%	4,1%
	Banskobystrický kraj	67,9%	12,3%	9,9%	7,4%	2,5%
	Prešovský kraj	70,0%	12,5%	8,8%	5,0%	3,8%
	Košický kraj	64,7%	10,6%	14,1%	4,7%	5,9%
Právna forma	Živnostník	60,8%	15,7%	19,6%	0,0%	3,9%
	s.r.o.	69,0%	13,4%	9,4%	4,9%	3,4%
	Iné	61,9%	9,5%	19,0%	0,0%	9,5%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	71,4%	11,7%	8,9%	3,1%	4,9%
	50 000 - 100 000 Eur	68,0%	16,0%	7,2%	4,4%	4,4%
	viac ako 100 000 Eur	63,9%	13,9%	14,3%	6,4%	1,5%
	minulý rok som nepodnikal/a	80,0%	13,3%	6,7%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	66,1%	13,0%	12,4%	5,0%	3,5%
	prevažne slovenskí	67,2%	15,0%	9,3%	4,0%	4,5%
	prevažne zahraničí	73,7%	12,3%	10,5%	3,5%	0,0%
	výlučne zahraničí	89,2%	5,4%	0,0%	5,4%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	71,2%	11,0%	9,4%	5,2%	3,1%
	6 – 10%	60,6%	18,3%	12,6%	4,0%	4,6%
	11 – 20%	65,0%	13,1%	13,8%	5,6%	2,5%
	21% – 40%	74,8%	11,1%	7,4%	5,2%	1,5%
	41% a viac	71,4%	13,5%	7,1%	1,6%	6,3%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	69,9%	13,9%	5,6%	5,1%	5,6%
	3 – 5 rokov	77,5%	8,1%	10,8%	3,6%	0,0%
	5 – 10 rokov	63,1%	12,9%	13,3%	5,3%	5,3%
	viac ako 10 rokov	67,2%	16,2%	11,5%	3,4%	1,7%
Pohlavie	Muž	67,9%	12,4%	11,5%	5,0%	3,2%
	Žena	69,2%	16,1%	7,1%	3,1%	4,5%
Vek	18 – 24 rokov	68,8%	9,4%	9,4%	6,3%	6,3%
	25 – 29 rokov	68,6%	13,0%	9,7%	4,7%	4,0%
	30 – 34 rokov	53,6%	21,4%	14,3%	10,7%	0,0%
	35 – 39 rokov	71,5%	13,0%	10,9%	1,6%	3,1%

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

Ako najčastejší dôvod odchodu zamestnancov zo zamestnania uvádzali zástupcovia mladých podnikateľov, ktorí deklarovali zamestnávanie minimálne jedného zamestnanca, lepšiu ponuku z inej firmy (19,1%). Lepšie platové podmienky a odmeňovanie zamestnancov uviedlo 17,1% respondentov a nenaplnené očakávania uviedlo 14,4% respondentov. Materskú a rodičovskú dovolenku uviedlo ako dôvod odchodu zamestnanca 10,2% mladých podnikateľov. Nevyhovujúci typ práce uviedlo 8,6% respondentov. Nezhody s nadriadenými uviedlo iba 6,1% respondentov. Nedostatok príležitosti ku kariérnemu rastu a osobnému rozvoju uviedlo ako dôvod odchodu zamestnancov 5,5% respondentov. Zmena bydliska bola príčinou odchodu zamestnanca u 5,2 % mladých podnikateľov. Pracovnú dobu alebo nadčasy uviedlo 1,9% respondentov. Menej ako percento mladých podnikateľov uviedlo ako dôvod odchodu zamestnancov pracovné prostredie (0,8%). Na grafe nižšie možno sledovať vysoký podiel respondentov, ktorí uviedli inú možnosť odpovede v roku 2022 (29,7%). Dodatočnou analýzou týchto odpovedí sa do prieskumu na rok 2023 pridali tri ďalšie kategórie odpovedí, a to materská a rodičovská dovolenka, zmena bydliska a neviem (v grafe fialovou farbou). V aktuálnom prieskume inú možnosť teda uviedlo už iba 6,9% respondentov. Medzi inými dôvodmi odchodu zamestnancov boli najviac opakovane uvádzané odchod do dôchodku, zdravotné dôvody, zrušenie miesta alebo neodbornosť zamestnanca. Dôvod odchodu zamestnanca nepoznalo 4,1% mladých podnikateľov.

Graf č.33: **Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy**



N=362 respondentov, ktorí majú aspoň jedného zamestnanca a zároveň žiadny zamestnanec od nich neodišiel
Poznámka: Odpovede materská a rodičovská dovolenka, zmena bydliska a neviem (šedou farbou) boli zisťované len v roku 2023.

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 (23,5%). V rámci tejto skupiny respondentov však zohrávajú významnú úlohu aj plat a odmeňovanie, kvôli ktorým odišli zamestnanci z 21,2% dopytovaných firiem.

Lepšia ponuka z inej firmy bola dôvodom odchodu zamestnancov najmä v prípade mladých podnikateľov v priemysle (27,8%) a mladých podnikateľov z Trenčianskeho kraja (33,3%). Platové podmienky a odmeňovanie zamestnancov bolo častejším dôvodom odchodu zamestnancov najmä v prípade mladých podnikateľov v obchode (27,0%) a mladých podnikateľov z Prešovského kraja (27,0%). Nenaplnene očakávania boli dôvodom odchodu zamestnancov najmä u mladých podnikateľov v sektore priemyslu (22,2%) a mladých podnikateľov z Trenčianskeho kraja (29,6%). Materská dovolenka bola dôvodom odchodu zamestnancov najmä u mladých podnikateľov v sektore ubytovanie a stravovanie (18,2%). Nevyhovujúci typ práce predstavuje dôvod odchodu zamestnancov hlavne pri mladých podnikateľoch s počtom zamestnancov 1 až 9 (9,4%), mladých podnikateľoch pôsobiacich v priemysle (27,8%), mladých podnikateľoch z Prešovského kraja (18,9%) a mladých podnikateľoch s výlučne zahraničnými zákazníkmi (26,7%). Nezhody s nadriadeným uviedli ako dôvod odchodu zamestnancov najmä mladí podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (20,0%) a mladí podnikatelia z Banskobystrického kraja (16,3%).

Ostatné dôvody neboli hodnotené z dôvodu malej vzorky.

Tab. č.3a: **Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy**

Riadkové %	Kategória	lepšia ponuka z inej firmy	plat a odmeňovanie	nenaplnené očakávania	materská a rodičovská dovolenka	nevyhovujúci typ práce	nezhody s nadriadeným
Celková vzorka	**362 respondentov**	**19,1%**	**17,1%**	**14,4%**	**10,2%**	**8,6%**	**6,1%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	17,7%	15,9%	14,4%	11,9%	9,4%	6,5%
	10 a viac zamestnancov	23,5%	21,2%	14,1%	4,7%	5,9%	4,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	priemysel	27,8%	11,1%	22,2%	0,0%	27,8%	11,1%
	stavebníctvo	22,6%	11,3%	3,8%	5,7%	18,9%	1,9%
	obchod	19,1%	27,0%	16,5%	10,4%	5,2%	5,2%
	ubytovanie a stravovanie	18,2%	0,0%	18,2%	18,2%	0,0%	0,0%
	doprava, informácie	14,9%	14,9%	21,3%	6,4%	6,4%	6,4%
	obchodné služby	20,3%	12,2%	16,2%	14,9%	9,5%	2,7%
	ostatné služby	17,6%	20,6%	2,9%	17,6%	0,0%	17,6%
Sídlo	Bratislavský kraj	19,3%	22,0%	17,4%	11,0%	3,7%	7,3%
	Trnavský kraj	20,7%	24,1%	10,3%	13,8%	3,4%	6,9%
	Trenčiansky kraj	33,3%	14,8%	29,6%	0,0%	0,0%	3,7%
	Nitriansky kraj	28,6%	0,0%	14,3%	14,3%	7,1%	7,1%
	Žilinský kraj	18,0%	16,0%	12,0%	8,0%	18,0%	0,0%
	Banskobystrický kraj	14,0%	14,0%	14,0%	7,0%	9,3%	16,3%
	Prešovský kraj	10,8%	27,0%	5,4%	10,8%	18,9%	2,7%
	Košický kraj	15,4%	7,7%	10,3%	15,4%	10,3%	2,6%
Právna forma	Živnostník	24,0%	20,0%	0,0%	8,0%	0,0%	12,0%
	s.r.o.	18,8%	16,3%	16,0%	10,2%	9,5%	5,8%
	Iné	16,7%	33,3%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	20,2%	14,3%	10,9%	15,1%	8,4%	4,2%
	50 000 - 100 000 Eur	23,9%	20,5%	10,2%	10,2%	9,1%	6,8%
	viac ako 100 000 Eur	15,8%	17,8%	19,7%	6,6%	8,6%	5,9%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%
Zákazníci	výlučne slovenskí	20,4%	22,9%	13,4%	10,8%	6,4%	3,8%
	prevažne slovenskí	18,0%	14,4%	13,8%	10,8%	9,0%	7,2%
	prevažne zahraničí	21,7%	0,0%	17,4%	8,7%	8,7%	8,7%
	výlučne zahraničí	13,3%	13,3%	26,7%	0,0%	26,7%	13,3%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	2,9%	27,1%	14,3%	14,3%	11,4%	4,3%
	6 – 10%	22,6%	13,1%	9,5%	14,3%	4,8%	6,0%
	11 – 20%	24,4%	16,3%	12,8%	10,5%	11,6%	2,3%
	21% – 40%	23,8%	15,9%	11,1%	6,3%	9,5%	9,5%
	41% a viac	20,3%	13,6%	27,1%	3,4%	5,1%	10,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	14,1%	12,9%	16,5%	5,9%	16,5%	14,1%
	3 – 5 rokov	33,3%	12,5%	14,6%	4,2%	6,3%	6,3%
	5 – 10 rokov	22,1%	13,1%	14,8%	15,6%	4,9%	2,5%
	viac ako 10 rokov	13,1%	27,1%	12,1%	10,3%	7,5%	3,7%
Pohlavie	Muž	19,4%	16,4%	16,4%	7,1%	8,2%	7,1%
	Žena	18,1%	19,1%	8,5%	19,1%	9,6%	3,2%
Vek	18 – 24 rokov	25,0%	0,0%	41,7%	0,0%	33,3%	0,0%
	25 – 29 rokov	20,2%	12,9%	14,2%	10,7%	9,0%	7,3%
	30 – 34 rokov	0,0%	50,0%	21,4%	0,0%	7,1%	7,1%
	35 – 39 rokov	21,3%	20,2%	9,0%	13,5%	4,5%	3,4%

Tab. č.3b: **Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy**

Riadkové %	Kategória	nedostatok príležitostí na kariérny rast a osobný rozvoj	zmena bydliska (v tuzemsku aj do zahraničia)	pracovná doba alebo nadčasy	pracovné prostredie (vybavenie firmy, kolektív, lokácia firmy)	iné	neviem
Celková vzorka	**787 respondentov**	**5,5%**	**5,2%**	**1,9%**	**0,8%**	**6,9%**	**4,1%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	4,7%	5,4%	2,5%	0,4%	6,5%	4,7%
	10 a viac zamestnancov	8,2%	4,7%	0,0%	2,4%	8,2%	2,4%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	0,0%	0,0%	40,0%	10,0%	10,0%	0,0%
	priemysel	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	stavebníctvo	9,4%	5,7%	3,8%	1,9%	5,7%	9,4%
	obchod	3,5%	3,5%	0,0%	0,9%	5,2%	3,5%
	ubytovanie a stravovanie	18,2%	9,1%	0,0%	0,0%	9,1%	9,1%
	doprava, informácie	10,6%	10,6%	2,1%	0,0%	6,4%	0,0%
	obchodné služby	4,1%	5,4%	0,0%	0,0%	10,8%	4,1%
	ostatné služby	2,9%	5,9%	0,0%	0,0%	8,8%	5,9%
Sídlo	Bratislavský kraj	1,8%	4,6%	1,8%	0,9%	6,4%	3,7%
	Trnavský kraj	6,9%	3,4%	3,4%	0,0%	6,9%	0,0%
	Trenčiansky kraj	14,8%	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%
	Nitriansky kraj	7,1%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	14,3%
	Žilinský kraj	4,0%	12,0%	0,0%	2,0%	4,0%	6,0%
	Banskobystrický kraj	2,3%	2,3%	0,0%	2,3%	14,0%	4,7%
	Prešovský kraj	5,4%	5,4%	2,7%	0,0%	5,4%	5,4%
	Košický kraj	12,8%	10,3%	7,7%	0,0%	7,7%	0,0%
Právna forma	Živnostník	8,0%	4,0%	4,0%	0,0%	4,0%	16,0%
	s.r.o.	4,9%	5,5%	1,2%	0,9%	7,4%	3,4%
	Iné	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	6,7%	6,7%	2,5%	0,8%	5,0%	5,0%
	50 000 - 100 000 Eur	0,0%	4,5%	2,3%	0,0%	6,8%	5,7%
	viac ako 100 000 Eur	7,2%	4,6%	1,3%	1,3%	8,6%	2,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	7,0%	5,1%	1,3%	0,6%	4,5%	3,8%
	prevažne slovenskí	5,4%	6,6%	1,8%	1,2%	6,6%	5,4%
	prevažne zahraniční	0,0%	0,0%	8,7%	0,0%	26,1%	0,0%
	výlučne zahraniční	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	5,7%	4,3%	0,0%	0,0%	4,3%	11,4%
	6 – 10%	11,9%	7,1%	0,0%	2,4%	8,3%	0,0%
	11 – 20%	0,0%	3,5%	2,3%	0,0%	12,8%	3,5%
	21% – 40%	6,3%	4,8%	3,2%	0,0%	3,2%	6,3%
	41% a viac	3,4%	6,8%	5,1%	1,7%	3,4%	0,0%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	4,7%	3,5%	0,0%	1,2%	5,9%	4,7%
	3 – 5 rokov	4,2%	4,2%	0,0%	2,1%	4,2%	8,3%
	5 – 10 rokov	3,3%	9,0%	4,9%	0,0%	8,2%	1,6%
	viac ako 10 rokov	9,3%	2,8%	0,9%	0,9%	7,5%	4,7%
Pohlavie	Muž	4,9%	6,3%	1,9%	0,4%	6,3%	5,6%
	Žena	7,4%	2,1%	2,1%	2,1%	8,5%	0,0%
Vek	18 – 24 rokov	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	25 – 29 rokov	4,3%	7,3%	2,6%	0,9%	7,3%	3,4%
	30 – 34 rokov	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	35 – 39 rokov	6,7%	2,2%	1,1%	1,1%	9,0%	7,9%

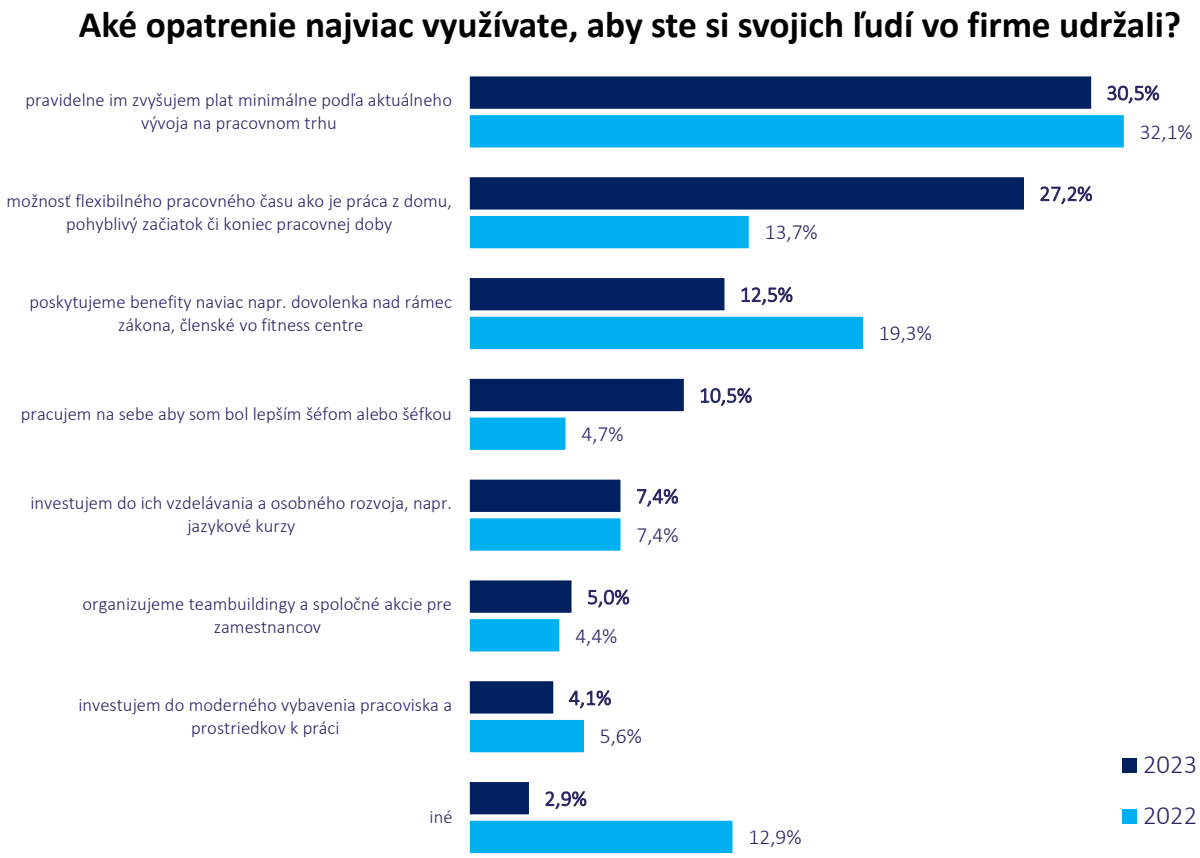
Jedným z cieľov každého úspešného podnikateľa je dosiahnuť vo svojej firme čo najnižšiu fluktuáciu zamestnancov. V konkurenčnom prostredí tak realizujú širokú škálu opatrení špecificky zameraných na udržanie stabilných zamestnancov firmy. Samozrejme, ani v tejto oblasti nie sú mladí podnikatelia výnimkou.

Najčastejšie využívaným opatrením na udržanie zamestnancov je podľa výsledkov prieskumu pravidelné zvyšovanie platu. Toto opatrenie vo svojich firmách realizuje takmer tretina (30,5%) mladých podnikateľov. Druhým najpoužívanejším opatrením je flexibilný pracovný čas, resp. práca z domu (27,2%). Tretím najpoužívanejším opatrením (12,5%) je poskytovanie dodatočných benefitov pre zamestnancov vo forme dovolenky nad rámec zákona, finančných príspevkov na športové, rekreačné a kultúrne aktivity, a podobne. Prácu na sebe s cieľom byť lepším šéfom/šéfkou využíva viac ako desatina oslovených podnikateľov (10,5%). Investovania do vzdelávania a osobného rozvoja využíva 7,4% mladých podnikateľov.

Medzi najmenej využívané opatrenia na udržanie zamestnancov z pohľadu mladých podnikateľov možno zaradiť investovanie do moderného vybavenia pracoviska a prostriedkov k práci (4,1%) a organizovanie teambuildingov a spoločenských akcií pre zamestnancov (5,0%).

Inú možnosť odpovede uviedla viac ako desatina mladých podnikateľov (2,9%).

Graf č.34: **Opatrenia na udržanie zamestnancov vo firme**



N=787 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 44,6% mladých podnikateľov v tejto veľkostnej skupine. Zlepšovanie platových podmienok najčastejšie realizujú mladí podnikatelia v odvetviach ostatných služieb (44,1%). Ďalej, mladí podnikatelia so sídlom v Banskobystrickom kraji (39,5%) a Trenčianskom kraji (39,0%) a mladí podnikatelia, ktorí v minulom kalendárnom roku dosiahli tržby v intervale od 50 000 do 100 000 Eur (39,2%). Možnosť flexibilného pracovného času využívajú viac mladí podnikatelia s počtom do 9 zamestnancov (27,5%), mladí podnikatelia v sektore obchodné služby (34,6%), mladí podnikatelia zo Žilinského kraja (33,7%), mladí podnikatelia s obratom menej ako 50 000 Eur (30,8%) a mladí podnikatelia - muži (30,2%). Rôzne benefity, ako napríklad dovolenka nad rámec zákona alebo príspevok na športové, rekreačné a kultúrne aktivity, poskytujú najmä mladí podnikatelia s 1 až 9 zamestnancami (13,1%), mladí podnikatelia v stavebníctve (18,1%) a mladí podnikatelia s tržbami nad 100 000 Eur (16,2%). Benefity tohto druhu sú častejšie využívaným opatrením na udržanie si zamestnancov mladými podnikateľmi so sídlom v Žilinskom kraji (18,4%). Prácu na sebe s cieľom byť lepším šéfom/šéfkou, zmieňovali prevažne mladí podnikatelia s počtom zamestnancov 1 až 9 (11,6%), mladí podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (22,2%) a mladí podnikatelia z Košického kraja (20,0%).

Tab. č.4a: **Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme**

Riadkové %	Kategória	pravidelne im zvyšujem plat minimálne podľa aktuálneho vývoja na pracovnom trhu	možnosť flexibilného pracovného času ako je práca z domu, pohyblivý začiatok či koniec pracovnej doby	poskytujeme benefity naviac napr. dovolenka nad rámec zákona, členské vo fitness centre	pracujem na sebe aby som bol lepším šéfom alebo šéfkou
Celková vzorka	**787 respondentov**	**30,5%**	**27,2%**	**12,5%**	**10,5%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	27,9%	27,5%	13,1%	11,6%
	10 a viac zamestnancov	44,6%	25,6%	9,1%	5,0%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	30,4%	8,7%	17,4%	8,7%
	priemysel	26,7%	33,3%	6,7%	15,0%
	stavebníctvo	35,2%	24,8%	18,1%	9,5%
	obchod	29,5%	29,5%	12,3%	11,0%
	ubytovanie a stravovanie	25,9%	14,8%	11,1%	22,2%
	doprava, informácie	33,7%	23,5%	16,3%	10,2%
	obchodné služby	25,0%	34,6%	10,1%	9,0%
	ostatné služby	44,1%	11,9%	8,5%	6,8%
Sídlo	Bratislavský kraj	26,8%	26,8%	15,6%	7,4%
	Trnavský kraj	23,2%	29,0%	14,5%	11,6%
	Trenčiansky kraj	39,0%	20,3%	10,2%	16,9%
	Nitriansky kraj	38,1%	28,6%	6,0%	7,1%
	Žilinský kraj	22,4%	33,7%	18,4%	9,2%
	Banskobystrický kraj	39,5%	22,2%	11,1%	7,4%
	Prešovský kraj	35,0%	26,3%	10,0%	12,5%
	Košický kraj	29,4%	28,2%	7,1%	20,0%
Právna forma	Živnostník	43,1%	11,8%	3,9%	17,6%
	s.r.o.	29,9%	28,4%	12,9%	9,7%
	Iné	19,0%	23,8%	19,0%	23,8%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	21,8%	30,8%	11,1%	14,5%
	50 000 - 100 000 Eur	39,2%	24,9%	9,4%	8,8%
	viac ako 100 000 Eur	34,6%	25,9%	16,2%	4,9%
	minulý rok som nepodnikal/a	40,0%	0,0%	13,3%	46,7%
Zákazníci	výlučne slovenskí	32,2%	23,9%	10,3%	13,9%
	prevažne slovenskí	27,7%	30,5%	15,3%	9,3%
	prevažne zahraniční	33,3%	21,1%	10,5%	5,3%
	výlučne zahraniční	37,8%	35,1%	8,1%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	24,6%	20,9%	16,2%	15,2%
	6 – 10%	36,0%	24,6%	9,7%	7,4%
	11 – 20%	33,1%	30,6%	15,6%	7,5%
	21% – 40%	31,1%	28,1%	17,0%	7,4%
	41% a viac	27,8%	34,9%	1,6%	15,1%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	25,5%	31,5%	12,0%	13,0%
	3 – 5 rokov	31,5%	32,4%	5,4%	8,1%
	5 – 10 rokov	26,2%	28,0%	14,2%	13,3%
	viac ako 10 rokov	38,7%	20,0%	14,5%	6,8%
Pohlavie	Muž	30,0%	30,2%	12,6%	9,9%
	Žena	31,7%	19,6%	12,1%	12,1%
Vek	18 – 24 rokov	34,4%	21,9%	6,3%	12,5%
	25 – 29 rokov	26,1%	29,1%	13,0%	12,1%
	30 – 34 rokov	39,3%	17,9%	12,5%	10,7%
	35 – 39 rokov	38,9%	25,9%	11,9%	6,2%

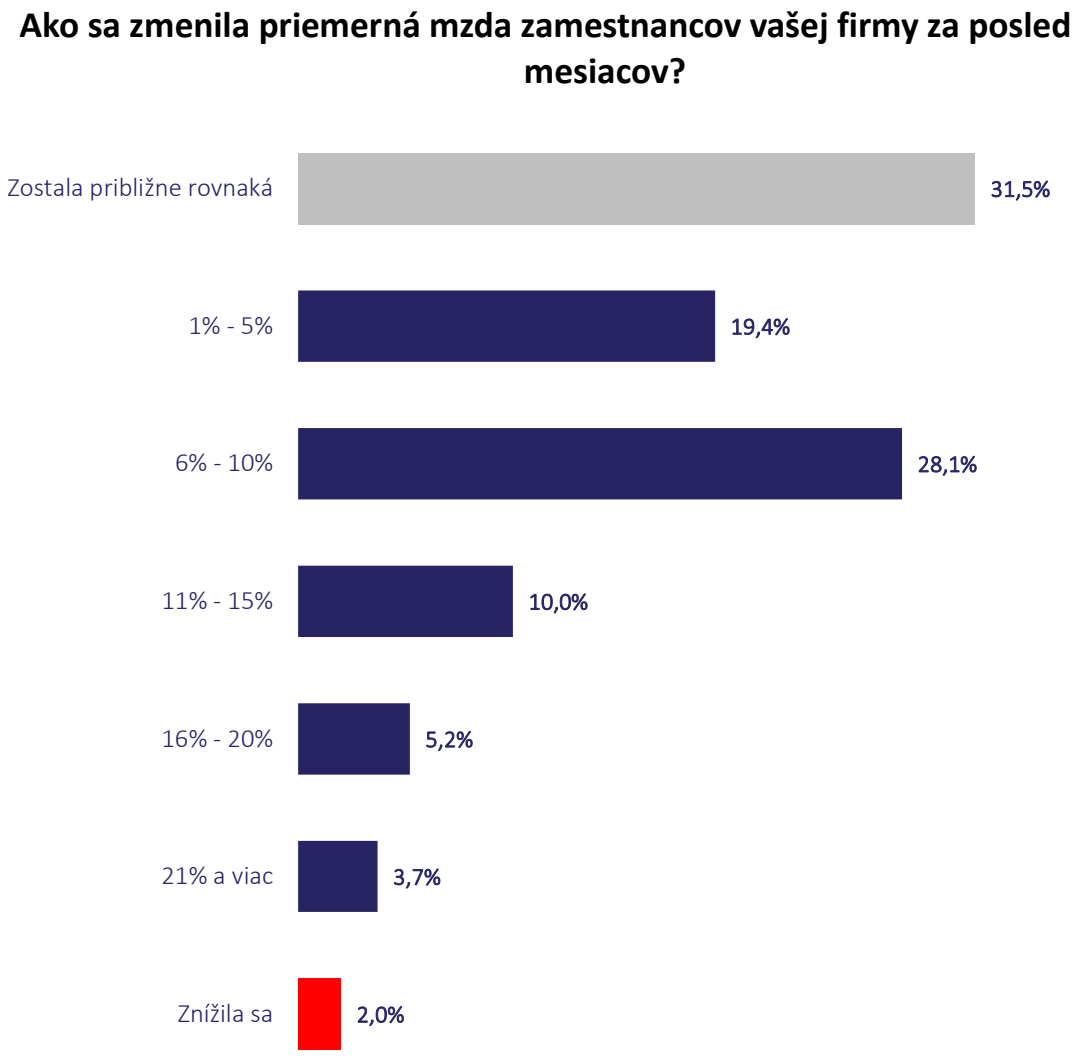
Do vzdelávania a osobného rozvoja svojich zamestnancov investujú hlavne mladí podnikatelia s väčším počtom zamestnancov (10 a viac) (8,3%), mladí podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (26,1%) a mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (10,8%). Teambuildingy a spoločné akcie organizujú najmä mladí zamestnávatelia v sektoroch priemysel (8,3%) a stavebníctvo (7,6%) a mladí podnikatelia z Prešovského kraja (11,3%). Do moderného vybavenia pracoviska investujú hlavne mladí podnikatelia s 1 až 9 zamestnancami (4,8%), mladí podnikatelia v sektoroch pôdohospodárstva (8,7%) a ostatných služieb (8,5%), mladí podnikatelia z Banskobystrického kraja (7,4%) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (9,4%).

Tab. č.4b: **Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme**

Riadkové %	Kategória	investujem do ich vzdelávania a osobného rozvoja, napr. jazykové kurzy	organizujeme teambuildingy a spoločné akcie pre zamestnancov	investujem do moderného vybavenia pracoviska a prostriedkov k práci	iné
Celková vzorka	**787 respondentov**	**7,4%**	**5,0%**	**4,1%**	**2,9%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	7,2%	5,0%	4,8%	3,0%
	10 a viac zamestnancov	8,3%	5,0%	0,0%	2,5%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	26,1%	0,0%	8,7%	0,0%
	priemysel	5,0%	8,3%	0,0%	5,0%
	stavebníctvo	2,9%	7,6%	1,9%	0,0%
	obchod	9,7%	4,0%	2,2%	1,8%
	ubytovanie a stravovanie	7,4%	3,7%	7,4%	7,4%
	doprava, informácie	2,0%	2,0%	7,1%	5,1%
	obchodné služby	7,4%	5,3%	4,8%	3,7%
	ostatné služby	10,2%	6,8%	8,5%	3,4%
Sídlo	Bratislavský kraj	10,8%	5,2%	3,5%	3,9%
	Trnavský kraj	5,8%	10,1%	2,9%	2,9%
	Trenčiansky kraj	3,4%	6,8%	1,7%	1,7%
	Nitriansky kraj	7,1%	4,8%	6,0%	2,4%
	Žilinský kraj	7,1%	0,0%	3,1%	6,1%
	Banskobystrický kraj	9,9%	0,0%	7,4%	2,5%
	Prešovský kraj	0,0%	11,3%	3,8%	1,3%
	Košický kraj	7,1%	3,5%	4,7%	0,0%
Právna forma	Živnostník	3,9%	7,8%	11,8%	0,0%
	s.r.o.	7,8%	4,6%	3,6%	3,1%
	Iné	0,0%	9,5%	0,0%	4,8%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	8,3%	6,5%	5,2%	1,8%
	50 000 - 100 000 Eur	8,8%	3,3%	2,2%	3,3%
	viac ako 100 000 Eur	5,6%	4,5%	4,1%	4,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	6,8%	6,8%	3,8%	2,4%
	prevažne slovenskí	7,9%	4,0%	3,4%	2,0%
	prevažne zahraničí	10,5%	3,5%	5,3%	10,5%
	výlučne zahraničí	2,7%	0,0%	10,8%	5,4%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	7,9%	4,7%	5,8%	4,7%
	6 – 10%	9,1%	5,7%	5,1%	2,3%
	11 – 20%	3,8%	4,4%	5,0%	0,0%
	21% – 40%	8,9%	3,7%	0,0%	3,7%
	41% a viac	7,1%	6,3%	3,2%	4,0%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	8,3%	5,6%	3,7%	0,5%
	3 – 5 rokov	9,0%	5,4%	3,6%	4,5%
	5 – 10 rokov	5,3%	4,0%	4,4%	4,4%
	viac ako 10 rokov	7,7%	5,1%	4,3%	3,0%
Pohlavie	Muž	6,0%	4,6%	3,6%	3,0%
	Žena	10,7%	5,8%	5,4%	2,7%
Vek	18 – 24 rokov	6,3%	6,3%	9,4%	3,1%
	25 – 29 rokov	8,1%	5,1%	3,8%	2,8%
	30 – 34 rokov	1,8%	3,6%	7,1%	7,1%
	35 – 39 rokov	7,3%	4,7%	3,1%	2,1%

Za posledných 12 mesiacov zostala priemerná mzda zamestnancov u takmer tretiny mladých podnikateľov rovnaká (31,5%). U takmer pätiny mladých podnikateľov (19,4%) sa zvýšila o 1% až 5%. Od 6% do 10% sa zvýšila u 28,1% mladých podnikateľov. Desatina mladých podnikateľov zvýšila mzdy v priemere medzi 11% až 15%. U približne piatich percentách mladých podnikateľov (5,2%) sa priemerná mzda zvýšila od 16% do 20%. O viac ako pätinu sa priemerná mzda zvýšili iba u 3,7% mladých podnikateľov. Naopak, pri dvoch percentách mladých podnikateľov sa priemerná mzda znížila.

Graf č. 35: **Zmena priemernej mzdy zamestnancov**



N=787 respondentov, ktorí majú aspoň jedného zamestnanca

Žiadna zmena priemernej mzdy nenastala najmä medzi mladými podnikateľmi s 1 až 9 zamestnancami (33,3%), mladými podnikateľmi v sektore ubytovanie a stravovanie (33,3%), mladými podnikateľmi z Trnavského kraja (42,0%), mladými podnikateľmi s právnou formou s.r.o. (32,4%), mladými podnikateľmi, ktorí minulý rok nepodnikali (46,7%) a mladými podnikateľmi s výlučne zahraničnými zákazníkmi (45,9%). Zmena v priemernej mzde od 1% do 5% nastala najmä u mladých podnikateľov s 1 až 9 zamestnancami (20,4%), mladých podnikateľov v sektore stavebníctvo (30,5%), mladých podnikateľov

zo Žilinského kraja (24,5%), mladých podnikateľov - živnostníkov (27,5%) a mladých podnikateľov s tržbami od 50 000 do 100 000 Eur (23,2%). Zmena v priemernej mzde 6% až 10% nastala hlavne u mladých podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (38,8%), mladých podnikateľov v sektore pôdohospodárstvo (56,5%), mladých podnikateľov z Prešovského kraja (40,0%), mladých podnikateľov s inou formou podnikania ako živnosť alebo s.r.o. (38,1%), mladých podnikateľov s tržbami viac ako 100 000 Eur (35,7%), mladých podnikateľov podnikajúcich 10 a viac rokov (32,8%) a mladých podnikateľov vo veku 30-34 rokov (46,4%).

Zmena v priemernej mzde vo výške 11% až 15% nastala najmä u mladých podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (10,7%), mladých podnikateľov v sektore priemysel (20,0%), mladých podnikateľov z Trenčianskeho kraja (18,6%), mladých podnikateľov s právnou formou s.r.o (10,3%), mladých podnikateľov s výlučne slovenskými zákazníkmi (13,6%) a najmladších podnikateľov vo veku 18-24 rokov (18,8%). Zmena v priemernej mzde vo výške 16% až 20% nastala najmä u mladých podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (8,3%), mladých podnikateľov v sektore obchodné služby (7,4%), mladých podnikateľov zo Žilinského kraja (12,2%) a mladých podnikateľov, ktorí minulý rok nepodnikali (13,3%). Viac ako o pätinu narástla priemerná mzda najmä u mladých podnikateľov s 1 až 9 zamestnancami (3,8%), mladých podnikateľov v sektore obchodné služby (9,6%), mladých podnikateľov z Košického kraja (9,4%) a najmladších podnikateľov vo veku 18-24 rokov (15,6%).

U dvoch percent mladých podnikateľov sa priemerná mzda znížila, pre nízku početnosť kategória nebola hodnotená.

Tab. č.5: **Zmena priemernej mzdy zamestnancov**

Riadkové %	Kategória	Zostala približne rovnaká	1% - 5%	6% - 10%	11% - 15%	16% - 20%	21% a viac	Znížila sa
Celková vzorka	**787 respondentov**	**31,5%**	**19,4%**	**28,1%**	**10,0%**	**5,2%**	**3,7%**	**2,0%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	33,3%	20,4%	26,1%	9,9%	4,7%	3,8%	1,8%
	10 a viac zamestnancov	21,5%	14,0%	38,8%	10,7%	8,3%	3,3%	3,3%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	26,1%	0,0%	56,5%	8,7%	0,0%	0,0%	8,7%
	priemysel	36,7%	16,7%	23,3%	20,0%	1,7%	0,0%	1,7%
	stavebníctvo	23,8%	30,5%	33,3%	5,7%	5,7%	0,0%	1,0%
	obchod	35,7%	18,1%	26,9%	10,1%	4,4%	2,2%	2,6%
	ubytovanie a stravovanie	33,3%	7,4%	37,0%	3,7%	3,7%	7,4%	7,4%
	doprava, informácie	26,5%	27,6%	21,4%	16,3%	6,1%	2,0%	0,0%
	obchodné služby	31,9%	14,4%	27,1%	7,4%	7,4%	9,6%	2,1%
	ostatné služby	32,2%	23,7%	27,1%	8,5%	5,1%	3,4%	0,0%
Sídlo	Bratislavský kraj	29,4%	18,2%	29,4%	11,3%	4,3%	3,5%	3,9%
	Trnavský kraj	42,0%	17,4%	29,0%	2,9%	5,8%	0,0%	2,9%
	Trenčiansky kraj	30,5%	23,7%	18,6%	18,6%	0,0%	5,1%	3,4%
	Nitriansky kraj	31,0%	20,2%	29,8%	11,9%	4,8%	2,4%	0,0%
	Žilinský kraj	30,6%	24,5%	22,4%	6,1%	12,2%	4,1%	0,0%
	Banskobystrický kraj	33,3%	22,2%	24,7%	4,9%	7,4%	4,9%	2,5%
	Prešovský kraj	21,3%	17,5%	40,0%	15,0%	5,0%	0,0%	1,3%
	Košický kraj	38,8%	14,1%	27,1%	9,4%	1,2%	9,4%	0,0%
Právna forma	Živnostník	25,5%	27,5%	35,3%	5,9%	0,0%	3,9%	2,0%
	s.r.o.	32,4%	19,2%	27,3%	10,3%	5,5%	3,5%	1,8%
	Iné	14,3%	9,5%	38,1%	9,5%	9,5%	9,5%	9,5%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	41,2%	20,0%	21,8%	7,7%	3,7%	2,5%	3,1%
	50 000 - 100 000 Eur	23,2%	23,2%	28,2%	12,2%	6,6%	5,5%	1,1%
	viac ako 100 000 Eur	24,4%	16,5%	35,7%	12,0%	5,6%	4,1%	1,5%
	minulý rok som nepodnikal/a	46,7%	13,3%	26,7%	0,0%	13,3%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	29,2%	21,2%	26,5%	13,6%	2,9%	5,0%	1,5%
	prevažne slovenskí	31,4%	17,2%	32,5%	7,1%	5,9%	2,8%	3,1%
	prevažne zahraničí	36,8%	21,1%	21,1%	10,5%	10,5%	0,0%	0,0%
	výlučne zahraničí	45,9%	21,6%	10,8%	5,4%	10,8%	5,4%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	41,9%	24,1%	24,1%	3,7%	2,1%	2,1%	2,1%
	6 – 10%	29,7%	18,9%	32,0%	10,3%	4,0%	2,3%	2,9%
	11 – 20%	28,1%	21,9%	30,0%	11,3%	3,8%	2,5%	2,5%
	21% – 40%	24,4%	13,3%	30,4%	14,8%	11,9%	5,2%	0,0%
	41% a viac	30,2%	16,7%	23,8%	12,7%	6,3%	7,9%	2,4%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	38,0%	21,8%	25,5%	5,1%	3,7%	2,8%	3,2%
	3 – 5 rokov	35,1%	21,6%	19,8%	7,2%	9,9%	6,3%	0,0%
	5 – 10 rokov	29,3%	18,2%	29,8%	12,0%	5,3%	2,7%	2,7%
	viac ako 10 rokov	26,0%	17,4%	32,8%	14,0%	4,3%	4,3%	1,3%
Pohlavie	Muž	30,2%	16,9%	29,8%	10,7%	5,5%	5,2%	1,8%
	Žena	34,8%	25,9%	23,7%	8,5%	4,5%	0,0%	2,7%
Vek	18 – 24 rokov	28,1%	18,8%	18,8%	18,8%	0,0%	15,6%	0,0%
	25 – 29 rokov	34,0%	21,1%	25,9%	7,3%	6,1%	2,8%	2,8%
	30 – 34 rokov	26,8%	14,3%	46,4%	8,9%	3,6%	0,0%	0,0%
	35 – 39 rokov	26,9%	16,6%	30,1%	16,1%	4,1%	5,2%	1,0%

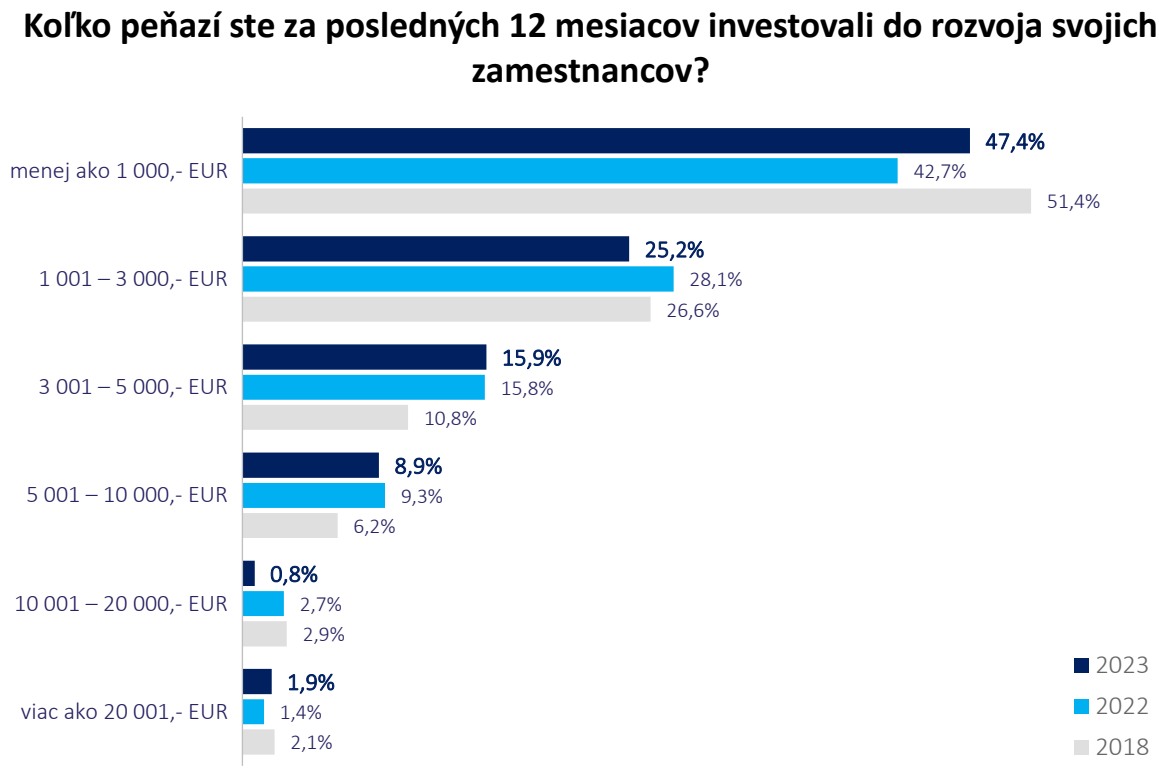
4.3. Investovanie do rozvoja zamestnancov

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 (47,4%) mladých podnikateľov investovala za obdobie posledných 12 mesiacov do rozvoja svojich zamestnancov finančné prostriedky vo výške do 1 000 Eur. Menej početná skupina respondentov (predstavovala približne štvrtinu, resp. 25,2% 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 investovala do svojich zamestnancov viac ako desatina mladých podnikateľov (15,9%). Od 5 001 do 10 000 Eur to bolo len 8,9%. Od 10 001 do 20 000 Eur menej ako percento. Sumu vyššiu ako 20 001 Eur investovali do rozvoja svojich zamestnancov iba niečo menej ako dve percentá mladých podnikateľov.

Pri porovnaní s výsledkami prieskumu z roku 2022 sa investície najvýraznejšie zmenili v dvoch najnižších kategóriách (menej ako 1000 Eur a 1001 až 3000 Eur) a v kategórii 10 001 až 20 000 Eur. V kategórii menej ako 1000 Eur sa zvýšili o 4,7 percentuálneho bodu. V kategórii 1001 až 3000 Eur sa, naopak, znížili o 2,9 percentuálneho bodu a v kategórii 10 001 až 20 000 Eur o 1,9 percentuálneho bodu. V ostatných kategóriách sa investície zmenili iba veľmi málo.

Graf č.36: **Výška finančných prostriedkov investovaných do rozvoja zamestnancov**



N=787 respondentov, ktorí majú aspoň jedného zamestnanca

Z výsledkov prieskumu vyplýva previazanosť medzi výškou investícií do rozvoja zamestnancov a veľkosťou firiem. Až 77,5% 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 45,5% 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 do rozvoja zamestnancov počas predchádzajúcich 12 mesiacov (menej ako 3 000 Eur) boli častejšie v prípade mladých podnikateľov z odvetví ubytovanie a stravovanie (88,9%) alebo stavebníctvo (80,0%), mladých podnikateľov so sídlom v Žilinskom kraji (81,6%) a mladých podnikateľov - živnostníkov (74,5%). Na rozvoj zamestnancov vynakladali finančné prostriedky na úrovni medzi 3 000 a 10 000 Eur najmä mladí podnikatelia vykonávajúci svoju hlavnú činnosť podnikania v priemysle (35,0%) a ostatných službách (32,2%) a mladí podnikatelia, ktorých zákazníci sú výlučne zo zahraničia (27,0%). Ostatné investície kvôli nízkej početnosti neboli hodnotené.

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

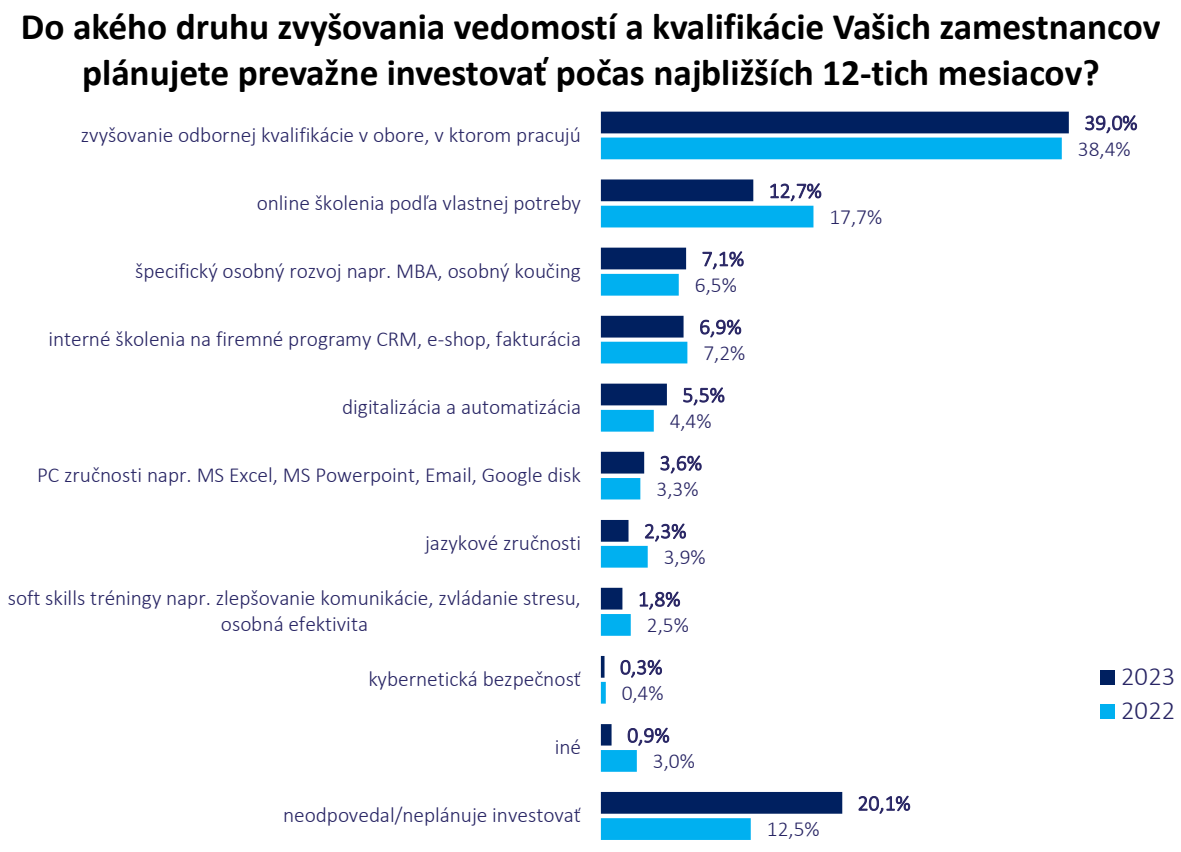
Riadkové %	Kategória	menej ako 1 000,- EUR	1 001 – 3 000,- EUR	3 001 – 5 000,- EUR	5 001 – 10 000,- EUR	10 001 – 20 000,- EUR	viac ako 20 001,- EUR
Celková vzorka	**787 respondentov**	**47,4%**	**25,2%**	**15,9%**	**8,9%**	**0,8%**	**1,9%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	51,5%	26,0%	14,4%	7,5%	0,3%	0,3%
	10 a viac zamestnancov	24,8%	20,7%	24,0%	16,5%	3,3%	10,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	47,8%	8,7%	34,8%	8,7%	0,0%	0,0%
	priemysel	45,0%	16,7%	13,3%	21,7%	0,0%	3,3%
	stavebníctvo	53,3%	26,7%	14,3%	5,7%	0,0%	0,0%
	obchod	49,8%	22,0%	16,7%	7,0%	0,0%	4,4%
	ubytovanie a stravovanie	63,0%	25,9%	7,4%	3,7%	0,0%	0,0%
	doprava, informácie	38,8%	32,7%	13,3%	11,2%	4,1%	0,0%
	obchodné služby	44,1%	30,9%	14,9%	8,0%	1,1%	1,1%
	ostatné služby	47,5%	18,6%	22,0%	10,2%	0,0%	1,7%
Sídlo	Bratislavský kraj	35,1%	29,4%	16,0%	13,0%	2,6%	3,9%
	Trnavský kraj	53,6%	21,7%	21,7%	2,9%	0,0%	0,0%
	Trenčiansky kraj	52,5%	25,4%	5,1%	16,9%	0,0%	0,0%
	Nitriansky kraj	51,2%	17,9%	14,3%	11,9%	0,0%	4,8%
	Žilinský kraj	50,0%	31,6%	14,3%	4,1%	0,0%	0,0%
	Banskobystrický kraj	59,3%	17,3%	18,5%	4,9%	0,0%	0,0%
	Prešovský kraj	50,0%	23,8%	20,0%	6,3%	0,0%	0,0%
	Košický kraj	51,8%	24,7%	15,3%	5,9%	0,0%	2,4%
Právna forma	Živnostník	64,7%	9,8%	21,6%	3,9%	0,0%	0,0%
	s.r.o.	46,6%	27,0%	15,1%	8,7%	0,8%	1,8%
	Iné	33,3%	0,0%	28,6%	28,6%	0,0%	9,5%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	60,0%	26,2%	9,5%	3,7%	0,0%	0,6%
	50 000 - 100 000 Eur	39,2%	30,4%	20,4%	9,9%	0,0%	0,0%
	viac ako 100 000 Eur	36,8%	20,3%	20,7%	15,0%	2,3%	4,9%
	minulý rok som nepodnikal/a	60,0%	26,7%	13,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	50,1%	25,1%	14,5%	10,3%	0,0%	0,0%
	prevažne slovenskí	46,9%	22,9%	17,5%	7,6%	1,1%	4,0%
	prevažne zahraniční	42,1%	35,1%	8,8%	12,3%	0,0%	1,8%
	výlučne zahraniční	35,1%	32,4%	24,3%	2,7%	5,4%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	59,2%	23,0%	13,1%	4,2%	0,0%	0,5%
	6 – 10%	47,4%	25,1%	14,3%	12,0%	0,0%	1,1%
	11 – 20%	38,8%	28,1%	22,5%	9,4%	0,0%	1,3%
	21% – 40%	46,7%	20,7%	15,6%	9,6%	3,0%	4,4%
	41% a viac	41,3%	29,4%	14,3%	10,3%	1,6%	3,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	50,5%	28,7%	15,7%	4,2%	0,9%	0,0%
	3 – 5 rokov	35,1%	39,6%	13,5%	8,1%	1,8%	1,8%
	5 – 10 rokov	47,1%	20,9%	16,9%	11,6%	0,9%	2,7%
	viac ako 10 rokov	50,6%	19,1%	16,2%	11,1%	0,0%	3,0%
Pohlavie	Muž	44,4%	23,6%	17,1%	11,4%	1,1%	2,5%
	Žena	54,9%	29,0%	12,9%	2,7%	0,0%	0,4%
Vek	18 – 24 rokov	37,5%	31,3%	18,8%	12,5%	0,0%	0,0%
	25 – 29 rokov	47,4%	27,5%	15,4%	6,7%	1,2%	1,8%
	30 – 34 rokov	51,8%	7,1%	25,0%	12,5%	0,0%	3,6%
	35 – 39 rokov	47,7%	23,3%	14,0%	13,0%	0,0%	2,1%

V období nasledujúcich 12 mesiacov plánujú mladí podnikatelia prioritne investovať do zvyšovania odbornej kvalifikácie svojich zamestnancov. Takýto zámer prezentovalo 39,0% respondentov. Výrazne nižší podiel mladých podnikateľov (12,7%) plánuje v blízkej budúcnosti investovať finančné prostriedky na online školenia podľa vlastných potrieb zamestnancov. Špecifický osobný rozvoj zamestnancov plánuje v nasledujúcich mesiacoch podporiť 7,1% respondentov.

Investície na interné školenia zamestnancov zamerané na používanie firemných programov (napr. CRM, e-shop, fakturácia, atď.) pripravuje 6,9% z oslovených mladých podnikateľov, ktorí majú zamestnancov. Do zvyšovania vedomostí v digitalizácii a automatizácii plánuje investovať 5,5% mladých podnikateľov. Zvyšovanie počítačových zručností svojich zamestnancov plánuje 3,6% respondentov, 2,3% bude smerovať investície do zlepšenia jazykových zručností zamestnancov. 1,8% mladých podnikateľov pripravuje rozvoj zamestnancov formou soft skills tréningov, kam možno zaradiť oblasti ako zlepšovanie komunikácie, zvládanie stresu, osobná efektivita a podobne. Iba 0,3% mladých podnikateľov plánuje investovať do skolení v kybernetickej bezpečnosti.

Inú možnosť odpovede preferovalo 0,9% respondentov. Približne pätina mladých podnikateľov (20,1%) neplánuje v nasledujúcich 12 mesiacoch žiadne investície do zvyšovania vedomosti a kvalifikácie svojich zamestnancov.

Graf č.37: **Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu zvyšovania vedomosti a kvalifikácie zamestnancov**



N=787 respondentov, ktorí majú aspoň jedného zamestnanca

Až 56,5% mladých podnikateľov pôsobiacich v odvetví pôdohospodárstva pripravuje investície na zvyšovanie odbornej kvalifikácie zamestnancov v odbore, v ktorom pracujú. Túto formu rozvoja svojich zamestnancov bude v nasledujúcich 12 mesiacoch tiež preferovať 45,9% mladých podnikateľov so sídlom v Žilinskom kraji a takisto 43,2% 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 mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (15,7%), mladí podnikatelia pôsobiaci v odvetví ubytovanie a stravovanie (37,0%), mladí podnikatelia so sídlom v Prešovskom kraji (17,5%), a mladí podnikatelia, ktorí podnikajú 3 až 5 rokov (15,3%).

Investície do špecifického osobného rozvoja zamestnancov (napr. MBA, osobný koučing a pod.) v nasledujúcich mesiacoch pripravujú hlavne mladí podnikatelia s 1 až 9 zamestnancami (7,8%), mladí podnikatelia z priemyslu (13,3%) a mladí podnikatelia so sídlom v Prešovskom kraji (12,5%).

Interné školenia na programy používané vo firme častejšie plánujú mladí podnikatelia v odvetví obchod (10,1%), mladí podnikatelia so sídlom na území Trnavského kraja (14,5%), mladí podnikatelia s právnou formou s.r.o (7,3%) a mladí podnikatelia podnikajúci menej ako 3 roky (10,6%).
Rozvoj a zlepšovanie zručností v oblasti digitalizácie a automatizácie zamestnancov predstavuje v nasledujúcich 12 mesiacoch prioritu najmä pre mladých podnikateľov pôsobiacich v odvetví pôdohospodárstva (17,4%), mladých podnikateľov so sídlom firmy v Žilinskom kraji (12,2%) a pre mladých podnikateľov pracujúcich s obchodnou prirážkou 11 až 20 % (8,8%).

Rozvoj a zlepšovanie počítačových zručností zamestnancov predstavuje v nasledujúcich 12 mesiacoch prioritu najmä pre mladých podnikateľov pôsobiacich v odvetví doprava, informácie (6,1%), mladých podnikateľov so sídlom v Bratislavskom kraji (6,5%) a pre mladých podnikateľov pracujúcich s obchodnou prirážkou 11 až 20 % (5,6%).

Ostatné investície kvôli nízkej početnosti neboli hodnotené.

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

Riadkové %	Kategória	zvyšovanie odbornej kvalifikácie v obore, v ktorom pracujú	online školenia podľa vlastnej potreby	špecifický osobný rozvoj napr. MBA, osobný koučing, atď	interné školenia na firemné programy CRM, e-shop, fakturácia, atď	digitalizácia a automatizácia	PC zručnosti napr. MS Excel, MS Powerpoint, Email, Google disk atď
Celková vzorka	**787 respondentov**	**39,0%**	**12,7%**	**7,1%**	**6,9%**	**5,5%**	**3,6%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	37,7%	12,2%	7,8%	6,3%	5,0%	3,9%
	10 a viac zamestnancov	46,3%	15,7%	3,3%	9,9%	8,3%	1,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	56,5%	8,7%	0,0%	8,7%	17,4%	0,0%
	priemysel	51,7%	5,0%	13,3%	0,0%	3,3%	3,3%
	stavebníctvo	44,8%	7,6%	9,5%	8,6%	7,6%	3,8%
	obchod	35,2%	9,7%	7,5%	10,1%	4,8%	3,1%
	ubytovanie a stravovanie	25,9%	37,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	doprava, informácie	30,6%	18,4%	3,1%	5,1%	6,1%	6,1%
	obchodné služby	39,9%	15,4%	8,0%	5,9%	5,3%	3,7%
	ostatné služby	40,7%	13,6%	5,1%	6,8%	3,4%	3,4%
Sídlo	Bratislavský kraj	42,9%	13,0%	3,5%	7,8%	6,5%	6,5%
	Trnavský kraj	30,4%	13,0%	2,9%	14,5%	2,9%	2,9%
	Trenčiansky kraj	44,1%	13,6%	6,8%	5,1%	5,1%	5,1%
	Nitriansky kraj	44,0%	15,5%	9,5%	3,6%	2,4%	0,0%
	Žilinský kraj	45,9%	4,1%	8,2%	2,0%	12,2%	0,0%
	Banskobystrický kraj	33,3%	9,9%	7,4%	7,4%	4,9%	2,5%
	Prešovský kraj	30,0%	17,5%	12,5%	7,5%	2,5%	3,8%
	Košický kraj	32,9%	16,5%	11,8%	7,1%	3,5%	3,5%
Právna forma	Živnostník	41,2%	9,8%	7,8%	3,9%	0,0%	3,9%
	s.r.o.	38,6%	13,0%	7,0%	7,3%	5,5%	3,6%
	Iné	47,6%	9,5%	9,5%	0,0%	19,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	38,8%	14,8%	8,0%	4,3%	3,7%	2,8%
	50 000 - 100 000 Eur	34,3%	13,8%	9,4%	6,6%	8,3%	6,1%
	viac ako 100 000 Eur	43,2%	8,6%	4,9%	9,8%	6,0%	3,0%
	minulý rok som nepodnikal/a	26,7%	26,7%	0,0%	13,3%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	41,9%	12,7%	5,6%	5,9%	5,9%	2,9%
	prevažne slovenskí	36,7%	13,6%	9,3%	8,5%	5,4%	4,0%
	prevažne zahraničí	33,3%	8,8%	7,0%	7,0%	3,5%	3,5%
	výlučne zahraničí	43,2%	10,8%	0,0%	0,0%	5,4%	5,4%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	30,9%	12,6%	6,8%	5,8%	2,6%	2,1%
	6 – 10%	36,0%	16,6%	11,4%	9,1%	6,9%	5,1%
	11 – 20%	41,9%	18,1%	3,8%	5,6%	8,8%	5,6%
	21% – 40%	43,0%	5,9%	5,9%	8,9%	5,9%	1,5%
	41% a viac	47,6%	7,9%	7,1%	4,8%	3,2%	3,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	40,7%	14,8%	4,6%	10,6%	2,8%	4,6%
	3 – 5 rokov	36,9%	15,3%	9,9%	0,0%	8,1%	5,4%
	5 – 10 rokov	34,7%	11,6%	9,3%	4,9%	7,1%	1,8%
	viac ako 10 rokov	42,6%	10,6%	6,0%	8,5%	5,1%	3,4%
Pohlavie	Muž	38,2%	11,7%	6,6%	7,5%	6,7%	4,1%
	Žena	41,1%	15,2%	8,5%	5,4%	2,2%	2,2%
Vek	18 – 24 rokov	50,0%	12,5%	0,0%	0,0%	6,3%	0,0%
	25 – 29 rokov	37,7%	13,8%	7,7%	7,3%	5,5%	4,2%
	30 – 34 rokov	37,5%	3,6%	7,1%	5,4%	3,6%	7,1%
	35 – 39 rokov	40,9%	12,4%	6,7%	7,3%	5,7%	1,6%

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

Riadkové %	Kategória	jazykové zručnosti	soft skills tréningy napr. zlepšovanie komunikácie, zvládanie stresu, osobná efektivita, atď	kybernetická bezpečnosť	iné (uveďte) ...	neodpovedal/nemá zamestnancov/neplánuje investovať
Celková vzorka	**787 respondentov**	**2,3%**	**1,8%**	**0,3%**	**0,9%**	**20,1%**
Počet zamestnancov	1 až 9 zamestnancov	2,7%	1,8%	0,3%	0,6%	21,8%
	10 a viac zamestnancov	0,0%	1,7%	0,0%	2,5%	10,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	0,0%	0,0%	8,7%	0,0%	0,0%
	priemysel	6,7%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%
	stavebníctvo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	18,1%
	obchod	1,8%	1,8%	0,0%	1,3%	24,7%
	ubytovanie a stravovanie	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	37,0%
	doprava, informácie	4,1%	3,1%	0,0%	2,0%	21,4%
	obchodné služby	3,2%	2,1%	0,0%	0,5%	16,0%
	ostatné služby	0,0%	5,1%	0,0%	1,7%	20,3%
Sídlo	Bratislavský kraj	3,5%	1,7%	0,0%	1,3%	13,4%
	Trnavský kraj	4,3%	2,9%	2,9%	2,9%	20,3%
	Trenčiansky kraj	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%	16,9%
	Nitriansky kraj	0,0%	2,4%	0,0%	1,2%	21,4%
	Žilinský kraj	4,1%	2,0%	0,0%	0,0%	21,4%
	Banskobystrický kraj	2,5%	2,5%	0,0%	0,0%	29,6%
	Prešovský kraj	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	25,0%
	Košický kraj	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	23,5%
Právna forma	Živnostník	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	31,4%
	s.r.o.	2,4%	2,0%	0,3%	1,0%	19,4%
	Iné	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	0,9%	1,2%	0,0%	0,9%	24,6%
	50 000 - 100 000 Eur	1,1%	2,2%	1,1%	0,6%	16,6%
	viac ako 100 000 Eur	4,9%	2,3%	0,0%	1,1%	16,2%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%
Zákazníci	výlučne slovenskí	1,2%	1,8%	0,0%	0,3%	21,8%
	prevažne slovenskí	1,4%	1,7%	0,6%	0,8%	18,1%
	prevažne zahraniční	7,0%	3,5%	0,0%	3,5%	22,8%
	výlučne zahraniční	13,5%	0,0%	0,0%	2,7%	18,9%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	4,2%	3,1%	0,0%	1,6%	30,4%
	6 – 10%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	14,3%
	11 – 20%	2,5%	0,0%	0,0%	1,3%	12,5%
	21% – 40%	1,5%	1,5%	1,5%	0,7%	23,7%
	41% a viac	3,2%	4,8%	0,0%	0,0%	18,3%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	1,4%	0,9%	0,9%	1,4%	17,1%
	3 – 5 rokov	7,2%	1,8%	0,0%	1,8%	13,5%
	5 – 10 rokov	1,8%	3,6%	0,0%	0,0%	25,3%
	viac ako 10 rokov	1,3%	0,9%	0,0%	0,9%	20,9%
Pohlavie	Muž	2,5%	2,5%	0,4%	0,5%	19,4%
	Žena	1,8%	0,0%	0,0%	1,8%	21,9%
Vek	18 – 24 rokov	6,3%	6,3%	0,0%	0,0%	18,8%
	25 – 29 rokov	2,0%	2,2%	0,4%	0,8%	18,4%
	30 – 34 rokov	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	32,1%
	35 – 39 rokov	2,1%	0,5%	0,0%	1,6%	21,2%

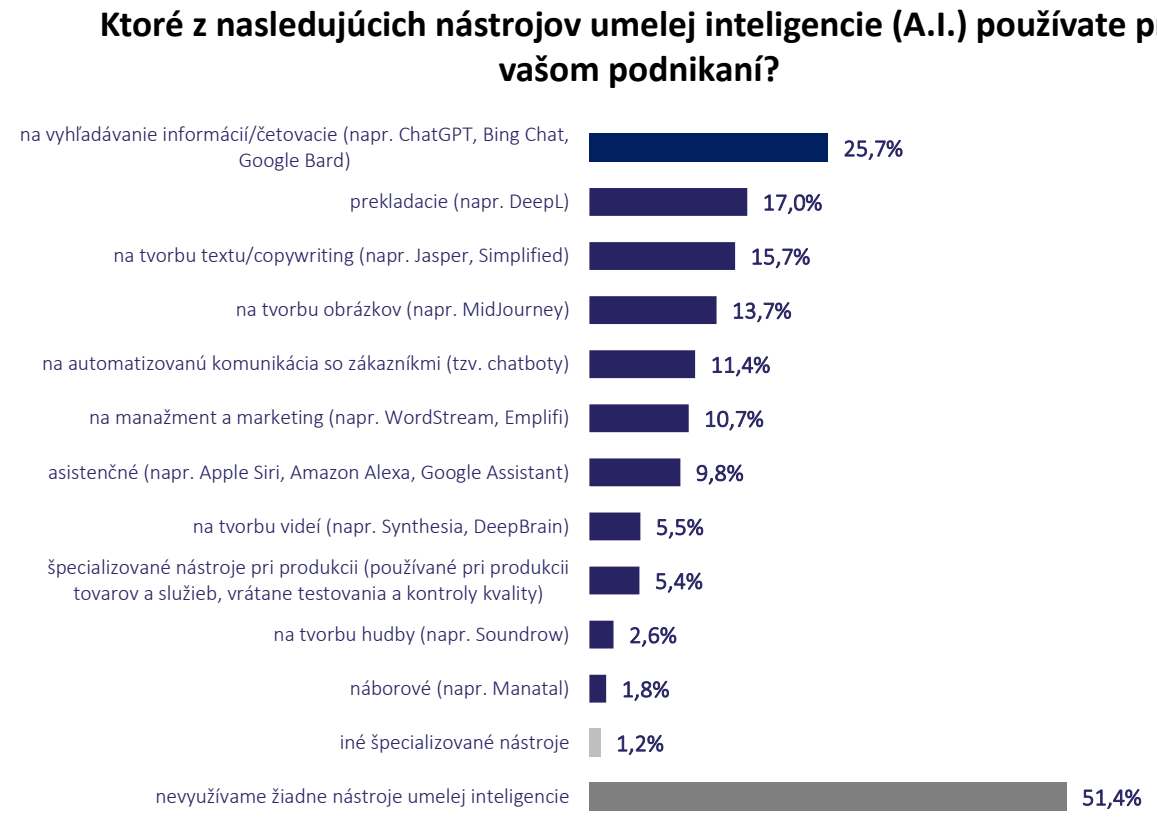
5. Umelá inteligencia (A.I.) a kybernetická bezpečnosť

Umelá inteligencia (A.I.) a kybernetická bezpečnosť sú dve dôležité oblasti v súčasnom svete informačných technológií a digitálnej éry. Tieto dve oblasti sú úzko prepojené a vzájomne ovplyvňujú našu spoločnosť a technologický vývoj. Umelá inteligencia je oblasť informatiky, ktorá sa zaoberá vývojom systémov, ktoré môžu vykonávať úlohy, ktoré by normálne vyžadovali ľudskú inteligenciu. Tieto systémy sú schopné učiť sa, robiť rozhodnutia, rozpoznávať vzory a zlepšovať svoje výkony na základe skúseností. Ako vnímajú a používajú AI mladi podnikatelia na Slovensku sa pokúsi zodpovedať aj tento prieskum.

5.1. Umelá inteligencia (A.I.)

Spomedzi mladých podnikateľov, ktorí používajú A.I., je približne štvrtina takých, čo ju využívajú na vyhľadávanie informácií a četovanie (25,7%). Druhou preferovanou oblasťou využitia A.I. medzi mladými podnikateľmi je prekladanie (17,0%). Na tvorbu textu A.I. využíva 15,7% mladých podnikateľov a na tvorbu obrázkov ju využíva 13,7% mladých podnikateľov. Viac ako desatina (11,4%) mladých podnikateľov A.I. využíva na automatizovanú komunikácia so zákazníkmi, tzv. chatboty. Približne desatina mladých podnikateľov používa A.I. pri strategickom manažmente a marketingu (10,7%) a ako osobného asistenta (9,8%). Viac ako päť percent mladých podnikateľov A.I. používa na tvorbu videí (5,7%) alebo využíva špecializované nástroje A.I. pri produkcii (5,4%). Viac ako polovica mladých podnikateľov A.I. nepoužíva (51,4%).

Graf č.38: **Využívané nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní**



N=1000 respondentov

Medzi mladými podnikateľmi, ktorí uviedli že nástroje A.I. využívajú na vyhľadávanie informácií a četovanie, sú najmä podnikatelia bez zamestnancov (35,2%), podnikatelia v sektoroch doprava, informácie (32,8%), podnikatelia z Prešovského kraja (30,0%), podnikatelia s právnou formou s.r.o (26,5 %), podnikatelia s výlučne zahraničnými zákazníkmi (37,8%), podnikatelia s priemernou obchodnou prirážkou viac ako 41% (36,8%) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (47,6%). Na prekladanie využívajú nástroje A.I. najmä mladí podnikatelia bez zamestnancov (24,9%), mladí podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (30,3%), mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (24,2%), mladí podnikatelia s prevažne a výlučne zahraničnými zákazníkmi (24,4%), mladí podnikatelia s priemernou obchodnou prirážkou viac ako 41% (23,9%), mladí podnikatelia - ženy (19,8%) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (19,0%). Na tvorbu textu využívajú nástroje A.I. predovšetkým mladí podnikatelia bez zamestnancov (20,2%), mladí podnikatelia v sektoroch doprava, informácie (20,2%), mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (21,2%), mladí podnikatelia s tržbami od 50 000 do 100 000 eur (23,7%), mladí podnikatelia s prevažne zahraničnými zákazníkmi (25,6%) a mladí podnikatelia vo veku 25 až 29 rokov (19,1%). Na tvorbu obrázkov využívajú nástroje A.I. predovšetkým mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (24,0%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (24,7%), mladí podnikatelia z Nitrianskeho kraja (20,0%), mladí podnikatelia s tržbami nad 100 000 eur (13,6%), mladí podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (18,8%) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (23,8%). A.I. využívajú na automatizovanú komunikáciu (tzv. chatboty) hlavne mladí podnikatelia bez zamestnancov (13,1%), mladí podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (19,0%), mladí podnikatelia z Nitrianskeho kraja (16,0%), mladí podnikatelia s tržbami menej ako 50 000 Eur (12,2%) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (14,3%). Pri strategickom manažmente a marketingu využívajú nástroje A.I. predovšetkým mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (18,2%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (22,2%), mladí podnikatelia z Nitrianskeho kraja (16,0%), mladí podnikatelia s tržbami viac ako 100 000 (13,3%), mladí podnikatelia - ženy (14,0 %) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (16,7%).

Tab. č.8a: **Využívané nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní**

Riadkové %	Kategória	na vyhľadávanie informácií/četovacie (napr. ChatGPT, Bing Chat, Google Bard)	prekladacie (napr. DeepL)	na tvorbu textu/copywriting (napr. Jasper, Simplified)	na tvorbu obrázkov (napr. MidJourney)	na automatizovanú komunikáciu so zákazníkmi (tzv. chatboty)	na manažment a marketing (napr. WordStream, Emplifi)
Celková vzorka	**1000 respondentov**	**25,7%**	**17,0%**	**15,7%**	**13,7%**	**11,4%**	**10,7%**
Počet zamestnancov	žiadni	35,2%	24,9%	20,2%	16,0%	13,1%	10,8%
	1 až 9 zamestnancov	22,4%	15,0%	13,7%	11,1%	10,7%	9,3%
	10 a viac zamestnancov	27,3%	14,0%	19,0%	24,0%	12,4%	18,2%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	30,3%	30,3%	6,1%	18,2%	18,2%	18,2%
	priemysel	28,4%	22,2%	19,8%	24,7%	9,9%	22,2%
	stavebníctvo	16,0%	15,2%	13,6%	4,8%	9,6%	8,0%
	obchod	25,1%	12,7%	17,5%	14,2%	11,6%	11,6%
	ubytovanie a stravovanie	23,8%	19,0%	21,4%	19,0%	19,0%	14,3%
	doprava, informácie	32,8%	26,9%	20,2%	14,3%	14,3%	7,6%
	obchodné služby	31,1%	17,8%	14,1%	16,2%	10,8%	7,9%
	ostatné služby	13,1%	6,0%	8,3%	2,4%	6,0%	8,3%
Sídlo	Bratislavský kraj	25,6%	24,2%	21,2%	17,1%	12,3%	15,0%
	Trnavský kraj	25,8%	19,1%	15,7%	11,2%	6,7%	6,7%
	Trenčiansky kraj	21,8%	9,2%	11,5%	10,3%	5,7%	5,7%
	Nitriansky kraj	28,0%	18,0%	15,0%	20,0%	16,0%	16,0%
	Žilinský kraj	29,1%	18,7%	16,4%	11,9%	13,4%	14,2%
	Banskobystrický kraj	20,2%	12,5%	5,8%	12,5%	10,6%	5,8%
	Prešovský kraj	30,0%	8,0%	10,0%	7,0%	13,0%	5,0%
	Košický kraj	23,7%	10,8%	19,4%	12,9%	9,7%	6,5%
Právna forma	Živnostník	19,4%	11,8%	6,5%	4,3%	10,8%	9,7%
	s.r.o.	26,5%	17,4%	16,7%	14,7%	11,4%	10,7%
	Iné	21,4%	21,4%	14,3%	14,3%	14,3%	14,3%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	24,9%	17,9%	12,2%	14,3%	12,2%	8,1%
	50 000 - 100 000 Eur	34,8%	18,8%	23,7%	12,9%	10,7%	12,9%
	viac ako 100 000 Eur	19,9%	14,7%	15,7%	13,6%	10,8%	13,3%
	minulý rok som nepodnikal/a	23,8%	9,5%	9,5%	9,5%	9,5%	9,5%
Zákazníci	výlučne slovenskí	21,2%	10,3%	11,4%	10,5%	9,6%	10,0%
	prevažne slovenskí	29,7%	21,7%	18,3%	18,8%	13,2%	13,4%
	prevažne zahraničí	20,5%	24,4%	25,6%	7,7%	7,7%	5,1%
	výlučne zahraničí	37,8%	22,2%	13,3%	4,4%	17,8%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	20,8%	13,1%	10,4%	8,1%	10,4%	7,7%
	6 – 10%	21,0%	13,1%	11,7%	8,4%	10,3%	9,8%
	11 – 20%	25,0%	19,2%	19,2%	18,3%	11,5%	12,0%
	21% – 40%	29,9%	18,9%	19,5%	17,7%	13,4%	14,0%
	41% a viac	36,8%	23,9%	21,3%	20,0%	12,3%	11,6%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	28,0%	18,3%	12,3%	16,0%	10,3%	10,7%
	3 – 5 rokov	27,3%	18,0%	23,3%	7,3%	10,0%	9,3%
	5 – 10 rokov	27,1%	16,1%	20,4%	18,6%	12,9%	12,1%
	viac ako 10 rokov	20,7%	15,9%	10,4%	9,6%	11,9%	10,0%
Pohlavie	Muž	27,2%	15,8%	16,8%	14,1%	10,0%	9,3%
	Žena	22,2%	19,8%	13,0%	12,6%	14,7%	14,0%
Vek	18 – 24 rokov	47,6%	19,0%	14,3%	23,8%	14,3%	16,7%
	25 – 29 rokov	26,4%	17,6%	19,1%	15,0%	10,5%	10,8%
	30 – 34 rokov	9,4%	9,4%	0,0%	3,1%	12,5%	6,3%
	35 – 39 rokov	24,3%	17,0%	10,6%	11,1%	13,2%	10,6%

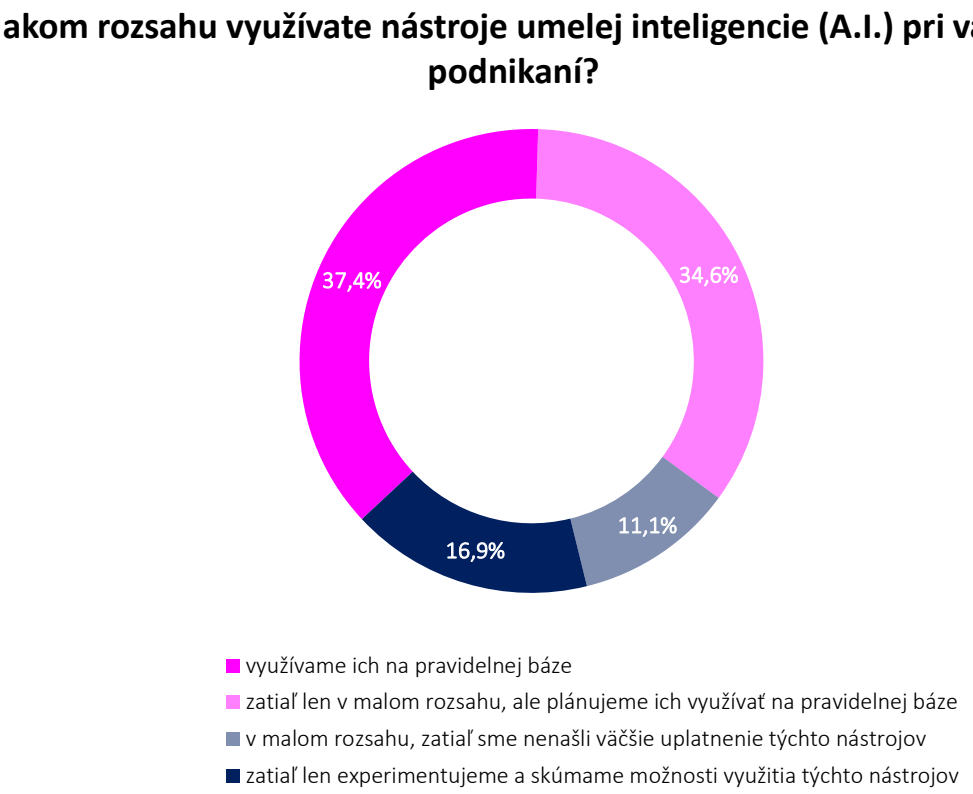
Osobných asistentov založených na A.I. využívajú predovšetkým mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (17,4%), mladí podnikatelia v sektoroch doprava, informácie (14,3%), mladí podnikatelia z Trenčianskeho kraja (12,6%), mladí podnikatelia s právnou formou s.r.o. (10,7%), mladí podnikatelia s obratom viac ako 100 000 Eur (11,9%), mladí podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (13,8%) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (23,8%). Na tvorbu videí využívajú nástroje A.I. predovšetkým mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (9,9%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (14,8%) a mladí podnikatelia z Nitrianskeho kraja (10,0%). Špecializované nástroje A.I. pri produkcii využívajú najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (14,9%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (9,9%), mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (8,9%) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (9,5%). Viac ako polovica mladých podnikateľov s 1 až 9 zamestnancami (56,2%) nevyužíva žiadne nástroje A.I.. Nástroje A.I. nevyužívajú predovšetkým mladí podnikatelia v sektore stavebníctvo (60,8%) a mladí podnikatelia z Prešovského kraja (60,0%). Využívanie ostatných nástrojov A.I. nebolo hodnotené kvôli nízkej početnosti odpovedí.

Tab. č.8b: **Využívané nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní**

Riadkové %	Kategória	asistenčné (napr. Apple Siri, Amazon Alexa, Google Assistant)	na tvorbu videí (napr. Synthesia, DeepBrain)	špecializované nástroje pri produkcii (používané pri produkcii tovarov a služieb	na tvorbu hudby (napr. Soundrow)	náborové (napr. Manatal)	iné špecializované nástroje	nevyužívame žiadne nástroje umelej inteligencie
Celková vzorka	**1000 respondentov**	**9,8%**	**5,5%**	**5,4%**	**2,6%**	**1,8%**	**1,2%**	**51,4%**
Počet zamestnancov	žiadni	10,3%	2,3%	6,6%	2,8%	1,9%	0,9%	42,3%
	1 až 9 zamestnancov	8,3%	5,7%	3,3%	1,8%	1,2%	1,2%	56,2%
	10 a viac zamestnancov	17,4%	9,9%	14,9%	6,6%	5,0%	1,7%	41,3%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	12,1%	0,0%	6,1%	6,1%	6,1%	0,0%	45,5%
	priemysel	9,9%	14,8%	9,9%	2,5%	2,5%	0,0%	50,6%
	stavebníctvo	7,2%	4,0%	2,4%	0,0%	1,6%	0,8%	60,8%
	obchod	11,3%	4,4%	6,5%	2,5%	1,8%	2,5%	51,6%
	ubytovanie a stravovanie	9,5%	0,0%	4,8%	0,0%	4,8%	2,4%	45,2%
	doprava, informácie	14,3%	6,7%	6,7%	6,7%	0,0%	2,5%	37,8%
	obchodné služby	9,1%	6,2%	4,1%	2,5%	1,7%	0,0%	47,3%
	ostatné služby	3,6%	3,6%	3,6%	1,2%	1,2%	0,0%	73,8%
Sídlo	Bratislavský kraj	11,6%	7,5%	8,9%	2,0%	2,0%	1,7%	46,8%
	Trnavský kraj	5,6%	4,5%	6,7%	2,2%	4,5%	0,0%	58,4%
	Trenčiansky kraj	12,6%	5,7%	4,6%	2,3%	0,0%	0,0%	58,6%
	Nitriansky kraj	9,0%	10,0%	0,0%	4,0%	2,0%	0,0%	50,0%
	Žilinský kraj	10,4%	3,0%	4,5%	4,5%	3,0%	2,2%	44,8%
	Banskobystrický kraj	7,7%	0,0%	3,8%	1,9%	1,9%	1,0%	56,7%
	Prešovský kraj	10,0%	4,0%	2,0%	0,0%	0,0%	1,0%	60,0%
	Košický kraj	7,5%	6,5%	6,5%	4,3%	0,0%	2,2%	48,4%
Právna forma	Živnostník	2,2%	1,1%	0,0%	4,3%	2,2%	0,0%	55,9%
	s.r.o.	10,7%	5,9%	5,9%	2,5%	1,8%	1,3%	51,0%
	Iné	7,1%	7,1%	7,1%	0,0%	0,0%	3,6%	50,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	9,4%	4,1%	3,8%	1,3%	0,9%	0,9%	50,5%
	50 000 - 100 000 Eur	8,0%	4,5%	6,3%	4,5%	1,8%	0,9%	44,2%
	viac ako 100 000 Eur	11,9%	9,1%	7,7%	3,5%	3,5%	2,1%	56,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	9,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	76,2%
Zákazníci	výlučne slovenskí	7,0%	4,7%	4,7%	1,9%	1,4%	0,5%	58,5%
	prevažne slovenskí	13,8%	6,5%	6,3%	3,6%	2,7%	0,9%	46,9%
	prevažne zahraniční	7,7%	5,1%	2,6%	0,0%	0,0%	6,4%	42,3%
	výlučne zahraniční	0,0%	4,4%	8,9%	4,4%	0,0%	2,2%	44,4%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	8,1%	2,3%	3,9%	0,8%	0,8%	0,4%	59,8%
	6 – 10%	6,5%	6,1%	5,6%	1,9%	1,9%	0,0%	57,9%
	11 – 20%	10,6%	6,7%	5,8%	1,9%	1,0%	1,4%	47,6%
	21% – 40%	9,8%	4,9%	6,1%	3,7%	2,4%	1,8%	48,8%
	41% a viac	16,1%	9,0%	6,5%	6,5%	3,9%	3,2%	36,1%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	9,0%	6,7%	6,0%	0,0%	1,3%	0,3%	48,3%
	3 – 5 rokov	7,3%	4,0%	5,3%	1,3%	1,3%	2,7%	48,7%
	5 – 10 rokov	10,0%	5,0%	4,3%	4,3%	1,4%	2,1%	45,7%
	viac ako 10 rokov	11,9%	5,6%	5,9%	4,4%	3,0%	0,4%	62,2%
Pohlavie	Muž	10,0%	5,7%	6,5%	2,5%	1,4%	1,7%	51,2%
	Žena	9,2%	5,1%	2,7%	2,7%	2,7%	0,0%	51,9%
Vek	18 – 24 rokov	23,8%	4,8%	9,5%	4,8%	4,8%	4,8%	31,0%
	25 – 29 rokov	8,8%	5,8%	5,6%	2,0%	1,2%	1,4%	48,1%
	30 – 34 rokov	3,1%	0,0%	3,1%	0,0%	3,1%	0,0%	71,9%
	35 – 39 rokov	11,9%	6,4%	4,7%	4,7%	2,6%	0,4%	58,7%

Takmer štyridsať percent (37,4%) oslovených mladých podnikateľov využíva vo svojej firme nástroje A.I. na pravidelnej báze. 34,6% mladých podnikateľov ich zatiaľ využíva len v malom rozsahu, ale plánuje ich používať na pravidelnej baze. Viac ako desatina (11,1%) mladých podnikateľov ich používa v malom rozsahu, lebo zatiaľ nenašla ich väčšie využitie. 16,9% mladých podnikateľov zatiaľ s nimi iba experimentuje.

Graf č. 39: **Rozsah využívania nástrojov umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní**



N=486 respondentov, ktorí využívajú nástroje umelej inteligencie (A.I.)

Mladí podnikatelia, ktorí využívajú nástroje A.I. na pravidelnej báze sú skôr bez zamestnancov (42,3%), podnikajú najmä v sektoroch ostatných služieb (54,5%), sú najmä z Prešovského kraja (57,5%), majú skôr inú právnu formu podnikania ako živnosť alebo s.r.o. (42,9%), minulý rok skôr nepodnikali (80,0%) a sú hlavne vo veku 30 až 34 rokov (44,4%). Mladí podnikatelia, ktorí nástroje A.I. vyžívajú zatiaľ len v malom rozsahu, ale plánujú častejšie, sú predovšetkým podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (36,6%), podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (55,6%), podnikatelia z Trenčianskeho kraja (61,1%), podnikatelia s právnou formou s.r.o. (35,0%), podnikatelia s obratom menej ako 50 000 Eur (37,5%) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (51,7%).

Väčšie uplatnenie nástrojov A.I. zatiaľ nenašli najmä mladí podnikatelia bez zamestnancov (14,6%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (20,0%), mladí podnikatelia z Trenčianskeho kraja (22,2%), mladí podnikatelia - živnostníci (22,0%), mladí podnikatelia s výlučne zahraničnými zákazníkmi (20,0%). S nástrojmi A.I. zatiaľ len experimentujú hlavne mladí podnikatelia s 1 až 9 zamestnancami (19,9%), mladí podnikatelia v sektore obchodné služby (23,6%), mladí podnikatelia z Banskobystrického

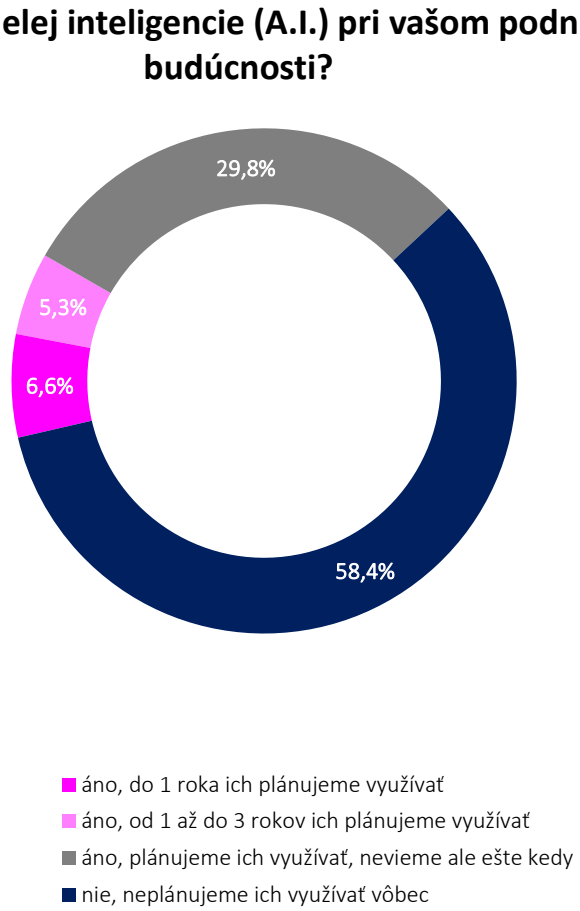
kraja (24,4%), mladí podnikatelia podnikajúci viac ako 10 rokov (19,6%) a mladí podnikatelia vo veku 30 až 34 rokov (33,3%).

Tab. č. 9: **Rozsah využívania nástrojov umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní**

Riadkové %	Kategória	využívame ich na pravidelnej báze	zatiaľ len v malom rozsahu, ale plánujeme ich využívať na pravidelnej báze	v malom rozsahu, zatiaľ sme nenašli väčšie uplatnenie týchto nástrojov	zatiaľ len experimentujeme a skúmame možnosti využitia týchto nástrojov
Celková vzorka	**486 respondentov**	**37,4%**	**34,6%**	**11,1%**	**16,9%**
Počet zamestnancov	žiadni	42,3%	33,3%	14,6%	9,8%
	1 až 9 zamestnancov	35,3%	34,6%	10,3%	19,9%
	10 a viac zamestnancov	38,0%	36,6%	8,5%	16,9%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	22,2%	55,6%	11,1%	11,1%
	priemysel	35,0%	25,0%	20,0%	20,0%
	stavebníctvo	26,5%	49,0%	12,2%	12,2%
	obchod	33,8%	36,8%	9,8%	19,5%
	ubytovanie a stravovanie	52,2%	39,1%	0,0%	8,7%
	doprava, informácie	41,9%	29,7%	18,9%	9,5%
	obchodné služby	40,2%	29,1%	7,1%	23,6%
	ostatné služby	54,5%	31,8%	9,1%	4,5%
Sídlo	Bratislavský kraj	45,5%	28,8%	13,5%	12,2%
	Trnavský kraj	45,9%	24,3%	13,5%	16,2%
	Trenčiansky kraj	8,3%	61,1%	22,2%	8,3%
	Nitriansky kraj	32,0%	32,0%	14,0%	22,0%
	Žilinský kraj	24,3%	45,9%	10,8%	18,9%
	Banskobystrický kraj	35,6%	35,6%	4,4%	24,4%
	Prešovský kraj	57,5%	25,0%	0,0%	17,5%
	Košický kraj	37,5%	33,3%	6,3%	22,9%
Právna forma	Živnostník	34,1%	31,7%	22,0%	12,2%
	s.r.o.	37,6%	35,0%	10,0%	17,4%
	Iné	42,9%	28,6%	14,3%	14,3%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	34,1%	37,5%	9,5%	19,0%
	50 000 - 100 000 Eur	40,0%	32,0%	15,2%	12,8%
	viac ako 100 000 Eur	39,5%	32,3%	10,5%	17,7%
	minulý rok som nepodnikal/a	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	29,2%	36,0%	14,6%	20,2%
	prevažne slovenskí	42,0%	37,4%	8,8%	11,8%
	prevažne zahraniční	48,9%	24,4%	4,4%	22,2%
	výlučne zahraniční	32,0%	16,0%	20,0%	32,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	37,5%	36,5%	11,5%	14,4%
	6 – 10%	40,0%	43,3%	6,7%	10,0%
	11 – 20%	29,4%	39,4%	12,8%	18,3%
	21% – 40%	32,1%	31,0%	13,1%	23,8%
	41% a viac	48,5%	22,2%	11,1%	18,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	34,2%	32,3%	16,1%	17,4%
	3 – 5 rokov	42,9%	36,4%	5,2%	15,6%
	5 – 10 rokov	39,5%	34,2%	11,2%	15,1%
	viac ako 10 rokov	35,3%	37,3%	7,8%	19,6%
Pohlavie	Muž	37,4%	38,0%	10,1%	14,5%
	Žena	37,6%	26,2%	13,5%	22,7%
Vek	18 – 24 rokov	20,7%	51,7%	6,9%	20,7%
	25 – 29 rokov	39,8%	33,0%	11,7%	15,5%
	30 – 34 rokov	44,4%	11,1%	11,1%	33,3%
	35 – 39 rokov	33,0%	39,2%	10,3%	17,5%

Viac ako štyridsať percent (41,7%) oslovených mladých podnikateľov, ktorí zatiaľ nevyužívajú nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní, ich plánuje v budúcnosti využívať. Až 29,8% ich plánuje využívať, nevie ale ešte kedy. Do roka ich chce v podnikaní využívať 6,6% mladých podnikateľov a od 1 až do 3 rokov ich plánuje využívať 5,3% mladých podnikateľov. Viac ako polovica (58,4%) oslovených mladých podnikateľov, ktorí nástroje umelej inteligencie (A.I.) nevyužívajú, ich ani neplánuje využívať v budúcnosti.

Graf č.40: **Plánujete nástroje umelej inteligencie (A.I.) využívať v budúcnosti?**



N=514 respondentov, ktorí nevyužívajú žiadne nástroje umelej inteligencie (A.I.)

Mladí podnikatelia, ktorí zatiaľ nevyužívajú nástroje A.I., ale plánujú ich využívať v budúcnosti sú najmä zamestnávatelia s 10 a viac zamestnancami (62,0%), podnikatelia podnikajúci v sektore ubytovanie a stravovanie (52,6%), podnikatelia zo Žilinského kraja (51,7%), podnikatelia s inou právnou formou ako živnosť a s.r.o. (57,2%) a podnikatelia vo veku od 25 do 29 rokov (48,6%).

Mladí podnikatelia plánujúci využite nástrojov A.I. do roka sú najmä bez zamestnancov (15,6%), v sektore pôdohospodárstvo (40,0%), z Trnavského kraja (15,4%), živnostníci (7,7%) a vo veku 18 až 24 rokov (30,8%). Mladí podnikatelia plánujúci využívať nástroje A.I. od 1 do 3 rokov sú najmä zamestnávatelia s 10 a viac zamestnancami (8,0%), podnikatelia pôsobiaci v sektore ubytovanie a stravovanie (15,8%), podnikatelia z Bratislavského, resp. Nitrianskeho kraja (obe 8,0%), a podnikatelia, ktorí podnikajú od 3 do 5 rokov (11,0%).

Až polovica mladých podnikateľov s 10 a viac zamestnancami plánuje využívať nástroje A.I. pre svoje podnikanie, ale ešte nevie kedy. Využívať nástroje A.I., ale zatiaľ bez presného časového rámca, plánujú najmä mladí podnikatelia v sektore obchodné služby (39,5%), mladí podnikatelia z Banskobystrického (45,8%), resp. Žilinského kraja (45,0%), mladí podnikatelia, ktorí minulý rok nepodnikali (37,5%) a mladí podnikatelia vo veku 25 až 29 rokov (35,0%).

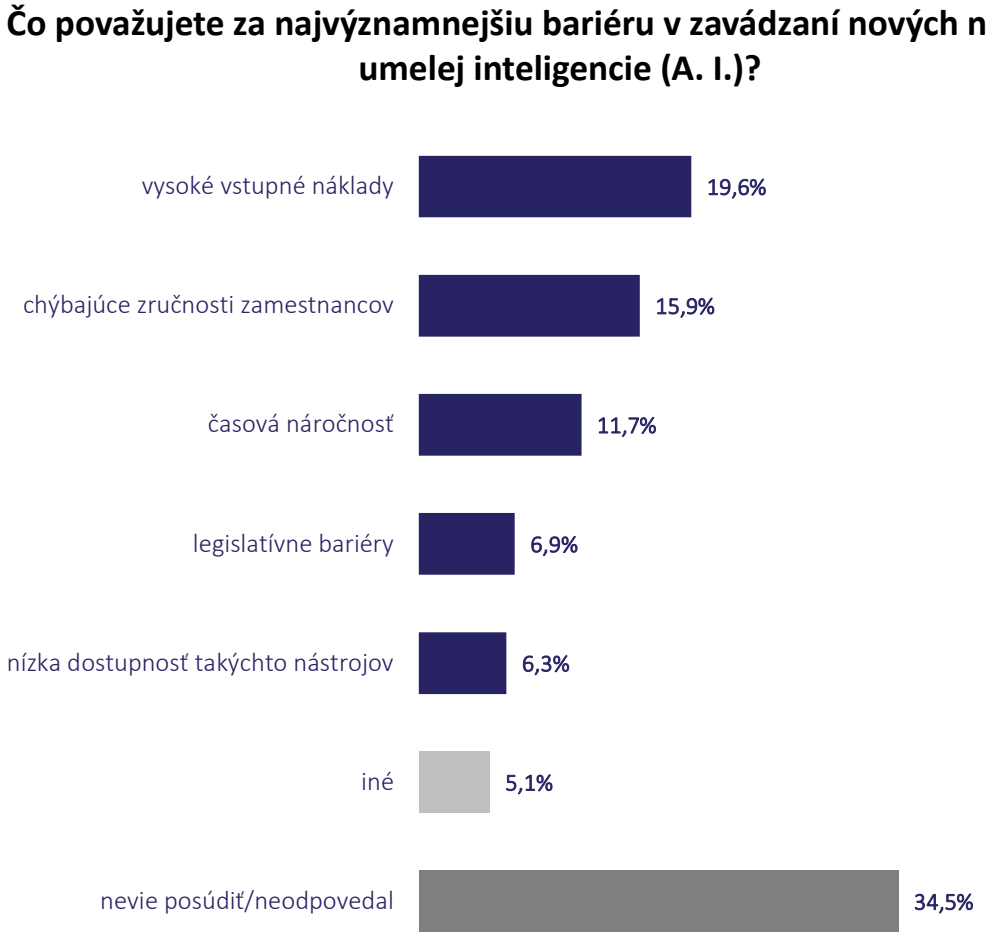
Až 58,4% mladých podnikateľov neplánuje využívať nástroje A.I. pre svoje podnikanie, pričom sa jedná predovšetkým o podnikateľov s 1 až 9 zamestnancami (61,0%), podnikateľov v sektore priemysel (75,6%), podnikateľov z Trenčianskeho kraja (76,5%), podnikateľov - živnostníkov (65,4%), podnikateľov s priemernou obchodnou prirážkou nad 41% (66,1%) a podnikateľov vo veku od 30 do 34 rokov (78,3%).

Tab. č.10: **Plánujete nástroje umelej inteligencie (A.I.) využívať v budúcnosti?**

Riadkové %	Kategória	áno, do 1 roka ich plánujeme využívať	áno, od 1 až do 3 rokov ich plánujeme využívať	áno, plánujeme ich využívať, nevieme ale ešte kedy	nie, neplánujeme ich využívať vôbec
Celková vzorka	**514 respondentov**	**6,6%**	**5,3%**	**29,8%**	**58,4%**
Počet zamestnancov	žiadni	15,6%	4,4%	21,1%	58,9%
	1 až 9 zamestnancov	4,8%	5,1%	29,1%	61,0%
	10 a viac zamestnancov	4,0%	8,0%	50,0%	38,0%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	40,0%	0,0%	6,7%	53,3%
	priemysel	4,9%	0,0%	19,5%	75,6%
	stavebníctvo	5,3%	5,3%	31,6%	57,9%
	obchod	5,6%	7,0%	31,0%	56,3%
	ubytovanie a stravovanie	10,5%	15,8%	26,3%	47,4%
	doprava, informácie	8,9%	4,4%	35,6%	51,1%
	obchodné služby	4,4%	3,5%	39,5%	52,6%
	ostatné služby	4,8%	6,5%	16,1%	72,6%
Sídlo	Bratislavský kraj	7,3%	8,0%	32,1%	52,6%
	Trnavský kraj	15,4%	3,8%	11,5%	69,2%
	Trenčiansky kraj	7,8%	3,9%	11,8%	76,5%
	Nitriansky kraj	12,0%	8,0%	30,0%	50,0%
	Žilinský kraj	3,3%	3,3%	45,0%	48,3%
	Banskobystrický kraj	0,0%	3,4%	45,8%	50,8%
	Prešovský kraj	3,3%	1,7%	33,3%	61,7%
	Košický kraj	4,4%	6,7%	17,8%	71,1%
Právna forma	Živnostník	7,7%	0,0%	26,9%	65,4%
	s.r.o.	6,7%	5,1%	30,1%	58,0%
	Iné	0,0%	28,6%	28,6%	42,9%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	4,2%	3,4%	29,1%	63,3%
	50 000 - 100 000 Eur	14,1%	4,0%	25,3%	56,6%
	viac ako 100 000 Eur	4,9%	9,3%	32,7%	53,1%
	minulý rok som nepodnikal/a	12,5%	0,0%	37,5%	50,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	6,4%	4,4%	25,9%	63,3%
	prevažne slovenskí	7,6%	5,7%	35,2%	51,4%
	prevažne zahraniční	6,1%	12,1%	18,2%	63,6%
	výlučne zahraniční	0,0%	0,0%	40,0%	60,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	3,9%	5,2%	25,8%	65,2%
	6 – 10%	12,9%	4,0%	29,8%	53,2%
	11 – 20%	4,0%	2,0%	35,4%	58,6%
	21% – 40%	7,5%	7,5%	37,5%	47,5%
	41% a viac	3,6%	10,7%	19,6%	66,1%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	8,3%	2,1%	34,5%	55,2%
	3 – 5 rokov	8,2%	11,0%	37,0%	43,8%
	5 – 10 rokov	9,4%	5,5%	32,0%	53,1%
	viac ako 10 rokov	2,4%	5,4%	20,8%	71,4%
Pohlavie	Muž	7,2%	5,8%	29,3%	57,7%
	Žena	5,3%	3,9%	30,9%	59,9%
Vek	18 – 24 rokov	30,8%	0,0%	15,4%	53,8%
	25 – 29 rokov	7,9%	5,7%	35,0%	51,4%
	30 – 34 rokov	0,0%	2,2%	19,6%	78,3%
	35 – 39 rokov	3,6%	5,8%	22,5%	68,1%

Mladí podnikatelia považujú za najvýznamnejšiu bariéru v zavadzaní nástrojov A.I. vysoké vstupné náklady (19,6%). Druhou najvýznamnejšou bariérou v zavadzaní A.I. sú podľa mladých podnikateľov chýbajúce zručnosti zamestnancov (15,9%). Treťou najvýznamnejšou bariérou v zavadzaní nástrojov A.I. je podľa mladých podnikateľov časová náročnosť (11,7%). Menej významné bariéry pre zavadzanie nástrojov A.I. sú podľa mladých podnikateľov legislatívne bariéry (6,9%) a nízka dostupnosť takýchto nástrojov (6,3%). Približne päť percent mladých podnikateľov spomenulo iné bariéry (5,1%). Medzi inými bariérami najviac spomínali nemožnosť využitia A.I. pri danej činnosti.

Graf č.41: **Najvýznamnejšie bariéry v zavádzaní nových nástrojov umelej inteligencie (A. I.)**



N=1000 respondentov

Vysoké vstupné náklady sú najvýznamnejšou bariérou v zavadzaní nástrojov A.I. hlavne pre mladých podnikateľov bez zamestnancov, mladých podnikateľov v sektore pôdohospodárstvo (36,4%), mladých podnikateľov z Banskobystrického kraja (25,0%), mladých podnikateľov - živnostníkov (26,9%), mladých podnikateľov s tržbami od 50 000 Eur do 100 000 Eur (21,4%) a mladých podnikateľov - žien (29,0%). Chýbajúce zručnosti zamestnancov sú najvýznamnejšou bariérou pre zavadzanie nástrojov A.I. hlavne u mladých podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (34,7%), mladých podnikateľov v sektore obchodné služby (22,4%), mladých podnikateľov z Nitrianskeho kraja (20,%) a najmladších podnikateľov vo veku 18 až 24 rokov (19,0%). Časovú náročnosť v zavadzaní nástrojov A.I. uviedli ako najvýznamnejšiu bariéru hlavne mladí podnikatelia bez zamestnancov (12,7%), mladí podnikatelia v sektore ubytovanie

a stravovanie (26,2%), mladí podnikatelia z Banskobystrického kraja (16,3%), mladí podnikatelia s právnou formou s.r.o. (12,3%), mladí podnikatelia, ktorí v minulom roku nepodnikali (14,3%) a mladí podnikatelia vo veku 18 až 25 rokov (16,7%).

Legislatívne bariéry vidia ako najvýznamnejšiu bariéru v zavadzaní nástrojov A.I. hlavne mladí podnikatelia v sektoroch doprava, informácie (13,4%), mladí podnikatelia z Košického kraja (12,9%), mladí podnikatelia s výlučne zahraničnými zákazníkmi (13,3%) a najmladší podnikatelia vo veku 18 až 25 rokov (11,9%). Nízku dostupnosť nástrojov A.I. považujú za najvýznamnejšiu bariéru v ich zavádzaní hlavne mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (9,9%), mladí podnikatelia v sektoroch doprava, informácie (9,2%), mladí podnikatelia z Prešovského kraja (10,0%) a mladí podnikatelia podnikajúci menej ako 3 roky (7,7%).

Viac ako tretina opýtaných mladých podnikateľov nevedela posúdiť (34,5%), aká je najvýznamnejšia bariéra v zavadzaní nových nástrojov umelej inteligencie (A.I.). Jednalo sa predovšetkým o mladých podnikateľov bez zamestnancov (37,6%) a mladých podnikateľov v priemysle (48,1%).

Tab. č.11: **Najvýznamnejšie bariéry v zavádzaní nových nástrojov umelej inteligencie (A. I.)**

Riadkové %	Kategória	vysoké vstupné náklady	chýbajúce zručnosti zamestnancov	časová náročnosť	legislatívne bariéry	nízka dostupnosť takýchto nástrojov	iné	nevie posúdiť/neodpovedal
Celková vzorka	**1000 respondentov**	**19,6%**	**15,9%**	**11,7%**	**6,9%**	**6,3%**	**5,1%**	**34,5%**
Počet zamestnancov	žiadni	27,2%	6,1%	12,7%	7,0%	3,8%	5,6%	37,6%
	1 až 9 zamestnancov	17,1%	15,6%	11,7%	7,8%	6,5%	5,4%	35,9%
	10 a viac zamestnancov	19,8%	34,7%	9,9%	1,7%	9,9%	2,5%	21,5%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	36,4%	3,0%	15,2%	0,0%	3,0%	15,2%	27,3%
	priemysel	18,5%	14,8%	8,6%	2,5%	6,2%	1,2%	48,1%
	stavebníctvo	26,4%	12,8%	18,4%	4,8%	8,0%	1,6%	28,0%
	obchod	15,3%	19,6%	9,5%	7,6%	6,5%	5,8%	35,6%
	ubytovanie a stravovanie	16,7%	14,3%	26,2%	4,8%	0,0%	4,8%	33,3%
	doprava, informácie	24,4%	7,6%	5,9%	13,4%	9,2%	2,5%	37,0%
	obchodné služby	17,8%	22,4%	10,0%	8,3%	5,4%	8,3%	27,8%
	ostatné služby	17,9%	8,3%	16,7%	2,4%	6,0%	2,4%	46,4%
Sídlo	Bratislavský kraj	18,1%	18,4%	11,6%	6,8%	5,8%	5,5%	33,8%
	Trnavský kraj	24,7%	12,4%	12,4%	1,1%	6,7%	4,5%	38,2%
	Trenčiansky kraj	20,7%	10,3%	6,9%	6,9%	4,6%	8,0%	42,5%
	Nitriansky kraj	18,0%	20,0%	12,0%	6,0%	9,0%	3,0%	32,0%
	Žilinský kraj	20,1%	15,7%	15,7%	9,7%	7,5%	2,2%	29,1%
	Banskobystrický kraj	25,0%	14,4%	16,3%	8,7%	1,9%	9,6%	24,0%
	Prešovský kraj	14,0%	16,0%	9,0%	2,0%	10,0%	4,0%	45,0%
	Košický kraj	19,4%	14,0%	7,5%	12,9%	5,4%	4,3%	36,6%
Právna forma	Živnostník	26,9%	12,9%	9,7%	7,5%	2,2%	4,3%	36,6%
	s.r.o.	18,8%	15,5%	12,3%	6,8%	6,8%	5,2%	34,6%
	Iné	21,4%	39,3%	0,0%	7,1%	3,6%	3,6%	25,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	20,3%	14,7%	10,4%	7,7%	6,0%	4,3%	36,7%
	50 000 - 100 000 Eur	21,4%	15,6%	13,8%	6,3%	8,9%	5,4%	28,6%
	viac ako 100 000 Eur	18,5%	18,9%	11,9%	6,3%	4,9%	5,9%	33,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	4,8%	14,3%	4,8%	4,8%	9,5%	61,9%
Zákazníci	výlučne slovenskí	23,8%	14,5%	12,1%	6,8%	6,5%	4,4%	31,9%
	prevažne slovenskí	16,5%	18,8%	10,5%	6,7%	5,8%	5,8%	35,9%
	prevažne zahraničí	20,5%	16,7%	14,1%	5,1%	6,4%	3,8%	33,3%
	výlučne zahraničí	8,9%	0,0%	15,6%	13,3%	8,9%	6,7%	46,7%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	18,9%	9,7%	15,4%	7,7%	4,2%	3,9%	40,2%
	6 – 10%	19,6%	19,6%	6,5%	8,4%	8,4%	3,7%	33,6%
	11 – 20%	21,2%	12,0%	15,4%	7,7%	6,7%	6,3%	30,8%
	21% – 40%	23,8%	20,1%	10,4%	3,7%	6,7%	6,1%	29,3%
	41% a viac	14,2%	21,9%	9,0%	5,8%	5,8%	6,5%	36,8%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	19,3%	13,3%	11,0%	7,7%	7,7%	3,3%	37,7%
	3 – 5 rokov	23,3%	19,3%	16,7%	5,3%	4,7%	7,3%	23,3%
	5 – 10 rokov	21,4%	16,1%	12,9%	6,8%	6,1%	6,8%	30,0%
	viac ako 10 rokov	15,9%	16,7%	8,5%	7,0%	5,9%	4,1%	41,9%
Pohlavie	Muž	15,7%	15,4%	12,2%	7,1%	6,8%	6,2%	36,6%
	Žena	29,0%	17,1%	10,6%	6,5%	5,1%	2,4%	29,4%
Vek	18 – 24 rokov	11,9%	19,0%	16,7%	11,9%	2,4%	4,8%	33,3%
	25 – 29 rokov	21,2%	16,4%	12,0%	6,5%	7,0%	5,2%	31,7%
	30 – 34 rokov	12,5%	12,5%	9,4%	3,1%	3,1%	7,8%	51,6%
	35 – 39 rokov	18,3%	14,9%	10,6%	8,1%	6,0%	4,3%	37,9%

5.2. Kybernetická bezpečnosť

Spomedzi oslovených mladých podnikateľov, ktorí sa zaoberajú kybernetickou bezpečnosťou, 76,3% používa antivírus. Vyše dve tretiny mladých podnikateľov pravidelne zálohujú (67,4%). 49,9% mladých podnikateľov zabezpečuje údaje šifrovaním. Zabezpečený prístup do svojich systémov používa 43,9% mladých podnikateľov. 36,0% mladých podnikateľov pravidelne kontroluje všetky nástroje na pravidelný prístup. Znalosti zamestnancov v oblasti kybernetickej bezpečnosti zvyšuje 35,9% mladých podnikateľov. 18,0% mladých podnikateľov vykonáva audity kybernetickej bezpečnosti. 17,0% mladých podnikateľov má vypracované plány na zvládnutie krízových situácií. Len 1,4% mladých podnikateľov robí iné opatrenia na elimináciu kybernetický rizík. Najčastejšie sa zmieňovali, že robia všetky spomenuté opatrenia.

Graf č.42: **Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík**

N=813 respondentov, ktorí sa zaoberajú kybernetickou bezpečnosťou

Najčastejšie používajú antivírus mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (83,8%). Antivírus používajú ďalej najmä mladí podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (84,4%), mladí ponikatelia z Trenčianskeho kraja (81,3%), mladí podnikatelia s obratom viac ako 100 000 Eur a mladí podnikatelia

podnikajúci 3 až 5 rokov (80,3%). Pravidelne zálohujú údaje najmä mladí podnikatelia bez zamestnancov (74,3%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (80,3%), mladí podnikatelia z Trnavského (72,2%), resp. Banskobystrického (72,2%) kraja, mladí podnikatelia s obratom od 50 000 do 100 000 Eur (71,0%) a mladí podnikatelia vo veku 30 až 34 rokov (78,9%). Údaje zabezpečujú šifrovaním predovšetkým mladí podnikatelia bez zamestnancov (57,2%), mladí podnikatelia zo sektora obchod (58,0%), mladí podnikatelia zo Žilinského kraja (60,7%), mladí podnikatelia s obratom od 50 000 do 100 000 Eur (53,4%), mladí podnikatelia s prevažne a výlučne zahraničnými zákazníkmi (58,5% a 59,5%) a mladí podnikatelia podnikajúci 3 až 5 rokov (59,8%). Zabezpečený prístup používajú najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (55,6%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (63,4%), mladí podnikatelia zo Žilinského kraja (52,3%), mladí podnikatelia s priemernou obchodnou prirážkou od 21% až 40% (49,3%) a mladí podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (49,0%). Pravidelne kontrolujú všetky nástroje na vzdialený prístup najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (45,5%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (56,3%), mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (45,8%), mladí podnikatelia - ženy (38,0%) a mladí podnikatelia podnikajúci 3 až 5 rokov (40,2%).

Tab. č.12a: **Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík**

Riadkové %	Kategória	používame antivírus	pravidelne zálohujeme	údaje zabezpečujeme šifrovaním	používame zabezpečený prístup do našich systémov	pravidelne kontrolujeme všetky nástroje na vzdialený prístup
Celková vzorka	**813 respondentov**	**76,3%**	**67,4%**	**49,9%**	**43,9%**	**36,0%**
Počet zamestnancov	žiadni	74,3%	74,3%	57,2%	50,3%	40,6%
	1 až 9 zamestnancov	75,5%	63,8%	46,5%	39,5%	32,6%
	10 a viac zamestnancov	83,8%	73,7%	54,5%	55,6%	45,5%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	52,0%	60,0%	32,0%	32,0%	56,0%
	priemysel	83,1%	80,3%	49,3%	63,4%	56,3%
	stavebníctvo	81,6%	60,2%	41,8%	36,7%	32,7%
	obchod	77,2%	74,0%	58,0%	43,8%	31,5%
	ubytovanie a stravovanie	84,4%	75,0%	46,9%	37,5%	53,1%
	doprava, informácie	78,1%	61,0%	46,7%	51,4%	33,3%
	obchodné služby	73,2%	65,9%	54,1%	41,5%	35,1%
	ostatné služby	69,0%	55,2%	34,5%	36,2%	24,1%
Sídlo	Bratislavský kraj	78,3%	67,9%	56,3%	48,3%	45,8%
	Trnavský kraj	76,4%	72,2%	44,4%	33,3%	34,7%
	Trenčiansky kraj	81,3%	62,7%	40,0%	37,3%	16,0%
	Nitriansky kraj	78,0%	59,8%	52,4%	41,5%	40,2%
	Žilinský kraj	76,6%	72,0%	60,7%	52,3%	43,9%
	Banskobystrický kraj	72,2%	72,2%	38,9%	47,8%	28,9%
	Prešovský kraj	72,7%	62,3%	46,8%	41,6%	33,8%
	Košický kraj	70,0%	67,1%	42,9%	34,3%	20,0%
Právna forma	Živnostník	66,7%	75,6%	47,4%	47,4%	26,9%
	s.r.o.	76,8%	66,0%	49,4%	43,3%	36,6%
	Iné	91,7%	83,3%	75,0%	50,0%	50,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	75,4%	67,8%	48,9%	36,5%	32,4%
	50 000 - 100 000 Eur	73,6%	71,0%	53,4%	45,6%	37,3%
	viac ako 100 000 Eur	81,5%	64,7%	50,0%	54,3%	39,2%
	minulý rok som nepodnikal/a	55,6%	55,6%	33,3%	44,4%	55,6%
Zákazníci	výlučne slovenskí	77,1%	67,1%	46,5%	40,3%	32,1%
	prevažne slovenskí	74,9%	68,0%	50,5%	46,2%	39,6%
	prevažne zahraniční	72,3%	64,6%	58,5%	49,2%	40,0%
	výlučne zahraniční	88,1%	69,0%	59,5%	45,2%	31,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	72,6%	61,4%	46,2%	41,1%	35,0%
	6 – 10%	79,4%	64,0%	53,1%	41,7%	34,9%
	11 – 20%	79,0%	69,3%	50,6%	42,6%	30,7%
	21% – 40%	76,4%	74,3%	50,7%	49,3%	44,3%
	41% a viac	73,6%	71,2%	49,6%	47,2%	37,6%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	75,9%	61,4%	48,2%	38,6%	36,1%
	3 – 5 rokov	80,3%	77,0%	59,8%	45,9%	40,2%
	5 – 10 rokov	75,7%	67,8%	57,4%	45,7%	33,9%
	viac ako 10 rokov	75,0%	68,4%	38,2%	47,2%	35,8%
Pohlavie	Muž	75,7%	65,5%	52,0%	45,8%	35,2%
	Žena	77,6%	71,6%	45,2%	39,6%	38,0%
Vek	18 – 24 rokov	88,2%	70,6%	50,0%	32,4%	29,4%
	25 – 29 rokov	77,0%	67,6%	53,4%	43,0%	36,9%
	30 – 34 rokov	78,9%	78,9%	36,8%	42,1%	36,8%
	35 – 39 rokov	71,6%	63,9%	42,8%	49,0%	34,5%

Znalosti svojich zamestnancov v oblasti kybernetickej bezpečnosti zvyšujú predovšetkým mladí podnikatelia s viac ako 10 ľuďmi (45,5%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (47,9%), mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (44,2%), mladí podnikatelia s obratom od 50 000 do 100 000 Eur (39,4%) a mladí podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (39,7%). Audity kybernetickej bezpečnosti vykonávajú hlavne mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (28,3%), mladí podnikatelia v sektore priemysel (33,8%), mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (26,3%), mladí podnikatelia s obratom viac ako 100 000 Eur (23,3%) a mladí podnikatelia podnikajúci od 3 do 5 rokov (23,8%). Vypracované plány na zvládnutie krízových situácii majú najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (31,3%), mladí podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (28,0%), mladí podnikatelia z Nitrianskeho kraja (23,2%), mladí podnikatelia s obratom viac ako 100 000 Eur (22,4%) a mladí podnikatelia podnikajúci od 3 do 5 rokov (23,8%).

Tab. č.12b: Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík

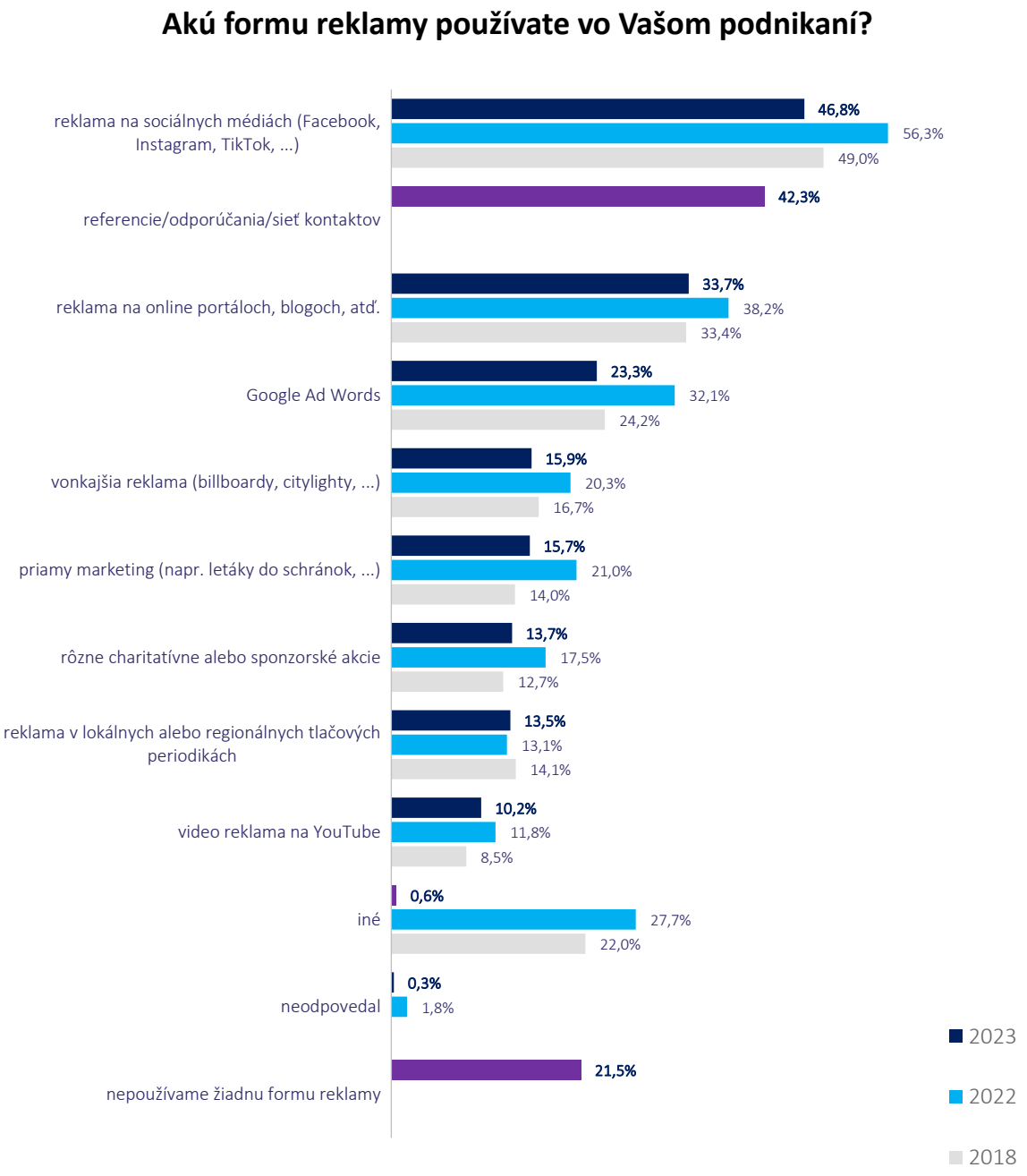
Riadkové %	Kategória	zvyšujeme znalosti svojich zamestnancov v oblasti kybernetickej bezpečnosti	vykonávame audity kybernetickej bezpečnosti	máme vypracované plány na zvládanie krízových situácií	iné opatrenia	neviem
Celková vzorka	**813 respondentov**	**35,9%**	**18,0%**	**17,0%**	**1,4%**	**2,5%**
Počet zamestnancov	žiadni	35,8%	13,4%	10,7%	1,6%	2,7%
	1 až 9 zamestnancov	34,2%	17,6%	16,5%	1,3%	2,5%
	10 a viac zamestnancov	45,5%	28,3%	31,3%	1,0%	2,0%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	28,0%	24,0%	28,0%	4,0%	0,0%
	priemysel	47,9%	33,8%	14,1%	2,8%	0,0%
	stavebníctvo	26,5%	18,4%	14,3%	0,0%	1,0%
	obchod	37,9%	17,8%	17,4%	0,5%	3,2%
	ubytovanie a stravovanie	25,0%	12,5%	6,3%	3,1%	0,0%
	doprava, informácie	45,7%	16,2%	22,9%	3,8%	0,0%
	obchodné služby	32,2%	15,1%	17,6%	0,5%	4,9%
	ostatné služby	34,5%	12,1%	12,1%	1,7%	3,4%
Sídlo	Bratislavský kraj	44,2%	26,3%	22,9%	1,3%	3,8%
	Trnavský kraj	26,4%	13,9%	18,1%	1,4%	1,4%
	Trenčiansky kraj	34,7%	4,0%	8,0%	0,0%	1,3%
	Nitriansky kraj	39,0%	22,0%	23,2%	2,4%	1,2%
	Žilinský kraj	29,9%	23,4%	14,0%	1,9%	0,0%
	Banskobystrický kraj	34,4%	15,6%	11,1%	0,0%	2,2%
	Prešovský kraj	35,1%	16,9%	19,5%	1,3%	3,9%
	Košický kraj	27,1%	0,0%	7,1%	2,9%	4,3%
Právna forma	Živnostník	23,1%	12,8%	11,5%	1,3%	2,6%
	s.r.o.	37,4%	18,3%	17,3%	1,3%	2,3%
	Iné	33,3%	25,0%	25,0%	4,2%	8,3%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	35,7%	12,2%	13,0%	1,4%	2,4%
	50 000 - 100 000 Eur	39,4%	22,3%	19,7%	1,0%	1,6%
	viac ako 100 000 Eur	35,3%	23,3%	22,4%	1,7%	2,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	11,1%	22,2%	0,0%	0,0%	11,1%
Zákazníci	výlučne slovenskí	31,8%	16,2%	14,1%	0,9%	1,8%
	prevažne slovenskí	36,9%	19,4%	19,4%	1,9%	3,3%
	prevažne zahraniční	55,4%	18,5%	23,1%	0,0%	3,1%
	výlučne zahraniční	31,0%	19,0%	9,5%	2,4%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	32,5%	15,2%	16,2%	1,5%	3,6%
	6 – 10%	36,6%	21,1%	19,4%	0,6%	0,6%
	11 – 20%	32,4%	15,9%	13,1%	1,1%	2,8%
	21% – 40%	40,0%	21,4%	23,6%	2,1%	2,9%
	41% a viac	40,8%	16,8%	12,8%	1,6%	2,4%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	34,5%	14,9%	12,4%	1,2%	3,2%
	3 – 5 rokov	39,3%	23,8%	23,8%	0,8%	0,8%
	5 – 10 rokov	32,6%	17,0%	15,2%	2,6%	1,3%
	viac ako 10 rokov	39,2%	19,3%	20,3%	0,5%	3,8%
Pohlavie	Muž	36,6%	17,4%	18,7%	1,8%	2,3%
	Žena	34,4%	19,2%	13,2%	0,4%	2,8%
Vek	18 – 24 rokov	20,6%	8,8%	8,8%	2,9%	0,0%
	25 – 29 rokov	35,6%	17,9%	15,4%	1,5%	1,3%
	30 – 34 rokov	34,2%	26,3%	23,7%	0,0%	10,5%
	35 – 39 rokov	39,7%	18,0%	21,6%	1,0%	4,6%

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 46,8% respondentov. Referencie, odporúčania, sieť kontaktov používa ako reklamu až 42,3% mladých podnikateľov. 33,7% 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 štvrtina (23,3%) podnikateľov. Nasledujú tradičnejšie formy reklamy ako vonkajšia reklama v podobe billboardov, citylightov (15,9%) a priamy marketing (napr. letáky do schránok) (15,7,%). Rôzne charitatívne alebo sponzorské akcie preferuje ako formu reklamy 13,7% oslovených mladých podnikateľov.

Reklamu v lokálnych alebo regionálnych tlačových periodikách využíva 13,5% mladých podnikateľov. Len 10,2% mladých podnikateľov využíva vo svojom podnikaní video reklamu na YouTube. Vyše pätina mladých podnikateľov (21,5%) nepoužíva žiadnu formu reklamy. Na grafe nižšie možno sledovať vysoký podiel respondentov, ktorí uviedli inú možnosť odpovede v rokoch 2018 a 2022 (22,0% a 27,7%). Dodatočnou analýzou týchto odpovedí sa do prieskumu na rok 2023 pridali dve ďalšie kategórie odpovedí, a to referencie/odporúčania/sieť kontaktov a nepoužívame žiadnu formu reklamy (v grafe fialovou farbou). V aktuálnom prieskume inú možnosť teda uviedlo už iba 0,6% respondentov.

Graf č.43: **Forma reklamy používaná v podnikaní**



N=1000 respondentov
Poznámka: Odpovede referencie/odporúčania/sieť kontaktov a nepoužívame žiadnu formu reklamy (fialovou farbou) boli zisťované len v roku 2023.

Reklamu v sociálnych médiách, ktorú celkovo používa takmer polovica respondentov, preferujú viac mladí podnikatelia pôsobiaci v obchode (53,1%), priemysle (50,6%) a obchodných službách (50,2%), mladí podnikatelia z Trnavského (57,3%) a Nitrianskeho kraja (54,0%), mladí podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (57,8%), mladí podnikatelia - muži (47,9%), mladší podnikatelia vo veku 18 až 24

rokov (57,1%) a mladí podnikatelia, ktorí podnikajú 3 až 5 rokov (55,3%). Referencie, odporúčania, sieť kontaktov využívajú hlavne mladí podnikatelia v pôdohospodárstve (51,5%), mladí podnikatelia z Banskobystrického kraja (54,8%), mladí podnikatelia s obratom viac ako 100 000 Eur (48,6%), mladí podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (47,1%) a starší mladí podnikatelia podnikajúci 10 a viac rokov (46,7%).

Reklamu umiestnenú na rôznych online portáloch a blogoch, s podielom 33,7%, častejšie uprednostňujú mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (46,3%), mladí podnikatelia podnikajúci v priemysle (43,2%), mladí podnikatelia s prevahou slovenských zákazníkov (42,0% a 27,5%), mladí podnikatelia pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou v intervale 21% až 40% (48,2%), mladí podnikatelia v najnižšej vekovej kategórii 18 až 24 rokov (35,7%) a mladí podnikatelia podnikajúci od 5 do 10 rokov (40,0%).

Reklamu prostredníctvom služby Google AdWords, ktorú vo svojom podnikaní používa 23,3% oslovených respondentov, preferujú najmä mladí podnikatelia z odvetvia pôdohospodárstvo (42,4%), mladí podnikatelia z Bratislavského (25,3%), resp. Banskobystrického (25,0%) kraja, mladí podnikatelia s právnou formou s.r.o. (24,3%), mladí podnikatelia s ročnými tržbami viac ako 100 000 Eur (30,8%), mladí podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (29,5%), mladí podnikatelia s vyššou obchodnou prirážkou v rozpätí 21% až 40% (37,8%) a mladí podnikatelia podnikajúci menej ako 3 roky (27,3%).

Vonkajšia reklama, s podielom 15,9%, 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 (27,3%), u respondentov pôsobiacich v odvetví obchod (22,5%), v skupine mladých podnikateľov so sídlom na území Žilinského kraja (22,4%), u mladých podnikateľov s obratom nad 100 000 Eur (25,2%) a v prípade vekovej skupiny respondentov vo veku 30 až 34 rokov (21,9%).

Priamy marketing (15,7%), realizovaný napríklad doručovaním letákov priamo do schránok, častejšie preferujú mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (20,7%), mladí podnikatelia s hlavnou činnosťou podnikania v priemysle (19,8%) a mladí podnikatelia so sídlom na území Košického kraja (20,4%).

Tab. č.13a: **Forma reklamy používaná v podnikaní**

Riadkové %	Kategória	reklama na sociálnych médiách	referencie, odporúčania, sieť kontaktov	reklama na online portáloch, blogoch, atď.	Google Ad Words	vonkajšia reklama (billboardy, citylighty, ...)	priamy marketing (napr. letáky do schránok, ...)
Celková vzorka	**1000 respondentov**	**46,8%**	**42,3%**	**33,7%**	**23,3%**	**15,9%**	**15,7%**
Počet zamestnancov	žiadni	41,8%	39,4%	30,5%	20,7%	9,4%	16,9%
	1 až 9 zamestnancov	46,2%	42,2%	32,4%	22,4%	15,9%	14,4%
	10 a viac zamestnancov	58,7%	47,9%	46,3%	33,1%	27,3%	20,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	36,4%	51,5%	18,2%	42,4%	6,1%	12,1%
	priemysel	50,6%	46,9%	43,2%	32,1%	19,8%	19,8%
	stavebníctvo	38,4%	39,2%	35,2%	29,6%	19,2%	17,6%
	obchod	53,1%	38,9%	35,6%	26,9%	22,5%	16,0%
	ubytovanie a stravovanie	42,9%	31,0%	33,3%	19,0%	9,5%	14,3%
	doprava, informácie	40,3%	41,2%	31,1%	16,0%	13,4%	14,3%
	obchodné služby	50,2%	45,2%	33,2%	18,7%	9,5%	16,2%
	ostatné služby	40,5%	48,8%	27,4%	11,9%	14,3%	10,7%
Sídlo	Bratislavský kraj	47,4%	39,2%	35,8%	25,3%	12,3%	17,4%
	Trnavský kraj	57,3%	28,1%	23,6%	23,6%	12,4%	4,5%
	Trenčiansky kraj	49,4%	46,0%	40,2%	21,8%	21,8%	17,2%
	Nitriansky kraj	54,0%	42,0%	51,0%	31,0%	12,0%	17,0%
	Žilinský kraj	35,8%	53,0%	25,4%	17,9%	22,4%	14,9%
	Banskobystrický kraj	48,1%	54,8%	32,7%	25,0%	19,2%	15,4%
	Prešovský kraj	44,0%	31,0%	31,0%	21,0%	13,0%	15,0%
	Košický kraj	41,9%	45,2%	28,0%	18,3%	19,4%	20,4%
Právna forma	Živnostník	20,4%	33,3%	22,6%	14,0%	6,5%	4,3%
	s.r.o.	48,8%	43,2%	34,8%	24,3%	16,7%	17,0%
	Iné	71,4%	42,9%	35,7%	21,4%	21,4%	14,3%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	45,0%	38,6%	31,3%	20,3%	9,8%	14,9%
	50 000 - 100 000 Eur	46,0%	44,2%	29,5%	20,5%	16,5%	12,9%
	viac ako 100 000 Eur	50,7%	48,6%	39,9%	30,8%	25,2%	19,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	42,9%	19,0%	47,6%	19,0%	19,0%	9,5%
Zákazníci	výlučne slovenskí	38,7%	40,3%	27,5%	20,7%	17,2%	18,2%
	prevažne slovenskí	57,8%	47,1%	42,0%	29,5%	16,7%	15,0%
	prevažne zahraničníci	42,3%	35,9%	37,2%	12,8%	5,1%	10,3%
	výlučne zahraničníci	22,2%	24,4%	4,4%	4,4%	13,3%	8,9%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	34,7%	37,1%	21,2%	11,2%	9,3%	11,2%
	6 – 10%	46,7%	42,1%	35,0%	23,8%	14,0%	9,8%
	11 – 20%	43,8%	48,1%	36,1%	26,4%	22,6%	21,2%
	21% – 40%	61,0%	50,6%	48,2%	37,8%	21,3%	23,2%
	41% a viac	56,1%	34,8%	34,2%	23,2%	14,8%	16,1%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	48,0%	36,3%	28,3%	27,3%	18,3%	20,3%
	3 – 5 rokov	55,3%	41,3%	38,7%	20,7%	12,7%	18,0%
	5 – 10 rokov	53,2%	45,0%	40,0%	27,1%	17,1%	13,2%
	viac ako 10 rokov	34,1%	46,7%	30,4%	16,3%	13,7%	11,9%
Pohlavie	Muž	47,9%	41,6%	32,8%	24,9%	17,7%	15,8%
	Žena	44,0%	44,0%	35,8%	19,5%	11,6%	15,4%
Vek	18 – 24 rokov	57,1%	31,0%	35,7%	23,8%	7,1%	26,2%
	25 – 29 rokov	51,3%	41,1%	34,7%	27,5%	17,0%	17,5%
	30 – 34 rokov	43,8%	45,3%	29,7%	17,2%	21,9%	9,4%
	35 – 39 rokov	33,2%	46,8%	31,5%	13,2%	12,8%	10,6%

Rôzne charitatívne a sponzorské akcie ako formu reklamy vo svojom podnikaní vo väčšej miere uprednostňujú hlavne mladí podnikatelia s počtom zamestnancov 10 a viac (26,4%), mladí podnikatelia podnikajúci v ubytovaní a stravovaní (19,0%), mladí podnikatelia so sídlom v Nitrianskom kraji (25,0%), mladí podnikatelia s ročnými tržbami nad úrovňou 100 000 Eur (22,7%), mladí podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (15,6%) a respondenti vo veku 35 až 39 rokov (18,3%).

Printová reklama v lokálnych alebo regionálnych periodikách patrí s podielom 13,5% 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 (22,3%), mladí podnikatelia podnikajúci v ubytovaní a stravovaní (19,0%), mladí podnikatelia z Banskobystrického kraja (23,1%) a respondenti s obratom nad 100 000 Eur (16,4%).

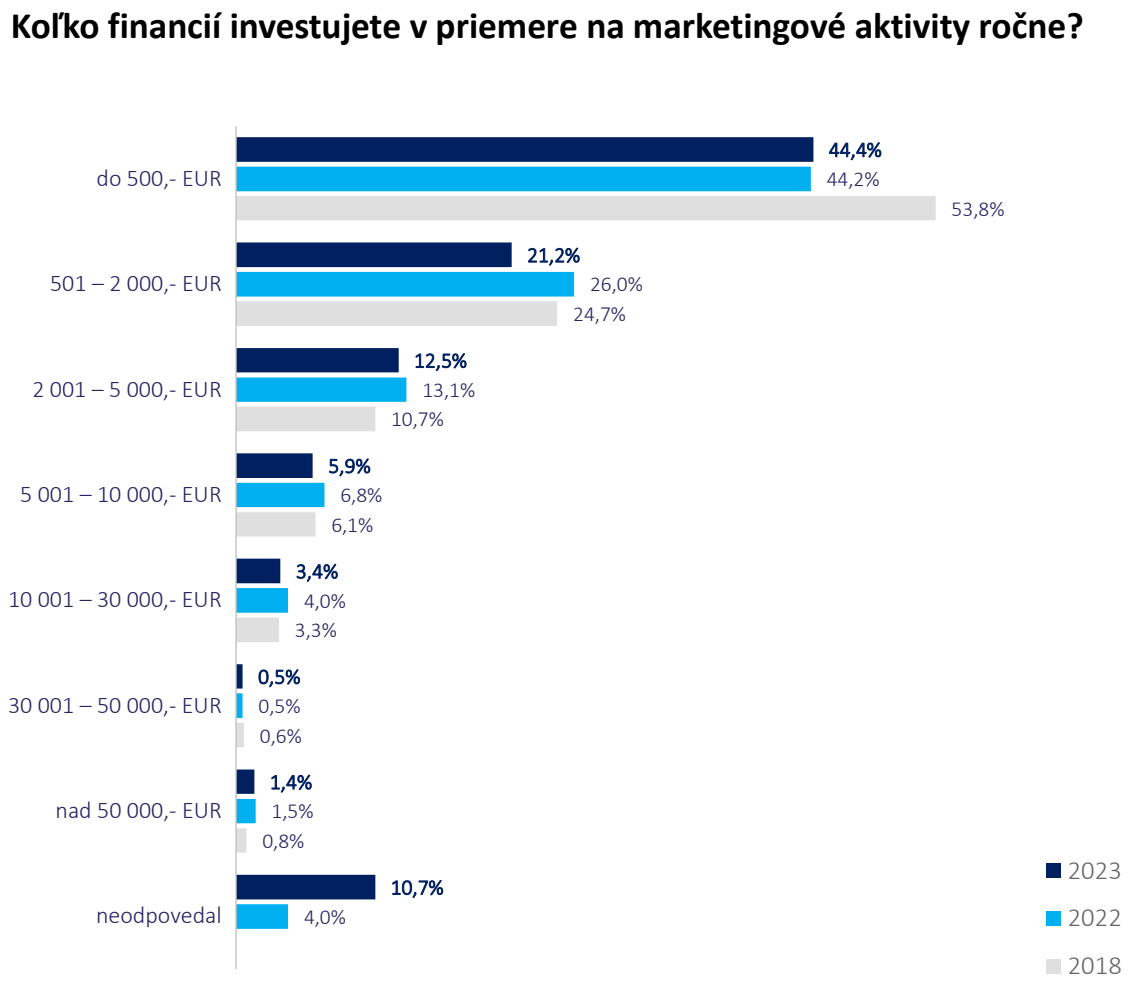
Používanie video reklamy na YouTube v podnikaní mladých podnikateľov s podielom 10,2% je najmenej využívaním formátom reklamy, najviac je využívaná mladými podnikateľmi s počtom zamestnancov 10 a viac (27,3%), mladými podnikateľmi podnikajúcimi v priemysle (16,0%), mladými podnikateľmi z Bratislavského kraja (13,7%), mladými podnikateľmi s ročnými tržbami viac ako 100 000 Eur (18,5%), mladými podnikateľmi s prevažne slovenskými zákazníkmi (13,6%) a najmladšími podnikateľmi vo veku 18 až 24 rokov (19,0%).

Tab. č.13b: **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	nepoužívame žiadnu formu reklamy
Celková vzorka	**1000 respondentov**	**13,7%**	**13,5%**	**10,2%**	**0,6%**	**0,3%**	**21,5%**
Počet zamestnancov	žiadni	8,5%	6,1%	5,6%	0,5%	1,4%	30,5%
	1 až 9 zamestnancov	13,1%	14,3%	8,6%	0,6%	0,0%	20,4%
	10 a viac zamestnancov	26,4%	22,3%	27,3%	0,8%	0,0%	11,6%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	6,1%	6,1%	0,0%	0,0%	0,0%	24,2%
	priemysel	18,5%	11,1%	16,0%	0,0%	0,0%	19,8%
	stavebníctvo	7,2%	17,6%	12,0%	0,0%	0,0%	24,8%
	obchod	15,3%	15,6%	9,5%	0,7%	0,0%	19,6%
	ubytovanie a stravovanie	19,0%	19,0%	4,8%	2,4%	0,0%	28,6%
	doprava, informácie	16,0%	12,6%	12,6%	1,7%	0,0%	33,6%
	obchodné služby	13,7%	10,0%	11,2%	0,0%	0,8%	14,9%
	ostatné služby	10,7%	14,3%	4,8%	1,2%	1,2%	21,4%
Sídlo	Bratislavský kraj	12,3%	11,3%	13,7%	0,0%	0,7%	24,9%
	Trnavský kraj	12,4%	11,2%	2,2%	1,1%	1,1%	27,0%
	Trenčiansky kraj	12,6%	19,5%	10,3%	1,1%	0,0%	21,8%
	Nitriansky kraj	25,0%	15,0%	10,0%	1,0%	0,0%	12,0%
	Žilinský kraj	15,7%	9,0%	8,2%	2,2%	0,0%	17,2%
	Banskobystrický kraj	11,5%	23,1%	13,5%	0,0%	0,0%	14,4%
	Prešovský kraj	13,0%	16,0%	8,0%	0,0%	0,0%	28,0%
	Košický kraj	8,6%	8,6%	8,6%	0,0%	0,0%	22,6%
Právna forma	Živnostník	7,5%	9,7%	0,0%	0,0%	0,0%	41,9%
	s.r.o.	14,3%	14,1%	10,7%	0,6%	0,3%	19,8%
	Iné	14,3%	7,1%	28,6%	3,6%	0,0%	7,1%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	10,2%	13,2%	7,5%	0,2%	0,4%	24,5%
	50 000 - 100 000 Eur	10,7%	10,7%	5,4%	0,4%	0,4%	17,9%
	viac ako 100 000 Eur	22,7%	16,4%	18,5%	1,0%	0,0%	18,2%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	9,5%	9,5%	4,8%	0,0%	38,1%
Zákazníci	výlučne slovenskí	13,5%	14,0%	8,6%	0,9%	0,0%	21,9%
	prevažne slovenskí	15,6%	14,1%	13,6%	0,2%	0,2%	15,2%
	prevažne zahraniční	9,0%	12,8%	2,6%	1,3%	2,6%	34,6%
	výlučne zahraniční	4,4%	4,4%	4,4%	0,0%	0,0%	57,8%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	10,4%	9,3%	6,6%	1,9%	0,4%	30,5%
	6 – 10%	11,2%	13,1%	10,7%	0,0%	0,0%	17,8%
	11 – 20%	18,3%	18,8%	11,1%	0,0%	1,0%	23,6%
	21% – 40%	18,9%	17,1%	12,8%	0,6%	0,0%	12,2%
	41% a viac	11,0%	10,3%	11,6%	0,0%	0,0%	18,7%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	12,3%	13,7%	9,3%	1,0%	0,0%	24,0%
	3 – 5 rokov	6,0%	10,0%	18,0%	0,7%	1,3%	17,3%
	5 – 10 rokov	16,1%	12,9%	7,9%	0,7%	0,0%	15,4%
	viac ako 10 rokov	17,0%	15,9%	9,3%	0,0%	0,4%	27,4%
Pohlavie	Muž	13,0%	14,6%	11,2%	0,7%	0,1%	21,4%
	Žena	15,4%	10,9%	7,8%	0,3%	0,7%	21,8%
Vek	18 – 24 rokov	14,3%	0,0%	19,0%	0,0%	0,0%	9,5%
	25 – 29 rokov	12,4%	13,5%	10,2%	0,9%	0,3%	20,3%
	30 – 34 rokov	9,4%	14,1%	6,3%	0,0%	0,0%	28,1%
	35 – 39 rokov	18,3%	15,7%	9,8%	0,0%	0,4%	25,1%

Do marketingových aktivít mladí podnikatelia ročne investujú prevažne nižšie finančné prostriedky. Takmer polovica (44,4%) 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. Viac ako pätina respondentov (21,2%) 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. 12,5% respondentov deklarovalo, že ročné investície na marketingové aktivity firmy sú vo výške 2 001 až 5000 Eur. Ďalších 5,9% oslovených mladých podnikateľov investovalo do aktivít spojených s marketingom svojej firmy 5 001 až 10 000 Eur ročne. Od 10 001 až 30 000 Eur ročne investovalo iba 3,4% mladých podnikateľov. Od 30 000 až 50 000 Eur investovalo iba 0,5% mladých podnikateľov. Väčšie finančné prostriedky (viac ako 50 000 Eur ročne) investovalo len 1,4% mladých podnikateľov.

Graf č.44: **Výška finančných prostriedkov investovaných do marketingových aktivít ročne**



N=1000 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 mladí podnikatelia bez zamestnancov (55,4%), mladí podnikatelia vykonávajúci hlavnú činnosť podnikania v ubytovaní a stravovaní (64,3%), mladí podnikatelia - živnostníci (64,5%), mladí podnikatelia s ročnými tržbami pod hranicou 50 000 Eur (55,2%), mladí podnikatelia s prevažne a výlučne so zahraničnými zákazníkmi (53,8% a 55,6%), mladí podnikatelia pracujúci s nízkou priemernou obchodnou prirážkou do 5 % (54,4%) a mladí podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (46,4%).

O niečo vyššie prostriedky (od 501 do 2 000 Eur ročne) investujú do marketingových aktivít častejšie mladí podnikatelia s jedným až deviatimi zamestnancami (24,0%), mladí podnikatelia z odvetví stavebníctvo (25,6%) a ostatné služby (25,0%), mladí podnikatelia s priemernou obchodnou prirážkou na úrovni 6 až 10 % (29,0%), mladí podnikatelia z Nitrianskeho kraja (29,0%) a mladí podnikatelia, ktorí majú prevažne slovenských zákazníkov (26,6% a 18,2%).

Finančné prostriedky medzi 2 001 – 5 000 Eur ročne investuje do marketingu svojej firmy celkovo 12,5% oslovených mladých podnikateľov. Z výsledkov zároveň vyplýva, že uvedená výška investície je častejšia najmä v prípade mladých podnikateľov zamestnávajúcich 10 a viac zamestnancov (23,1%), mladých podnikateľov podnikajúcich v pôdohospodárstve (24,2%) a priemysle (19,8%), mladých podnikateľov so sídlom firmy v Nitrianskom kraji (16,0%), mladých podnikateľov s ročnými tržbami nad 100 000 Eur (18,2%), mladých podnikateľov s prevažne a výlučne slovenskými zákazníkmi (11,6% a 15,2%) a najmladších podnikateľov vo veku 18-24 rokov (19,0%).

Rozpočet na reklamu vo výške 5001 až 10 000 Eur majú najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (15,7%), mladí podnikatelia podnikajúci hlavne v sektore ubytovanie a stravovanie (14,3%), mladí podnikatelia z Banskobystrického kraja (7,7%), mladí podnikatelia s obratom viac ako 100 000 Eur (11,2%), mladí podnikatelia s prevažne a výlučne slovenskými zákazníkmi (8,9% a 4,4%).

Väčší rozpočet na reklamu vo výške 10 001 až 30 000 Eur majú najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (11,6%), mladí podnikatelia v sektoroch obchodné služby (6,2%) a pôdohospodárstvo (6,1%), mladí podnikatelia z Trnavského kraja (9,0%), mladí podnikatelia s obratom nad 100 000 Eur (9,1%) a mladí podnikatelia podnikajúci od 3 do 5 rokov (6,7%).

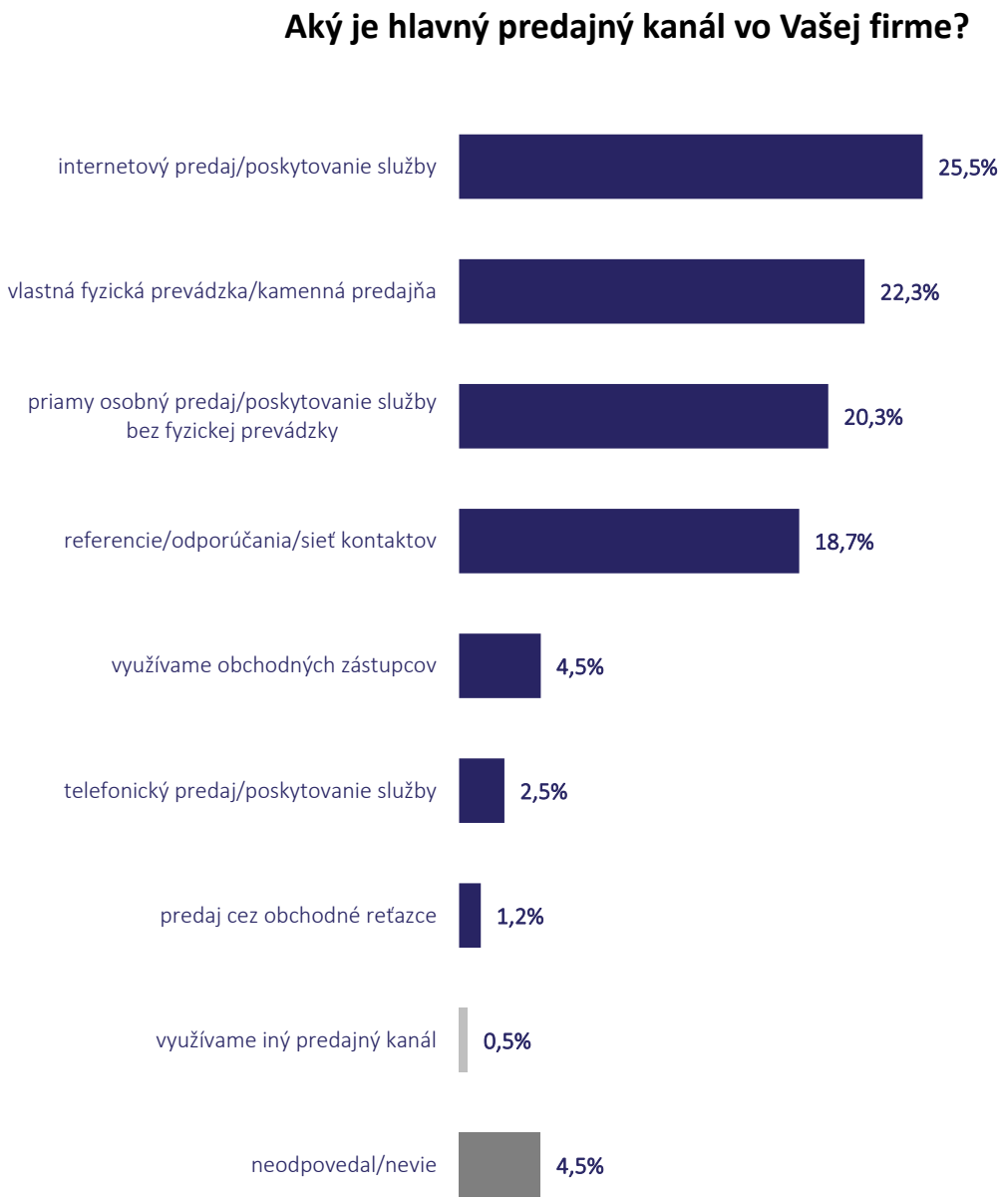
Mladí podnikatelia, ktorí investovali finančné prostriedky nad 30 001 Eur, resp. nad 50 000 Eur, neboli z hľadiska investícií do reklamy z dôvodu nízkej početnosti respondentov hodnotení.

Tab. č.14: **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	**1000 respondentov**	**44,4%**	**21,2%**	**12,5%**	**5,9%**	**3,4%**	**0,5%**	**1,4%**	**10,7%**
Počet zamestnancov	žiadni	55,4%	18,3%	8,0%	2,8%	2,3%	0,0%	0,0%	13,1%
	1 až 9 zamestnancov	45,0%	24,0%	12,0%	5,1%	2,3%	0,2%	1,2%	10,2%
	10 a viac zamestnancov	21,5%	10,7%	23,1%	15,7%	11,6%	3,3%	5,0%	9,1%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	45,5%	12,1%	24,2%	6,1%	6,1%	0,0%	0,0%	6,1%
	priemysel	43,2%	17,3%	19,8%	6,2%	0,0%	1,2%	2,5%	9,9%
	stavebníctvo	52,8%	25,6%	8,0%	3,2%	2,4%	0,0%	0,0%	8,0%
	obchod	34,5%	22,9%	13,5%	9,5%	3,6%	0,7%	2,9%	12,4%
	ubytovanie a stravovanie	64,3%	14,3%	2,4%	14,3%	2,4%	0,0%	0,0%	2,4%
	doprava, informácie	45,4%	17,6%	16,0%	2,5%	1,7%	0,8%	1,7%	14,3%
	obchodné služby	44,8%	21,2%	11,6%	4,6%	6,2%	0,4%	0,8%	10,4%
	ostatné služby	52,4%	25,0%	7,1%	2,4%	1,2%	0,0%	0,0%	11,9%
Sídlo	Bratislavský kraj	39,6%	18,1%	13,3%	7,2%	1,7%	1,0%	3,4%	15,7%
	Trnavský kraj	58,4%	11,2%	7,9%	4,5%	9,0%	0,0%	0,0%	9,0%
	Trenčiansky kraj	48,3%	24,1%	10,3%	5,7%	2,3%	1,1%	0,0%	8,0%
	Nitriansky kraj	39,0%	29,0%	16,0%	4,0%	6,0%	0,0%	0,0%	6,0%
	Žilinský kraj	39,6%	25,4%	14,9%	4,5%	1,5%	0,0%	3,0%	11,2%
	Banskobystrický kraj	34,6%	26,9%	13,5%	7,7%	3,8%	0,0%	0,0%	13,5%
	Prešovský kraj	58,0%	18,0%	9,0%	5,0%	2,0%	1,0%	0,0%	7,0%
	Košický kraj	51,6%	20,4%	11,8%	6,5%	5,4%	0,0%	0,0%	4,3%
Právna forma	Živnostník	64,5%	12,9%	5,4%	2,2%	1,1%	0,0%	0,0%	14,0%
	s.r.o.	42,8%	21,8%	13,2%	6,5%	3,8%	0,3%	1,1%	10,5%
	Iné	28,6%	28,6%	14,3%	0,0%	0,0%	7,1%	14,3%	7,1%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	55,2%	20,5%	10,0%	2,6%	0,4%	0,2%	0,0%	11,1%
	50 000 - 100 000 Eur	43,3%	28,1%	10,7%	5,8%	2,7%	0,0%	0,0%	9,4%
	viac ako 100 000 Eur	29,0%	16,4%	18,2%	11,2%	9,1%	1,4%	4,9%	9,8%
	minulý rok som nepodnikal/a	23,8%	28,6%	9,5%	9,5%	0,0%	0,0%	0,0%	28,6%
Zákazníci	výlučne slovenskí	49,9%	18,2%	15,2%	4,4%	0,9%	0,2%	0,0%	11,2%
	prevažne slovenskí	36,4%	26,6%	11,6%	8,9%	5,4%	0,9%	2,2%	8,0%
	prevažne zahraniční	53,8%	9,0%	7,7%	0,0%	7,7%	0,0%	2,6%	19,2%
	výlučne zahraniční	55,6%	17,8%	4,4%	0,0%	0,0%	0,0%	4,4%	17,8%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	54,4%	8,1%	9,3%	2,3%	1,2%	0,0%	0,8%	23,9%
	6 – 10%	39,7%	29,0%	13,6%	5,1%	4,7%	0,5%	0,0%	7,5%
	11 – 20%	47,1%	23,1%	13,9%	5,8%	3,4%	1,0%	1,0%	4,8%
	21% – 40%	30,5%	28,0%	13,4%	11,0%	3,7%	0,6%	6,1%	6,7%
	41% a viac	45,2%	22,6%	13,5%	7,7%	5,2%	0,6%	0,0%	5,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	50,0%	20,7%	11,0%	4,7%	2,0%	0,0%	0,7%	11,0%
	3 – 5 rokov	44,0%	18,0%	18,0%	3,3%	6,7%	1,3%	0,0%	8,7%
	5 – 10 rokov	41,1%	24,6%	12,5%	9,3%	4,6%	0,4%	2,1%	5,4%
	viac ako 10 rokov	41,9%	20,0%	11,1%	5,2%	1,9%	0,7%	2,2%	17,0%
Pohlavie	Muž	39,0%	23,2%	12,7%	8,1%	4,4%	0,7%	1,7%	10,2%
	Žena	57,3%	16,4%	11,9%	0,7%	1,0%	0,0%	0,7%	11,9%
Vek	18 – 24 rokov	38,1%	26,2%	19,0%	4,8%	4,8%	2,4%	0,0%	4,8%
	25 – 29 rokov	45,2%	21,5%	12,7%	5,9%	3,8%	0,3%	1,5%	9,0%
	30 – 34 rokov	32,8%	14,1%	12,5%	9,4%	0,0%	0,0%	3,1%	28,1%
	35 – 39 rokov	46,4%	21,3%	10,6%	5,1%	3,0%	0,9%	0,9%	11,9%

Približne štvrtina mladých podnikateľov (25,5%) má za hlavný predajný kanál internetový predaj. 22,3% mladých podnikateľov má ako svoj hlavný predajný kanál kamennú predajňu. Približne pätina (20,3%) mladých podnikateľov využíva ako svoj hlavný predajný kanál priamy osobný predaj bez fyzickej prevádzky. Odporúčania a referencie sú hlavný predajný kanál pre 18,7% mladých podnikateľov. 4,5% mladých podnikateľov využíva primárne na predaj obchodných zástupcov. Telefonicky predaj využíva primárne 2,5% mladých podnikateľov. Viac ako percento mladých podnikateľov predáva svoje produkty primárne prostredníctvom obchodných reťazcov (1,2%).

Graf č.45: **Hlavný predajný kanál vo firme**



N=1000 respondentov

Spomedzi mladých podnikateľov, pre ktorých je hlavným predajným kanálom predaj cez internet, sa jedná predovšetkým o podnikateľov bez zamestnancov (31,9%), podnikateľov podnikajúcich v priemysle (30,9%), podnikateľov z Banskobystrického kraja (29,8%), podnikateľov, ktorí minulý rok nepodnikali (33,3%), podnikateľov s výlučne zahraničnými zákazníkmi (35,6%).

Mladí podnikatelia, ktorí majú ako svoj hlavný predajný kanál kamennú predajňu, sú najmä podnikatelia s 1 až 9 zamestnancami (26,4%), podnikatelia podnikajúci v sektore ubytovanie a stravovanie (35,7%), podnikatelia z Trenčianskeho, resp. Košického kraja (obe 33,3%), podnikatelia vo veku 35-39 rokov (29,4%), podnikatelia s prevažne a výlučne slovenskými zákazníkmi (19,4% a 29,1%), podnikatelia podnikajúci prevažne viac ako 10 rokov (28,9%) a podnikatelia - ženy (29,4%).

Mladí podnikatelia využívajúci ako svoj hlavný predajný kanál priamy osobný predaj bez fyzickej prevádzky sú skôr podnikatelia bez zamestnancov (25,4%), podnikatelia v sektore obchodné služby (27,0%), podnikatelia z Trnavského, resp. Nitrianskeho kraja (27,0%), podnikatelia s inou právnou formou ako živnosť alebo s.r.o. (42,9%), podnikatelia s obratom viac ako 100 000 Eur (23,4%), podnikatelia s priemernou obchodnou prirážkou do 5% (28,2%) a podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (21,4%), resp. 35 až 39 rokov (21,3%).

Referencie, odporúčania a sieť kontaktov využívajú ako svoj hlavný predajný kanál hlavne mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (20,7%), mladí podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (33,3%), mladí podnikatelia z Bratislavského kraja (24,9%), mladí podnikatelia s právnou formou s.r.o. (19,6%), mladí podnikatelia s prevažne zahraničnými zákazníkmi (33,3% a 22,2%), mladí podnikatelia s priemernou obchodnou prirážkou 41% a viac (24,5%) a mladí podnikatelia podnikajúci 5 až 10 rokov (22,5%).

Obchodných zástupcov využívajú ako svoj hlavný predajný kanál najmä mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (9,9%), mladí podnikatelia v sektore obchod (8,0%), mladí podnikatelia z Trnavského kraja (9,0%), mladí podnikatelia s inou právnou formou ako živnosť a s.r.o. (14,3%), mladí podnikatelia podnikajúci 3 až 5 rokov (7,3%) a najmladší podnikatelia vo veku 18-24 rokov (11,9%).

Telefonicky predaj (2,5%) a predaj cez obchodné reťazce (1,2%) kvôli nízkej početnosti respondentov nebol hodnotený.

Tab. č.15a: Hlavný predajný kanál vo firme

Riadkové %	Kategória	internetový predaj, poskytovanie služby	vlastná fyzická prevádzka, kamenná predajňa	priamy osobný predaj, poskytovanie služby bez fyzickej prevádzky	referencie, odporúčania, sieť kontaktov	využívame obchodných zástupcov
Celková vzorka	**1000 respondentov**	**25,5%**	**22,3%**	**20,3%**	**18,7%**	**4,5%**
Počet zamestnancov	žiadni	31,9%	12,2%	25,4%	18,3%	0,0%
	1 až 9 zamestnancov	25,5%	26,4%	17,9%	18,5%	5,0%
	10 a viac zamestnancov	14,0%	17,4%	24,8%	20,7%	9,9%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	12,1%	6,1%	24,2%	33,3%	0,0%
	priemysel	30,9%	27,2%	21,0%	13,6%	0,0%
	stavebníctvo	21,6%	34,4%	12,8%	20,0%	4,8%
	obchod	29,1%	22,5%	18,9%	15,6%	8,0%
	ubytovanie a stravovanie	21,4%	35,7%	9,5%	16,7%	4,8%
	doprava, informácie	23,5%	13,4%	21,0%	23,5%	6,7%
	obchodné služby	27,0%	17,8%	27,0%	17,0%	2,9%
	ostatné služby	20,2%	23,8%	19,0%	25,0%	0,0%
Sídlo	Bratislavský kraj	27,0%	15,7%	17,7%	24,9%	5,5%
	Trnavský kraj	21,3%	13,5%	27,0%	15,7%	9,0%
	Trenčiansky kraj	24,1%	33,3%	18,4%	17,2%	3,4%
	Nitriansky kraj	21,0%	30,0%	27,0%	18,0%	2,0%
	Žilinský kraj	29,1%	17,9%	20,9%	16,4%	4,5%
	Banskobystrický kraj	29,8%	26,9%	19,2%	14,4%	3,8%
	Prešovský kraj	25,0%	23,0%	21,0%	18,0%	2,0%
	Košický kraj	21,5%	33,3%	16,1%	12,9%	4,3%
Právna forma	Živnostník	12,9%	31,2%	23,7%	14,0%	2,2%
	s.r.o.	27,4%	21,4%	19,2%	19,6%	4,4%
	Iné	7,1%	21,4%	42,9%	7,1%	14,3%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	27,3%	22,6%	21,3%	18,3%	2,6%
	50 000 - 100 000 Eur	24,6%	24,1%	14,3%	21,0%	6,3%
	viac ako 100 000 Eur	22,7%	19,9%	23,4%	18,9%	6,6%
	minulý rok som nepodnikal/a	33,3%	28,6%	19,0%	0,0%	0,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	21,0%	29,1%	22,1%	16,3%	4,0%
	prevažne slovenskí	28,8%	19,4%	18,8%	18,1%	5,4%
	prevažne zahraniční	25,6%	9,0%	15,4%	33,3%	5,1%
	výlučne zahraniční	35,6%	8,9%	26,7%	22,2%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	23,6%	17,4%	28,2%	17,8%	4,6%
	6 – 10%	31,3%	24,3%	15,9%	15,0%	2,8%
	11 – 20%	24,0%	25,0%	17,8%	18,8%	5,8%
	21% – 40%	22,0%	25,6%	18,3%	19,5%	5,5%
	41% a viac	26,5%	20,6%	18,7%	24,5%	3,9%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	25,3%	19,0%	23,3%	19,3%	3,3%
	3 – 5 rokov	35,3%	15,3%	17,3%	13,3%	7,3%
	5 – 10 rokov	26,4%	23,2%	18,9%	22,5%	2,9%
	viac ako 10 rokov	19,3%	28,9%	20,0%	17,0%	5,9%
Pohlavie	Muž	25,7%	19,4%	21,6%	18,7%	5,5%
	Žena	24,9%	29,4%	17,1%	18,8%	2,0%
Vek	18 – 24 rokov	19,0%	14,3%	21,4%	23,8%	11,9%
	25 – 29 rokov	28,2%	19,9%	20,5%	19,1%	3,6%
	30 – 34 rokov	21,9%	26,6%	14,1%	18,8%	9,4%
	35 – 39 rokov	20,0%	29,4%	21,3%	16,6%	4,3%

Tab. č.15b: Hlavný predajný kanál vo firme

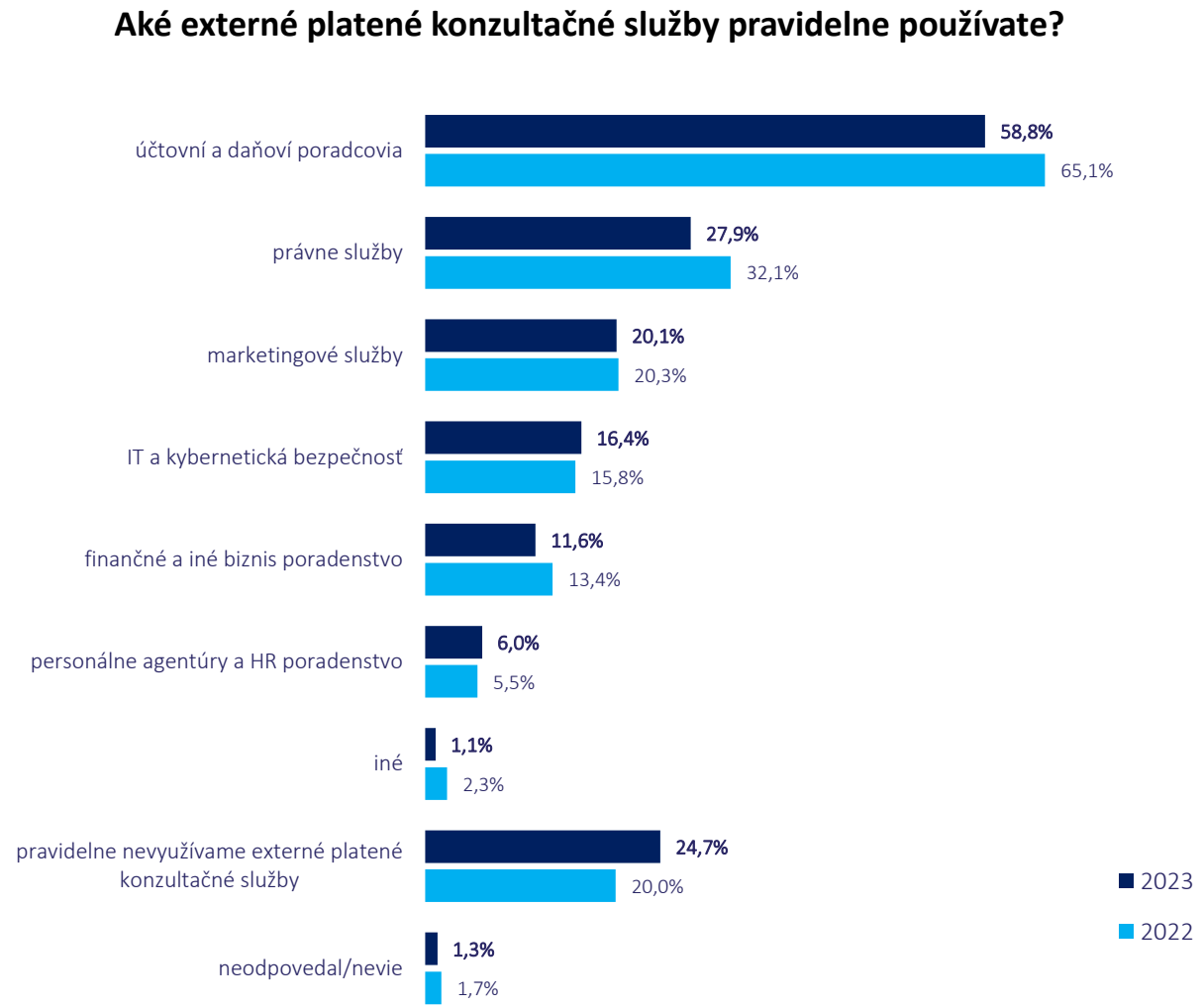
Riadkové %	Kategória	telefonický predaj, poskytovanie služby	predaj cez obchodné reťazce	využívame iný predajný kanál	neodpovedal, nevie
Celková vzorka	**1000 respondentov**	**2,5%**	**1,2%**	**0,5%**	**4,5%**
Počet zamestnancov	žiadni	6,1%	0,9%	1,4%	3,8%
	1 až 9 zamestnancov	1,5%	1,2%	0,3%	3,8%
	10 a viac zamestnancov	1,7%	1,7%	0,0%	9,9%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	12,1%	0,0%	0,0%	12,1%
	priemysel	1,2%	0,0%	1,2%	4,9%
	stavebníctvo	2,4%	0,0%	0,8%	3,2%
	obchod	1,5%	0,4%	0,0%	4,0%
	ubytovanie a stravovanie	4,8%	4,8%	0,0%	2,4%
	doprava, informácie	3,4%	3,4%	0,8%	4,2%
	obchodné služby	2,5%	0,8%	0,4%	4,6%
	ostatné služby	1,2%	3,6%	1,2%	6,0%
Sídlo	Bratislavský kraj	1,7%	2,0%	1,0%	4,4%
	Trnavský kraj	2,2%	0,0%	0,0%	11,2%
	Trenčiansky kraj	2,3%	0,0%	1,1%	0,0%
	Nitriansky kraj	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%
	Žilinský kraj	4,5%	1,5%	0,7%	4,5%
	Banskobystrický kraj	0,0%	0,0%	0,0%	5,8%
	Prešovský kraj	4,0%	0,0%	0,0%	7,0%
	Košický kraj	6,5%	2,2%	0,0%	3,2%
Právna forma	Živnostník	6,5%	2,2%	0,0%	7,5%
	s.r.o.	1,9%	1,1%	0,6%	4,3%
	Iné	7,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	1,7%	1,3%	0,2%	4,7%
	50 000 - 100 000 Eur	4,0%	1,8%	1,3%	2,7%
	viac ako 100 000 Eur	2,8%	0,7%	0,3%	4,5%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	0,0%	19,0%
Zákazníci	výlučne slovenskí	2,3%	1,9%	0,5%	2,8%
	prevažne slovenskí	2,7%	0,4%	0,2%	6,3%
	prevažne zahraniční	3,8%	2,6%	2,6%	2,6%
	výlučne zahraniční	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	1,9%	0,0%	1,5%	5,0%
	6 – 10%	2,8%	2,8%	0,0%	5,1%
	11 – 20%	3,8%	1,0%	0,0%	3,8%
	21% – 40%	3,7%	2,4%	0,0%	3,0%
	41% a viac	0,0%	0,0%	0,6%	5,2%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	3,7%	1,7%	1,0%	3,3%
	3 – 5 rokov	2,7%	0,7%	0,7%	7,3%
	5 – 10 rokov	2,9%	0,7%	0,4%	2,1%
	viac ako 10 rokov	0,7%	1,5%	0,0%	6,7%
Pohlavie	Muž	2,7%	1,4%	0,7%	4,2%
	Žena	2,0%	0,7%	0,0%	5,1%
Vek	18 – 24 rokov	4,8%	4,8%	0,0%	0,0%
	25 – 29 rokov	2,9%	0,9%	0,6%	4,2%
	30 – 34 rokov	0,0%	0,0%	0,0%	9,4%
	35 – 39 rokov	1,7%	1,7%	0,4%	4,7%

7. Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb

Z vybraných platených externých konzultačných služieb oslovení mladí podnikatelia v najväčšej miere používajú služby účtovných a daňových poradcov (58,8% respondentov). 27,9% mladých podnikateľov pravidelne používa externé právne služby. Služby marketingových agentúr pravidelne využíva približne pätina (20,1%) mladých podnikateľov. Služby IT a kybernetickej bezpečnosti využíva len 16,4% mladých podnikateľov.

Za menej využívanú externú konzultačnú službu možno označiť finančné a iné biznis poradenstvo, ktoré pravidelne používa 11,6% oslovených respondentov. S podielom 6,0% je medzi mladými podnikateľmi najmenej používanou službou (spomedzi preddefinovaných) HR poradenstvo a služby personálnych agentúr. Približne štvrtina mladých podnikateľov nevyužíva žiadne platené externé konzultačné služby. Medzi iné externé služby, ktoré mladí podnikatelia uviedli (1,1%), boli najčastejšie služby BOZP.

Graf č.46: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby



N=1000 respondentov

Platené služby účtovných a daňových poradcov častejšie používajú mladí podnikatelia bez zamestnancov (68,5%), mladí podnikatelia z odvetvia pôdohospodárstva (69,7%), mladí podnikatelia z Žilinského kraja (75,4%), mladí podnikatelia, ktorí minulý rok nepodnikali (61,9%), mladí podnikatelia pracujúci s priemernou obchodnou prirážkou na úrovni 21 až 40 % (65,9%), mladí podnikatelia - ženy (59,4%) a mladí podnikatelia vo veku 25 až 29 rokov (62,2%).

Externé právne služby sú intenzívnejšie využívané hlavne v skupine mladých podnikateľov s 10 a viac zamestnancami (49,6%), mladých podnikateľov v sektore ubytovanie a stravovanie (33,3%), mladých podnikateľov z Prešovského kraja (33,0%), mladých podnikateľov s inou právnou formou (57,1%), mladých podnikateľov s tržbami nad hranicou 100 000 Eur (43,4%), mladých podnikateľov s výlučne zahraničnými zákazníkmi (42,2%) a mladých podnikateľov vo veku 35 – 39 rokov (31,1%).

Služby marketingových agentúr vo svojom podnikaní častejšie používajú najmä mladí podnikatelia s počtom zamestnancov 10 a viac (37,2%), mladí podnikatelia v sektore ubytovanie a stravovanie (33,3%), mladí podnikatelia z Nitrianskeho kraja (28,0%), mladí podnikatelia s tržbami nad hranicou 100 000 Eur (29,7%), mladí podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (21,4%), resp. 25 až 29 rokov.

Externé služby týkajúce sa IT a kybernetickej bezpečnosti pravidelne využívajú najmä mladí podnikatelia s viac ako 10 zamestnancami (23,1%), mladí podnikatelia podnikajúci hlavne v priemysle (27,2%), mladí podnikatelia zo Žilinského kraja (24,6%), mladí podnikatelia s obratom viac ako 100 000 Eur (22,4%), mladí podnikatelia s prevažne a výlučne slovenskými zákazníkmi (18,5% a 16,8%) a mladí podnikatelia vo veku 35 až 39 rokov (20,0%).

Externé konzultačné služby v oblasti finančného a iného biznis poradenstva sú pravidelne využívané najmä mladými podnikateľmi s 1 až 9 zamestnancami (12,2%), mladými podnikateľmi podnikajúcimi v odvetví obchodné služby (15,4%) a mladými podnikateľmi z Banskobystrického kraja (19,2%).

Tab. č.16a: 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	**1000 respondentov**	**58,8%**	**27,9%**	**20,1%**	**16,4%**	**11,6%**
Počet zamestnancov	žiadni	68,5%	27,7%	16,9%	15,5%	9,9%
	1 až 9 zamestnancov	54,4%	24,0%	18,0%	15,5%	12,2%
	10 a viac zamestnancov	66,1%	49,6%	37,2%	23,1%	11,6%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	69,7%	21,2%	12,1%	0,0%	6,1%
	priemysel	56,8%	29,6%	24,7%	27,2%	9,9%
	stavebníctvo	57,6%	25,6%	8,8%	12,8%	8,8%
	obchod	58,9%	28,4%	23,3%	17,8%	11,6%
	ubytovanie a stravovanie	50,0%	33,3%	33,3%	7,1%	4,8%
	doprava, informácie	68,9%	30,3%	16,8%	10,9%	13,4%
	obchodné služby	58,1%	29,9%	23,2%	19,1%	15,4%
	ostatné služby	50,0%	19,0%	14,3%	17,9%	9,5%
Sídlo	Bratislavský kraj	58,0%	31,7%	21,5%	19,1%	10,6%
	Trnavský kraj	67,4%	23,6%	16,9%	13,5%	12,4%
	Trenčiansky kraj	56,3%	18,4%	16,1%	10,3%	8,0%
	Nitriansky kraj	65,0%	25,0%	28,0%	17,0%	10,0%
	Žilinský kraj	75,4%	28,4%	23,1%	24,6%	14,2%
	Banskobystrický kraj	51,0%	23,1%	23,1%	9,6%	19,2%
	Prešovský kraj	49,0%	33,0%	17,0%	14,0%	11,0%
	Košický kraj	44,1%	31,2%	9,7%	14,0%	7,5%
Právna forma	Živnostník	60,2%	23,7%	10,8%	16,1%	10,8%
	s.r.o.	58,2%	27,4%	20,4%	15,6%	11,6%
	Iné	71,4%	57,1%	42,9%	42,9%	14,3%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	59,1%	18,6%	14,5%	13,4%	8,7%
	50 000 - 100 000 Eur	59,4%	28,6%	20,5%	16,5%	13,4%
	viac ako 100 000 Eur	57,7%	43,4%	29,7%	22,4%	15,0%
	minulý rok som nepodnikal/a	61,9%	19,0%	9,5%	0,0%	9,5%
Zákazníci	výlučne slovenskí	53,1%	23,5%	15,9%	16,8%	11,2%
	prevažne slovenskí	61,2%	31,3%	26,3%	18,5%	11,2%
	prevažne zahraniční	65,4%	24,4%	16,7%	5,1%	10,3%
	výlučne zahraniční	77,8%	42,2%	4,4%	11,1%	22,2%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	58,3%	18,9%	11,2%	11,2%	7,3%
	6 – 10%	55,1%	26,6%	16,4%	16,4%	8,9%
	11 – 20%	57,7%	30,3%	22,1%	19,7%	13,0%
	21% – 40%	65,9%	34,8%	32,9%	18,9%	18,3%
	41% a viac	58,7%	34,2%	23,9%	18,1%	13,5%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	61,7%	20,0%	15,3%	14,7%	12,7%
	3 – 5 rokov	56,7%	25,3%	24,7%	19,3%	9,3%
	5 – 10 rokov	63,9%	33,2%	26,8%	14,6%	15,4%
	viac ako 10 rokov	51,5%	32,6%	15,9%	18,5%	7,8%
Pohlavie	Muž	58,6%	27,0%	21,6%	12,9%	12,2%
	Žena	59,4%	30,0%	16,4%	24,9%	10,2%
Vek	18 – 24 rokov	57,1%	21,4%	21,4%	11,9%	28,6%
	25 – 29 rokov	62,2%	27,0%	21,4%	16,2%	12,6%
	30 – 34 rokov	39,1%	29,7%	15,6%	7,8%	9,4%
	35 – 39 rokov	54,9%	31,1%	17,4%	20,0%	6,4%

Služby personálnych agentúr a HR poradenstvo sú častejšie pravidelne používané v prípade mladých podnikateľov s počtom zamestnancov 10 a viac (14,9%), mladých podnikateľov s hlavnou činnosťou podnikania v odvetví pôdohospodárstvo (12,1%) a mladých podnikateľov s obratom viac ako 100 000 Eur (10,5%).

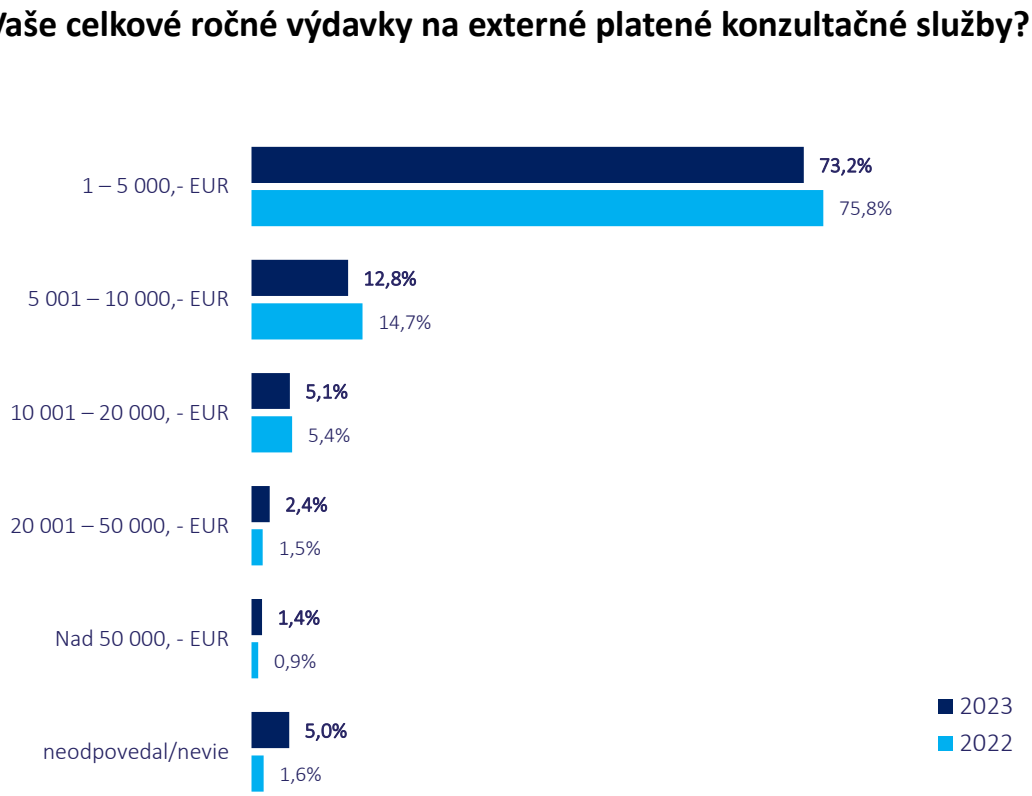
Externé platené konzultačné služby nevyužíva približne štvrtina mladých podnikateľov (24,7%), predovšetkým sa jedná o podnikateľov s 1 až 9 zamestnancami (30,2%), podnikateľov v sektoroch ostatných služieb (33,3%), podnikateľov z Košického kraja (40,9%), podnikateľov s obratom do 50 000 Eur (26,0%) a podnikateľov podnikajúcich viac ako 10 rokov (33,0%).

Tab. č.16b: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby

Riadkové %	Kategória	personálne agentúry a HR poradenstvo	iné	pravidelne nevyužívame externé platené konzultačné služby	neodpovedal/nevie
Celková vzorka	**1000 respondentov**	**6,0%**	**1,1%**	**24,7%**	**1,3%**
Počet zamestnancov	žiadni	4,7%	1,4%	15,0%	1,4%
	1 až 9 zamestnancov	4,8%	0,5%	30,2%	1,1%
	10 a viac zamestnancov	14,9%	4,1%	11,6%	2,5%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	12,1%	0,0%	24,2%	0,0%
	priemysel	7,4%	1,2%	24,7%	1,2%
	stavebníctvo	0,0%	0,8%	24,8%	0,8%
	obchod	7,3%	1,1%	25,1%	0,7%
	ubytovanie a stravovanie	0,0%	0,0%	21,4%	0,0%
	doprava, informácie	6,7%	0,0%	16,0%	0,0%
	obchodné služby	8,7%	0,8%	26,1%	3,3%
	ostatné služby	1,2%	4,8%	33,3%	1,2%
Sídlo	Bratislavský kraj	6,8%	1,4%	21,2%	2,4%
	Trnavský kraj	6,7%	2,2%	21,3%	0,0%
	Trenčiansky kraj	4,6%	0,0%	26,4%	2,3%
	Nitriansky kraj	0,0%	1,0%	26,0%	0,0%
	Žilinský kraj	7,5%	0,0%	16,4%	0,7%
	Banskobystrický kraj	13,5%	1,0%	26,0%	0,0%
	Prešovský kraj	0,0%	2,0%	30,0%	2,0%
	Košický kraj	6,5%	1,1%	40,9%	1,1%
Právna forma	Živnostník	2,2%	1,1%	26,9%	2,2%
	s.r.o.	6,4%	1,0%	25,0%	1,3%
	Iné	7,1%	3,6%	7,1%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	4,7%	1,1%	26,0%	1,1%
	50 000 - 100 000 Eur	3,6%	0,4%	21,9%	0,4%
	viac ako 100 000 Eur	10,5%	1,7%	25,2%	1,7%
	minulý rok som nepodnikal/a	0,0%	0,0%	19,0%	9,5%
Zákazníci	výlučne slovenskí	6,1%	1,2%	29,4%	1,6%
	prevažne slovenskí	5,4%	1,1%	21,0%	1,1%
	prevažne zahraniční	5,1%	1,3%	28,2%	0,0%
	výlučne zahraniční	13,3%	0,0%	11,1%	2,2%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	5,4%	1,9%	29,3%	2,3%
	6 – 10%	3,7%	1,4%	27,6%	0,9%
	11 – 20%	6,7%	0,5%	24,5%	1,4%
	21% – 40%	7,3%	0,0%	15,2%	1,2%
	41% a viac	7,7%	1,3%	23,2%	0,0%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	5,7%	0,7%	22,7%	1,0%
	3 – 5 rokov	5,3%	2,0%	23,3%	2,7%
	5 – 10 rokov	7,9%	0,0%	19,6%	0,7%
	viac ako 10 rokov	4,8%	2,2%	33,0%	1,5%
Pohlavie	Muž	6,2%	0,7%	26,0%	1,6%
	Žena	5,5%	2,0%	21,5%	0,7%
Vek	18 – 24 rokov	9,5%	0,0%	38,1%	0,0%
	25 – 29 rokov	6,2%	0,6%	20,6%	1,2%
	30 – 34 rokov	6,3%	0,0%	48,4%	0,0%
	35 – 39 rokov	4,7%	3,0%	27,2%	2,1%

Pri takmer troch štvrtinách mladých podnikateľov (73,2%), ktorí pravidelne využívajú platené externé služby, ich výdavky za rok na tieto služby nepresiahnu 5 000 Eur. 12,8% mladých podnikateľov utratí ročne za tieto služby od 5 001 do 10 000 Eur. Viac ako päť percent (5,1%) mladých podnikateľov utratí za konzultačné služby od 10 001 do 20 000 Eur. 2,4% mladých podnikateľov utratí od 20 001 do 50 000 Eur. Iba 1,4% mladých podnikateľov utratí viac ako 50 000 Eur na externé konzultačné služby za jeden rok.

Graf č.47: Celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby



N=740 respondentov, ktorí pravidelne využívajú externé platené konzultačné služby

Medzi takmer tromi štvrtinami mladých podnikateľov, ktorí pravidelne využívajú externé konzultačné služby, dané výdavky nepresiahnu ročne 5 000 Eur. Sú to väčšinou mladí podnikatelia bez zamestnancov (84,3%), mladí podnikatelia v sektore stavebníctvo, resp. doprava, informácie (86,0%), mladí podnikatelia z Prešovského kraja (92,6%), mladí podnikatelia s obratom pod 50 000 Eur (86,5%), mladí podnikatelia s výlučne slovenskými zákazníkmi (81,4%) a mladí podnikatelia podnikajúci od 3 do 5 rokov (78,4%). Mladí podnikatelia, ktorí míňajú na externé konzultačné služby od 5 001 do 10 000 Eur ročne, pôsobia najmä v rámci Bratislavského kraja (21,0%), významnejšie sa jedná o subjekty zamestnávajúce 10 a viac zamestnancov (17,3%). Taktiež sa jedná najmä o spoločnosti s ručením obmedzeným (14,2%), viac o skúsenejších mladých podnikateľov vo veku 35-39 rokov (13,3%) a mladých podnikateľov v sektore priemysel (26,7%).

Medzi mladými podnikateľmi, ktorí míňajú na externé služby od 10 001 do 20 000 Eur ročne sú predovšetkým zamestnávatelia s 10 a viac zamestnancami (13,5%), podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (16,0%), podnikatelia z Bratislavského kraja (7,6%), podnikatelia s právnou formou

s.r.o. (5,7%) a podnikatelia s obratom nad 100 000 Eur (14,8%). Ostatné položky neboli hodnotené kvôli nevýznamnej početnosti respondentov.

Tab. č.17: 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	**740 respondentov**	**73,2%**	**12,8%**	**5,1%**	**2,4%**	**1,4%**	**5,0%**
Počet zamestnancov	žiadni	84,3%	12,4%	1,1%	1,1%	0,0%	1,1%
	1 až 9 zamestnancov	76,2%	12,0%	4,8%	0,9%	0,4%	5,7%
	10 a viac zamestnancov	41,3%	17,3%	13,5%	11,5%	7,7%	8,7%
Odvetvie	pôdohospodárstvo	60,0%	16,0%	16,0%	0,0%	0,0%	8,0%
	priemysel	58,3%	26,7%	11,7%	0,0%	0,0%	3,3%
	stavebníctvo	86,0%	6,5%	2,2%	3,2%	0,0%	2,2%
	obchod	68,6%	13,7%	4,9%	2,9%	2,9%	6,9%
	ubytovanie a stravovanie	78,8%	12,1%	3,0%	0,0%	0,0%	6,1%
	doprava, informácie	86,0%	8,0%	2,0%	0,0%	0,0%	4,0%
	obchodné služby	67,6%	12,4%	7,1%	4,7%	2,4%	5,9%
	ostatné služby	81,8%	14,5%	0,0%	1,8%	0,0%	1,8%
Sídlo	Bratislavský kraj	60,3%	21,0%	7,6%	4,5%	2,7%	4,0%
	Trnavský kraj	77,1%	5,7%	5,7%	2,9%	2,9%	5,7%
	Trenčiansky kraj	87,1%	6,5%	6,5%	0,0%	0,0%	0,0%
	Nitriansky kraj	71,6%	12,2%	2,7%	0,0%	2,7%	10,8%
	Žilinský kraj	80,2%	10,8%	3,6%	0,0%	0,0%	5,4%
	Banskobystrický kraj	71,4%	18,2%	2,6%	5,2%	0,0%	2,6%
	Prešovský kraj	92,6%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	5,9%
	Košický kraj	72,2%	9,3%	7,4%	3,7%	0,0%	7,4%
Právna forma	Živnostník	93,9%	4,5%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%
	s.r.o.	71,3%	14,2%	5,7%	2,5%	0,6%	5,7%
	Iné	69,2%	0,0%	0,0%	7,7%	23,1%	0,0%
Tržby	menej ako 50 000 Eur	86,5%	8,5%	1,5%	0,6%	0,0%	2,9%
	50 000 - 100 000 Eur	75,3%	17,8%	1,1%	1,1%	0,0%	4,6%
	viac ako 100 000 Eur	50,7%	16,7%	14,8%	5,7%	4,8%	7,2%
	minulý rok som nepodnikal/a	60,0%	0,0%	0,0%	13,3%	0,0%	26,7%
Zákazníci	výlučne slovenskí	81,4%	6,8%	4,4%	1,4%	0,7%	5,4%
	prevažne slovenskí	68,8%	16,9%	4,0%	3,4%	1,7%	5,2%
	prevažne zahraniční	60,7%	10,7%	19,6%	0,0%	3,6%	5,4%
	výlučne zahraniční	69,2%	25,6%	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%
Priemerná obchodná prirážka	do 5%	79,7%	7,9%	2,8%	2,3%	1,1%	6,2%
	6 – 10%	74,5%	13,7%	3,9%	2,6%	0,0%	5,2%
	11 – 20%	74,7%	12,3%	5,2%	2,6%	1,3%	3,9%
	21% – 40%	63,5%	19,7%	6,6%	1,5%	2,9%	5,8%
	41% a viac	71,4%	11,8%	8,4%	3,4%	1,7%	3,4%
Dĺžka podnikania	menej ako 3 roky	77,7%	14,0%	3,1%	0,9%	0,9%	3,5%
	3 – 5 rokov	78,4%	5,4%	7,2%	5,4%	1,8%	1,8%
	5 – 10 rokov	69,1%	14,3%	7,6%	0,9%	0,0%	8,1%
	viac ako 10 rokov	69,5%	14,1%	3,4%	4,5%	3,4%	5,1%
Pohlavie	Muž	71,1%	13,3%	6,3%	3,1%	1,2%	5,1%
	Žena	78,1%	11,8%	2,6%	0,9%	1,8%	4,8%
Vek	18 – 24 rokov	73,1%	11,5%	0,0%	0,0%	0,0%	15,4%
	25 – 29 rokov	75,1%	13,0%	5,4%	2,1%	1,2%	3,1%
	30 – 34 rokov	78,8%	9,1%	0,0%	6,1%	6,1%	0,0%
	35 – 39 rokov	66,3%	13,3%	6,0%	3,0%	1,2%	10,2%

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 49,1% respondentov. Pre takmer štvrtinu (22,4%) 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 10,5% respondentov. 6,2% podnikateľov podniká s motiváciou, že chce po sebe niečo zanechať.

Pre ďalších 5,2% respondentov je najväčšou motiváciou v podnikaní úspešné odovzdanie firmy svojim deťom. Len 1,6% z oslovených podnikateľov uviedlo ako hlavnú motiváciu v podnikaní zodpovednosť za svojich zamestnancov. Status majiteľa, resp. majiteľky firmy sa s podielom viac ako jedno percento (1,3%) v prieskume ukázal ako najmenej významná motivácia v podnikaní mladých. Iné motivácie vo svojom podnikaní prezentovalo 3,7% oslovených respondentov.

Graf č.48: Motivácia mladých podnikateľov v podnikaní

N=1000 respondentov

Mladých podnikateľov čaká v nasledujúcom roku 2024 veľká škála podnikateľských výziev, ktoré budú musieť zvládnuť, aby boli v ich podnikateľských plánoch úspešní. Ich zvládnutie, resp. nezvládnutie v konečnom dôsledku určí ako budú úspešní. 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 19 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 (17,3%). V poradí druhá výzva je zvyšovanie kvality a portfólia produktov/služieb a s ňou spojená inovácia resp. digitalizácia, kde toto uviedlo 11,0% respondentov. 10,3% podnikateľov uviedlo, že chystajú zvýšiť obrat, tržby, predaj alebo zisk.

Získať viac zákazníkov, resp. udržať si terajších, predstavuje najväčšiu výzvu v najbližšom období pre približne 9,3% oslovených mladých podnikateľov. Ďalších 8,4% mladých podnikateľov najviac trápi inflácia a zvyšovanie vstupov, resp. energií. Pomerne zložité je pre opýtaných nájsť a udržať si kvalifikovaných zamestnancov (7,9%). Taktiež veľa mladých podnikateľov bude musieť zaistiť financie, resp. investovať do strojov alebo budov a podobne (7,1%). Do popredia sa budúci rok taktiež dostanú osobné výzvy a problémy, a to aby si našli podnikatelia viac času pre seba (5,1%).

Menší podiel mladých podnikateľov (menej ako 5%) očakáva v najbližšom roku podnikateľské výzvy spojené hlavne so zachovaním konkurencieschopnosti (4,1%), zlepšením marketingu a zviditeľnením (3,9%).

Minoritné výzvy, teda spomenuté menej ako 3% respondentov sú: dokončiť rozbehnuté projekty (2,3%), znížiť náklady (2,1%), výzvy spojené s legislatívou a zákonmi (2,1%), expanzia na ďalšie trhy (1,5%), politická situácia (1,4%), zvýšenie cien našich produktov a služieb (1,2%), vzdelávať sa v odbore (1,0%), zaplatiť dane, úvery, dlhy a pod. (0,6%) a zlepšiť procesy, resp. plánovanie, v podniku (0,4%).

Graf č.49: Najväčšia podnikateľská výzva v najbližšom roku

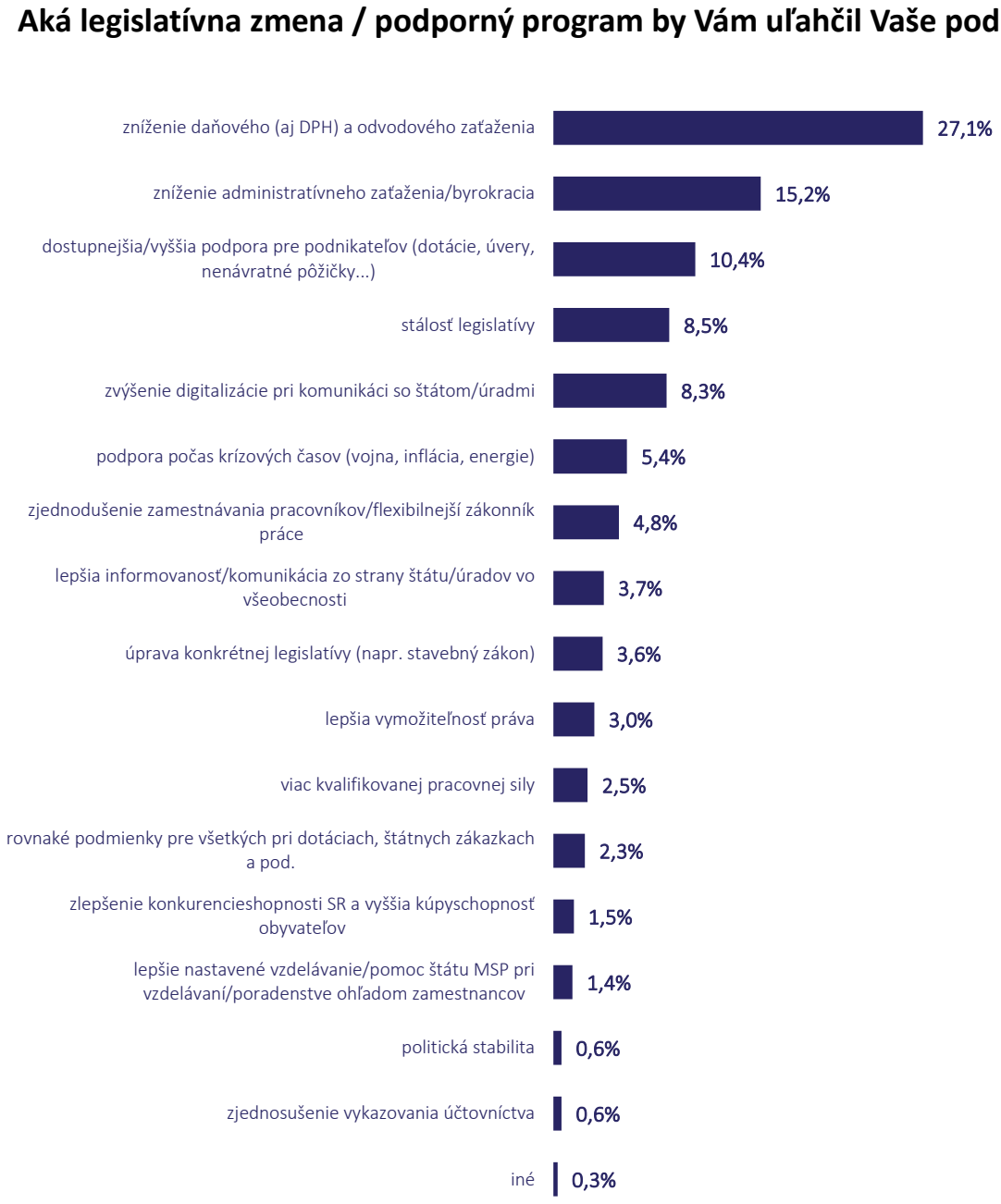
N=1000 respondentov

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.

Medzi navrhovanými zmenami a opatreniami dominuje požiadavka na zníženie daňového a odvodového zaťaženia podnikov na Slovensku. Až 27,1% 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 15,2% zo všetkých respondentov. Treťou najčastejšie vyslovenou požiadavkou boli dostupnejšie dotácie a ďalšia podpora pre podnikateľov (10,4%). Oslovení podnikatelia navrhli aj ďalšie opatrenia na uľahčenie ich podnikania, ktoré sa týkajú napr. stálosti legislatívy (8,5%), alebo rýchlejšieho a rozsiahlejšieho zavádzania elektronickej komunikácie s úradmi (8,3%). Medzi frekventovanejšie návrhy mladých podnikateľov patrila tiež väčšia podpora podnikateľov počas krízových časov (5,4%), zjednodušenie zamestnávania pracovníkov/flexibilnejší zákonník prace

(4,8%), lepšia informovanosť (3,7%), úprava konkrétnej legislatívy (3,6%), lepšia vymožiteľnosť práva (3,0%), viac kvalifikovanej pracovnej sily (2,5%).

Graf č.50: Návrhy na uľahčenie podnikania



N=1000 respondentov

9. Hlavné zistenia prieskumu

Hodnotenie faktorov vonkajšieho prostredia

Na základe výsledkov prieskumu možno konštatovať, že mladí podnikatelia na Slovensku najnegatívnejšie hodnotia situáciu v oblasti daňovo-odvodového zaťaženia (3,86 bodu). Negatívne hodnotili aj ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj (3,65 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 (3,45 bodu); transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek (3,40 bodu) a dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (3,39 bodu).

V porovnaní s prieskumom realizovaným v roku 2022 došlo k miernemu zlepšeniu vnímania podnikateľského prostredia mladými podnikateľmi najmä v oblastiach ako daňovo-odvodové zaťaženie; ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj; registračné, nahlasovacie a iné administratívne povinnosti; transparentnosť a prístupnosť verejných tendrov a zákaziek; dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily a flexibilita pracovného práva, dostupnosť kvalifikovaných mentorov, povinnosti pri zamestnávaní. Naopak k zhoršeniu pri meraných parametroch došlo v oblastiach ako dostupnosť rizikového kapitálu, kúpna sila slovenských zákazníkov, dostupnosť financovania (bank. úvery, lízing a pod.), platobná disciplína zákazníkov, resp. konkurenčné prostredie. Stálosť legislatívy a frekvencia zmien zákonov zostala v porovnaní s rokom 2022 bez zmien.

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 141,92 bodu z 350 možných bodov. V porovnaní s rokom 2022, kedy mal agregovaný index hodnotu 143,72 bodu, sa zlepšil o 1,81 bodu. Naznačuje to určité zlepšenie v podnikateľskom prostredí na Slovensku z pohľadu mladých podnikateľov.

Pre porovnateľnosť, agregovaný index predstavujúci súčet indexov trinástich hodnotených faktorov dosiahol hodnotu 129,15 bodu z 325 možných bodov. Obdobne spracovaný index z roku 2022 predstavoval hodnotu 130,05 bodu a index z roku 2018 dosiahol hodnotu 136,53 bodu.

S prihliadnutím na takmer porovnateľnú vzorku respondentov prieskumu z roku 2022 a 2018 možno konštatovať, že mladí podnikatelia vnímajú kontinuálne sa zlepšujúce podnikateľské prostredie na Slovensku. Na základe porovnania týchto rokov vidíme trend v zlepšovaní, i keď ten je len veľmi pozvoľný.

Hodnotenie interných a externých faktorov

Viac ako polovica mladých podnikateľov v súvislosti s vysokou mierou inflácie robí úspory na strane nákladov (51,6%), resp. zvýšila ceny (51,2%).

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 68,2% oslovených podnikateľských subjektov. V porovnaní s prieskumom z roku 2022 sa miera fluktuácie v tejto kategórii zvýšila o 1,8 percentuálneho bodu.

Medzi najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov zo zamestnania uvádzali zástupcovia mladých podnikateľov, ktorí deklarovali zamestnávanie minimálne jedného zamestnanca, lepšiu ponuku z inej firmy (19,1%), plat a odmeňovanie (17,1%) a nenaplnené očakávania (14,4%). Za posledných 12 mesiacov zostala priemerná mzda zamestnancov u takmer tretiny mladých podnikateľov rovnaká (31,5%). U takmer pätiny mladých podnikateľov (19,4%) sa zvýšila o 1% až 5%. Od 6% do 10% sa zvýšila u 28,1% mladých podnikateľov.

Takmer polovica (47,4%) mladých podnikateľov investovala za obdobie posledných 12 mesiacov do rozvoja svojich zamestnancov finančné prostriedky vo výške do 1 000 Eur. Menej početná skupina respondentov (predstavovala približne štvrtinu, resp. 25,2% 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.

V období nasledujúcich 12 mesiacov plánujú mladí podnikatelia prioritne investovať do zvyšovania odbornej kvalifikácie svojich zamestnancov. Takýto zámer prezentovalo 39,0% respondentov. Výrazne nižší podiel mladých podnikateľov (12,7%) plánuje v blízkej budúcnosti investovať finančné prostriedky na online školenia podľa vlastných potrieb zamestnancov.

Umelá inteligencia (A.I.) a kybernetická bezpečnosť

Spomedzi mladých podnikateľov, ktorí používajú A.I., je približne štvrtina takých, čo ju využívajú na vyhľadávanie informácií a četovanie (25,7%). Druhou preferovanou oblasťou využitia A.I. medzi mladými podnikateľmi je prekladanie (17,0%). Na tvorbu textu A.I. využíva 15,7% mladých podnikateľov a na tvorbu obrázkov ju využíva 13,7% mladých podnikateľov. Viac ako desatina (11,4%) mladých podnikateľov A.I. využíva na automatizovanú komunikácia so zákazníkmi, tzv. chatboty. Približne desatina mladých podnikateľov používa A.I. pri strategickom manažmente a marketingu (10,7%) a ako osobného asistenta (9,8%).

Medzi mladými podnikateľmi, ktorí uviedli že nástroje A.I. využívajú na vyhľadávanie informácií a četovanie, sú najmä podnikatelia bez zamestnancov (35,2%), podnikatelia v sektoroch doprava, informácie (32,8%), podnikatelia z Prešovského kraja (30,0%).

Takmer štyridsať percent (37,4%) oslovených mladých podnikateľov využíva vo svojej firme nástroje A.I. na pravidelnej báze. 34,6% mladých podnikateľov ich zatiaľ využíva len v malom rozsahu, ale plánuje ich používať na pravidelnej baze.

Viac ako štyridsať percent (41,7%) oslovených mladých podnikateľov, ktorí zatiaľ nevyužívajú nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní, ich plánuje v budúcnosti využívať. Až 29,8% ich plánuje využívať, nevie ale ešte kedy. Do roka ich chce v podnikaní využívať 6,6% mladých podnikateľov a od 1 až do 3 rokov ich plánuje využívať 5,3% mladých podnikateľov.

Mladí podnikatelia považujú za najvýznamnejšiu bariéru v zavadzaní nástrojov A.I. vysoké vstupné náklady (19,6%). Druhou najvýznamnejšou bariérou v zavadzaní A.I. sú podľa mladých podnikateľov chýbajúce zručnosti zamestnancov (15,9%). Treťou najvýznamnejšou bariérou v zavadzaní nástrojov A.I. je podľa mladých podnikateľov časová náročnosť (11,7%).

Medzi oslovenými podnikateľmi, čo sa zaoberajú kybernetickou bezpečnosťou 76,3% používa antivírus. Takmer tri štvrtiny podnikateľov pravidelne zálohuje (67,4%). 49,9% podnikateľov zabezpečuje údaje šifrovaním. Zabezpečený prístup do svojich systémov používa 43,9% podnikateľov. 36,0% podnikateľov pravidelne kontroluje všetky nástroje na pravidelný prístup. Znalosti zamestnancov v oblasti kybernetickej bezpečnosti zvyšuje 35,9% mladých podnikateľov.

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 46,8% respondentov. Referencie, odporúčania, sieť kontaktov používa ako reklamu až 42,3% mladých podnikateľov. 33,7% 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 štvrtina (23,3%) podnikateľov.

Reklamu v sociálnych médiách, ktorú celkovo používa takmer polovica respondentov, preferujú viac mladí podnikatelia pôsobiaci v obchode (53,1%), priemysle (50,6%) a obchodných službách (50,2%), mladí podnikatelia z Trnavského (57,3%) a Nitrianskeho kraja (54,0%), mladí podnikatelia s prevažne slovenskými zákazníkmi (57,8%), mladí podnikatelia - muži (47,9%), mladší podnikatelia vo veku 18 až 24 rokov (57,1%) a mladí podnikatelia, ktorí podnikajú 3 až 5 rokov (55,3%).

Reklamu umiestnenú na rôznych online portáloch a blogoch, s podielom 33,7%, častejšie uprednostňujú mladí podnikatelia s 10 a viac zamestnancami (46,3%), mladí podnikatelia podnikajúci v priemysle (43,2%).

Do marketingových aktivít mladí podnikatelia ročne investujú prevažne nižšie finančné prostriedky. Takmer polovica (44,4%) 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. Viac ako pätina respondentov (21,2%) 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.

Približne štvrtina mladých podnikateľov (25,5%) má za hlavný predajný kanál internetový predaj. 22,3% mladých podnikateľov má ako svoj hlavný predajný kanál kamennú predajňu. Približne pätina (20,3%) mladých podnikateľov využíva ako svoj hlavný predajný kanál priamy osobný predaj bez fyzickej prevádzky. Odporúčania a referencie sú hlavný predajný kanál pre 18,7% mladých podnikateľov.

Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb

Z vybraných platených externých konzultačných služieb oslovení mladí podnikatelia v najväčšej miere používajú služby účtovných a daňových poradcov (58,8% respondentov). 27,9% mladých podnikateľov pravidelne používa externé právne služby. Služby marketingových agentúr pravidelne využíva približne pätina (20,1%) mladých podnikateľov. Služby IT a kybernetickej bezpečnosti využíva len 16,4% mladých podnikateľov.

Pri takmer troch štvrtinách mladých podnikateľov (73,2%), ktorí pravidelne využívajú platené externé služby, ich výdavky za rok na tieto služby nepresiahnu 5 000 Eur. 12,8% mladých podnikateľov utratí ročne za tieto služby od 5 001 do 10 000 Eur.

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 49,1% respondentov. Pre takmer štvrtinu (22,4%) 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 10,5% respondentov. 6,2% podnikateľov podniká s motiváciou, že chce po sebe niečo zanechať.

Mladých podnikateľov čaká v nasledujúcom roku 2024 veľká škála podnikateľských výziev, ktoré budú musieť zvládnuť, aby boli v ich podnikateľských plánoch úspešní. Ich zvládnutie, resp. nezvládnutie v konečnom dôsledku určí ako budú úspešní. Najväčšou podnikateľskou výzvou, ktorú musia v najbližšom roku mladí podnikatelia zvládnuť je udržať podnikanie, resp. prežiť v týchto náročných časoch (17,3%). V poradí druhá výzva je zvyšovanie kvality a portfólia produktov a služieb a s ňou spojená inovácia resp. digitalizácia, kde toto uviedlo 11,0% respondentov. 10,3% podnikateľov uviedlo, že chystajú zvýšiť obrat, tržby, predaj alebo zisk.

Získať viac zákazníkov, resp. udržať si terajších, predstavuje najväčšiu výzvu v najbližšom období pre približne 9,3% oslovených mladých podnikateľov. Ďalších 8,4% mladých podnikateľov najviac trápi inflácia a zvyšovanie vstupov, resp. energií. Pomerne zložité je pre opýtaných nájsť a udržať si kvalifikovaných zamestnancov (7,9%). Taktiež veľa mladých podnikateľov bude musieť zaistiť financie, resp. investovať do strojov alebo budov a podobne (7,1%). Do popredia sa budúci rok taktiež dostanú osobné výzvy a problémy, a to aby si našli podnikatelia viac času pre seba (5,1%).

Menší podiel mladých podnikateľov (menej ako 5%) očakáva v najbližšom roku podnikateľské výzvy spojené hlavne so zachovaním konkurencieschopnosti (4,1%), zlepšením marketingu a zviditeľnením (3,9%).

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 2023 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.18
Graf č.13: Vplyv vybraných zložiek podnikateľského prostredia na rast firmy str.19
Graf č.14: Hodnotenie vs Vplyv vybraných zložiek podnikateľského prostredia 2023 str.20
Graf č.15: Index prekážok v podnikaní mladých na Slovensku str.22
Graf č.16: Agregovaný Index prekážok v podnikaní mladých na Slovensku str.23
Graf č.17: Index daňovo-odvodového zaťaženia podnikania str.25
Graf č.18: Index ceny vstupov a ich predpokladaný vývoj str.26
Graf č.19: Index stálosti legislatívy a frekvencie zmien zákonov str.27
Graf č.20: Index registračných, nahlasovacích a iných administratívnych povinností str.28
Graf č.21: Index transparentnosti a prístupnosti k verejných tendrom str.29
Graf č.22: Index flexibility pracovného práva a povinností spojených so zamestnávaním str.30
Graf č.23: Index dostupnosti kvalifikovanej pracovnej sily str.31
Graf č.24: Index ceny práce kvalifikovanej pracovnej sily str.32
Graf č.25: Index dostupnosti rizikového kapitálu str.33
Graf č.26: Index kúpnej sily slovenských zákazníkov str.34
Graf č.27: Index dostupnosti kvalifikovaných mentorov str.35
Graf č.28: Index dostupnosti klasického financovania str.36
Graf č.29: Index konkurenčného prostredia str.37
Graf č.30: Index platobnej disciplíny zákazníkov str.38
Graf č.31: Opatrenia v súvislosti s vysokou mierou inflácie str.39
Graf č.32: Miera fluktuácie zamestnancov str.41
Graf č.33: Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy str.43
Graf č.34: Opatrenia na udržanie zamestnancov vo firme str.47
Graf č.35: Zmena priemernej mzdy zamestnancov str.52
Graf č.36: Výška finančných prostriedkov investovaných do rozvoja zamestnancov str.55
Graf č.37: Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu zvyšovania vedomosti a kvalifikácie zamestnancov str.58
Graf č.38: Využívané nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní str.62
Graf č.39: Rozsah využívania nástrojov umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní str.67
Graf č.40: Plánujete nástroje umelej inteligencie (A.I.) využívať v budúcnosti? str.69
Graf č.41: Najvýznamnejšie bariére v zavádzaní nových nástrojov umelej inteligencie (A. I.) str.72
Graf č.42: Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík str.75
Graf č.43: Forma reklamy používaná v podnikaní str.81
Graf č.44: Výška finančných prostriedkov investovaných do marketingových aktivít ročne str.86
Graf č.45: Hlavný predajný kanál vo firme str.89
Graf č.46: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby str.93
Graf č.47: Celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby str.98
Graf č.48: Motivácia mladých podnikateľov v podnikaní str.100
Graf č.49: Najväčšia podnikateľská výzva v najbližšom roku str.102
Graf č.50: Návrhy na uľahčenie podnikania str.103

Tab. č.1: Opatrenia v súvislosti s vysokou mierou inflácie str.40
Tab. č.2: Miera fluktuácie zamestnancov str.42
Tab. č.3a: Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy str.45
Tab. č.3b: Najčastejšie dôvody odchodu zamestnancov z firmy str.46
Tab. č.4a: Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme str.49
Tab. č.4b: Opatrenia realizované na udržanie zamestnancov vo firme str.51
Tab. č.5: Zmena priemernej mzdy zamestnancov str.54
Tab. č.6: Finančné prostriedky investované za posledných 12 mesiacov do rozvoja svojich zamestnancov str.57
Tab. č.7a: Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu str.60
Tab. č.7b: Plánované investície do rozvoja zamestnancov podľa druhu str.61
Tab. č.8a: Využívané nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní str.64

Tab. č.8b: Využívané nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní str.66
Tab. č.9: Rozsah využívania nástrojov umelej inteligencie (A.I.) pri podnikaní str.68
Tab. č.10: Plánujete nástroje umelej inteligencie (A.I.) využívať v budúcnosti? str.71
Tab. č.11: Najvýznamnejšie bariére v zavádzaní nových nástrojov umelej inteligencie (A. I.) str.74
Tab. č.12a: Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík str.77
Tab. č.12b: Opatrenia pre elimináciu kybernetických rizík str.79
Tab. č.13a: Forma reklamy používaná v podnikaní str.83
Tab. č.13b: Forma reklamy používaná v podnikaní str.85
Tab. č.14: Výška finančných prostriedkov investovaných do marketingových aktivít ročne str.88
Tab. č.15a: Hlavný predajný kanál vo firme str.91
Tab. č.15b: Hlavný predajný kanál vo firme str.92
Tab. č.16a: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby str.95
Tab. č.16b: Pravidelne používané externé platené konzultačné služby str.97
Tab. č.17: Celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby str.99

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 a externých faktorov, ktoré ovplyvňujú Vaše každodenné podnikanie

4. **Aké ste urobili opatrenia na vysporiadanie sa s vysokou mierou inflácie za posledných 12 mesiacov?** (Možnosť výberu viacerých odpovedí.)

    1. Zvýšili sme ceny
    2. Zmenili sme svoj biznis model
    3. Prepustili sme zamestnancov
    4. Robíme úspory na strane nákladov
    5. Urobili sme iné opatrenia, uveďte...
    6. Žiadne opatrenia sme neurobili

5. **Aká je miera fluktuácie[2] vo Vašej firme za posledných 12 mesiacov?**

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

6. **Aký bol hlavný dôvod odchodu zamestnancov z Vašej firmy?**

    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. materská a rodičovská dovolenka
    10. zmena bydliska (v tuzemsku aj do zahraničia)
    11. iné (uveďte) ...
    12. neviem
    13. žiadny zamestnanec neodišiel

7. **Aké opatrenie najviac využívate, aby ste si svojich ľudí vo firme udržali?**

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

1. pravidelne im zvyšujeme plat minimálne podľa aktuálneho vývoja na pracovnom trhu
2. poskytujeme benefity naviac (napr. dovolenka nad rámec zákona, členské vo fitness centre,...)
3. investujeme do ich vzdelávania a osobného rozvoja (napr. jazykové kurzy)
4. organizujeme teambuildingy a spoločné akcie pre zamestnancov
5. investujeme 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, uveďte...

8. Ako sa zmenila priemerná mzda zamestnancov vašej firmy za posledných 12 mesiacov?

1. Zostala približne rovnaká
2. 1 % - 5 %
3. 6 % - 10 %
4. 11 % - 15 %
5. 16 % - 20 %
6. 21 % a viac
7. Znížila sa

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

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

10. Do akého druhu zvyšovania vedomostí a kvalifikácie Vašich zamestnancov plánujete <u>prevažne</u> investovať počas najbližších 12-tich mesiacov?

1. zvyšovanie odbornej kvalifikácie (v obore, v ktorom pracujú)
2. špecifický osobný rozvoj (napr. MBA, osobný koučing, atď.)
3. PC zručnosti (napr. MS Excel, MS Powerpoint, Email, Google disk atď.)
4. interné školenia na firemné programy (CRM, e-shop, fakturácia, atď.)

5. jazykové zručnosti
6. soft skills tréningy (napr. zlepšovanie komunikácie, zvládanie stresu, osobná efektivita, atď.)
7. digitalizácia a automatizácia
8. kybernetická bezpečnosť
9. online školenia podľa vlastnej potreby
10. iné (uveďte) ...
11. neodpovedal/nemá zamestnancov/neplánuje investovať

Umelá inteligencia (A.I.) a kybernetická bezpečnosť

11. Ktoré z nasledujúcich nástrojov umelej inteligencie (A.I.) používate pri vašom podnikaní? (Možnosť výberu viacerých odpovedí.)

1. na automatizovanú komunikácia so zákazníkmi (tzv. chatboty)
2. na vyhľadávanie informácií/četovacie (napr. ChatGPT, Bing Chat, Google Bard)
3. prekladacie (napr. DeepL)
4. asistenčné (napr. Apple Siri, Amazon Alexa, Google Assistant)
5. na tvorbu obrázkov (napr. MidJourney)
6. na tvorbu textu/copywriting (napr. Jasper, Simplified)
7. na tvorbu hudby (napr. Soundrow)
8. na tvorbu videí (napr. Synthesia, DeepBrain)
9. na manažment a marketing (napr. WordStream, Emplifi)
10. náborové (napr. Manatal)
11. špecializované nástroje pri produkcii (používané pri produkcii tovarov a služieb, vrátane testovania a kontroly kvality)
12. iné špecializované nástroje, uveďte...
13. nevyužívame žiadne nástroje umelej inteligencie

12. V akom rozsahu využívate nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri vašom podnikaní? (Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 11 uviedli odpoveď č. 1 až 12.)

1. využívame ich na pravidelnej báze
2. zatiaľ len v malom rozsahu, ale plánujeme ich využívať na pravidelnej báze
3. v malom rozsahu, zatiaľ sme nenašli väčšie uplatnenie týchto nástrojov
4. zatiaľ len experimentujeme a skúmame možnosti využitia týchto nástrojov

13. Plánujete nástroje umelej inteligencie (A.I.) pri vašom podnikaní využívať v budúcnosti? (Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 11 uviedli odpoveď č. 13.)

1. áno, do 1 roka ich plánujeme využívať
2. áno, od 1 až do 3 rokov ich plánujeme využívať
3. áno, plánujeme ich využívať, nevieme ale ešte kedy
4. nie, neplánujeme ich využívať vôbec

14. Čo považujete za najvýznamnejšiu bariéru v zavádzaní nových nástrojov umelej inteligencie (A. I.)?

1. vysoké vstupné náklady
2. nízka dostupnosť takýchto nástrojov
3. legislatívne bariéry
4. chýbajúce zručnosti zamestnancov
5. časová náročnosť
6. iné, uveďte...
7. nevie posúdiť/neodpovedal

15. Aké opatrenia robíte vo Vašej firme aby ste eliminovali kybernetické riziká? (Možnosť výberu viacerých odpovedí.)

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. nezaoberáme sa kybernetickou bezpečnosťou
11. neviem

Hodnotenie prístupu k marketingovým činnostiam

16. Akú formu reklamy používate vo Vašom podnikaní? (Možnosť výberu viacerých odpovedí.)

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

7. priamy marketing (napr. letáky do schránok, e-mail, apd.)
8. rôzne charitatívne alebo sponzorské akcie
9. referencie/odporúčania/sieť kontaktov
10. iné, uveďte...
11. nepoužívame žiadnu formu reklamy
12. neodpovedal

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

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

18. Aký je hlavný predajný kanál vo Vašej firme?

1. vlastná fyzická prevádzka/kamenná predajňa
2. internetový predaj/poskytovanie služby
3. predaj cez obchodné reťazce
4. využívame obchodných zástupcov
5. referencie/odporúčania/sieť kontaktov
6. telefonický predaj/poskytovanie služby
7. priamy osobný predaj/poskytovanie služby bez fyzickej prevádzky
8. využívame iný predajný kanál (uveďte)...
9. neodpovedal/nevie

Hodnotenie prístupu k využívaniu externých služieb

19. Aké externé platené konzultačné služby pravidelne používate? (Možnosť výberu viacerých odpovedí.)

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

20. Aké sú Vaše celkové ročné výdavky na externé platené konzultačné služby? (Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 19 uviedli aspoň jednu z odpovedí č. 1 až č. 7.)

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

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 Rev. 2)?

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 prirážkou[3] voči cene Vašich vstupov vo firme pracujete? (často sa nesprávne zamieňa za pojem marža)

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

31. Koľko zamestnancov zamestnávate?

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

32. Zamestnávate vo svojej firme aj iných rodinných príslušníkov?

1. žiadneho
2. 1
3. 2 - 3

[3] 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.

4. 4 a viac

33. Akým zákazníkom predávate svoje produkty/služby?

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

34. Kto tvorí prevažujúcu časť Vašich zákazníkov?

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

Záverečná otázka

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