

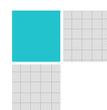
2011



Združenie mladých
podnikateľov Slovenska

Prieskum potrieb mladých podnikateľov a prekážok v ich podnikaní

Prieskum podporila



Realizátor:



*Združenie mladých
podnikateľov Slovenska*

Združenie mladých podnikateľov Slovenska
Cukrová 14
813 39 Bratislava
www.zmps.sk

Autori:

Ing. Vladimír Jakubec, PhD.
Ing. Monika Sobeková – Májková, PhD.
Ing. Ján Solík, PhD.

Tento výskumný projekt financovala IUVENTA - Slovenský inštitút mládeže. Tento dokument reprezentuje výlučne názor autorov a nemusí reprezentovať názory a stanoviská IUVENTY – Slovenského inštitútu mládeže.

Obsah

Obsah.....	3
Abstrakt	4
1. Analýza a zhodnotenie záverov prieskumu v skupine mladých podnikateľov	5
1.1 Štatistické údaje o skúmanej vzorke mladých podnikateľov.....	5
1.2 Vyhodnotenie zozbieraných dát.....	8
1.2.1 Skupina otázok týkajúcich sa podpory podnikania	8
1.2.2 Skupina otázok týkajúcich sa začiatku podnikania	11
1.2.3 Skupina otázok týkajúcich sa prvých podnikateľských skúseností	21
1.2.4 Skupina otázok týkajúca sa informovanosti o podnikaní	25
1.2.5 Skupina otázok týkajúca sa administratívnej a byrokratickej záťaže	29
2. Analýza a zhodnotenie záverov prieskumu v skupine potenciálnych mladých podnikateľov	33
2.1 Štatistické údaje o skúmanej vzorke verejnosti	33
2.2 Vyhodnotenie zozbieraných dát.....	35
2.2.1 Skupina otázok týkajúcich sa postojov verejnosti k podnikaniu	35
2.2.2 Skupina otázok týkajúca sa informovanosti o podnikaní	52
3. Vyhodnotenie hypotéz	58
Prílohy.....	Chyba! Záložka nie je definovaná.

Abstrakt

Európa dlhodobo bojuje s problémom klesajúceho záujmu najmä mladých ľudí o podnikanie. O stave ducha podnikavosti a záujmu mladých ľudí o podnikanie svedčia výsledky prieskumov Európskej komisie, podľa ktorých tri pätiny Európanov nikdy neuvažovali o podnikaní a podľa polovice nemá zmysel ani začínať, ak hrozí riziko neúspechu. Aj preto Európska únia prijala v roku 2007 plán podporovať podnikanie a podnikateľské vzdelávanie už v školských laviciach a podnikateľské zručnosti boli zaradené medzi kľúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie.

Akékoľvek opatrenia a politika na podporu podnikania mladých ľudí, či už zo strany verejného sektora, mimovládnych organizácií alebo podnikateľských zväzov a združení sa realizujú v SR bez relevantného výskumu realizovaného v ostatných rokoch. Potrebu takéhoto prieskumu potvrdzuje aj Návrh akčného plánu politiky mládeže na roky 2010 – 2011, ktorý vyplýva z Kľúčových oblastí a akčných plánov štátnej politiky vo vzťahu k deťom a mládeži v Slovenskej republike na roky 2008 – 2013, ktorý 31. 3. 2010 schválila Vláda SR. Táto skutočnosť dokrešľuje uvedomenie si dôležitosti tejto oblasti nie len na európskej, ale i národnej úrovni.

Prieskum potrieb mladých podnikateľov v SR a prekážok v ich podnikaní bol zameraný na identifikáciu základných problémov ťažiacich mladých podnikateľov s nadväznou analýzou bariér zabraňujúcich rozvoju podnikania mladých ľudí na Slovensku.

Cieľom prieskumu bolo zistiť vnímanie a postoj mladých ľudí k podnikaniu a analyzovať príčiny tohto stavu, zhodnotiť kritické miesta v raných štádiách podnikania prostredníctvom spätného pohľadu, identifikovať rozdiely v postoji k podnikaniu z hľadiska rôznych skupín respondentov, analyzovať informačné zdroje, kvalitu informácií a efektivitu ich poskytovania a využívania, zhodnotiť vnímanie podporných programov a analyzovať informovanosť o nich a identifikovať návrhy na zmenu, doplnenie a zvýšenie dostupnosti podporných programov v oblasti priamej aj nepriamej podpory pre mladých podnikateľov.

Prieskum mal kvantitatívnu a kvalitatívnu časť a pozostával z dvoch celkov. Prvý bol zameraný na existujúcich mladých podnikateľov a druhý na potenciálnych mladých podnikateľov. Kvalitatívny prieskum pribiehal v priebehu júna až augusta 2011 na vzorke 10 mladých podnikateľov. Kvantitatívna časť bola realizovaná on-line dotazníkom v mesiacoch 09 – 11/2011 a zapojilo sa do nej 1232 respondentov, z toho nepodnikateľov bolo 908 a podnikateľov bolo 324.

1. Analýza a zhodnotenie záverov prieskumu v skupine mladých podnikateľov

1.1 Štatistické údaje o skúmanej vzorke mladých podnikateľov

V tejto časti budeme vyhodnocovať základné charakteristiky výberového súboru mladých podnikateľov. Pozrieme sa na zloženie podľa veku, pohlavia, oblasti podnikania i vzdelanostnej štruktúry. Skôr než prejdeme k charakteristike výberového súboru, priblížme si charakteristiky základného súboru, t.j. všetkých podnikateľov podnikajúcich v SR.

Tabuľka: Podnikateľské subjekty podľa právnych noriem a veľkostných kategórií, k 31.12.2010

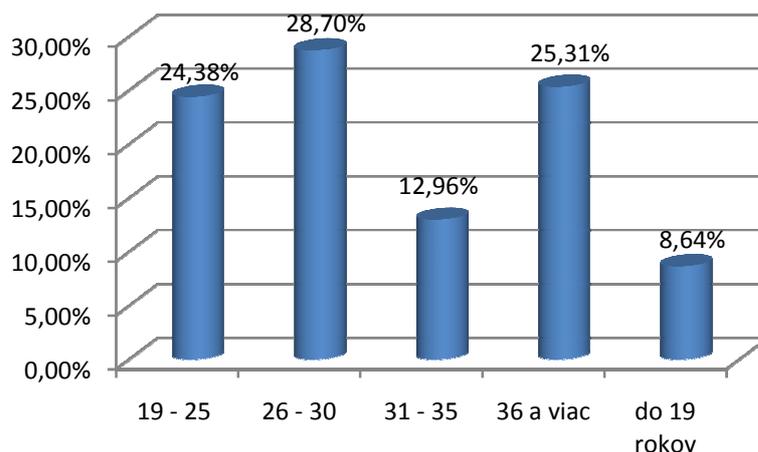
Právne formy	Spolu	Podiel na celkovom počte pod. subjektov	z toho mladí podnikatelia do 34 rokov	
			absolútne číslo	v %
Fyzické osoby - podnikatelia spolu	410 308	74,2 %	119 175	29,0 %
- živnostníci	384 202	69,4 %	114 653	29,8 %
- slobodné povolania	18 378	3,3 %	3 855	21,0 %
- samostatne hosp. roľníci	7 728	1,4 %	667	8,6 %
Podniky spolu	143 001	25,8 %		
- mikro podniky (0-9)	130 144	23,5 %		
- malé podniky (10-49)	9 549	1,7 %		
- stredné podniky (50-249)	2 724	0,5 %		
- veľké podniky (250 a viac)	584	0,1 %		
Celkový počet podnikateľských subjektov	553 309	100,0 %		
-z toho MSP	552 725			
-z toho MSP v %	99,9%			

Zdroj: Register organizácií ŠU SR, spracované NARMSP

Z tabuľky vyplýva, že v SR existuje do 120 tisíc mladých podnikateľov. Naša vzorka obsahovala 324 respondentov, čo je 0,3 % podiel základného súboru. Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania ďalej uvádza, že v súbore fyzických osôb podnikateľov vo veku do 34 rokov sú z pohľadu rodovej štruktúry muži zastúpení 76,70 % a ženy 23,30 %. V našom výberovom súbore sú muži zastúpení 64,20 %, na ženy pripadá 35,80 %.

Z hľadiska vekovej štruktúry mladých podnikateľov vo výberovom súbore najväčší podiel tvorila skupina 26 - 30 rokov, za ktorou nasleduje skupina 19 – 25 ročných podnikateľov a skupina skúsenejších podnikateľov vo veku 36 a viac rokov. Čo sa týka skupiny podnikateľov do 19 rokov, táto skupina vykazuje príliš homogénne charakteristiky tak v odpovediach ako aj v čase realizácie prieskumu. Je pravdepodobné, že z väčšej časti ide o respondentov, ktorí pôsobia v študentských spoločnostiach v rámci predmetu aplikovanej ekonómie. Pri vyhodnotení odpovedí na vybrané otázky od tejto skupiny abstrahujeme.

Graf: Rozdelenie výberového súboru podľa veku



Pokiaľ ide o vzdelanostnú štruktúru respondentov výberového súboru, až takmer polovica má vysokoškolské vzdelanie a o 2 % menší podiel majú podnikatelia s maturitou. Podiel podnikateľov bez maturity je len 4 %, so základným vzdelaním je 3 %, 1 % tvorí skupina s iným vzdelaním. Vzdelanostnú úroveň našej vzorky ovplyvnil spôsob zberu odpovedí. Vzhľadom na to, že prieskum bol realizovaný on-line, vo vzorke prevažujú mladí vzdelaní podnikatelia. Predpokladáme, že ľudia bez maturity a so základným vzdelaním majú slabšiu zručnosť ovládania internetu aj z toho dôvodu, že ho až do takej miery nepotrebujú, keďže podnikajú väčšinou v oblasti manuálnych prác.

Z geografického hľadiska je vo výberovom súbore v porovnaní so základným súborom predimenzovaná vzorka mladých podnikateľov zo Žilinského, Prešovského a Trenčianskeho kraja na úkor Bratislavského, Trnavského, Nitrianskeho a Banskobystrického kraja. Keďže sme respondentov priamo neoslovovali, ale zapájali sa do prieskumu sami, nemali sme možnosť ovplyvňovať ani štruktúru výberového súboru. Pri vyhodnocovaní však regionálne hľadisko neberieme príliš do úvahy vzhľadom na relatívne nízky počet odpovedí, ktorý pripadá na určité kraje. Nízka početnosť by mohla mať za následok skreslenie výsledkov.

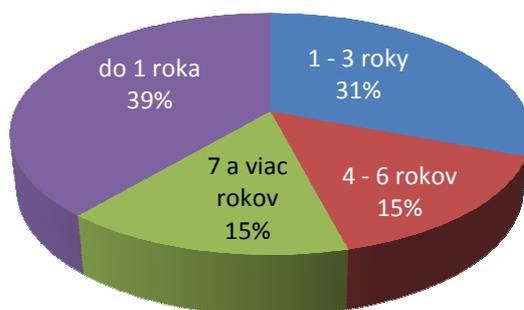
Tabuľka: Regionálna štruktúra základného a výberového súboru

Kraj	Výberový súbor		Základný súbor*	Rozdiel
	Počet respondentov	% respondentov	% podnikov	% podnikov
Bratislavský	92	28,40%	34,70%	- 6,30%
Žilinský	52	16,05%	9,40%	+ 6,65%
Prešovský	38	11,73%	9,20%	+ 2,53%
Košický	37	11,42%	10,30%	+ 1,12%
Trenčiansky	34	10,49%	8,30%	+ 2,29%
Banskobystrický	31	9,57%	8,80%	+ 0,77%
Nitriansky	21	6,48%	10,00%	- 3,52%
Trnavský	19	5,86%	9,20%	- 3,34%

*rozdelenie podnikov podľa kraja, v ktorom sídli. Zdroj NARMSP

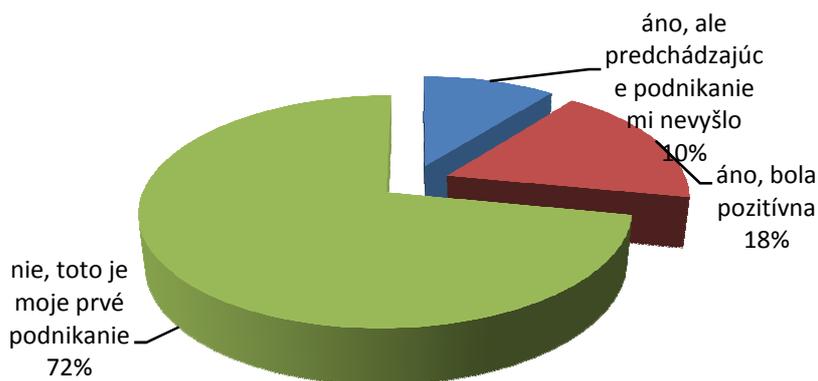
Ďalším kritériom posudzovania odpovedí respondentov je dĺžka ich podnikania. Jednoznačne najväčšie skupiny tvorili podnikatelia do 1 roka - až 40 %. Druhou najvýznamnejšiu skupinu tvorili podnikatelia podnikajúci 1 až 3 roky. Môžeme konštatovať, že respondenti boli v jednotlivých skupinách zastúpení pomerne vyvážené a že otázky boli zodpovedané primárne od tej skupiny podnikateľov, na ktorú sme sa od začiatku zameriavali, t.j. na mladých začínajúcich podnikateľov.

Graf: Rozdelenie výberového súboru na základe dĺžky podnikania



Pri vyhodnocovaní vybraných otázok sme tiež brali do úvahy fakt či ide o „prvopodnikateľa“, alebo má podnikateľ predchádzajúce pozitívne, resp. negatívne podnikateľské skúsenosti. Aj vzhľadom na veľkosť a charakter vzorky (ide o mladých podnikateľov), je pomerne prekvapujúce, že až takmer každý tretí podnikateľ vo výberovom súbore mal predchádzajúcu podnikateľskú skúsenosť. Každý desiaty respondent mal predchádzajúcu negatívnu podnikateľskú skúsenosť. V analýze sme sa zamerali na to, ako jednotlivé skupiny podnikateľov hodnotia svoju pripravenosť na podnikanie s odstupom času a aké sú medzi týmito skupinami rozdiely.

Graf: Rozdelenie výberového súboru na základe otázky: „Mali ste už predchádzajúcu podnikateľskú skúsenosť?“



Z pohľadu internacionalizácie podnikania výberového súboru môžeme konštatovať, že na zahraničných trhoch podnikal každý piaty mladý podnikateľ. Z ďalších zaujímavých rozlišovacích charakteristík možno spomenúť, že **2/3, t.j. 216 z 324 oslovených podnikateľov nemá zamestnancov. Rovnako dve tretiny, (213 z 324) podnikateľov nemá prevádzkareň.** 66,98 % respondentov podniká v oblasti služieb, 25,31 % v oblasti obchodu a iba 7,72 % v oblasti výroby.

1.2 Vyhodnotenie zozbieraných dát

1.2.1 Skupina otázok týkajúcich sa podpory podnikania

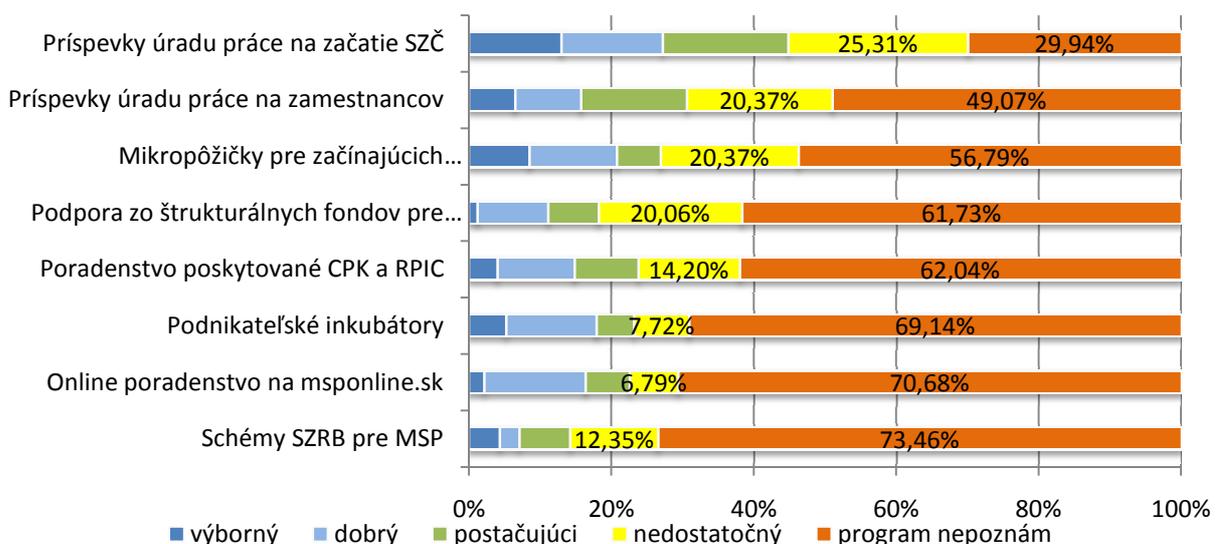
Ohodnoťte prínos uvedených podporných programov pre začínajúceho podnikateľa

Tabuľka: Prínos podporných programov pre začínajúceho podnikateľa

Podporný program	výborný	dobrý	postačujúci	nedostatočný	program nepozná
Schémy SZRB pre MSP	4,32%	2,78%	7,10%	12,35%	73,46%
Online poradenstvo na msonline.sk	2,16%	14,20%	6,17%	6,79%	70,68%
Podnikateľské inkubátory	5,25%	12,65%	5,25%	7,72%	69,14%
Poradenstvo poskytované CPK a RPIC	4,01%	10,80%	8,95%	14,20%	62,04%
Podpora zo štrukturálnych fondov pre MSP	1,23%	9,88%	7,10%	20,06%	61,73%
Mikropôžičky pre začínajúcich podnikateľov	8,95%	12,96%	6,48%	20,37%	56,79%
Príspevky úradu práce na zamestnancov	6,48%	9,26%	14,81%	20,37%	49,07%
Príspevky úradu práce na začatie SZČ	12,96%	14,20%	17,59%	25,31%	29,94%

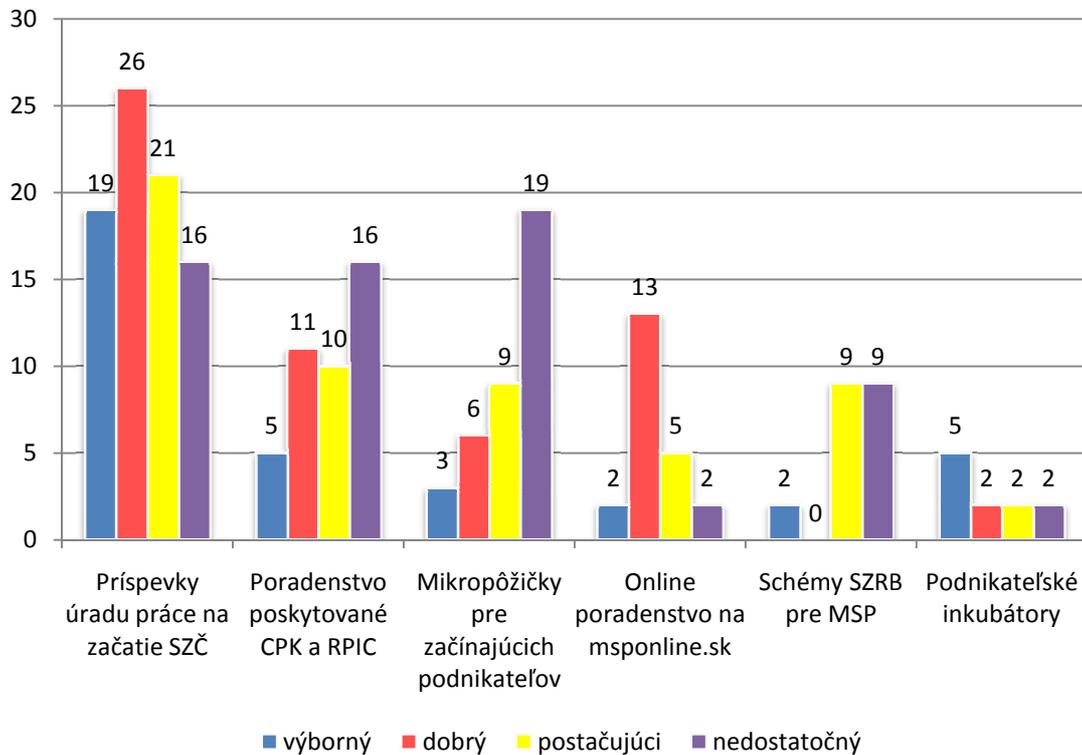
Z výsledkov prieskumu vyplýva, že existujúce podporné programy s výnimkou podpory poskytovanej prostredníctvom úradov práce, sociálnych vecí a rodiny veľká väčšina mladých podnikateľov ani nepozná. Mladí podnikatelia nepoznajú podporné programy Národnej agentúry pre rozvoj malého a stredného podnikania (56,79% nepozná mikropôžičkovú schému; 69,14% nemá vedomosť o tom, že existuje možnosť využiť podnikateľské či technologické inkubátory, resp. online poradenstvo cez agentúrny portál msonline.sk). Schémy SZRB nepozná viac ako 73% mladých podnikateľov, pričom ďalších viac ako 12% ich považuje za nedostatočné. **Znalosť podporných programov vo všeobecnosti je viac ako neuspokojivá. Respondenti prejavili najväčšiu spokojnosť s podporným príspevkom na začatie činnosti SZČO, ktorý ocenilo ako výborný, resp. dobrý viac ako 27% respondentov. Na konci tohto rebríčka sú podporné programy SZRB, s ktorými vyjadrilo spokojnosť len niečo viac ako 6% respondentov.**

Graf: Prínos podporných programov pre začínajúceho podnikateľa



Pre správnosť treba dodať, že objektívne zhodnotiť jednotlivé programy môžu len tí podnikatelia, ktorí majú s daným programom reálnu skúsenosť, resp. ho dobre poznajú. Štruktúra dotazníka nám týmto spôsobom umožnila vyselektovať skutočnosti uvedené v grafe č. 13.

Graf: Hodnotenie podporných programov tou skupinou mladých podnikateľov, ktorí ich poznajú, resp. aj ich reálne využili



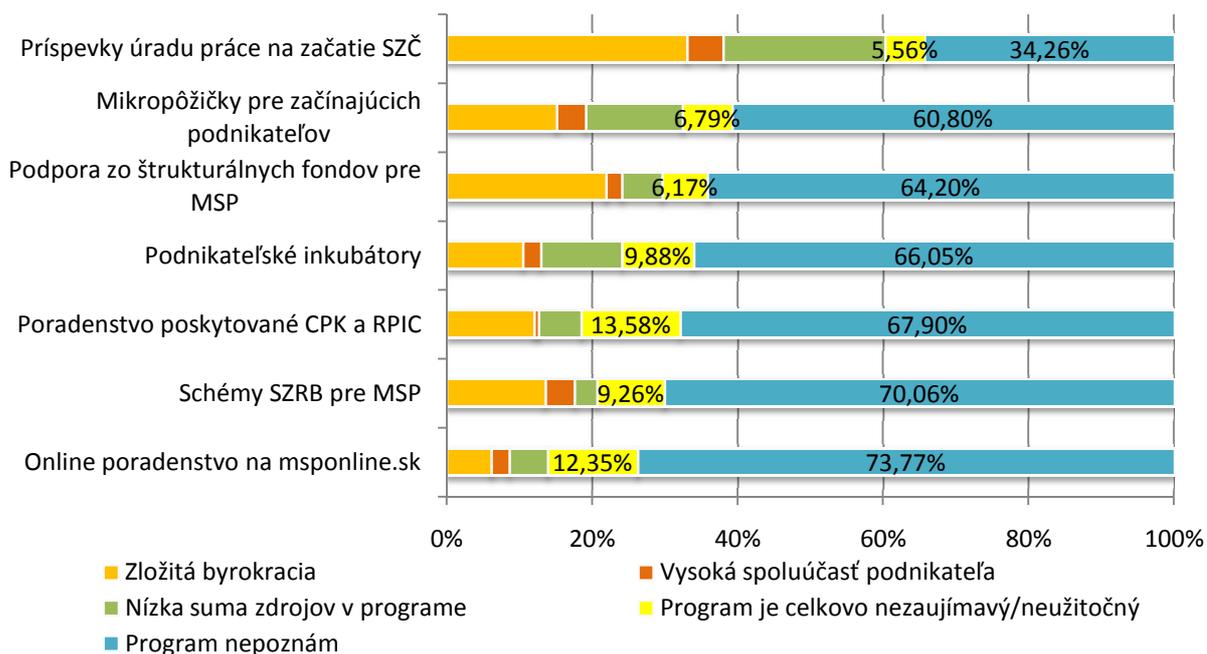
Hodnotenie existujúcich podporných programov je z pohľadu podnikateľov, ktorí ich poznajú o niečo priaznivejšie ako u celkovej populácie. Mladí podnikatelia vyjadrujú relatívnu spokojnosť s programom príspevkov úradov práce (takmer 55% respondentov, ktorí program poznajú, ho označilo ako výborný, resp. dobrý). Naproti tomu podnikatelia pomerne kriticky vnímajú mikropôžičkový program (len 24% ho označilo za výborný, resp. dobrý) a schémy SZRB pre MSP (len 10% ich označilo za výborné, resp. dobré).

V čom vidíte významné nedostatky existujúcich podporných programov?

Prostredníctvom tejto otázky sme analyzovali nedostatky v existujúcich podporných programoch. Vzhľadom na skutočnosť, že najčastejšou odpoveďou bola odpoveď respondentov „program nepoznám“, výsledky položenej otázky nenaplnili svoj potenciál. Naznačujú však, že pre mladých podnikateľov sú v najmenšej miere užitočné poradenské programy poskytované prostredníctvom CPK a RPIC ako aj online poradenstvo NARMSP.

Viac ako polovica mladých podnikateľov, ktorí poznajú proces priznávania príspevku od úradov práce na začatie samostatnej zárobkovej činnosti, hodnotí program ako zbytočne byrokratický. Mladí podnikatelia by súčasne ocenili viac finančných prostriedkov v podporných programoch úradov práce (každý tretí podnikateľ, ktorý program pozná) ako aj v mikropôžičkovej schéme a inkubátorovom programe (4 z 10 podnikateľov, ktorí program poznajú).

Graf : V čom vidíte významné nedostatky existujúcich podporných programov?



Súhlasíte s tvrdením, že pre úspech začínajúcich podnikateľov je dôležitejší kvalitný mentoring ako dostupnosť finančných zdrojov poskytovaných za zvýhodnených podmienok?

Tabuľka: Je kvalitný mentoring pre začínajúceho podnikateľa dôležitejší ako prístup k zvýhodneným finančným zdrojom?

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom v %
áno	141	98	239	67,79%	84,48%	73,77%
nie	67	18	85	32,21%	15,52%	26,23%
Celkom	208	116	324	100,00%	100,00%	100,00%

Odpoveď	Ako dlho podnikáte?				Celkom
	do 1 roka	1 - 3 roky	4 - 6 rokov	7 a viac rokov	
áno	99	72	37	31	239
nie	27	28	12	18	85
Celkový súčet	126	100	49	49	324
áno v %	78,6%	72,0%	75,5%	63,3%	73,8%
nie v %	21,4%	28,0%	24,5%	36,7%	26,2%

Odpoveď	Najvyššie dosiahnuté vzdelanie					Celkom
	základné	stredoškolské bez maturity	stredoškolské s maturitou	vysokoškolské	iné	
áno	8	12	116	102	1	239
nie	3	2	29	49	2	85
Celkový súčet	11	14	145	151	3	324
áno v %	72,7%	85,7%	80,0%	67,5%	33,3%	73,8%
nie v %	27,3%	14,3%	20,0%	32,5%	66,7%	26,2%

73,77% respondentov si myslí, že pre mladého podnikateľa je dôležitejší kvalitný mentoring ako prístup ku zvýhodneným finančným zdrojom. Ak sa pozrieme na jednotlivé segmenty, tak môžeme konštatovať, že s týmto tvrdením súhlasia viac ženy (84,48%) ako muži (67,79%). Z výsledkov ďalej vyplýva, že toto tvrdenie vo väčšej miere schvaľujú menej vzdelaní podnikatelia (80% stredoškolsky vzdelaných s maturitou vs. 67,5% vysokoškolsky vzdelaných podnikateľov). Podpora uvedeného výroku klesá s pribúdajúcou dĺžkou podnikania.

Súhlasíte s tvrdením, že podporné programy by mali byť zamerané na tréningy, poradenstvo, mentoring a uľahčenie prístupu k financovaniu podnikateľských zámerov?

V položenej otázke sme predpokladali vysokú mieru súhlasu, čo sa aj potvrdilo, pretože 24 z 25 podnikateľov s uvedeným výrokom súhlasí. Väčšia miera súhlasu je medzi ženami, až 98,28% zo žien súhlasí s výrokom, že podporné programy majú byť zamerané na tréningy, poradenstvo, mentoring a uľahčenie prístupu k financovaniu podnikateľských zámerov.

1.2.2 Skupina otázok týkajúcich sa začiatku podnikania

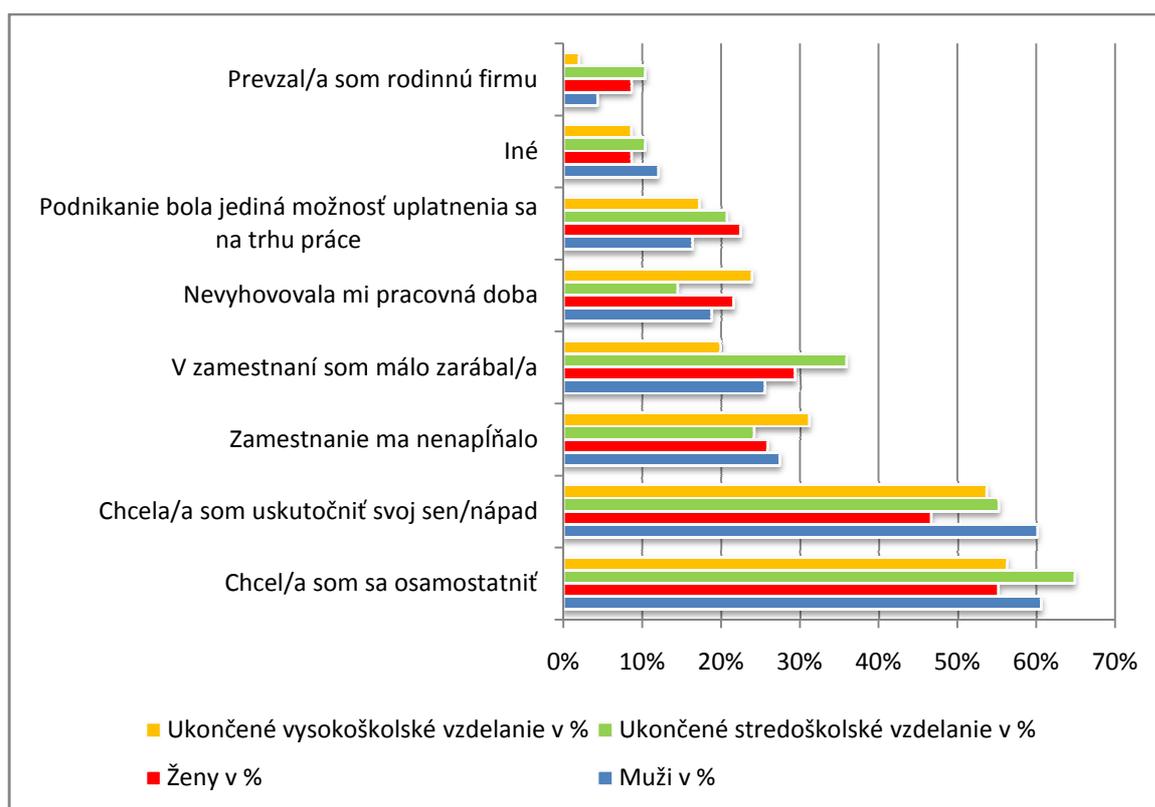
Aké boli dôvody, ktoré Vás viedli k začatiu podnikania?

Tabuľka: Motívy začatia podnikania

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom v %
Chcel/a som sa osamostatniť	126	64	190	60,58%	55,17%	58,64%
Chcela/a som uskutočniť svoj sen/nápad	125	54	179	60,10%	46,55%	55,25%
Zamestnanie ma nenapĺňalo	57	30	87	27,40%	25,86%	26,85%
V zamestnaní som málo zarábal/a	53	34	87	25,48%	29,31%	26,85%
Nevyhovovala mi pracovná doba	39	25	64	18,75%	21,55%	19,75%
Podnikanie bola jediná možnosť uplatnenia sa na trhu práce	34	26	60	16,35%	22,41%	18,52%
Iné	25	10	35	12,02%	8,62%	10,80%
Prevzal/a som rodinnú firmu	9	10	19	4,33%	8,62%	5,86%

Cieľom otázky bolo zistiť najčastejšie motívy, ktoré vedú mladých ľudí k podnikaniu. Respondenti mohli zaškrtnúť ľubovoľný počet odpovedí. Z výsledkov vyplýva, že výrazne prevažujú pozitívne motívy nad motívmi negatívnymi. Za najčastejšie motívy vedúce k podnikaniu označili respondenti chuť sa osamostatniť (58,64%) a uskutočniť svoj sen/nápad (55,25%). Za týmito motívmi s odstupom nasledujú tzv. negatívne motívy, medzi ktoré patria možnosti, že zamestnanie respondentov nenapĺňalo, resp. že v ňom málo zarábali (zhodne po 26,85%). Zaujímavým motívom sa ukazuje tvrdenie, že podnikanie bolo jedinou možnosťou uplatnenia na trhu práce s 18,52% podielom v odpovediach respondentov. Tento dôvod častejšie uvádzali ženy ako muži (22,41% oproti 16,35%). Ženy takisto častejšie prevzali rodinnú firmu (8,62% oproti 4,33%). Motívy sú naprieč rôznymi skupinami respondentov pomerne homogénne, čo ilustruje aj nasledovný graf. Za zmienku stojí fakt, že respondentov s ukončeným stredoškolským vzdelaním s maturitou motivuje nedostatočná výška mzdy v zamestnaní k podnikaniu takmer dvojnásobne častejšie ako vysokoškolsky vzdelaných ľudí (19,87% vs. 35,86%).

Graf: Motívy začatia podnikania podľa pohlavia a vzdelania



Ako vznikol Váš podnikateľský nápad?

Tabuľka: Ako vznikol Váš podnikateľský nápad?

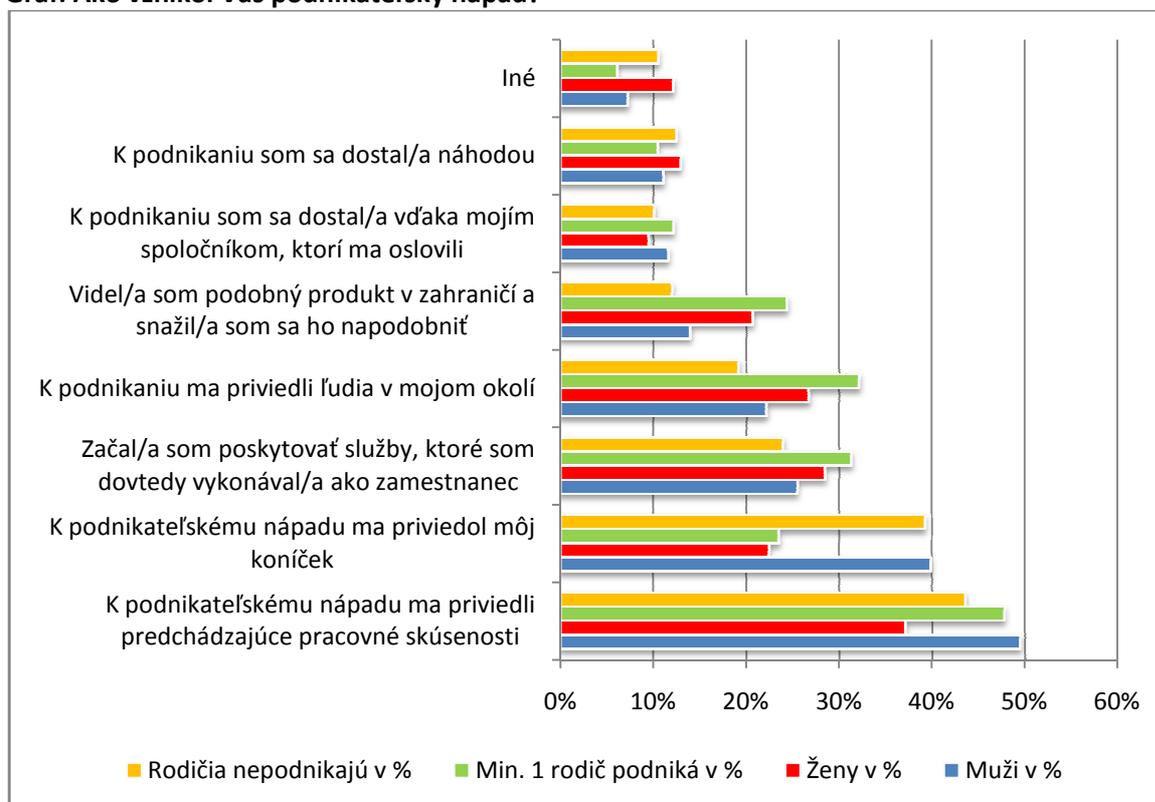
Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom v %
K podnikateľskému nápadu ma priviedli predchádzajúce pracovné skúsenosti	103	43	146	49,52%	37,07%	45,06%
K podnikateľskému nápadu ma priviedol môj koníček	83	26	109	39,90%	22,41%	33,64%
Začal/a som poskytovať služby, ktoré som dovtedy vykonával/a ako zamestnanec	53	33	86	25,48%	28,45%	26,54%
K podnikaniu ma priviedli ľudia v mojom okolí	46	31	77	22,12%	26,72%	23,77%
Videl/a som podobný produkt v zahraničí a snažil/a som sa ho napodobniť	29	24	53	13,94%	20,69%	16,36%
K podnikaniu som sa dostal/a vďaka mojím spoločníkom, ktorí ma oslovili	24	11	35	11,54%	9,48%	10,80%
K podnikaniu som sa dostal/a náhodou	23	15	38	11,06%	12,93%	11,73%
Iné	15	14	29	7,21%	12,07%	8,95%

Množstvo ľudí by veľmi rado podnikalo, avšak nemajú podnikateľský nápad a nevedia v čom podnikat'. Práve tejto problematike sme sa venovali samostatnú otázku, v ktorej mohli respondenti vybrať ľubovoľné množstvo odpovedí. Za najčastejší impulz vedúci k podnikateľskému nápadu boli označené predchádzajúce pracovné skúsenosti (45,06%). Druhým najčastejším impulzom k podnikaniu bola záľuba podnikateľov reprezentovaná 33,64%. 26,54% respondentov priznalo, že podnikat' začalo tým spôsobom, že jednoducho začali poskytovať služby, ktoré predtým vykonávali ako zamestnanci. V tejto skupine je akiste zastúpený podiel tzv. „nútených živností“, z konštrukcie odpovedí v otázke však nemožno posúdiť, aký je veľký. Ďalší podstatný impulz k podnikaniu poskytli mladým podnikateľom ľudia v ich okolí (23,77%) a 16,36% mladých podnikateľov sa inšpirovalo v zahraničí a skúsilo napodobniť úspešný podnikateľský koncept.

Je zaujímavé sledovať odlišnosti impulzov k podnikaniu medzi pohlaviami. Ženy sa v oveľa menšej miere (22,41%) pokúšajú komercionalizovať svoj koníček ako muži (39,90%). Ženy takisto na rozbeh svojho podnikania v menšej miere využívajú predchádzajúce pracovné skúsenosti ako muži (37,07 oproti 49,52%). Ostatné rozdiely medzi pohlaviami nie sú tak významné.

Výborným rozlišovacím kritériom impulzov k podnikaniu sa ukázalo rodinné podnikateľské zázemie. Tí respondenti, ktorí majú aspoň jedného rodiča podnikateľa, za druhý najčastejší impulz k podnikaniu uviedli ľudí vo svojom okolí (32,17% oproti 19,14% u respondentov z nepodnikateľskej rodiny). Táto skupina respondentov tiež preukazuje oveľa vyššiu odvahu zrealizovať a napodobniť zahraničný podnikateľský koncept/product (24,35%) ako respondenti z nepodnikateľskej rodiny (11,96%). Týchto naopak priviedla k podnikaniu oveľa častejšie ich záľuba (39,23% vs. 23,48%).

Graf: Ako vznikol Váš podnikateľský nápad?



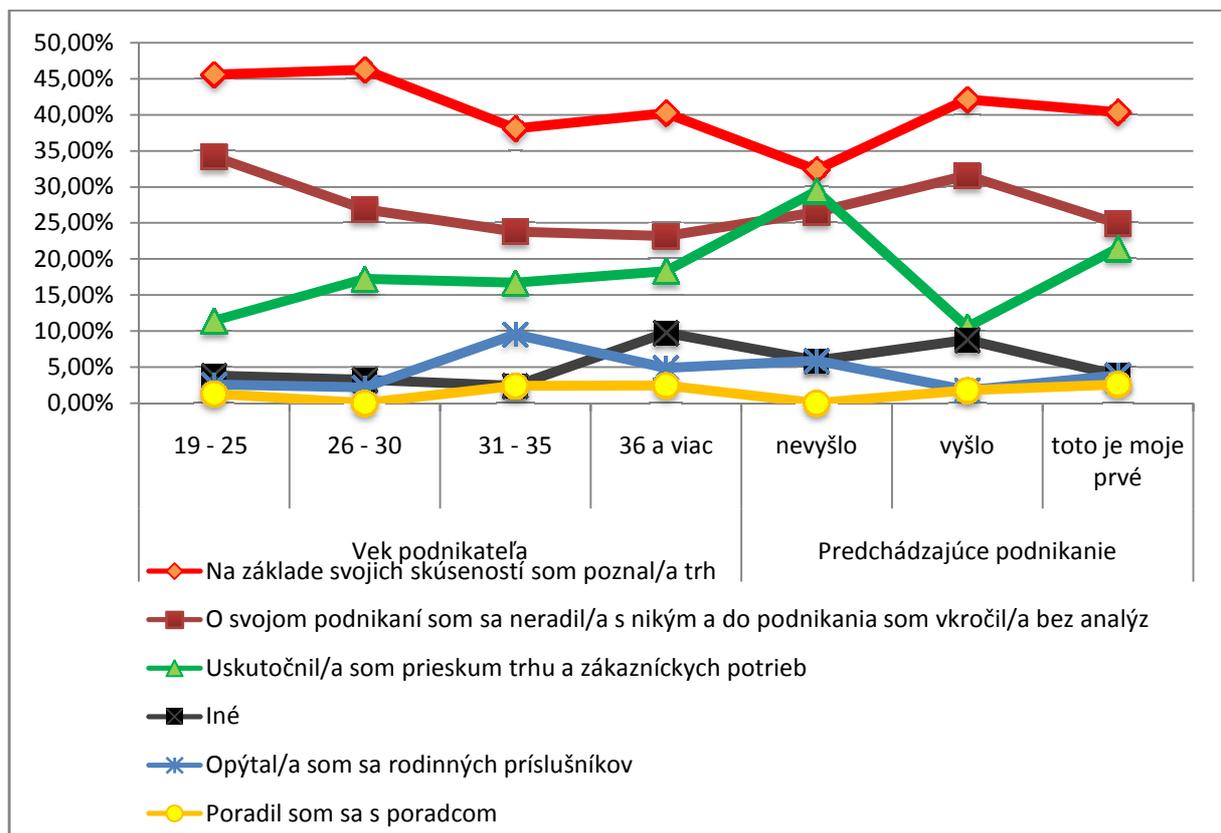
Na základe čoho ste posúdili životaschopnosť Vášho podnikateľského nápadu?

Tabuľka: Ako ste posudzovali Váš podnikateľský nápad?

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom v %
Na základe svojich skúseností som poznal/a trh a jeho ekonomické parametre	87	42	129	41,83%	36,21%	39,81%
O svojom podnikaní som sa neradil/a s nikým a do podnikania som vkročil/a bez analýz	60	25	85	28,85%	21,55%	26,23%
Uskutočnil/a som prieskum trhu a zákazníckych potrieb	38	28	66	18,27%	24,14%	20,37%
Iné	9	7	16	4,33%	6,03%	4,94%
Opýtal/a som sa rodinných príslušníkov	4	8	12	1,92%	6,90%	3,70%
Už si nespomínam	6	3	9	2,88%	2,59%	2,78%
Poradil som sa s poradcom	4	3	7	1,92%	2,59%	2,16%

Z vyhodnotenia otázky vyplýva, že viac ako štvrtina respondentov vhupla do podnikania bez akéhokoľvek posudzovania. Nadpriemerne „nezodpovednou“ skupinou boli prekvapujúco podnikatelia podnikajúci v obchode (29,27%), v sektore služieb tento podiel predstavoval 26,27% a vo výrobe 16%. Z porovnania jednotlivých skupín vyplýva, že **ženy do podnikania vstupujú uvážlivejšie ako muži, pretože častejšie uskutočňujú prieskum trhu a o niečo častejšie sa o svojom budúcom podnikaní radia. Muži naopak viac veria svojmu úsudku a tomu, že na základe svojich skúseností poznajú trh** (41,83% oproti 36,21% u žien).

Graf č. 18: Ako ste posudzovali Váš podnikateľský nápad?



Uvedený graf ukazuje, že **prípravenosť na podnikanie sa zlepšuje so stúpajúcim vekom podnikateľa. Taktiež sa preukázalo, že podnikatelia, ktorí skladajú „reparát“, t.j. v predchádzajúcom podnikaní neuspeli, sú viac pripravení ako „prvopodnikatelia“ a tí sú o niečo lepšie pripravení ako podnikatelia, ktorí už okúsili úspech** – tento akoby otupil ich ostražitosť, keď vo viacerých ukazovateľoch vychádzajú ako najmenej pripravená skupina na podnikanie.

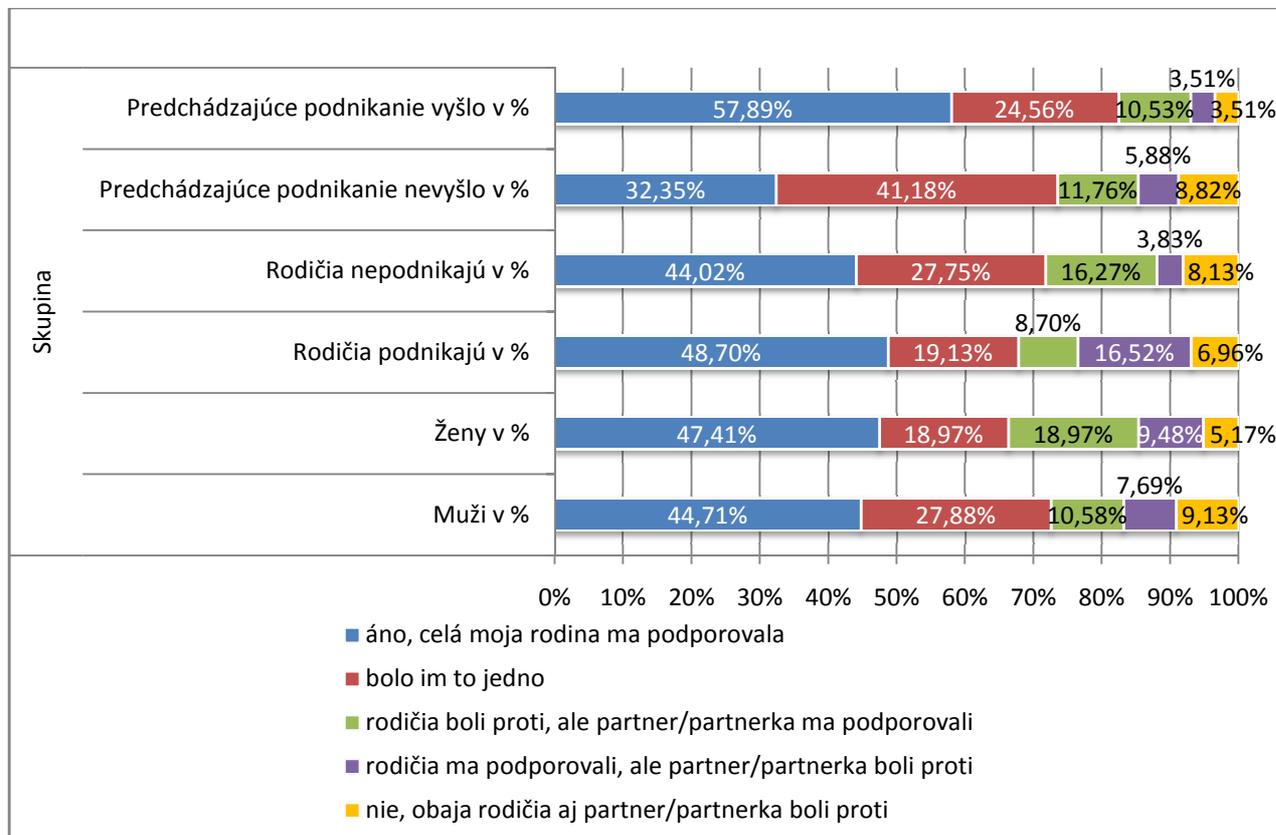
Podporovali Vás Vaši najbližší príbuzní v podnikateľskom úsilí a rozhodnutí podnikat'?

Tabuľka: Postoj príbuzných k podnikaniu

Odpoveď	muž	žena	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom v %
áno, celá moja rodina ma podporovala	93	55	148	44,71%	47,41%	45,68%
bolo im to jedno	58	22	80	27,88%	18,97%	24,69%
rodičia ma podporovali, ale partner/partnerka boli proti	16	11	27	7,69%	9,48%	8,33%
rodičia boli proti, ale partner/partnerka ma podporovali	22	22	44	10,58%	18,97%	13,58%
nie, obaja rodičia aj partner/partnerka boli proti	19	6	25	9,13%	5,17%	7,72%

Postoj rodičov k plánom svojich detí podnikat' sa na prvý pohľad veľmi nelíši - mužov podporuje celá rodina v 44,71% prípadov, kým ženy až 47,41% prípadov. Detailnejší pohľad však odhaľuje, že rodičia s podnikaním častejšie nesúhlasia u žien ako u mužov (18,97% prípadov oproti 10,58%).

Graf: Postoj príbuzných k podnikaniu



Graf ukazuje, že pokiaľ budúci podnikateľ vyrastá v podnikateľskej rodine, môže sa s veľkou pravdepodobnosťou oprieť o podporu svojich rodičov a prípadná miera nesúhlasu rodičov s podnikaním sa znižuje až o polovicu. Ako významné rozlišovacie kritérium sa logicky ukázala predchádzajúca pozitívna, resp. negatívna podnikateľská skúsenosť. Ak podnikateľ pri svojom prvom podnikaní zlyhal, súhlas najbližšieho okolia, resp. najmä rodičov s ďalším podnikaním rapídne klesá.

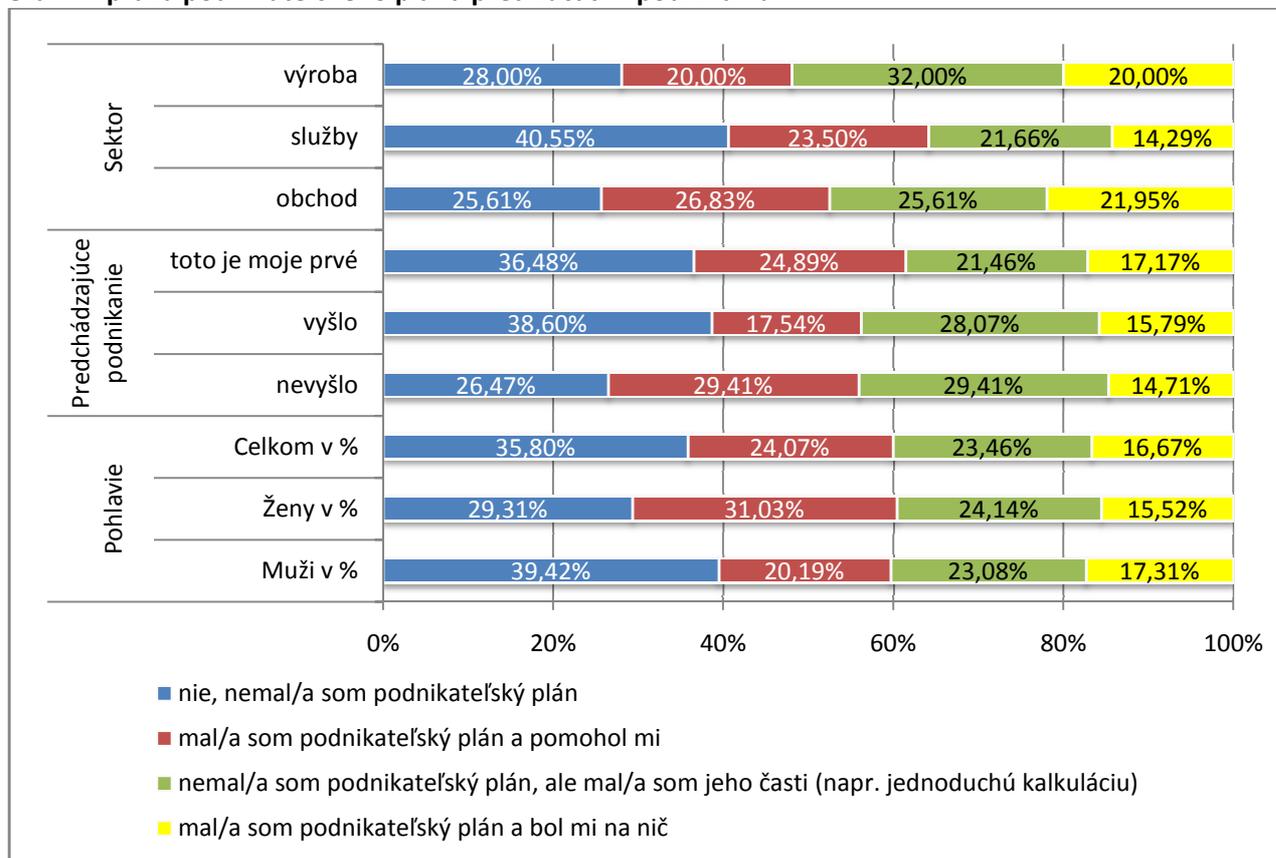
Mali ste pri začatí podnikania spracovaný podnikateľský plán. Ak áno, do akej miery Vám pomohol?

Tabuľka : Príprava podnikateľského plánu pred začatím podnikania

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom v %
nie, nemal/a som podnikateľský plán	82	34	116	39,42%	29,31%	35,80%
mal/a som podnikateľský plán a pomohol mi	42	36	78	20,19%	31,03%	24,07%
nemal/a som podnikateľský plán, ale mal/a som jeho časti (napr. jednoduchú kalkuláciu)	48	28	76	23,08%	24,14%	23,46%
mal/a som podnikateľský plán a bol mi na nič	36	18	54	17,31%	15,52%	16,67%

Odpovede týkajúce sa prípravy podnikateľského plánu potvrdzujú, že ženy do podnikania vstupujú po starostlivejšej príprave. Kým až 39,42% mužov uviedlo, že pred začatím podnikania nezostavovalo podnikateľský plán, u žien to bolo len 29,31%. Ženy takisto vo väčšej miere uviedli, že ak mali zostavený podnikateľský plán, tento im aj pomohol (31,03% oproti 20,19% mužov).

Graf: Príprava podnikateľského plánu pred začatím podnikania



Tak ako pri otázke o spôsobe posudzovania potenciálu podnikateľského nápadu začínajúcich podnikateľov aj pri tejto otázke sme sa bližšie pustili do analýzy skupiny, ktorá už mala predchádzajúcu podnikateľskú skúsenosť. Výsledky ukazujú, že tí podnikatelia, ktorí majú za sebou prvý podnikateľský neúspech, pred začatím podnikania častejšie pripravujú podnikateľský plán (73,53%), resp. jeho jednoduchú podobu ako „prvopodnikatelia“ (63,52%), resp. podnikatelia, ktorí už majú za sebou úspešné podnikanie (61,40%). Z pohľadu sektorového zamerania podnikateľské plány v najmenšej miere zostavujú podnikatelia v sektore služieb (až 40,55% podnikateľov v službách nemalo pred štartom podnikania akýkoľvek plán), kým vo výrobe to bolo 28% a v obchode 25,61%.

Analýza preukázala, že pri ochote zostavovať podnikateľský plán pred začatím podnikania nezáleží na tom či má mladý človek pochádza z podnikateľskej rodiny, resp. ani to, akú úroveň vzdelania dosiahol. Plán napr. vôbec nezostavovalo 39,07% vysokoškolsky vzdelaných respondentov, kým u stredoškolsky vzdelaných s maturitou to bolo len 33,79%.

Myslíte si, že muži aj ženy majú rovnaké šance dostať sa k dobrým príležitostiam pre začatie nového biznisu?

77,47% respondentov je toho názoru, že muži aj ženy majú rovnaké šance dostať sa k dobrým príležitostiam pre začatie nového podnikania. Existuje však významný rozdiel medzi mierou súhlasu mužov a žien. Kým

v skupine mužov s uvedeným výrokom súhlasí 85,58% respondentov, u žien je to len 62,93%. Miera súhlasu s týmto výrokom je najvyššia u menej vzdelaných respondentov (skupina stredoškolsky vzdelaných ľudí bez maturity súhlasila až v 92,86% prípadov, respondenti s maturitou v 77,93% prípadov a miera súhlasu vysokoškolsky vzdelaných respondentov dosiahla len 74,17%). Miera súhlasu klesá aj so stúpajúcim vekom podnikateľov, skúsenejší podnikatelia teda častejšie identifikujú bariéry pri začiatkoch podnikania žien.

Ak ste mali počas svojho štúdia predmet, ktorý sa zaoberal podnikaním, ako Vás ovplyvnil?

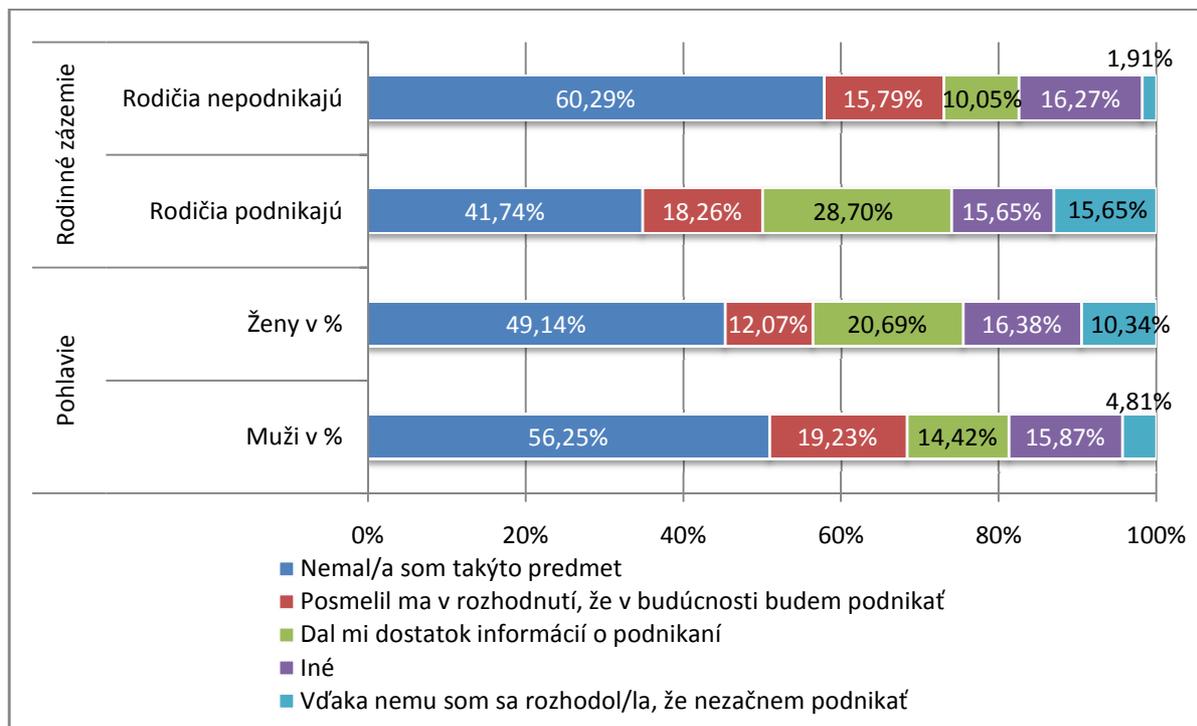
Tabuľka : Vplyv školského predmetu zaoberajúceho sa podnikaním

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom v %
Nemal/a som takýto predmet	117	57	174	56,25%	49,14%	53,70%
Posmelil ma v rozhodnutí, že v budúcnosti budem podnikateľ	40	14	54	19,23%	12,07%	16,67%
Dal mi dostatok informácií o podnikaní	30	24	54	14,42%	20,69%	16,67%
Iné	33	19	52	15,87%	16,38%	16,05%
Vďaka nemu som sa rozhodol/la, že nezačnem podnikateľ	10	12	22	4,81%	10,34%	6,79%

Viac ako polovica respondentov (53,70%) uviedla, že na škole nemala predmet zaoberajúci sa podnikaním. Z tých, ktorí tento predmet mali, rovnomerne uviedli (po 16,67%), že ich predmet posmelil v rozhodnutí, že v budúcnosti budú podnikateľ a že im dal dostatok informácií o podnikaní, čo môžeme označiť za povzbudzujúci fakt. Necelých 7% sa po absolvovaní predmetu rozhodlo, že podnikateľ nebudú.

Zaujímavým zistením je fakt, že v rodinách, v ktorých aspoň jeden rodič podniká, deti vo väčšej miere absolvujú štúdium/predmet, na ktorom je dostupná určitá forma podnikateľského vzdelávania (60,29% oproti 41,74% v tzv. „nepodnikateľských“ rodinách).

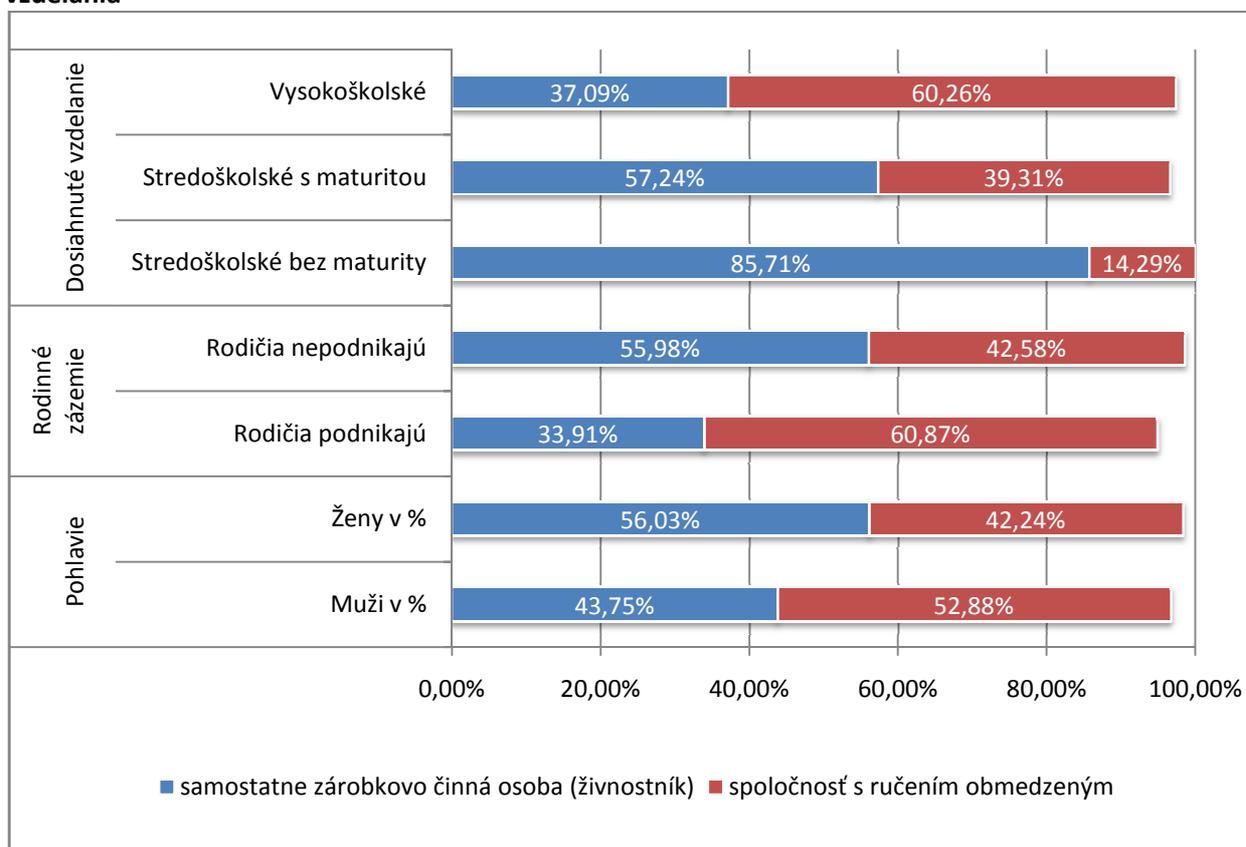
Graf: Vplyv školského predmetu zaoberajúceho sa podnikaním



Akú právnu formu podnikania má Vaša firma?

Vo výberovom súbore sú takmer rovnomerne zastúpení podnikatelia podnikajúci formou živnosti 48,15% a formou spoločnosti s ručením obmedzeným 49,07%. Aj vzhľadom na to, že iné formy podnikania tvorili menej ako 3%, od týchto sme pri detailnejšej analýze skupín abstrahovali.

Graf: Právna forma podnikania respondentov podľa pohlavia, rodinného podnikateľského zázemia a vzdelania



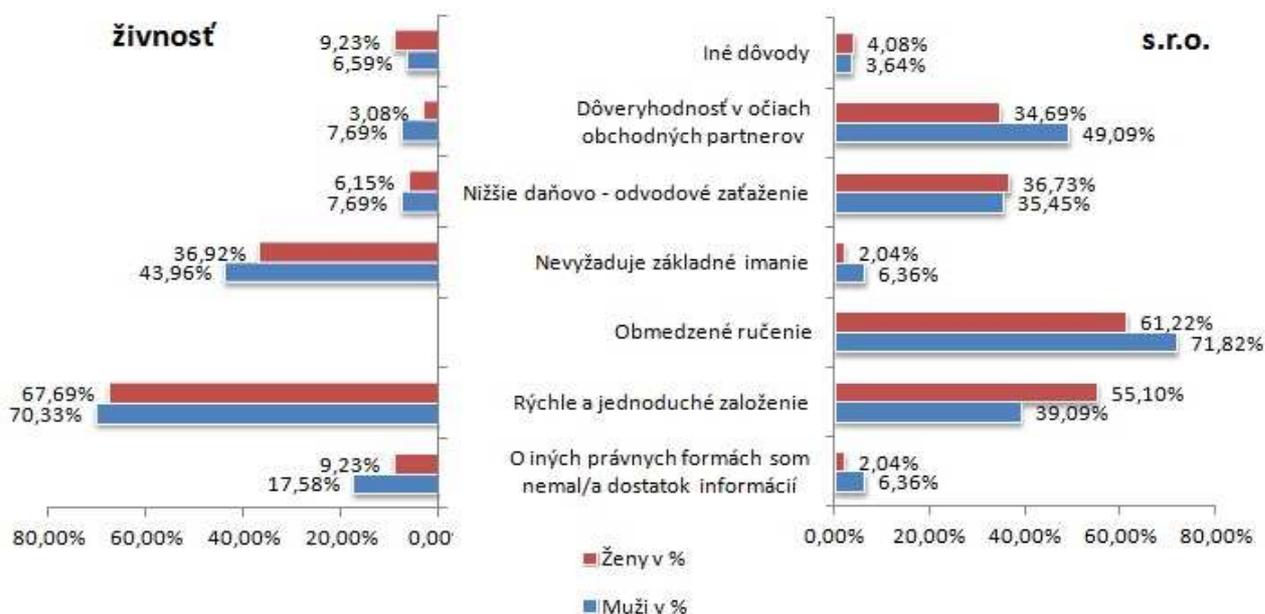
Výber právnej formy významným spôsobom ovplyvňuje skutočnosť či v rodine rodičia podnikajú alebo nie. Kým v podnikateľskej rodine respondenti zvolili podnikanie formou s.r.o. v 60,87 % prípadov, v nepodnikateľských rodinách len v 42,58 % prípadov. Takisto platí, že čím vyšší stupeň vzdelania respondent dosiahol, tým častejšie podniká formou s.r.o.. U vysokoškolsky vzdelaných podnikateľov tento podiel dosiahol 60,26 %, u stredoškolsky vzdelaných s maturitou len 39,31 %. Prieskum tiež odhalil, že podnikanie formou s.r.o. volia častejšie muži ako ženy (52,88% oproti 42,24%), čo však môže byť dôsledok toho, že ženy častejšie navštevujú školenia úradov práce kvôli príspevku na začatie podnikania – tento sa poskytuje pri podnikaní formou živnosti.

Prečo ste si vybrali právnu formu, akú máte v súčasnosti?

Kým pre podnikanie formou živnosti sa mladí začínajúci podnikatelia najčastejšie rozhodujú kvôli tomu, že je jednoduché a rýchle živnosť založiť (69,23%) a preto, že nevyžaduje základné imanie (41,03%), podnikanie formou s.r.o. si podnikatelia vyberajú kvôli obmedzenému ručeniu (68,55%), zvýšeniu dôveryhodnosti v očiach obchodných partnerov (44,65%) rýchlemu a jednoduchému zakladaniu (44,03%) a nižšiemu daňovo-odvodovému zaťaženiu. Je prekvapujúce, že nižšie daňovo-odvodové zaťaženie je menej často uvádzaný argument pre zakladanie s.r.o. ako je tzv. „marketingový efekt s.r.o.“ v porovnaní

s podnikaním na živnosť. Tento viac emocionálne ladený ako racionálne podložený argument uvádzali častejšie muži (až 49,09%) ako ženy (34,69%).

Graf: Dôvody výberu právnej formy podnikania respondentov



Mali ste pri zakladaní podniku dostatok kapitálu?

Len 29,94% mladých podnikateľov uviedlo, že pri zakladaní podniku malo dostatok kapitálu. Toto percento je prekvapivo nízke a svedčí o tom, že ak sa podnikateľ rozhodne podnikáť, neodradí ho ani prípadný nedostatok finančných zdrojov. Koniec koncov 22,22% podnikateľov priznalo, že potrebné zdroje neskôr získalo. Zaujímavé v tomto kontexte by bolo zistenie ako nedostatok štartovacieho kapitálu ovplyvnil následné podnikanie, na to sme sa však v tomto prieskume nepýtali. Otázky spojené s financovaním podnikania by totiž mohli byť predmetom samostatného prieskumu.

Prieskum odhalil, že mladí podnikatelia vyrastajúci v podnikateľskej rodine majú častejšie zabezpečený dostatok štartovacieho kapitálu (41,74%) ako ostatná populácia (23,44%). Ak porovnáваме pohlavia, tak sa opäť preukázalo, že ženy podnikanie nielenže starostlivejšie zvažujú, ale majú tiež častejšie zabezpečený potrebný štartovací kapitál v porovnaní s mužmi (37,07% oproti 25,96%).

Odkiaľ ste mali začiatkový kapitál na podnikanie?

Tabuľka: Zdroje štartovacieho kapitálu

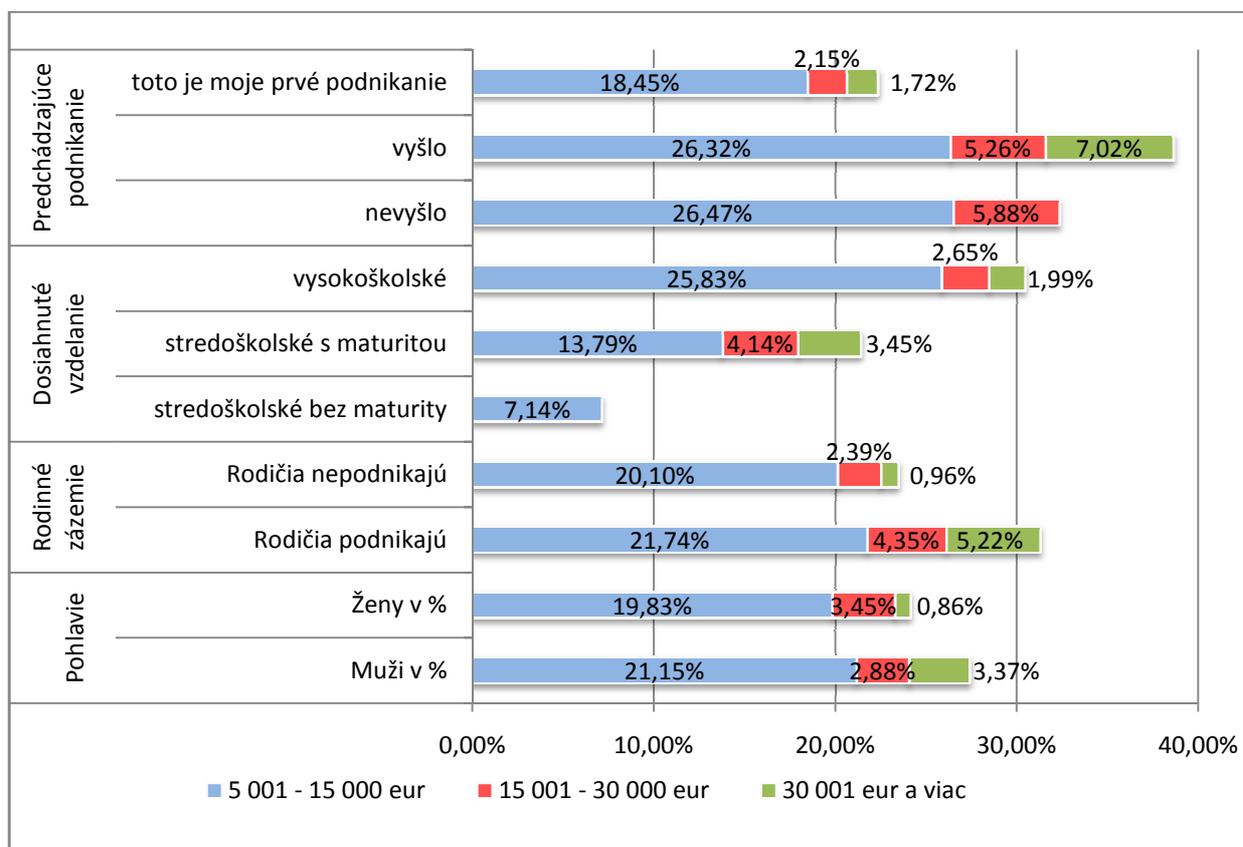
Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
K rozbehu podnik. som nepotreboval/a takmer žiaden kapitál	46	26	72	22,12%	22,41%	22,22%
Vlastné úspory	133	71	204	63,94%	61,21%	62,96%
Pôžička od rodiny alebo známych	44	25	69	21,15%	21,55%	21,30%
Bankový úver	17	11	28	8,17%	9,48%	8,64%
Štrukturálne fondy	12	12	24	5,77%	10,34%	7,41%
Lízing	7	2	9	3,37%	1,72%	2,78%
Mikropôžička z NARMSP	5	2	7	2,40%	1,72%	2,16%
Rizikový kapitál	2	0	2	0,96%	0,00%	0,62%
Iné	32	22	54	15,38%	18,97%	16,67%

Dominantný zdrojom štartovacieho kapitálu (62,96%) sú vlastné úspory podnikateľov nasledované pôžičkami od rodiny alebo známych (21,30%). Odpovede medzi pohlaviami sú takmer identické. Bankový úver využilo pri štarte 8,64% podnikateľov, 7,41% využilo štrukturálne fondy (predpokladáme, že ešte v minulom programovacom období). Rizikový kapitál využili len 2 opytovaní respondenti, čo tvorí len 0,62%. Je zaujímavé, že každý piaty podnikateľ k rozbehu podnikania nepotreboval takmer žiaden kapitál.

Aký veľký bol Váš začiatkový kapitál?

Až 73,77% opýtaných podnikateľov uviedlo, že začínali s kapitálom do 5 000 eur, ďalších 20,68% uviedlo, že podnikanie začínali s kapitálom v rozmedzí od 5 000 do 15 000 eur. Z toho vyplýva, že približne 19 z 20 mladých podnikateľov začína podnikáť s kapitálom menším ako 15 000 eur. Nasledovný skladaný graf ilustruje podiel podnikateľov, ktorí začínali podnikáť s kapitálom väčším ako 5 000 eur na celkovom množstve podnikateľov. Graf ukazuje, že najviac peňazí mala pri rozbehu skupina mladých podnikateľov, ktorá už za sebou mala úspešnú podnikateľskú skúsenosť (38,60% z nich malo pri rozbehu viac ako 5 000 eur). Táto skupina bola nasledovaná skupinou podnikateľov, ktorí majú za sebou neúspešné podnikanie (32,35%). Skupina podnikateľov podnikajúca po prvý krát mala len v 22,32% prípadov pri rozbehu podnikania viac ako 5 000 eur. Zároveň platí, že čím vyšší stupeň vzdelania podnikateľa dosiahli, tým častejšie majú pri začatí podnikania k dispozícii vyšší kapitál. Rovnako nádejní podnikatelia vyrastajúci v podnikateľských rodinách majú častejšie k dispozícii vyšší štartovací kapitál ako tí, ktorých rodičia nepodnikajú.

Graf: Veľkosť začiatkového kapitálu



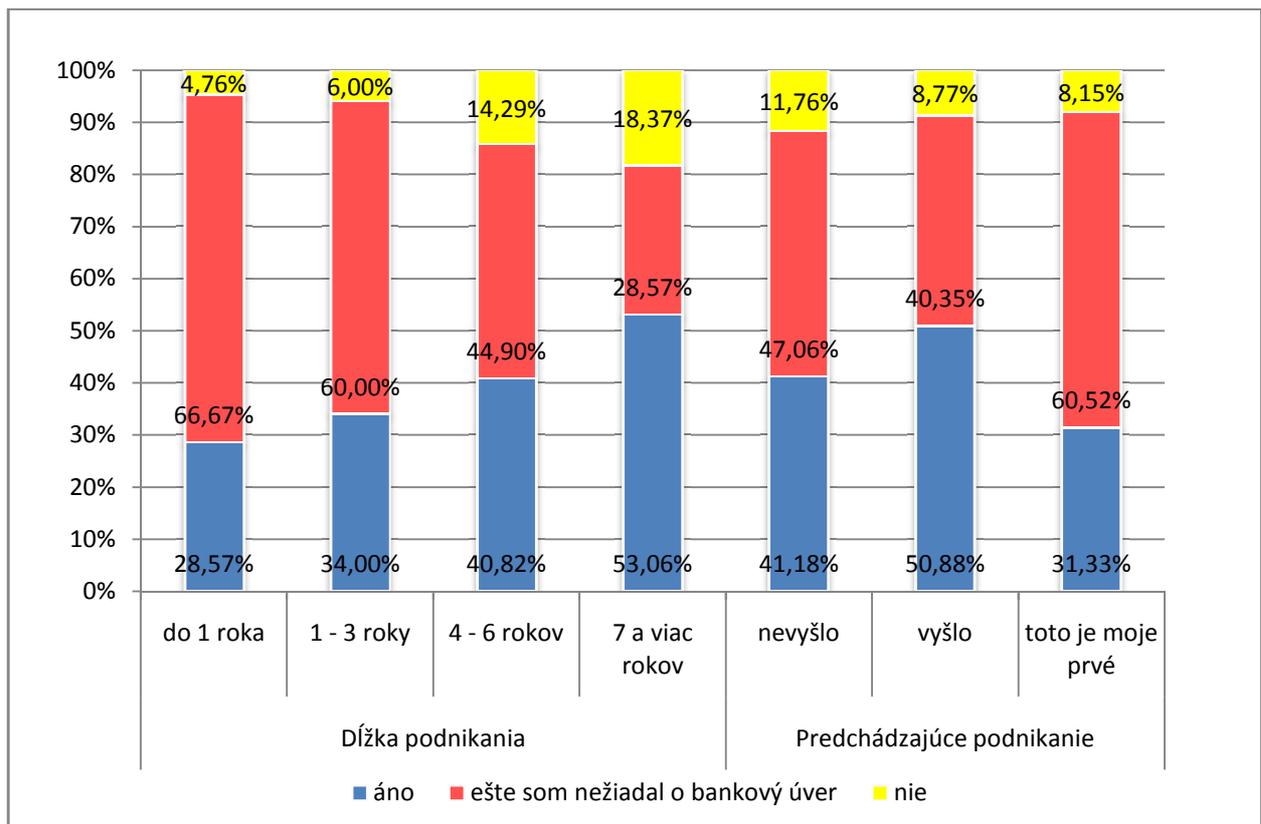
1.2.3 Skupina otázok týkajúcich sa prvých podnikateľských skúseností

Mali ste počas svojho podnikania problém so získaním prvého bankového úveru?

Otázkou o dostupnosti bankových zdrojov sme analyzovali reálnu situáciu zapojenia bánk do financovania mladých začínajúcich podnikateľov. Už z odpovedí na otázku o zdrojoch štartovacieho kapitálu vyplývalo, že bankové financovanie je len doplnkový a skôr výnimočný zdroj financovania v raných štádiách podnikania. Túto skutočnosť potvrdzujú aj výsledky otázky týkajúcej sa hodnotenia dostupnosti bankových zdrojov, kde 35,80% všetkých respondentov uviedlo, že mali problém získať bankový úver, pričom na opačnej strane len 8,64% respondentov uviedlo, že so získaním úveru problém nemali. Viac ako polovica (55,56%) opytovaných respondentov uviedla, že sa o bankové financovanie ani nepokúšala.

Graf potvrdzuje skutočnosť, že čím podnikateľ podniká dlhšie, tým skôr prišiel do kontaktu s bankou ohľadom financovania podnikateľských aktivít (len 28,57% podnikateľov podnikajúcich viac ako 7 rokov nežiadalo o bankový úver). Z tejto skupiny podnikateľov dosiahlo na bankové financovanie len 18,37%, kým viac ako polovica (53,06%) malo problém ho získať aj napriek svojej dlhej histórii. Môžeme teda konštatovať, že z podnikateľov, ktorí žiadali o bankové financovanie a mali viac ako 7 ročnú históriu, uspela s požiadavkou na bankové financovania len tretina z nich.

Graf: Hodnotenie dostupnosti bankových zdrojov



Akým spôsobom ste získali prvého zákazníka?

Prvým zákazníkom mladých podnikateľov často býva známy alebo člen rodiny, deje sa tak až v 28,09% prípadov, čo je takmer rovnaké percento ako pripadá na získanie zákazníka formou marketingovej kampane

(27,78%). Tretím najčastejším zdrojom sa ukázalo odporúčanie, na ktoré pripadlo 16,98% a skutočnosť, že prvý zákazník si našiel podnikateľa sám označilo 15,74% respondentov.

Čo sa týka rozdielov medzi pohlaviami, možno konštatovať, že muži viac pri získavaní prvého zákazníka využívajú svoju chuť a schopnosť sa sieťovať (čo sa preukázalo aj pri iných otázkach), kým ženy sa sebaistejšie cítia v známom prostredí, ktoré často býva zdrojom aj ich prvého zákazníka (36,21% oproti 23,56% u mužov). Tak u mužov ako aj žien bola marketingová kampaň rovnako častým zdrojom prvého zákazníka.

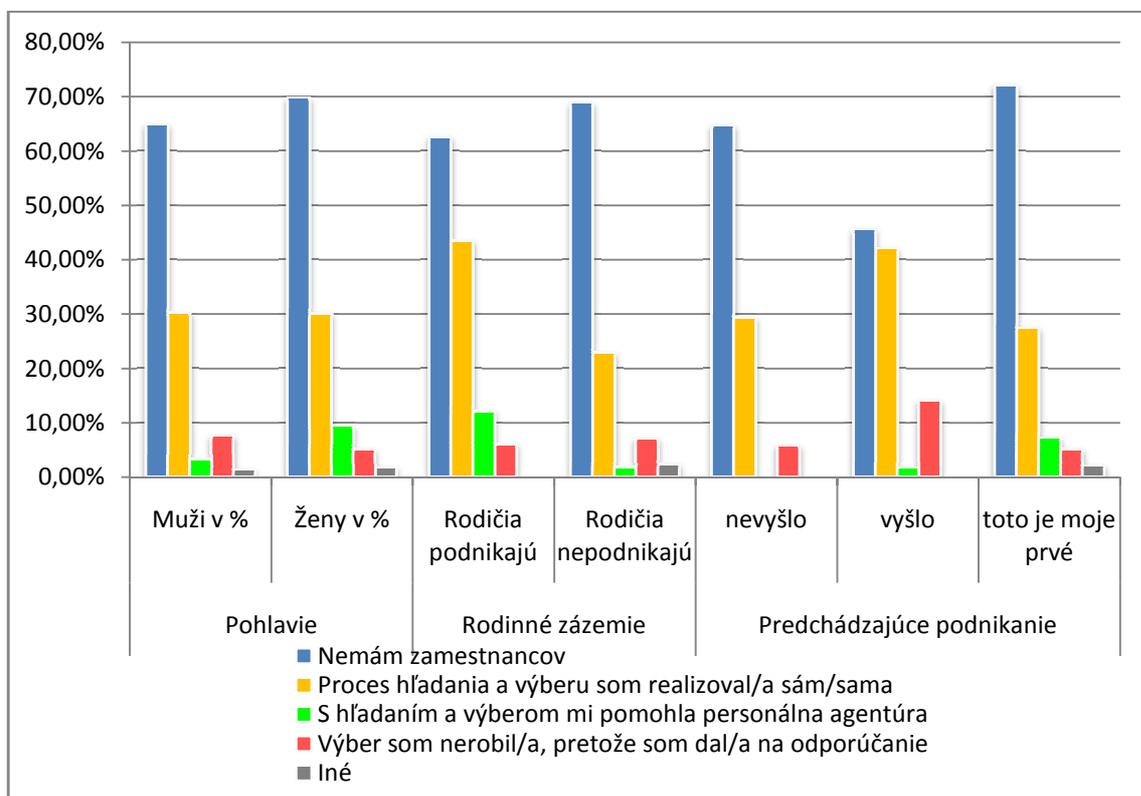
V odpovediach sa prejavujú skúsenosti s predchádzajúcim podnikaním ako aj vplyv rodičov podnikateľov. Podnikatelia, ktorí mali predchádzajúcu negatívnu skúsenosť s podnikaním, oveľa častejšie realizujú marketingovú kampaň ako ostatní – táto je zdrojom ich prvého zákazníka až v 41,18% prípadov (u „prvopodnikateľov“ len v 25,32%). Ak je mladý podnikateľ z podnikateľskej rodiny, tiež častejšie siahajú po marketingovej kampani.

Akým spôsobom ste získali prvého zamestnanca?

2/3 oslovených mladých podnikateľov nezamestnáva žiadnych zamestnancov, sú teda v počiatočnom štádiu podnikania, keď ich podnikanie negeneruje dostatok finančných zdrojov, aby si mohli dovoliť platiť zamestnancov. Ak zamestnanca zamestnávajú, výber realizujú sami, na personálnu agentúru sa obracajú len zriedkavo.

Tí podnikatelia, ktorým predchádzajúce podnikanie vyšlo, majú omnoho menšiu obavu zo zamestnávania zamestnancov, pretože až 54,39% z nich zamestnáva zamestnancov, čo je spomedzi všetkých identifikovaných skupín najvyššie percento.

Graf : Spôsob získavania prvého zamestnanca

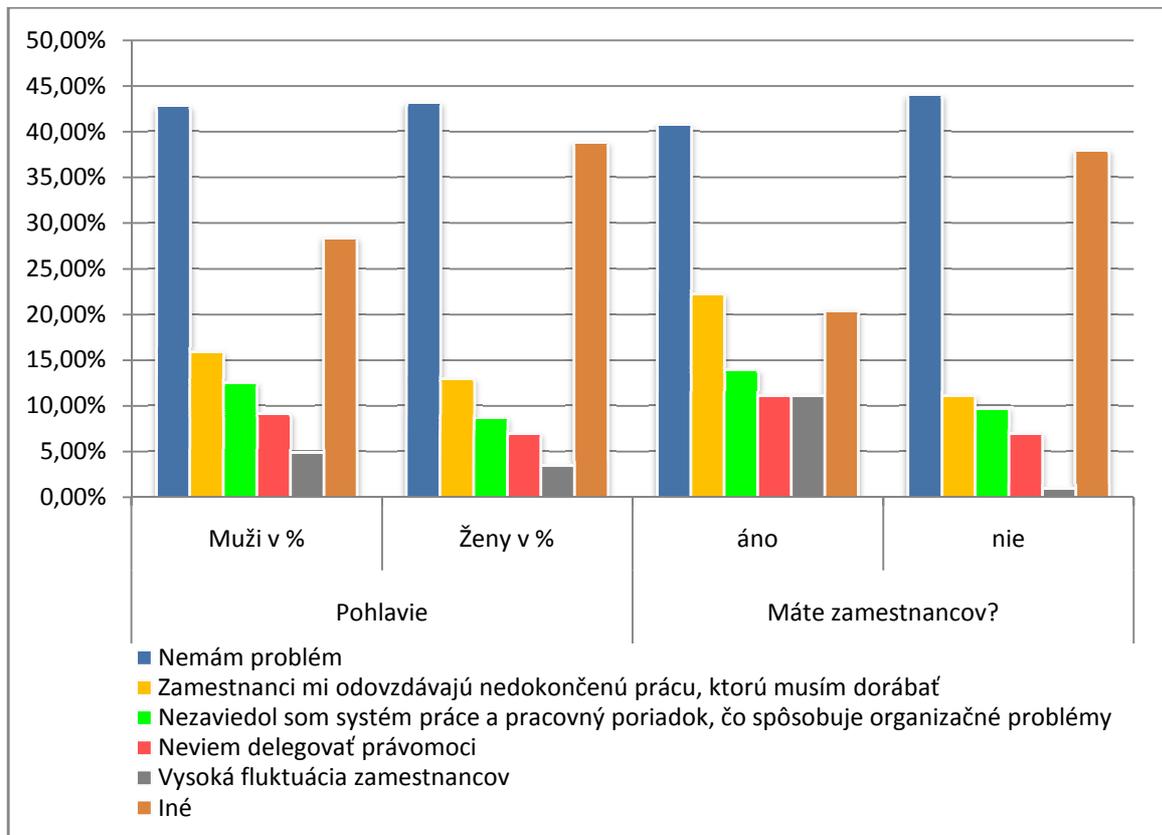


Pomenujte Vaše nedostatky pri riadení zamestnancov

ž 42,90% mladých podnikateľov si myslí, že nemá nedostatky pri riadení zamestnancov. V otázke, v ktorej bolo možné označiť viac odpovedí, mladí podnikatelia označili za najzávažnejší ten problém, že zamestnanci odovzdávajú nedokončenú prácu, ktorú je následne potrebné dokončiť (14,81%). Významnú skupinu predstavujú iné problémy (až 32,10%), ktoré však nie sú bližšie konkretizované.

Sme toho názoru, že odpovede na položenú otázku sú subjektívne a značne skreslené tým, že podnikatelia sa v danej oblasti nevedia reálne ohodnotiť, vzhľadom na to, že až 2/3 nikoho nezamestnávajú. Tento záver potvrdzuje skutočnosť, že tí podnikatelia, ktorí zamestnávajú zamestnancov, boli k sebe kritickejší ako ostatní a častejšie označovali vymenované problémy.

Graf: Nedostatky pri riadení zamestnancov mladými podnikateľmi



Mali ste počas svojho podnikania niekedy problémy s neplatičmi?

Platobná disciplína odberateľov významným spôsobom určuje finančné zdravie a budúcnosť každého podnikateľa, zvlášť v ťažkých časoch poznačených hospodárskou krízou. Problémy s neplatičmi malo počas svojho doterajšieho podnikania až 59,88 % respondentov, pričom ženy na tom boli v porovnaní s mužmi lepšie (54,31% oproti 62,98 %). Problémom s neplatičmi sa totiž dá čiastočne zabrániť prevenciou a aktívnou prácou s odberateľmi. Prieskum naznačuje, že ženy si na tejto činnosti dávajú viac záležať ako muži.

Prieskum odhalil, že hneď v prvom roku podnikania má s neplatičmi problém až 39,68% podnikateľov, v skupine podnikateľov podnikajúcich do troch rokov je to už 62%, v skupine podnikateľov podnikajúcich do šesť rokov ide o 79,59% a pri podnikateľoch podnikajúcich sedem a viac rokov dosiahlo percento úroveň

87,76%. Tieto alarmujúce štatistiky je potrebné vnímať v kontexte nedostatočnej dostupnosti finančných zdrojov potrebných na preklopenie prípadnej druhotnej platobnej neschopnosti.

Ohrozili tieto problémy niekedy Vašu platobnú schopnosť?

Otázka o druhotnej platobnej neschopnosti špecifikuje závažnosť problémov s neplatičmi, na ktoré sme sa pýtali v predchádzajúcej otázke. Až 44,14 % respondentov zapojených do prieskumu mala problémy s druhotnou platobnou neschopnosťou. Inými slovami pre tri štvrtiny mladých podnikateľov, ktorí mali problémy s neplatičmi, boli tieto problémy natoľko závažné, že ohrozili ich schopnosť platiť svojim dodávateľom.

Rovnako ako v predchádzajúcej otázke aj v prípade hrozby druhotnej platobnej neschopnosti vyšli z prieskumu lepšie ženy ako muži, pričom rozdiel medzi pohlaviami je ešte výraznejší. Z celkového podielu viac ako 54 % žien, ktoré mali problémy s neplatičmi, totiž len 33,62 % žien potvrdilo, že v dôsledku toho bola ohrozená ich platobná schopnosť. Zo 63% mužov, ktorí mali problémy s neplatičmi, bolo len 13% tých, ktorým tieto problémy nenarušili ich platobnú schopnosť. Predpokladáme, že ženy nielen starostlivejšie plánujú svoje peňažné toky, majú vyššiu rezervu hotovosti, ale tiež sa v oveľa menšej miere zmierujú s tým, že u svojich obchodných partnerov získajú povest' neplatiča.

Je zarážajúce, že každý tretí mladý podnikateľ už v prvom roku svojho podnikania čelí hrozbe druhotnej platobnej neschopnosti, čo možno pripísať nielen externým faktorom, ale aj na vrub nedostatočnému plánovaniu (absencia podnikateľského plánu). U skupiny podnikateľov podnikajúcich do 1 roka, ktorej platobná schopnosť bola ohrozená, totiž len 28% respondentov odpovedalo, že malo taký podnikateľský plán pri štarte podnikania, ktorý im pomohol. U skupiny, ktorá nemala problémy s druhotnou platobnou neschopnosťou v prvom roku podnikania, bolo až 48% odpovedí, ktoré deklarovali, že mali podnikateľský plán, ktorý im v podnikaní následne pomohol.

Odpovede respondentov preukázali, že podnikatelia podnikajúci v oblasti výroby (vysoký podiel vstupných surovín na cene výrobku), podnikatelia, ktorí majú prevádzkareň (t.j. vyššie fixné náklady), resp. zamestnávajú zamestnancov, sú problémami druhotnej platobnej neschopnosti ohrození častejšie ako podnikatelia s nižšími fixnými nákladmi.

Je podľa Vás na trhu dostatok možností, odkiaľ môžu začínajúci podnikatelia získať financie?

Štyria z desiatich existujúcich mladých podnikateľov (42,28%) nedokážu posúdiť či je na trhu dostatok možností, odkiaľ môže začínajúci podnikatelia získať financie. Všeobecne rozšírenou pravdou je, že prístup začínajúcich podnikateľov ku kapitálu je obmedzený, avšak je na škodu veci, že aj o tých niekoľkých možnostiach, ktoré podnikatelia majú, je veľmi nízke povedomie. Len každý piaty podnikateľ je toho názoru, že pre začínajúcich podnikateľov existuje na trhu dostatok možností, odkiaľ môžu získať financie pre svoje podnikanie. Platí zásada, čím vyššie vzdelanie, tým viac je podnikateľ o týchto možnostiach informovaný.

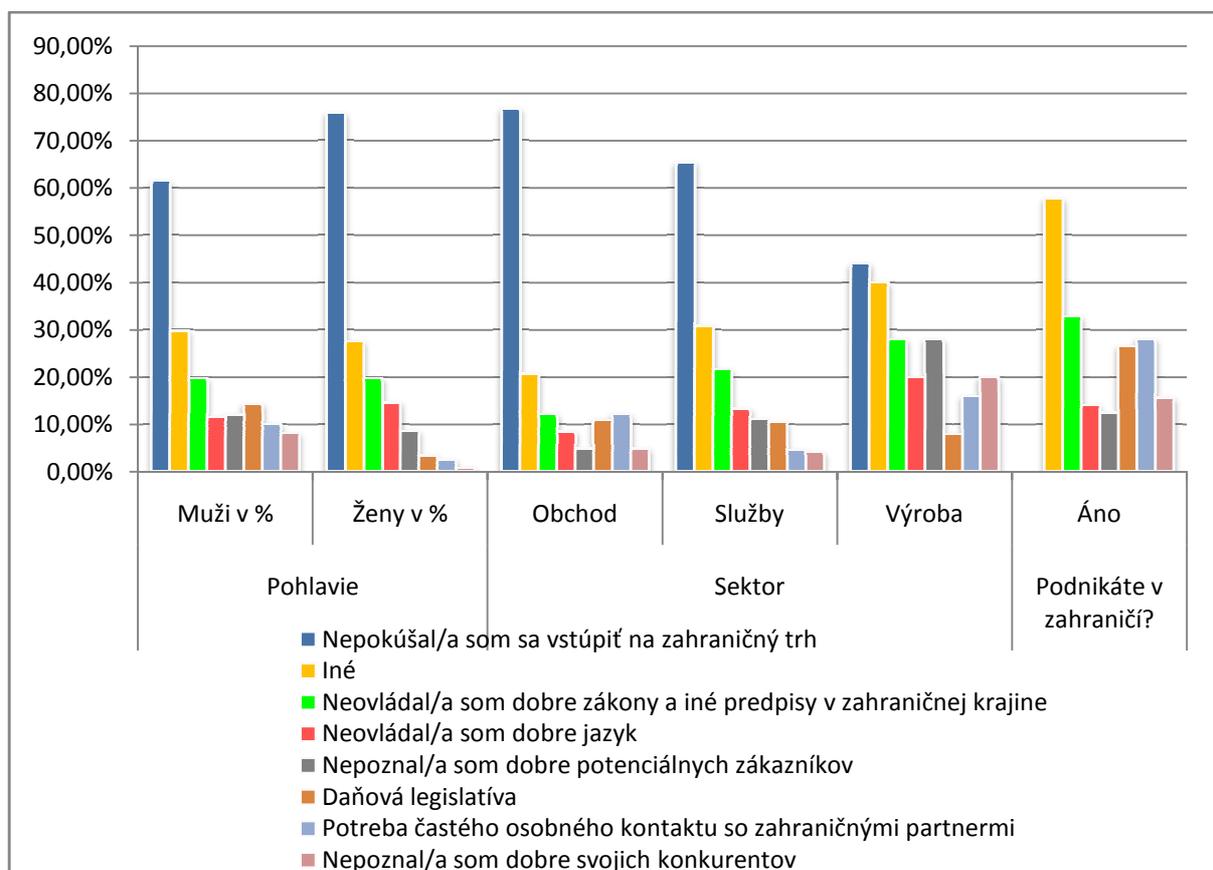
Skúsili ste začať podnikáť na zahraničných trhoch? Aké boli Vaše problémy pri vstupe na zahraničný trh?

Z oslovených respondentov sa až 2/3 respondentov nepokúšali vstúpiť na zahraničný trh. Ženy podnikateľky majú podstatne nižšie ambície vstupovať na zahraničný trh ako muži (75,86% oproti 61,54%). Z pohľadu sektorového zamerania pri internacionalizácii podnikania výrazne dominuje sektor výroby, kde sa až 56% mladých slovenských podnikateľov pokúsilo vstúpiť na zahraničný trh. V sektore služieb to bolo 34,56%

a v sektore obchodu len 24,17%. Pri ambíciách podnikat' v zahraničí sa vôbec nepreukázalo, že podnikatelia podnikajúci dlhšie obdobie, majú väčšiu tendenciu podnikat' za hranicami SR.

Pri hodnotení bariér vstupu na zahraničný trh použijeme z logických dôvodov len odpovede podnikateľov, ktorí v zahraničí podnikajú, resp. sa pokúšali podnikat'. Tí za najčastejšiu bariéru vstupu na trh označili neznalosť zahraničnej legislatívy (32,81%), potrebu častého kontaktu so zahraničnými partnermi (28,13%) a daňovú legislatívu (26,56%). Zaujímavé je, že mladí podnikatelia sú pomerne dobre jazykovo vybavení, čo im umožňuje spoznať trh - tak zákazníkov (bariéra len u 14,06%) ako aj konkurentov (bariéra len u 15,63%). Najčastejšou odpoveďou bola odpoveď „iné bariéry“, ktorá predstavovala až 57,81% odpovedí všetkých respondentov. Táto problematika je tak obsiahla, že by mohla byť samostatnou kapitolou ďalšieho špecificky zameraného prieskumu.

Graf: Bariéry vstupu na zahraničný trh



1.2.4 Skupina otázok týkajúca sa informovanosti o podnikaní

Ktoré informačné zdroje ste využili v prípravnej fáze podnikania?

Tabuľka: Informačné zdroje v prípravnej fáze podnikania

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom v %
Podnikateľské portály na internete	115	71	186	55,29%	61,21%	57,41%
Rady od iných podnikateľov	121	55	176	58,17%	47,41%	54,32%
Rady od známych	109	50	159	52,40%	43,10%	49,07%
Knižnú odbornú literatúru	78	41	119	37,50%	35,34%	36,73%
Noviny a časopisy	62	29	91	29,81%	25,00%	28,09%
Vedomosti o podnikaní získané v škole	55	28	83	26,44%	24,14%	25,62%

Iné	49	16	65	23,56%	13,79%	20,06%
Vedomosti získané v predchádzajúcom podnikaní	42	16	58	20,19%	13,79%	17,90%
Školenia úradov práce	24	29	53	11,54%	25,00%	16,36%
Komerčné školenia	20	17	37	9,62%	14,66%	11,42%
Podnikateľské združenia a komory	13	18	31	6,25%	15,52%	9,57%
NARMSP, RPIC/BIC/CPK alebo podnikateľské inkubátory	14	7	21	6,73%	6,03%	6,48%

Začínajúci podnikatelia najčastejšie získavajú informácie o podnikaní prostredníctvom podnikateľských portálov (57,41%), rád od iných podnikateľov (54,32%) a známych (49,07%). Na konci rebríčka sa umiestnila NARMSP (6,48%) a podnikateľské združenia a komory (9,57%). Muži na rozdiel od žien častejšie získavajú rady od iných podnikateľov 58,17% oproti 47,41% a známych 52,40% oproti 43,10% u žien. Ženy sa oproti tomu častejšie vzdelávajú formalizovane, t.j. prostredníctvom školení úradov práce (25% oproti 11,54% v prípade mužov), resp. komerčných školení (15,52% oproti 9,62%).

Rozdiely v spôsobe získavania informácií existujú aj v závislosti od veku. **Podnikatelia do tridsať rokov častejšie získavajú rady od iných podnikateľov a využívajú vedomosti získané v škole.** Podnikatelia nad 30 rokov naopak častejšie využívajú komerčné školenia, ale napr. aj služby NARMSP a poradenskej siete RPIC.

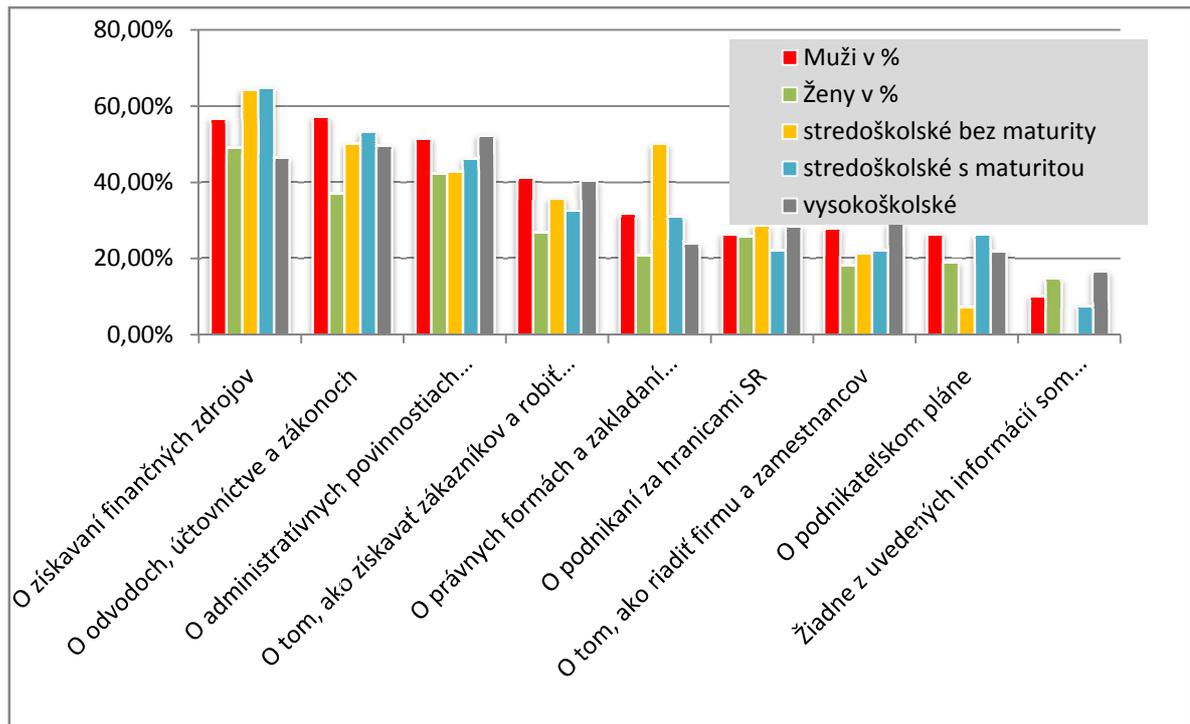
Aké informácie Vám na začiatku podnikania chýbali?

Tabuľka: Oblasti nedostatku informácií v prípravnej fáze podnikania

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
O získavaní finančných zdrojov	118	57	175	56,73%	49,14%	54,01%
O odvodoch, účtovníctve a zákonoch	119	43	162	57,21%	37,07%	50,00%
O administratívnych povinnostiach podnikateľa voči úradom	107	49	156	51,44%	42,24%	48,15%
O tom, ako získavať zákazníkov a robiť efektívne reklamu	86	31	117	41,35%	26,72%	36,11%
O právnych formách a zakladaní podniku	66	24	90	31,73%	20,69%	27,78%
O podnikaní za hranicami SR	55	30	85	26,44%	25,86%	26,23%
O tom, ako riadiť firmu a zamestnancov	58	21	79	27,88%	18,10%	24,38%
O podnikateľskom pláne	55	22	77	26,44%	18,97%	23,77%
Žiadne z uvedených informácií som nemal problém získať	21	17	38	10,10%	14,66%	11,73%

Osloveným respondentom na začiatku podnikania najviac chýbali informácie z oblasti získavania finančných zdrojov 54,01%, nasledované nedostatkom informácií o odvodoch a účtovníctve 50% a o administratívnych povinnostiach 48,15%. Respondenti menej často spomínali nedostatok informácií o právnych formách a zakladaní podniku 27,78% a o podnikateľských plánoch 23,77%, čo naznačuje, že informácie na túto tému sú voľne prístupné a je ich dostatok.

Graf: Oblasti nedostatku informácií v prípravnej fáze podnikania



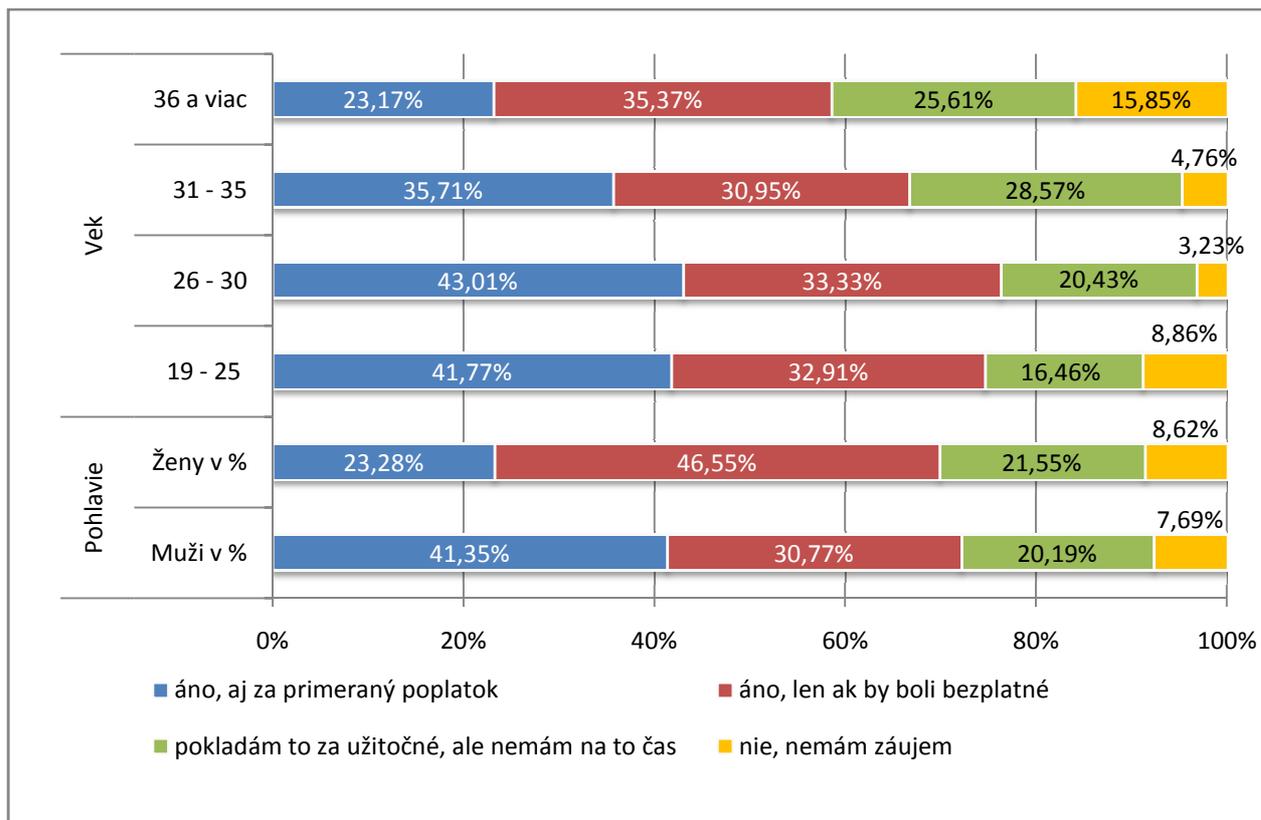
Ak bližšie analyzujeme odpovede jednotlivých skupín respondentov, tak možno konštatovať, že muži pociťujú častejší deficit informácií v oblasti účtovníctva, odvodov a ďalších administratívnych povinností ako ženy. Odpovede jednotlivých skupín respondentov podľa vzdelania ukazujú, že úroveň informovanosti z jednotlivých tematických oblastí značne variuje. K nedostatočne pokrytým témam totiž zaradili stredoškolsky vzdelaní respondenti bez maturity aj informácie z oblasti zakladania podniku a právnych foriem, môže byť spôsobené predpokladanou nižšou mierou znalostí z tejto problematiky.

Mali by ste záujem o neformálne stretnutia so skúsenými podnikateľmi alebo mentoring?

Tabuľka: Miera záujmu o stretnutia so skúsenými podnikateľmi

Môžeme konštatovať, že viac ako ¼ respondentov prejavilo záujem o stretnutia so skúsenými podnikateľmi. Mieru záujmu diferencujeme podľa toho či by mladí podnikatelia boli ochotní zúčastniť sa ich aj za primeraný poplatok, zadarmo, resp. len ak by mali čas. Vo všeobecnosti silnejší záujem o stretnutia prejavujú muži (41,35% mužov ochotných zaplatiť v porovnaní s 23,28% žien). Táto charakteristická črta vyšla už z predchádzajúcich otázok, ktoré naznačili, že muži častejšie zberajú informácie o podnikaní od iných podnikateľov a známych ako ženy. Zároveň platí, že čím mladší je začínajúci podnikateľ, tým je jeho záujem o tieto stretnutia silnejší.

Graf: Miera záujmu o stretnutia so skúsenými podnikateľmi podľa pohlavia a veku



Mali by ste záujem o sieťovanie a stretnutia s inými mladými podnikateľmi?

Tabuľka: Miera záujmu o stretnutia s inými mladými podnikateľmi

Preddefinované odpovede vychádzajú z rovnakej logiky diferenciacie záujmu ako v predošlej otázke. Takisto môžeme konštatovať, že platí rovnaký záver. Záujem žien o stretnutia s inými mladými podnikateľmi/kami je vlažnejší ako je to v prípade mužov (21,55% žien ochotných zaplatiť oproti 33,17% mužov). Záujem o stretnutia klesá aj s pribúdajúcim vekom začínajúceho podnikateľa. Zároveň platí, že ochotných zaplatiť za zorganizovanie podobného podujatia je len 29,01%, čo je takmer o 6% menej ako v prípade, ak by to bolo stretnutie začínajúcich podnikateľov so skúseným podnikateľom.

Akú formu informácií by ste preferovali pred štartom podnikania?

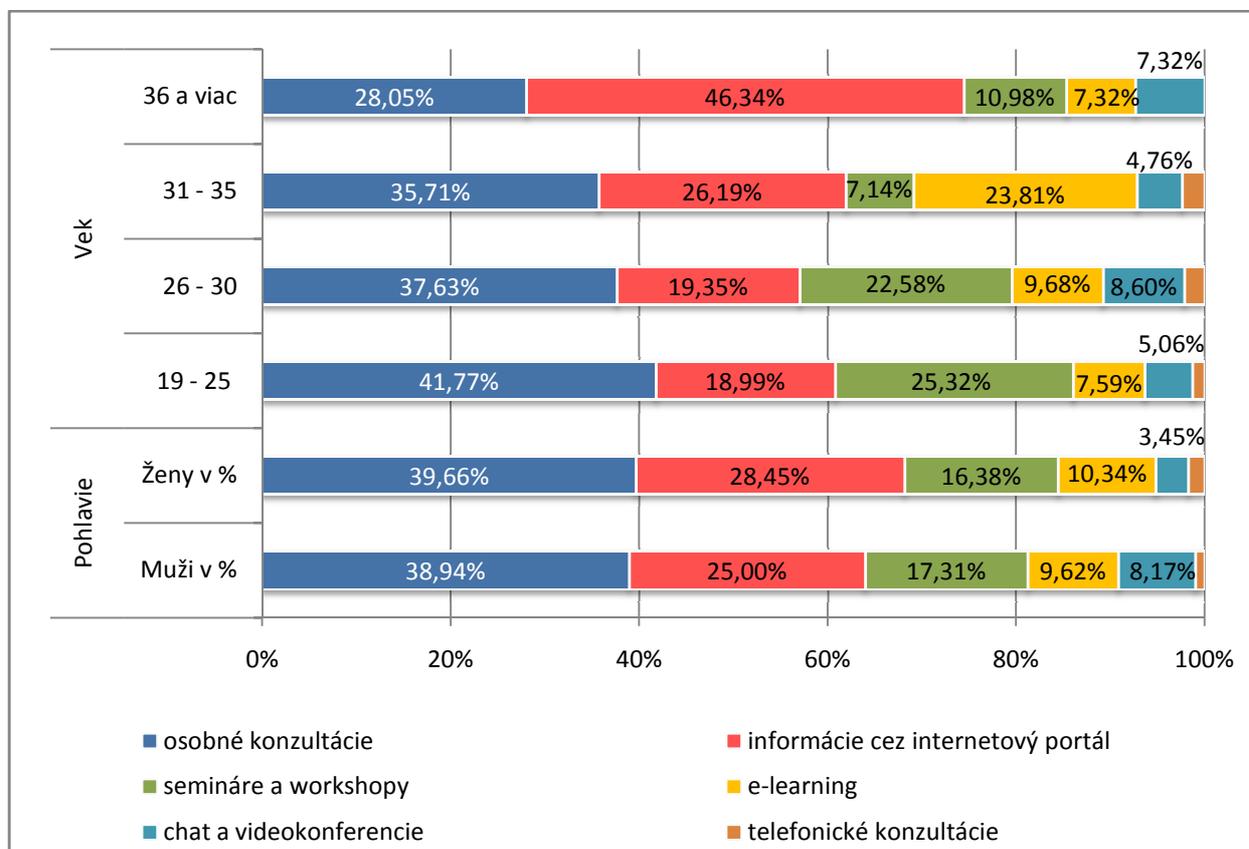
Tabuľka: Preferencie jednotlivých foriem informácií u mladých podnikateľov

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
osobné konzultácie	81	46	127	38,94%	39,66%	39,20%
informácie cez internetový portál	52	33	85	25,00%	28,45%	26,23%
semináre a workshopy	36	19	55	17,31%	16,38%	16,98%
e-learning	20	12	32	9,62%	10,34%	9,88%
chat a videokonferencie	17	4	21	8,17%	3,45%	6,48%
telefonické konzultácie	2	2	4	0,96%	1,72%	1,23%

Výsledky prieskumu ukázali, že mladí podnikatelia preferujú osobné konzultácie (39,20%), pred informácie poskytované cez internetový portál (26,23%) a seminármi a workshopmi (16,98%). Je zaujímavé, že formy ako telefonické konzultácie, resp. chat a videokonferencie sú nepreferované. Platí, že čím mladší je

podnikateľ, tým dôležitejší je pre neho osobný kontakt pri poskytovaní informácií. Naopak, čím je podnikateľ starší, tým viac mu vyhovuje neosobný kontakt v podobe informácií na internetových portáloch. Je predpoklad, že s pribúdajúcim vekom dokáže tieto informácie lepšie vyhodnotiť, pochopiť a zúžitkovať.

Graf : Preferencie jednotlivých foriem informácií u mladých podnikateľov z hľadiska pohlavia a veku



Viete, čo je venture kapitál, resp. rizikový kapitál a viete na čo slúži?

Len necelá polovica oslovených respondentov má vedomosť o tom, čo je to rizikový kapitál. Muži sú v porovnaní so ženami s týmto pojmom oboznámení viac (51,92% oproti 39,66%). Mieru znalosti pojmu jednoznačne ovplyvňuje miera dosiahnutého stupňa vzdelania, keď u vysokoškolsky vzdelaných podnikateľov až 64,90% vie, čo daný pojem znamená. Tieto výsledky sú v kontexte krátkej histórie a predovšetkým takmer absentujúceho trhu rizikového kapitálu v SR pomerne uspokojivé.

1.2.5 Skupina otázok týkajúca sa administratívnej a byrokratickej záťaže

Pri akých činnostiach, resp. v akej oblasti vnímate byrokraciu ako najviac intenzívnu a zaťažujúcu?

Tabuľka: Prehľad najviac administratívne zaťažujúcich činností/oblastí v podnikaní

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
Získavanie štátnych príspevkov a dotácií	145	76	221	69,71%	65,52%	68,21%
Vybavovanie záležitostí s poisťovňami, daňovými úradmi a inými štátnymi inštitúciami	130	52	182	62,50%	44,83%	56,17%
Pri verejnom obstarávaní	85	22	107	40,87%	18,97%	33,02%

Pri zamestnávaní ľudí	69	26	95	33,17%	22,41%	29,32%
Zakladanie spoločnosti	58	14	72	27,88%	12,07%	22,22%
Pri výstavbe	43	18	61	20,67%	15,52%	18,83%
Iné	24	13	37	11,54%	11,21%	11,42%
Byrokraciu nevnímam	14	10	24	6,73%	8,62%	7,41%

Získavanie štátnych príspevkov a dotácií označilo 68,21% respondentov ako najviac intenzívnu a zaťažujúcu oblasť z pohľadu byrokracie v podnikaní. Druhou najčastejšie vnímanou oblasťou (56,17%) boli procedúry súvisiace s vybavovaním záležitostí s poisťovňami, daňovými úradmi a inými štátnymi inštitúciami. Až s odstupom nasledujú oblasti ako verejné obstarávanie (33,02%), zamestnávanie ľudí (29,32%), zakladanie spoločností (22,22%), povoľovacie konanie pri výstavbe (18,83%) a podobne. Odpovede respondentov sú značne ovplyvnené osobnou skúsenosťou, z tohto dôvodu je potrebné rozlišovať či odpovede sú podložené osobnou skúsenosťou alebo nie. Napr. respondenti, ktorí zamestnávajú zamestnancov, administratívu súvisiacu s ich pracovným pomerom vnímajú ako príliš zaťažujúcu až v 45,37%, kým u skupiny podnikateľov bez zamestnancov to bolo len 21,30%. Rovnako možno predpokladať, že len málo respondentov malo osobnú skúsenosť s povoľovacím konaním pri výstavbe, resp. s verejným obstarávaním.

Výsledky prieskumu však odhalili, že mladí podnikatelia nepovažujú proces zakladania spoločnosti za byrokraticky náročný. Vo všeobecnosti platí, že ženy vnímajú byrokratickú záťaž súvisiacu s podnikaním menej kriticky a intenzívne ako muži. Z nasledovného grafu taktiež vyplýva, že s pribúdajúcimi skúsenosťami v podnikaní je pocit byrokratickej záťaže intenzívnejší ako tomu je v prípade začínajúcich podnikateľov.

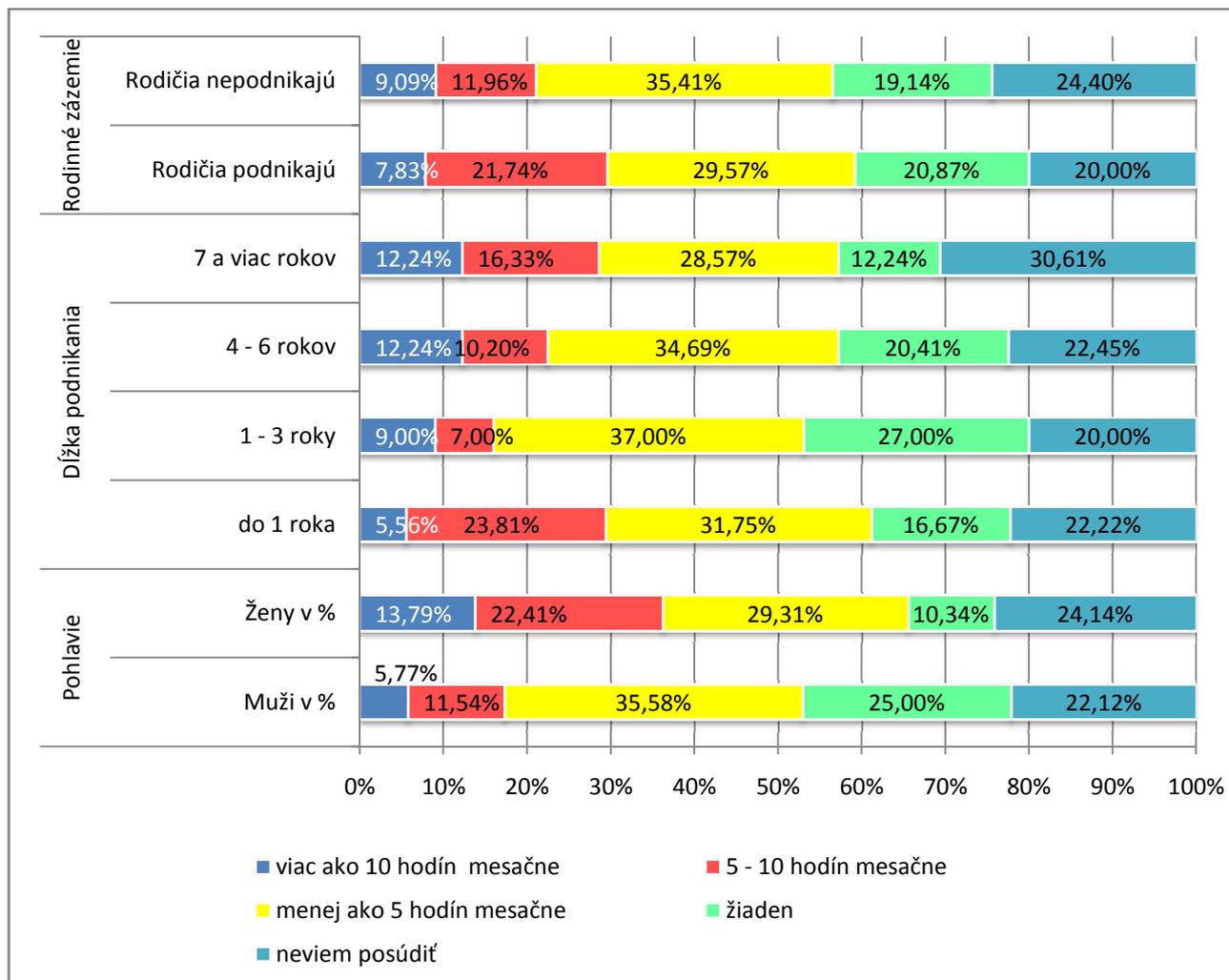
Koľko času priemerne trávite sledovaním legislatívnych zmien v zákonoch ovplyvňujúcich podnikateľské prostredie?

Tabuľka: Časová náročnosť sledovania legislatívnych zmien v zákonoch

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
viac ako 10 hodín mesačne	12	16	28	5,77%	13,79%	8,64%
5 - 10 hodín mesačne	24	26	50	11,54%	22,41%	15,43%
menej ako 5 hodín mesačne	74	34	108	35,58%	29,31%	33,33%
žiadne	52	12	64	25,00%	10,34%	19,75%
neviem posúdiť	46	28	74	22,12%	24,14%	22,84%

Takmer 20% podnikateľov tvrdí, že zmeny v legislatíve vôbec nesleduje (domnievame sa, že ich za nich sleduje napr. účtovníčka). Presná tretina podnikateľov sa vyjadrila, že sledovaním legislatívnych zmien v zákonoch trávi menej ako 5 hodín mesačne. Od 5 do 10 hodín mesačne trávi sledovaním zmien v zákonoch 15,43% respondentov a 8,64% uviedlo, že im táto aktivita zaberá viac ako 10 hodín mesačne. Opäť sa potvrdilo, že ženy legislatívu sledujú pozornejšie a venujú jej viac času ako muži. Kým každý štvrtý muž podnikateľ nesleduje legislatívny proces vôbec, u žien je to len každá desiatu podnikateľka.

Graf: Časová náročnosť sledovania legislatívnych zmien v zákonoch



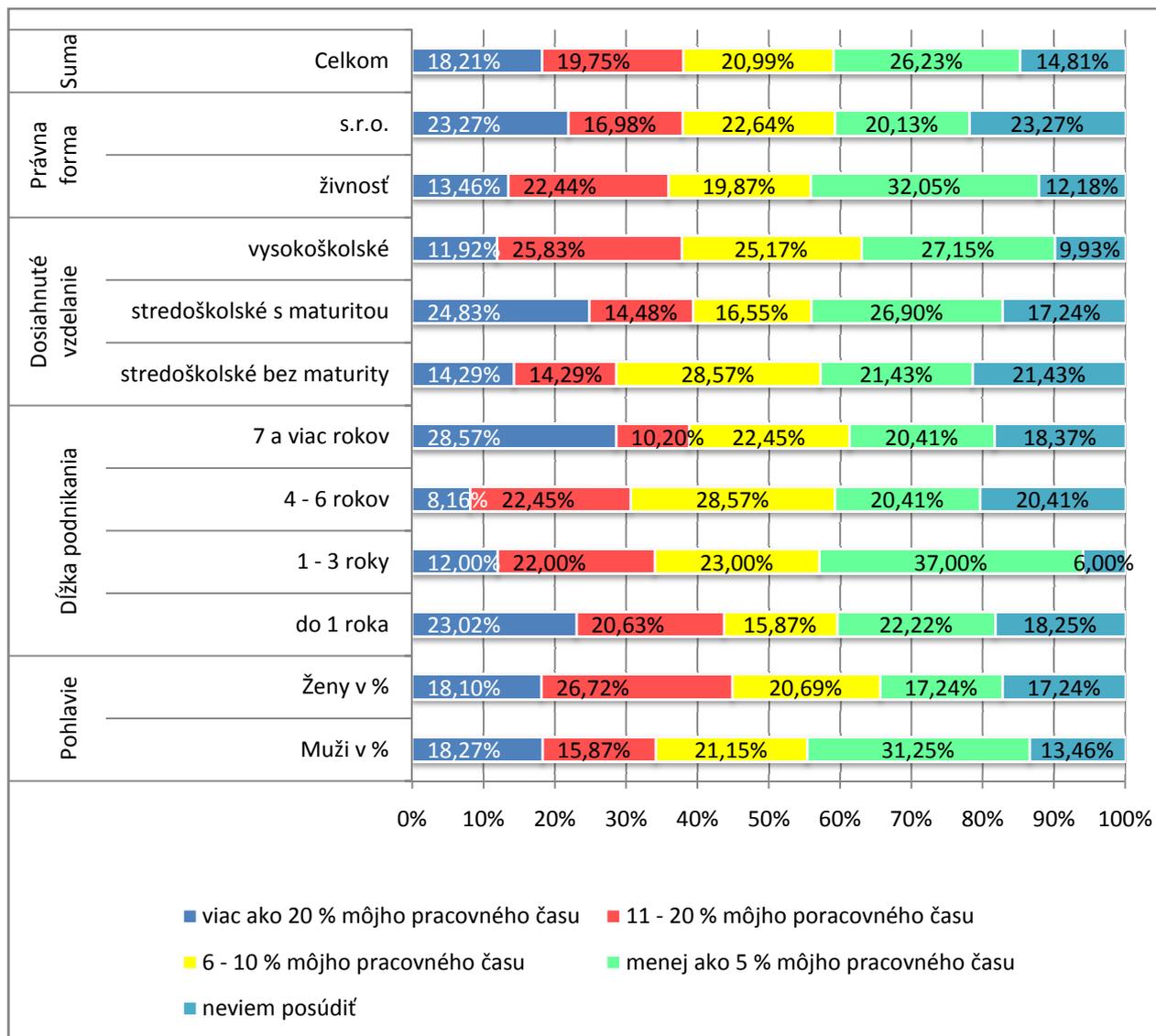
Kolko času venujete priemerne mesačne administratívne súvisiacej s podnikaním?

Tabuľka: Časová náročnosť vykonávania administratívy súvisiacej s podnikaním

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
11 - 20 % môjho pracovného času	33	31	64	15,87%	26,72%	19,75%
6 - 10 % môjho pracovného času	44	24	68	21,15%	20,69%	20,99%
menej ako 5 % môjho pracovného času	65	20	85	31,25%	17,24%	26,23%
neviem posúdiť	28	20	48	13,46%	17,24%	14,81%
viac ako 20 % môjho pracovného času	38	21	59	18,27%	18,10%	18,21%

Až 18,21% mladých podnikateľov uviedlo, že administratíva súvisiaca s podnikaním im zaberá viac ako 20% pracovného času (t.j. približne 4 pracovné dni v mesiaci) a ďalších 19,75% podnikateľov uviedlo, že administratíva im zaberá od 11% do 20% pracovného času. Tráviť viac ako 20% času agendou, ktorá je neproduktívna a neprináša pridanú hodnotu v podobe tvorby zisku, je z nášho pohľadu neakceptovateľná byrokratická záťaž. V tejto súvislosti by bolo vhodné hlbšie skúmať ďalšie súvislosti ako napr. ktorí podnikatelia v akej sústave účtovníctva účtujú, ktorí majú účtovníčku a podobne. Takýto detailný pohľad však nebol predmetom do nášho prieskumu.

Graf: Časová náročnosť vykonávania administratívy súvisiacej s podnikaním



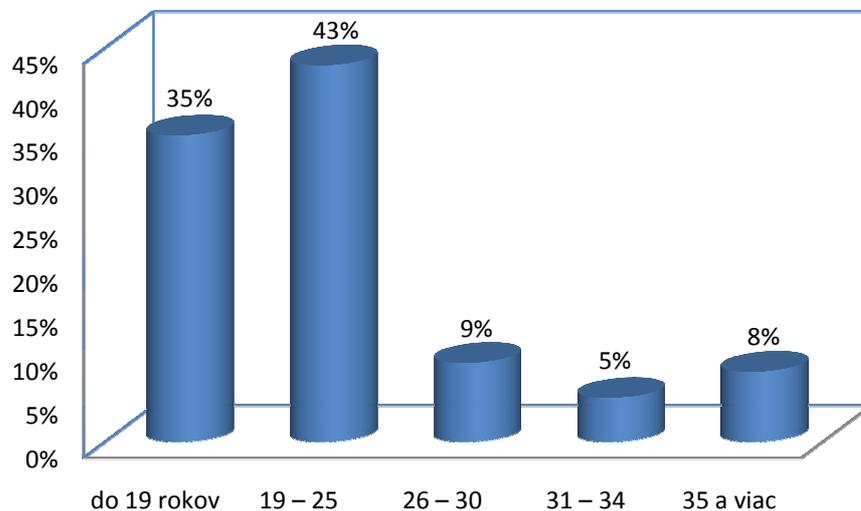
2. Analýza a zhodnotenie záverov prieskumu v skupine potenciálnych mladých podnikateľov

2.1 Štatistické údaje o skúmanej vzorke verejnosti

V prvej časti základnej charakteristiky sme zisťovali pohlavie respondentov. Môže ísť o jeden zo základných faktorov, ktoré vplývajú na rozhodovanie mladých ľudí nepodnikateľov o tom, či začnú podnikáť alebo nie, aký majú postoj k podnikaniu a pod.

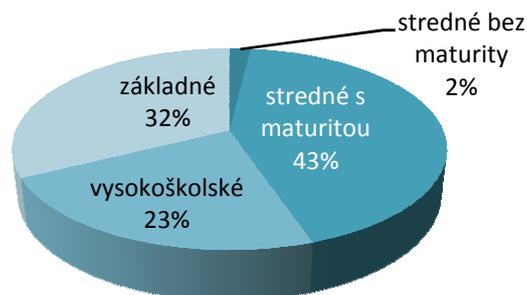
Vo výberovom súbore tvorili 60 % ženy a 40 % muži, v počtoch bolo žien 548 a mužov 360. Najpočetnejšou skupinou boli mladí ľudia od 19 do 25 rokov. Druhou najpočetnejšou kategóriou boli mladí ľudia do 19 rokov. Spolu tvorili tieto dve skupiny viac ako $\frac{3}{4}$ respondentov.

Graf: Rozdelenie výberového súboru podľa veku v %



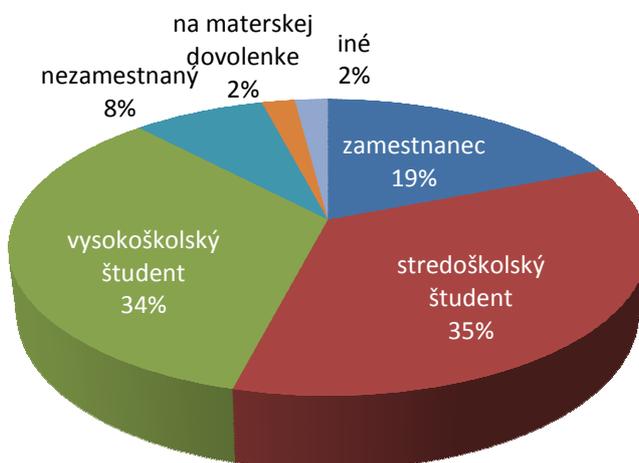
Ďalší graf znázorňuje rozdelenie respondentov podľa vzdelanostnej štruktúry. Toto členenie je pomerne rovnorodé až na skupinu ľudí, ktorí dosiahli stredné vzdelanie bez maturity, ktorá tvorila iba 2 %. Mladí ľudia, ktorí mali ukončené základné vzdelanie tvorili tretinu respondentov, to znamená, že pravdepodobne v súčasnosti sú študentmi stredných škôl. Opýtaní, ktorí mali ukončené stredné vzdelanie s maturitou, tvorili 43 % a respondenti s vysokoškolským vzdelaním 23 %.

Graf: Rozdelenie výberového súboru podľa dosiahnutého stupňa vzdelania v %



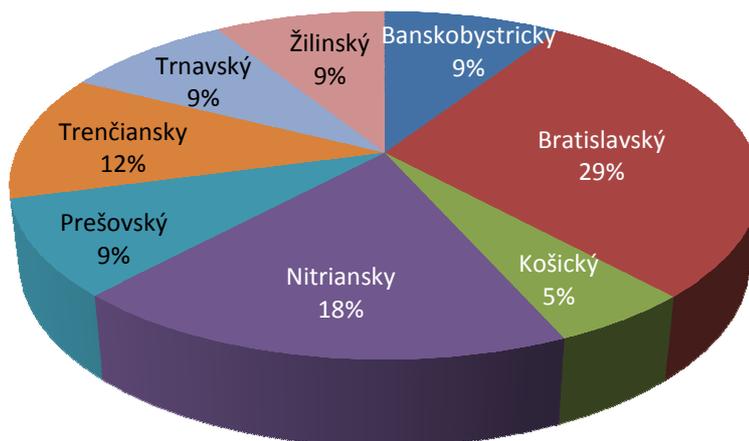
Tiež sme zisťovali aktuálny „status“ respondenta, čo môže byť ďalším rozlišovacím kritériom pri posudzovaní rôznorodosti odpovedí jednotlivých skupín na položené otázky. Až dve tretiny z respondentov sú ešte študenti stredných a vysokých škôl. Zamestnaných respondentov je 19%, nezamestnaných 8% a ženy na materskej tvorili 2 % respondentov.

Graf: Rozdelenie respondentov podľa statusu v %



Z hľadiska územného rozloženia, najväčší počet respondentov bol z Bratislavského kraja 29 %, druhý najpočetnejšie zastúpený bol Nitriansky kraj až s 18 %, za ním nasledoval Trenčiansky kraj 12 %, Žilinský, Trnavský, Prešovský a Banskobystrický mali každý rovnomerne po 9 %. Košický kraj bol zastúpený v najmenšom počte len 5 % respondentov.

Graf: Územné rozloženie respondentov výberového súboru v %



Graf zobrazuje územné rozloženie respondentov z výberového súboru. Môžeme konštatovať, že zastúpenie skupín respondentov z tohto pohľadu nezodpovedá štruktúre populácie v SR. Naša vzorka je predimenzovaná v Bratislavskom a Nitrianskom kraji a naopak poddimenzovaná v Košickom kraji.

Odpovede sme analyzovali aj podľa toho, aká časť respondentov sa prevažne zdržiava v meste a aká časť na vidieku. Aj túto skutočnosť považujeme za potenciálny faktor, ktorý môže mať vplyv na postoj a rozhodovanie mladých ľudí vo vzťahu k podnikaniu. Takmer tri štvrtiny 74 % respondentov sa zvyčajne zdržiava v meste a štvrtina 26 % na vidieku.

Tabuľka : Rozloženie výberového súboru respondentov z hľadiska toho, kde sa zdržiavajú/žijú

Miesto zdržiavania	Počet respondentov	% podiel
v meste	668	74%
na vidieku	240	26%

Z výberového súboru malo 34,58 % respondentov skúsenosti s dobrovoľníckymi aktivitami v neziskových organizáciách a takmer dve tretiny ich nemali. V prieskume sme analyzovali či tieto aktivity majú vplyv na postoj k podnikaniu alebo nie.

Tabuľka: Máte skúsenosť s dobrovoľníckymi aktivitami v neziskových organizáciách?

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
áno	121	193	314	33,61%	35,22%	34,58%
nie	239	355	594	66,39%	64,78%	65,42%
Celkový súčet	360	548	908	100,00%	100,00%	100,00%

Tabuľka: Absolvovali ste na strednej škole predmet podnikateľského vzdelávania? (aplikovaná ekonómia, cvičná firma a pod.)

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
áno	161	332	493	44,72%	60,58%	54,30%
nie	199	216	415	55,28%	39,42%	45,70%
Celkový súčet	360	548	908	100,00%	100,00%	100,00%

Pri vyhodnocovaní určitých otázok taktiež skúmame skutočnosť, či a akým smerom ovplyvnilo prípadné podnikateľské vzdelávanie uvažovanie mladých ľudí vo vzťahu k podnikaniu. 46 % (415) respondentov neabsolvovalo na strednej škole predmet podnikateľského vzdelávania a 54 % (493) áno. Zaujímavé je, že častejšie takýto predmet absolvovali ženy ako muži (60,58% oproti 44,72%).

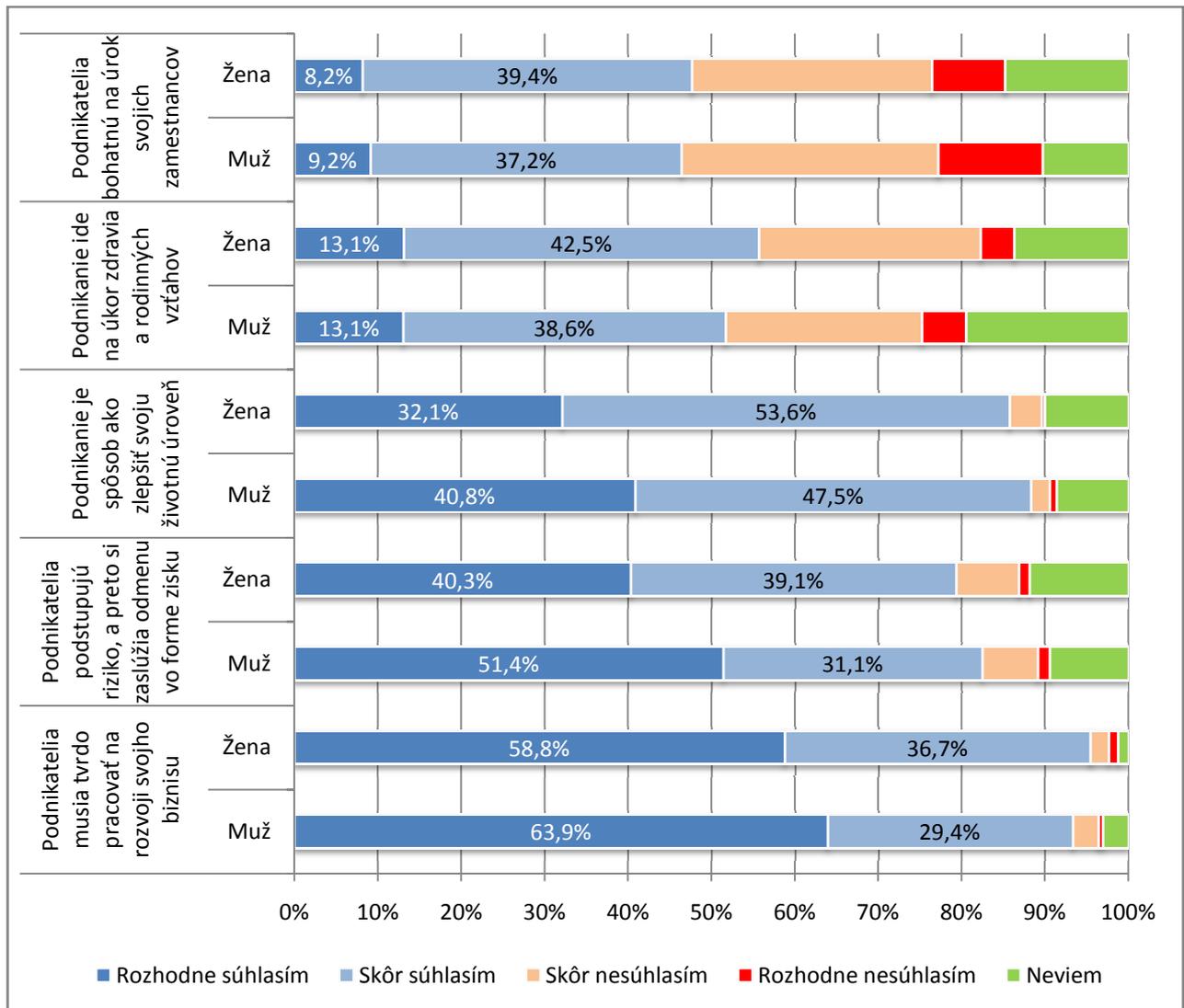
2.2 Vyhodnotenie zozbieraných dát

2.2.1 Skupina otázok týkajúcich sa postojov verejnosti k podnikaniu

V úvodnej časti prieskumu zameraného na cieľovú skupinu nepodnikateľov sme skúmali ich postoje k podnikaniu pomocou miery ich súhlasu alebo nesúhlasu s vybranými výroky, vlastnosťami a charakteristikami podnikateľov, odpoveďami na otázky či uvažujú nad tým, že by sa stali podnikateľmi alebo prečo a z akých dôvodov by preferovali zamestnanie.

Vyjadrite svoj postoj k výrokom týkajúcim sa podnikateľov a podnikania

Graf: Postoje respondentov k výrokom týkajúcich sa podnikateľov a podnikania



Až 95 % respondentov si myslí, že podnikatelia musia tvrdo pracovať na rozvoji svojho biznisu, 87 % respondentov si súhlasí s tým, že vďaka podnikaniu si môžu zlepšiť svoju životnú úroveň, 81% respondentov uznáva, že podnikatelia podstupujú riziko, a preto si zaslúžia odmenu vo forme zisku. 54% mladých ľudí si myslí, že podnikanie ide na úkor zdravia a rodinných vzťahov, pričom 30% s týmto výrokom nesúhlasí a 16% sa nevedelo vyjadriť. S týmto výrokom sa o poznanie častejšie stotožňovali ženy. 47% respondentov súhlasí s výrokom, že podnikatelia bohatnú na úrok svojich zamestnancov, naopak 40% respondentov s týmto tvrdením nesúhlasí, 13% sa nevedelo vyjadriť.

Najväčšia skupina respondentov sa nevedela vyjadriť k výroku či podnikanie ide na úkor zdravia a rodinných vzťahov – až 16 %. Najmenej týchto odpovedí bolo pri výroku „podnikatelia musia tvrdo pracovať na rozvoji biznisu“, zároveň s týmto výrokom rozhodne súhlasilo a 61 % respondentov.

Vyjadrite svoj postoj k typickým vlastnostiam týkajúcich sa podnikateľov

V nasledujúcich otázkach sme skúmali, aké vlastnosti a charakteristiky sa najčastejšie prisudzujú podnikateľom. Respondenti mali vyjadriť svoj názor, aké sú podľa nich typické vlastnosti súčasných

podnikateľov. Skúmali sme vlastnosti a charakteristiky ako: pracovitosť, nekompromisnosť, vypočítavosť, šikovnosť, čestnosť, láska k peniazom, múdrosť a empatia.

Až 92 % respondentov súhlasí s tvrdením, že podnikatelia sú pracovití. Výsledky korešpondujú aj s odpoveďami na výrok, že „podnikatelia musia tvrdo pracovať na rozvoji biznisu“, s týmto tvrdením súhlasilo 95 % respondentov.

63 % respondentov si myslí, že podnikatelia sú nekompromisní. Nesúhlasí s tým 32 %. Pri sledovaní rozdielov medzi postojmi mužov a žien sme zistili, že 61 % žien si myslí, že podnikatelia sú nekompromisní, no zo skupiny mužov si to myslí až 72 % respondentov.

57 % respondentov si myslí, že podnikatelia sú vypočítaví. Takmer pätina opýtaných sa k tejto charakteristike nevie vyjadriť. Pri sledovaní rozdielov medzi pohlaviami sme zistili, že až 68 % mužov súhlasí s tým, že podnikateľov charakterizuje vypočítavosť, ale myslí si to len 50 % žien.

Až 85 % respondentov súhlasí s tým, že šikovnosť je charakteristická pre podnikateľov. Iba 40 % respondentov si myslí, že čestnosť charakterizuje podnikateľov a 37 % si myslí opak. Vysoký počet sledujeme aj v skupine, ktorá sa nevie k otázkam vyjadriť - až 24 %.

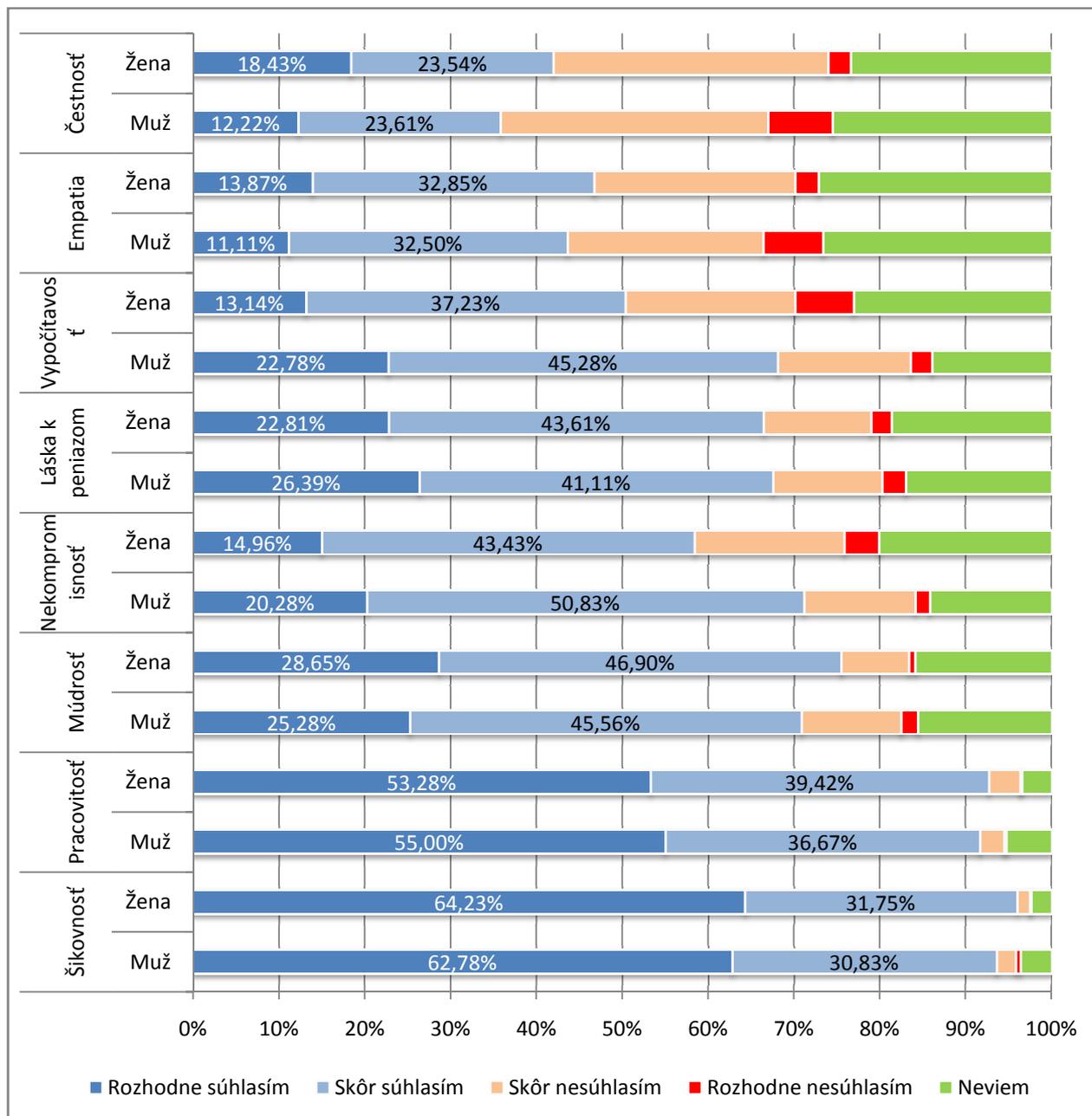
Pri porovnaní s výsledkami s NARMSP¹, uviedlo iba 3,8 % ich respondentov, že podnikatelia sú čestní a morálni ľudia, 40,6 % si myslelo, že táto vlastnosť je typická skôr pre iných ľudí ako podnikateľov. V našom prieskume je % respondentov, ktorí považujú podnikatelia za čestných až 40 % a tých, ktorí s tvrdením nesúhlasia je 37 %. Pozitívne vnímanie je spôsobené pravdepodobne aj tým, že sme dotazník cielili na skupinu respondentov, ktorí absolvovali podnikateľské vzdelávanie, resp. uvažujú nad podnikaním a teda má k podnikaniu pozitívnejší vzťah. Až 54 % našich respondentov absolvovalo predmet súvisiaci s podnikaním a 71 % plánuje niekedy v budúcnosti podnikáť, z toho 30 % vážne uvažuje, že začne podnikáť v blízkej dobe. Pri skúmaní vplyvu pohlavia, vidíme, že výsledky sú pomerne vyrovnané medzi všetkými skupinami. 42 % žien si myslí, že podnikatelia sú čestní, ale proti je 35 % žien. U mužov je pohľad odlišný. Súhlasí s tvrdením iba 35 % a nesúhlasí 39 % opýtaných.

67 % respondentov sa vyjadrilo, že podnikateľov charakterizuje láska k peniazom. S týmto tvrdením nesúhlasí 16 % respondentov. Nevie sa vyjadriť až 18 % opýtaných, čo je takmer pätina. S tvrdením, že podnikateľov charakterizuje múdrosť súhlasí 73 % respondentov, čo sú takmer tri štvrtiny. Nevie to posúdiť 16 % a proti tomuto tvrdeniu je 10 % respondentov.

Iba 46 % respondentov súhlasí s tým, že podnikatelia sú empaticí, k otázke sa nevie vyjadriť až 27 %, proti je tiež 27 % respondentov.

¹ Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania. Názory verejnosti na podnikanie a podnikateľov v Slovenskej republike. Reprezentatívny prieskum verejnej mienky Bratislava, 2010.

Graf: Postoje respondentov k typickým vlastnostiam týkajúcich sa podnikateľov



Postoje mužov a žien pri vlastnostiach charakterizujúcich podnikateľov nevykazujú zásadné rozdiely.

Aký je Váš postoj k podnikaniu?

Takáto otázka sa v našom dotazníku nenachádza, pretože ide o subjektívne hodnotenie. Subjektívnosť hodnotenia postoja k podnikaniu sme sa pokúsili kompenzovať vlastnou hodnotiacou metodikou. Vychádzali sme pri nej z už položených otázok.

Skutočnosť či majú respondenti pozitívny alebo menej pozitívny (zjednodušene negatívny) postoj k podnikaniu sme určili porovnaním odpovede na nižšie uvedené otázky. N sme označili skutočnosti, ktoré preukazujú negatívny postoj podnikateľov a P sme označili fakty, ktoré prezentujú pozitívny postoj

k podnikaniu. Za pozitívny postoj sme označili tých mladých ľudí, ktorí mali 7 a viac pozitívnych odpovedí z 10 posudzovaných otázok/výrokov. Ostatných sme označili ako skupinu s negatívnym postojom.

Tabuľka: Skupina odpovedí, rozhodujúcich pri definovaní pozitívneho alebo negatívneho postoja

Výrok	Rozhodne súhlasím	Skôr súhlasím	Neviem	Skôr nesúhlasím	Rozhodne nesúhlasím
Podnikatelia bohatnú na úkor svojich zamestnancov	N	N	-	P	P
Podnikatelia musia tvrdo pracovať na rozvoji svojho biznisu	P	P	-	N	N
Podnikanie ide na úkor zdravia a rodinných vzťahov	-	-	-	-	-
Podnikanie je spôsob ako zlepšiť svoju životnú úroveň	P	P	-	N	N
Podnikatelia podstupujú riziko, a preto si zaslúžia odmenu vo forme zisku	P	P	-	N	N

Tabuľka: Skupina odpovedí, rozhodujúcich pri definovaní pozitívneho alebo negatívneho postoja

Vlastnosť/charakteristika	Rozhodne súhlasím	Skôr súhlasím	Neviem	Skôr nesúhlasím	Rozhodne nesúhlasím
pracovitosť	P	P	-	N	N
nekompromisnosť	-	-	-	-	-
vypočítavosť	N	N	-	P	P
šikovnosť	P	P	-	N	N
čestnosť	P	P	-	N	N
láska k peniazom	-	-	-	-	-
múdrosť	P	P	-	N	N
empatia	P	P	-	N	N

Pri skúmaní postoja respondentov k podnikaniu možno konštatovať, že takmer 60 % opýtaných má pozitívny postoj k podnikaniu a 42 % negatívny. Táto skutočnosť súvisí s tým, že výskum bol cielený na respondentov, ktorí absolvovali podnikateľské vzdelávanie, resp. uvažujú nad podnikaním (78 % respondentov plánuje podnikateľ), aby sa vedeli dostatočne k problematike vyjadriť, preto predpokladáme, že toto je príčina prevládajúceho pozitívneho postoja k podnikaniu.

Tabuľka: Rozdelenie mužov a žien podľa ich postoju k podnikaniu

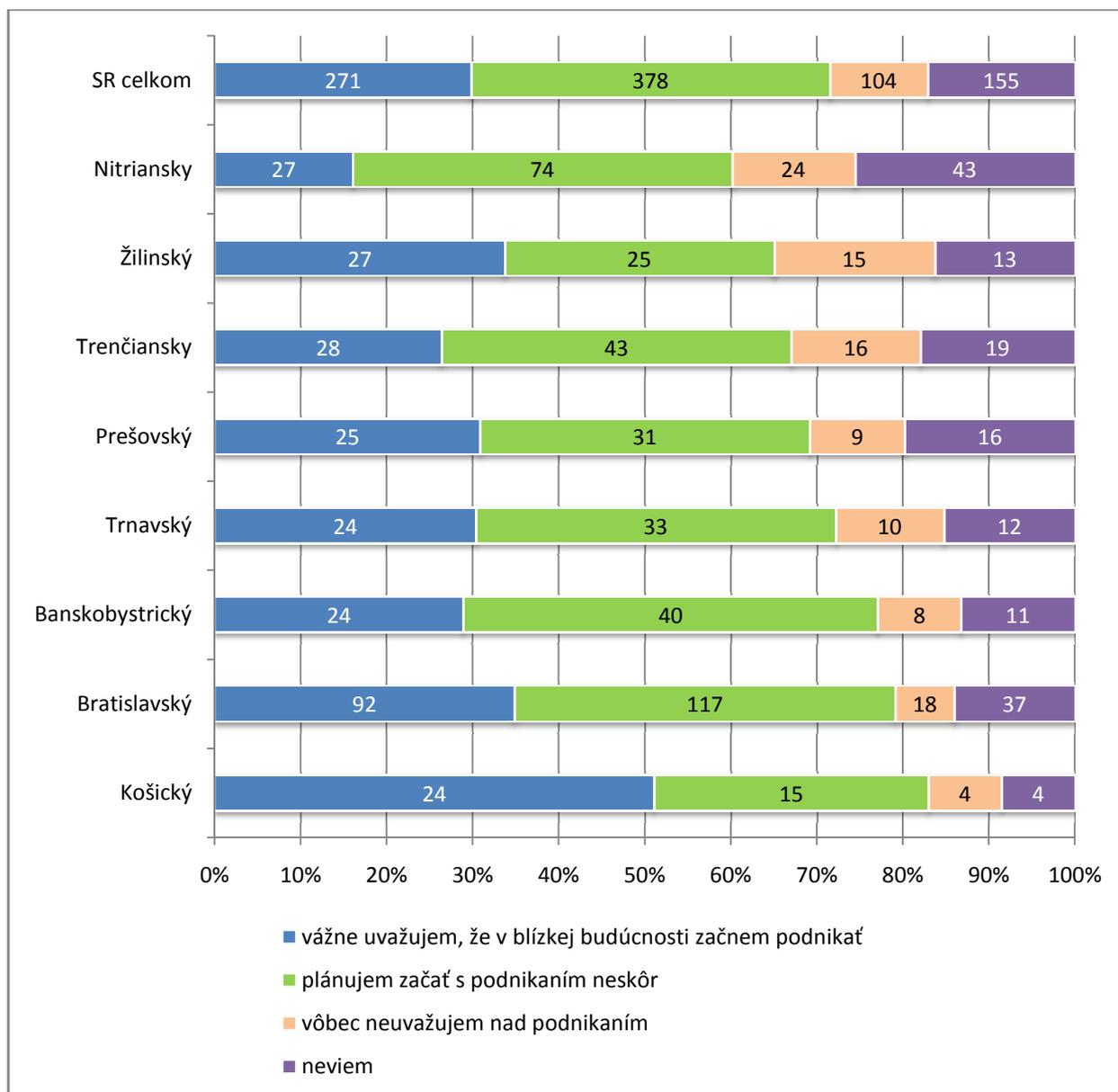
Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
Negatívny (menej pozitívny)	155	230	385	43,06%	41,97%	42,40%
Pozitívny	205	318	523	56,94%	58,03%	57,60%
Celkový súčet	360	548	908	100,00%	100,00%	100,00%

Plánujete v budúcnosti začať s podnikaním?

V tejto otázke sme sa zaujímali o to, koľko respondentov plánuje začať podnikateľ či už v blízkej dobe alebo neskôr, prípadne koľkí neplánujú vôbec podnikateľ. Z výsledkov vyplýva, že až 72 % respondentov plánuje skôr či neskôr podnikateľ. Iba 11 % vôbec nad podnikaním neuvažuje.

V blízkej budúcnosti plánuje začať podnikateľ až 49 % mužov, no iba 17 % žien.

Graf: Plány mladých ľudí podnikat' podľa krajov v %



Graf naznačuje pozitívnu koreláciu medzi postojom k podnikaniu a plánom podnikat', nakoľko respondenti v troch posledných krajoch (Nitriansky, Žilinský a Trenčiansky kraj) vykázali najnižšiu chuť podnikat' ako aj najmenej pozitívny postoj k podnikaniu. Na túto skutočnosť poukazujeme v ďalšej tabuľke.

Čo Vám osobne chýba, aby ste sa mohli živiť podnikaním?

Tabuľka: Hodnotenie slabých stránok a bariér respondentov pri úvahách o štarte podnikania

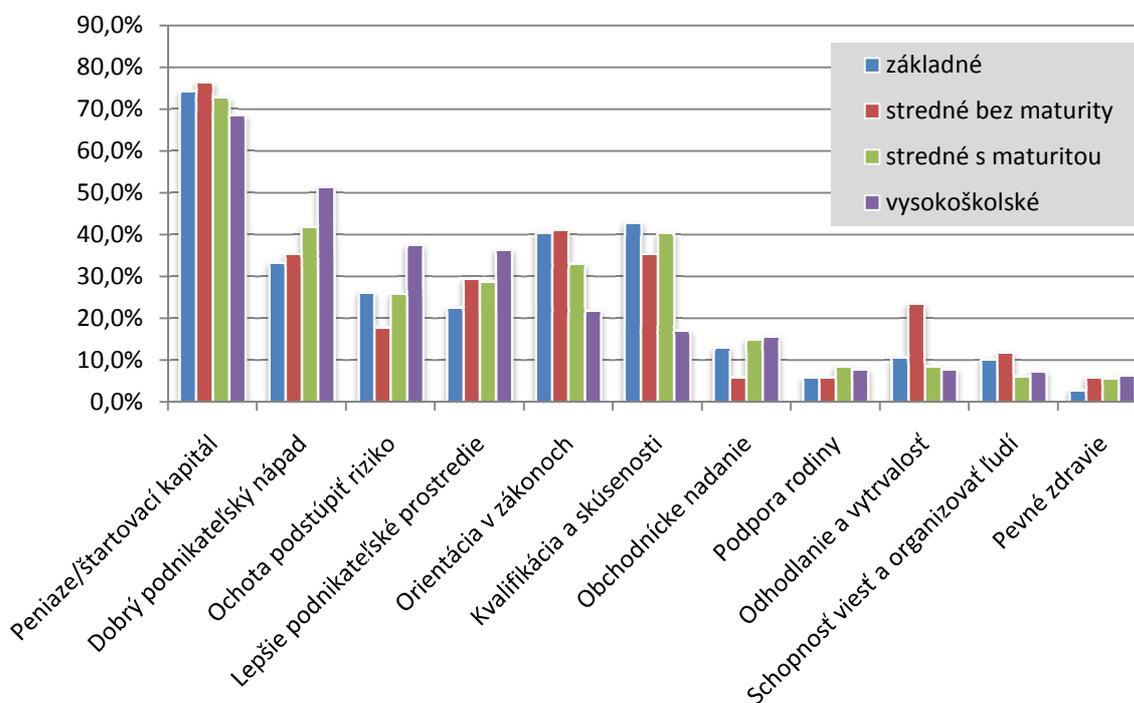
Odpoveď	Počet respondentov	% podiel
peniaze/štartovací kapitál	649	71%
dobrý podnikateľský nápad	371	41%
potrebná kvalifikácia a skúsenosti	318	35%
schopnosť orientovať sa v zákonoch	288	32%
lepšie podnikateľské prostredie	260	29%

ochota podstúpiť riziko	262	28%
obchodnícke nadanie	128	14%
odhodlanie a vytrvalosť	88	10%
schopnosť viesť a organizovať ľudí	71	8%
podpora rodiny	69	8%
pevné zdravie	44	5%
nič	26	3%

Respondenti mohli vybrať viacero možností. Až 71 % respondentov deklaruje, že im k tomu, aby sa mohli živiť podnikaním, chýba štartovací kapitál. Druhou najpočetnejšou skupinou (41 %) bol dobrý podnikateľský nápad a len 35 % si myslí, že im chýba potrebná kvalifikácia a skúsenosti.

Pri porovnaní mužov a žien z grafu vidíme, že ženy najčastejšie deklarujú ako problém štartovací kapitál, dobrý podnikateľský nápad a kvalifikáciu. U mužov sú prvé dva problémy zhodné, ale tretím najčastejším nedostatkom je schopnosť orientovať sa v zákonoch.

Graf: Čo najčastejšie chýba respondentom na to, aby začali podnikáť podľa dosiahnutého vzdelania



Štartovací kapitál je najväčšou bariérou začatia podnikania mladých ľudí zhodne u všetkých štyroch kategóriách vzdelania. Ochotu podstupovať riziko majú najmenšiu respondenti s vysokoškolským vzdelaním. Schopnosť orientovať sa v zákonoch je najväčšou bariérou u respondentov bez maturity a so základným vzdelaním.

Výrazné rozdiely sú v skupine potrebná kvalifikácia. **Vysokoškolsky vzdelaní respondenti sa najčastejšie považujú za kvalifikovaných, ale najviac im chýba dobrý podnikateľský nápad.** Taktiež vysokoskolsky vzdelaní respondenti najčastejšie považujú za bariéru podnikateľské prostredie v SR.

Na skúmanie bariér štartu podnikania sme sa pozreli aj cez optiku súčasného statusu respondentov, teda podľa toho, čo v súčasnosti respondenti robia. Na základe výsledkov môžeme konštatovať, že všetky skupiny sa domnievajú, že im chýba najmä kapitál. Okrem toho:

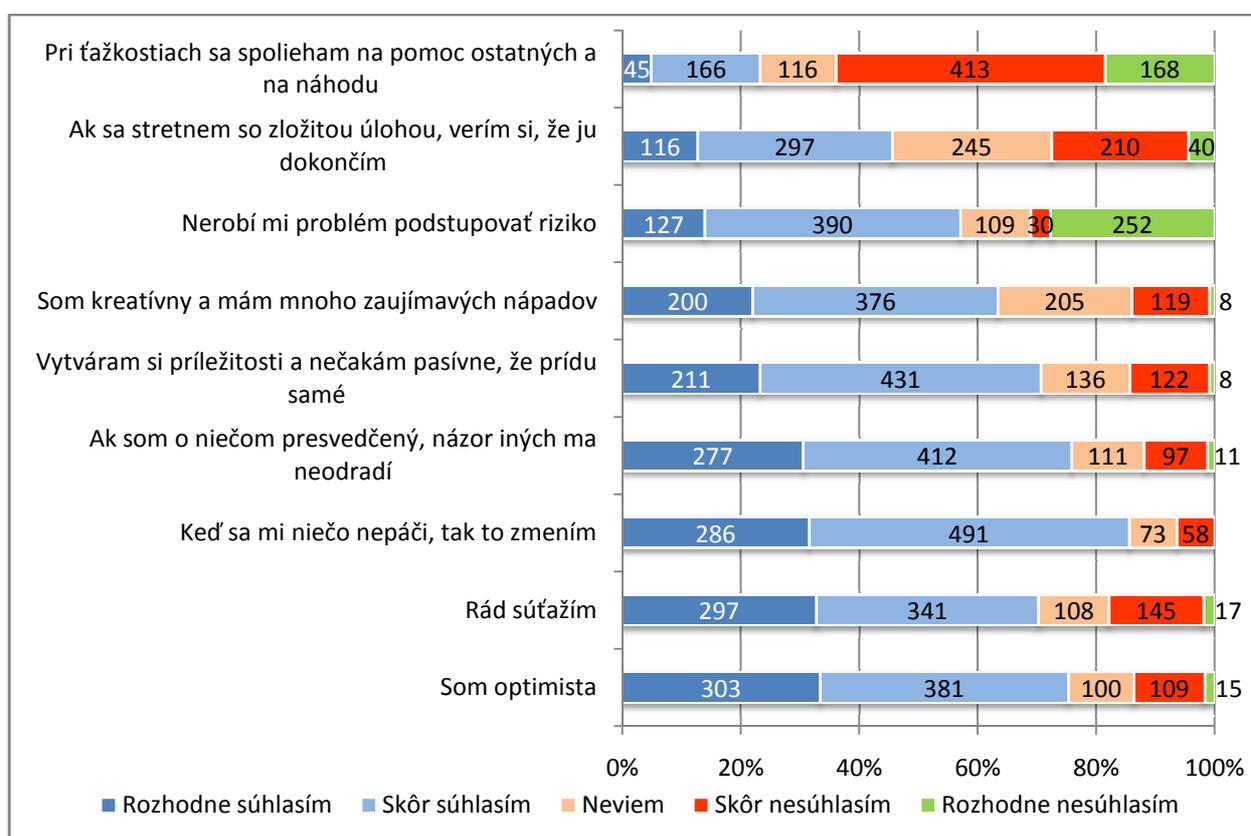
- skupina žien na materskej dovolenke negatívne vníma podnikateľské prostredie, neorientuje sa v zákonoch a často nemá podnikateľský nápad;
- študenti stredných škôl si myslia, že im okrem kapitálu chýba aj kvalifikácia, čo je triezve hodnotenie svojich schopností;
- zamestnanci majú zo sledovaných skupín najmenšiu ochotu riskovať a častejšie než ostatným im chýba obchodnícke nadanie a podpora rodiny.

Pri sledovaní rozdielov medzi mladými ľuďmi žijúcimi v mestách a na vidieku badáme iba minimálne rozdiely.

Sebahodnotenie podnikateľských schopností mladých ľudí prostredníctvom výrokov

V tejto časti mali mladí ľudia zase vyjadrovať svoj postoj k uvedeným výrokom, zaujímalo nás, aké majú mladí ľudia zvyky a postoje, ako sa chovajú v situáciách, s ktorými sú podnikatelia konfrontovaní.

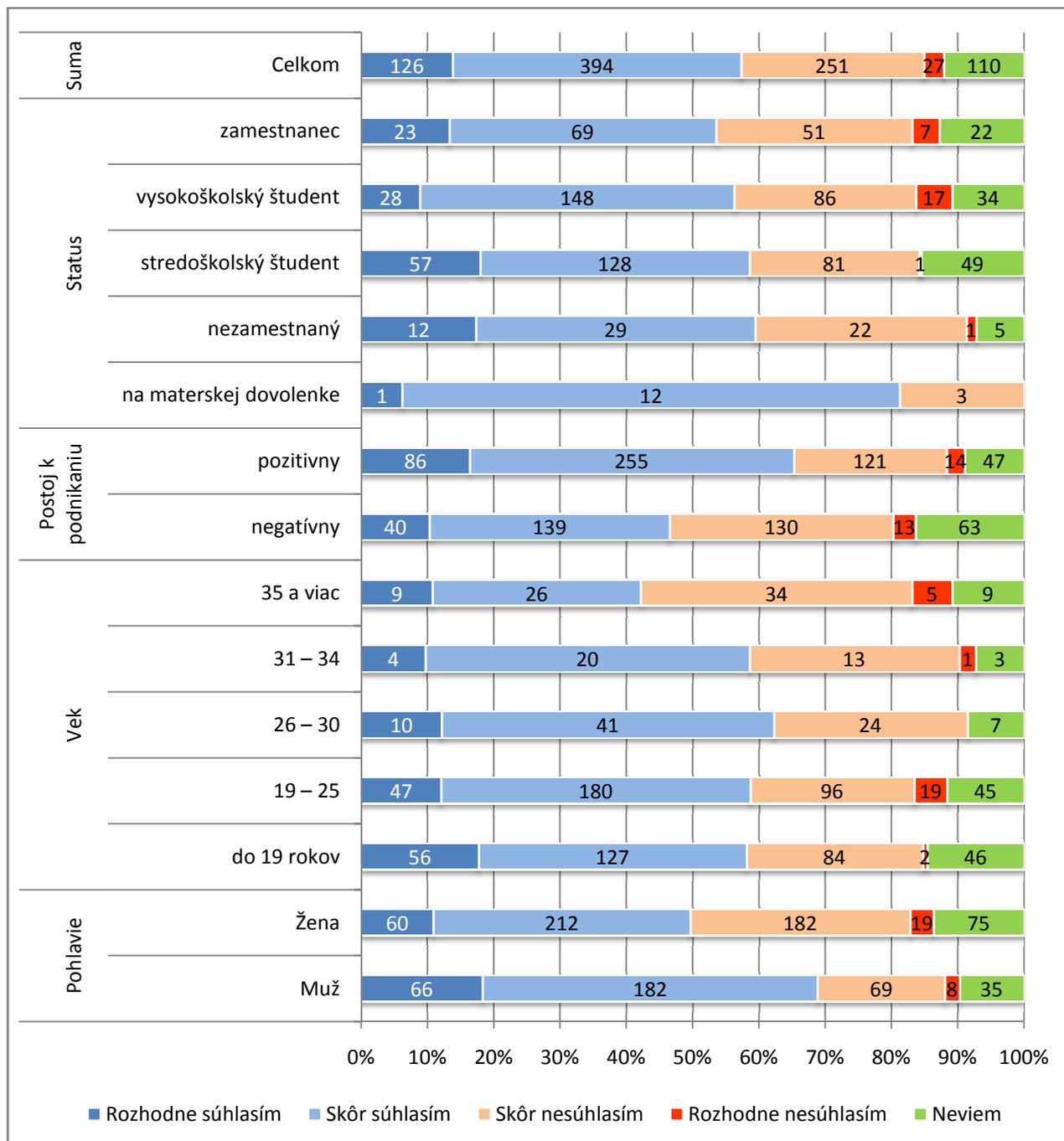
Graf č. 56: Sebahodnotenie podnikateľských schopností mladých ľudí prostredníctvom výrokov



- Až 85 % respondentov tvrdí, že ak sa im niečo nepáči, dokážu to zmeniť. Iba 6 % je proti a 8 % sa nevie k tomuto tvrdeniu vyjadriť.
- 71 % respondentov súhlasí s výrokom, že si sami vytvárajú príležitosti a nečakajú pasívne, kým prídu samé. Až 14 % si myslí opak.
- 76 % - teda viac ako tri štvrtiny respondentov tvrdí, že ak sú o niečom presvedčení, názor iných ich neodradí.

- 63 % respondentov si myslí, že sú kreatívni a 14 % s tým nesúhlasí. **Respondenti majú o sebe pomerne pozitívne zmýšľanie ak zároveň priznávajú, že až 40 % z nich chýba dobrý podnikateľský nápad.**
- 45 % respondentov si o sebe myslí, že keď sa stretne so zložitou úlohou, veria, že ju aj dokončia a 27 % respondentov si myslí, že keď sa stretnú so zložitou úlohou, nedokončia ju.
- Tri štvrtiny respondentov tvrdia, že sú optimisti a 71 % tvrdí, že radi súťažia. Až 18 % uvádza opak.
- Iba 23 % respondentov sa spolieha pri ťažkostiach na pomoc iných a 64 % sa snaží problémy si vyriešiť sami.
- 57 % respondentov uvádza, že im nerobí problém podstupovať riziko, pre 31 % to problémom je.

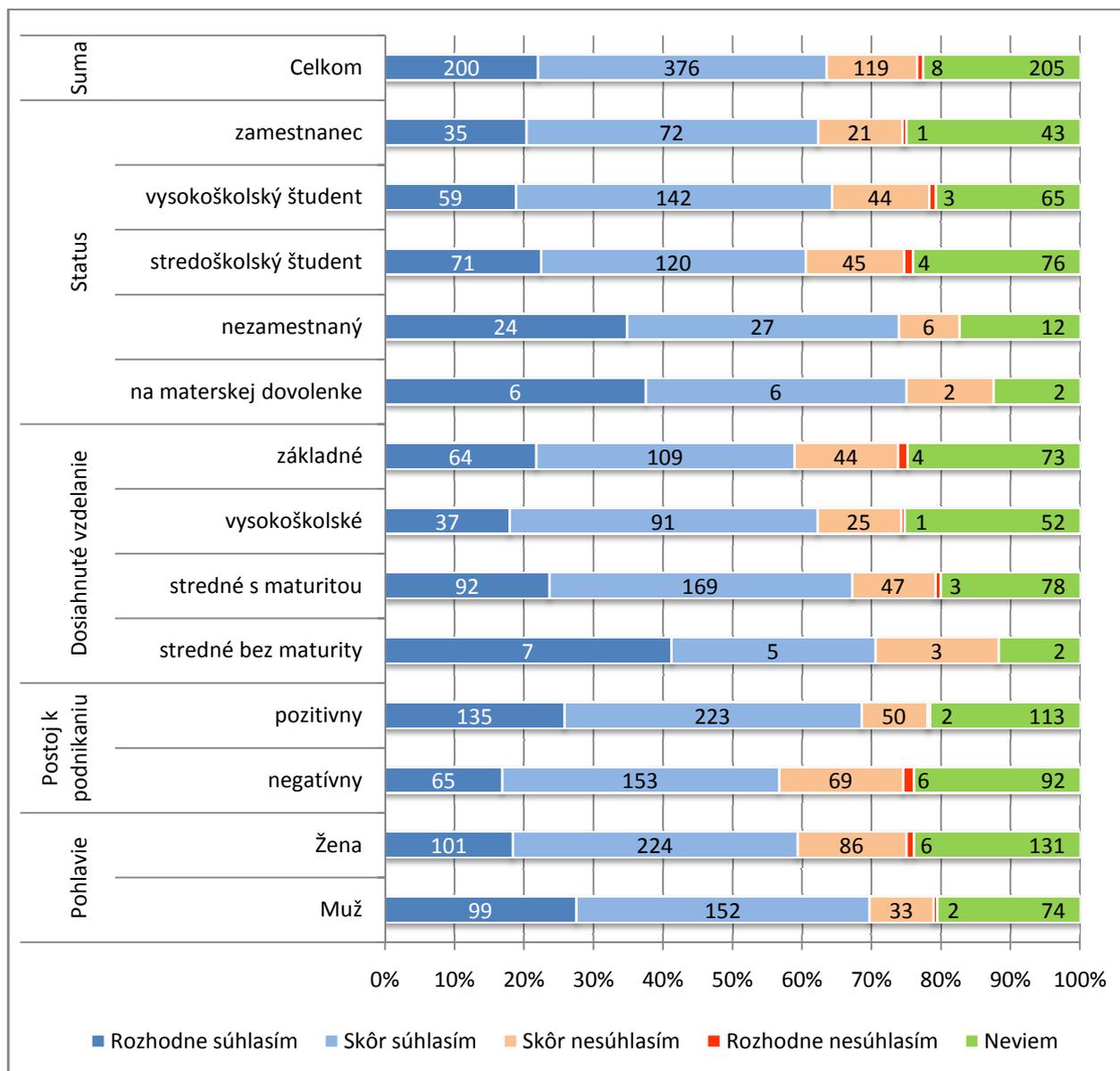
Graf: Postoj skupín respondentov k výroku: „Nerobí mi problém podstupovať riziko“



- Muži sú ochotní podstupovať riziko v oveľa väčšej miere ako ženy (68,89% oproti 49,64%)

- Starší respondenti takisto patria ku skupine, ktorá nie je ochotná príliš riskovať, v skupine nad 35 rokov podiel ľudí ochotných riskovať predstavoval len 42,17%, priemer za všetkých respondentov predstavoval 57,27%
- Zamestnanci sú takisto viac rizikovo averzní, ich podiel dosiahol 53,49%
- Mladí ľudia so silne pozitívnym vzťahom k podnikaniu sú ochotní viac podstupovať riziko ako ostatná populácia (65,20% oproti 46,49%)

Graf: Postoj skupín respondentov k výroku: „Som kreatívny a mám mnoho zaujímavých nápadov“



- za najkreatívnejšiu skupinu sa považuje skupina nezamestnaných (73,91%) a skupina žien na materskej dovolenke (75%);
- vo všeobecnosti si o sebe myslia muži, že sú kreatívni v 69,72% prípadoch a ženy v 59,30% prípadoch;
- takisto skupina respondentov, ktorí majú silne pozitívny vzťah k podnikaniu, vykazuje vyššiu mienku o svojej kreativite ako skupina s menej pozitívnym vzťahom k podnikaniu (68,45% oproti 56,62%).

Dôvody preferencie zamestnania pred podnikaním u mladých ľudí

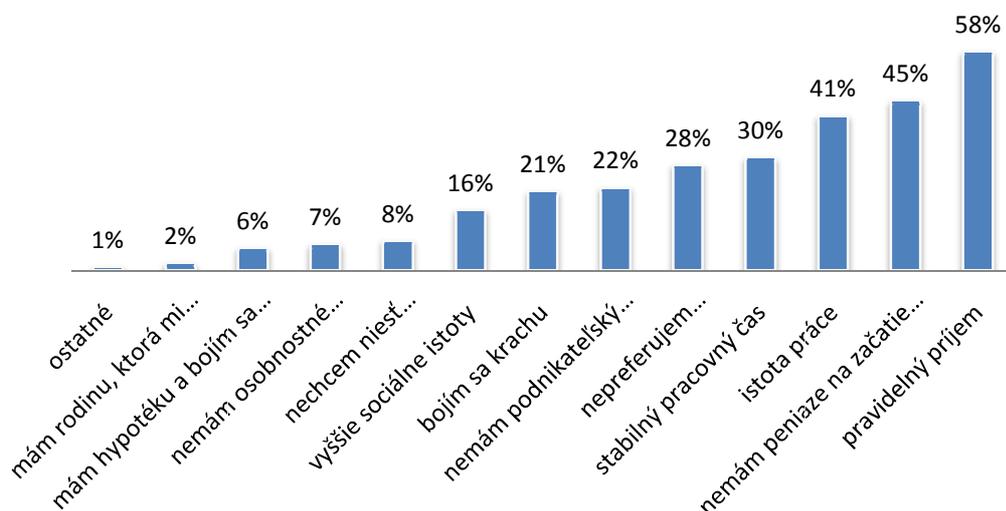
Skúmali sme tiež faktory, prečo preferujú respondenti zamestnanie pred podnikaním. Respondenti mali zase možnosť zaškrtnúť viacero odpovedí.

Tabuľka: Dôvody preferovania zamestnania pred podnikaním

Odpoveď	Muži v %	Ženy v %	Celkom
Pravidelný príjem	56,11%	60,58%	58,81%
Nemám peniaze na začatie podnikania	46,94%	45,99%	46,37%
Istota práce	35,00%	47,08%	42,29%
Stabilný pracovný čas	24,17%	34,67%	30,51%
Nemám podnikateľský nápad	20,56%	22,45%	21,70%
Bojím sa krachu	17,50%	23,72%	21,26%
Vyššie sociálne istoty	16,39%	15,51%	15,86%
Nechcem niesť zodpovednosť	7,22%	8,76%	8,15%
Nemám osobnostné predpoklady byť podnikateľom	4,72%	10,04%	7,93%
Mám rodinu, ktorá mi bráni v podnikaní	2,50%	1,46%	1,87%

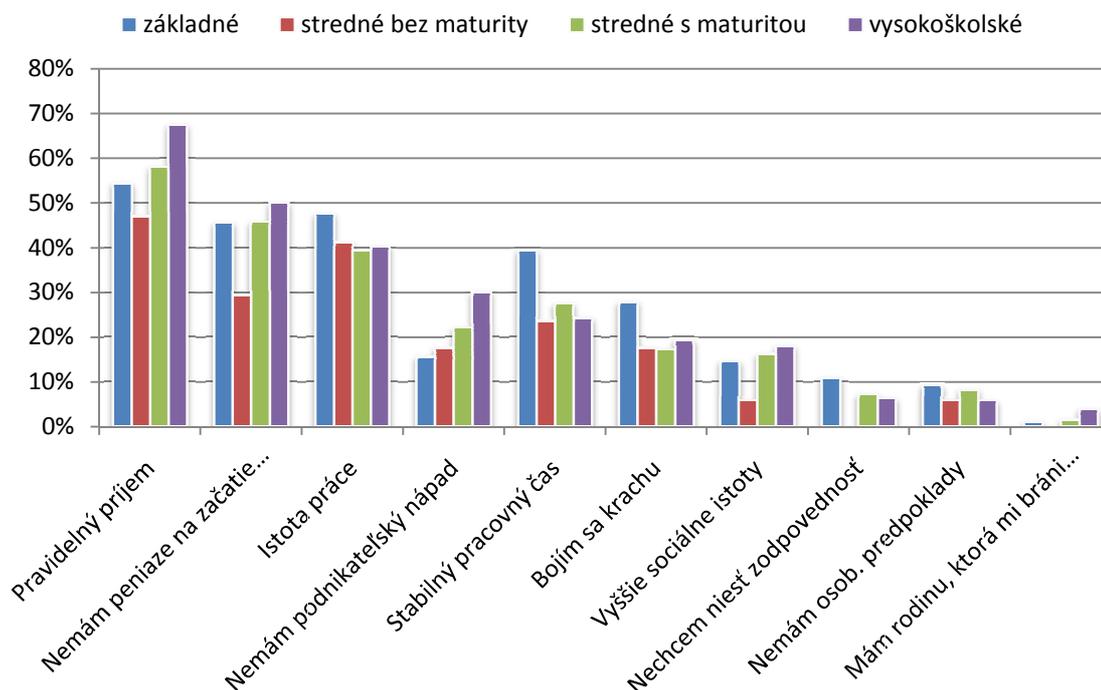
Najčastejšie respondenti preferujú zamestnanie pred podnikaním z dôvodu pravidelného príjmu – až 58,81 %, druhý najčastejší dôvod tkvie v 46,37 % prípadoch v tom, že respondenti nemajú peniaze na začatie podnikania a tretím dôvodom je skutočnosť, že až 42,29 % uprednostňuje istotu práce. 30,51% preferuje zamestnanie z dôvodu stabilného pracovného času. Zaujímavosťou je, že až na piatom mieste je s 21,70% skutočnosť, že respondenti nemajú podnikateľský nápad. Rozdielnosť odpovedí v porovnaní s predchádzajúcimi otázkami na túto tému je pravdepodobne spôsobená konštrukciou otázky.

Graf: Dôvody preferovania zamestnania pred podnikaním v %



Rozdiel medzi mužmi a ženami je u už spomínanej ochote riskovať, ale aj v tom, že viac ako mužov si myslí, že nemá osobnostné predpoklady na podnikanie (10,04% oproti 4,72%).

Graf: Dôvody preferovania zamestnania pred podnikaním podľa najvyššieho dosiahnutého vzdelania v %



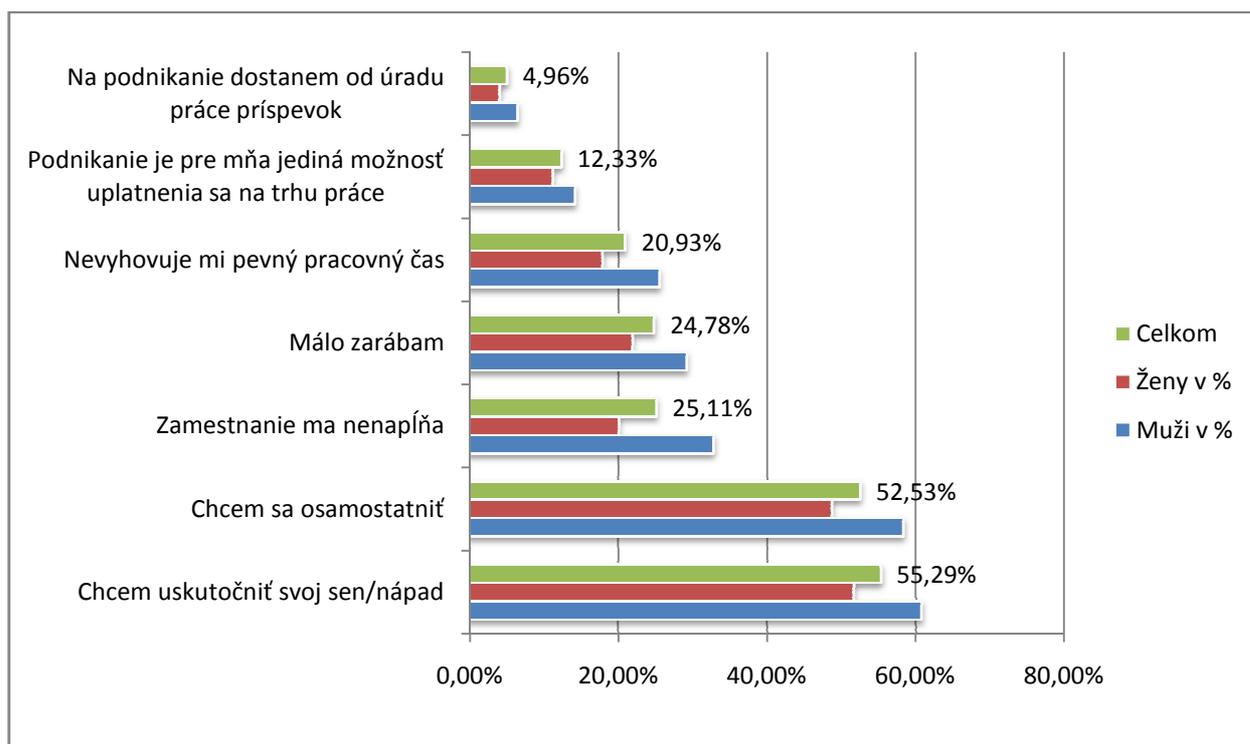
Pri analýze odpovedí dôvodov preferencie zamestnania pred podnikaním podľa vzdelania možno povedať, **vysokoškolsky vzdelaní respondenti preferujú zamestnanie kvôli tomu, že v práci majú vyšší pravidelný príjem, ale aj skutočnosť, že nemajú podnikateľské nápady, hoci vysokoškolsky vzdelaní mladí ľudia sa neohodnotili ako menej kreatívni v porovnaní so zvyškom populácie.**

Ľudia so základným vzdelaním sa viac ako ostatné skupiny boja krachu a preferujú stabilný pracovný čas.

Identifikácia motívov vedúcich k začatiu podnikania

Respondenti odpovedali aj na otázku, prečo by chceli začať podnikáť. Opäť mohli zaškrtnúť viacero odpovedí. Až 56 % respondentov chce podnikáť preto, aby si uskutočnili svoj sen alebo podnikateľský nápad, 52 % preto, že sa chce osamostatniť, jednu štvrtinu respondentov zamestnanie nenapĺňa a jednej pätine nevyhovuje pracovný čas. **Dominujú teda pozitívne motívy nad tými negatívnymi.**

Graf: Prečo by ste chceli začať podnikat'



Pri analýze odpovedí napr. podľa vzdelania aj podľa pohlavia výsledky stále kopírujú dva najčastejšie dôvody začatia podnikania – 1. uskutočniť svoj nápad/sen a osamostatniť sa. Graf taktiež naznačuje, že pre mužov je významná tiež skutočnosť, že nie sú spokojní so svojím doterajším zamestnaním, a to oveľa častejšie ako ženy (32,78% oproti 20,07%).

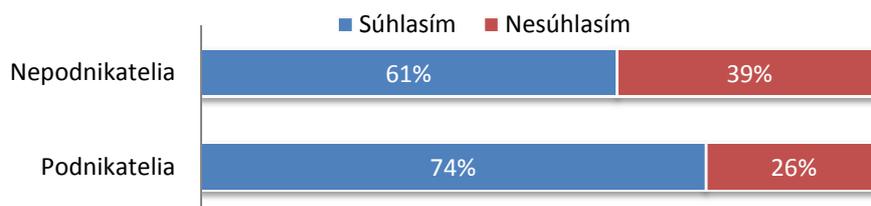
Hodnotenie úlohy školy pri utváraní vzťahu k podnikaniu

32 % respondentov uvádza, že škola v nich prebudila podnikateľského ducha, naopak až takmer polovica 49 % z nich to odmieta;

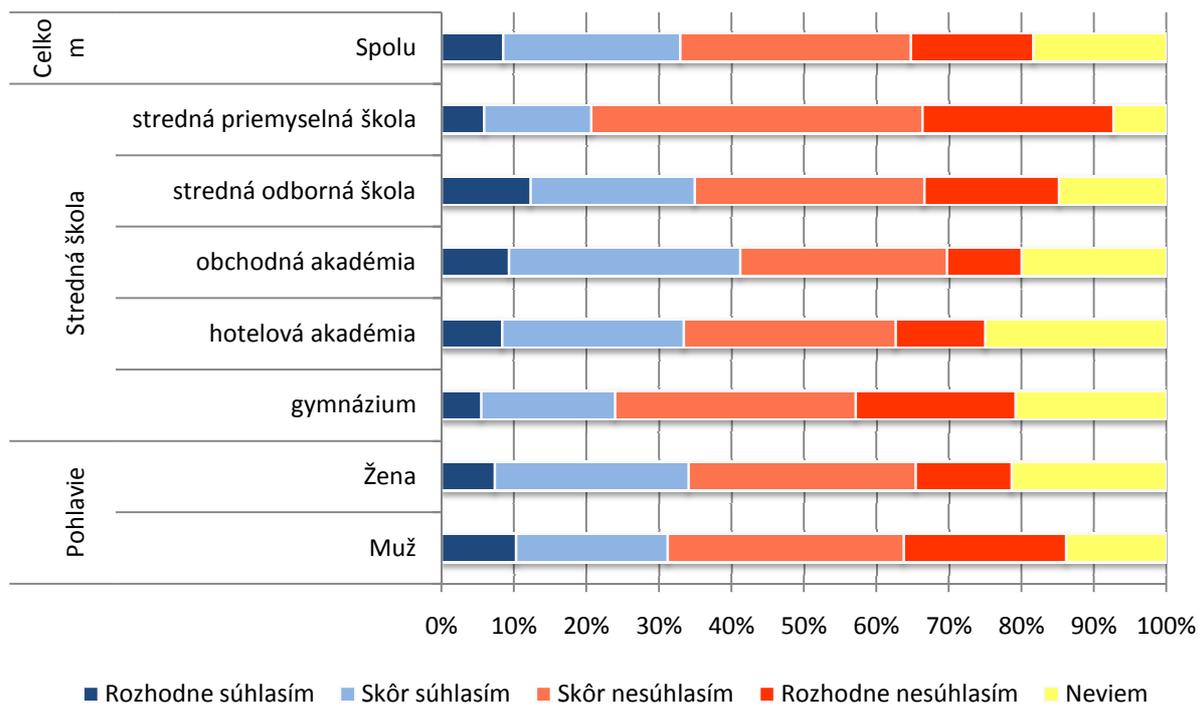
- 55 % respondentov uvádza, že škola im pomohla pochopiť úlohu podnikateľa v spoločnosti, avšak 44 % respondentov s týmto tvrdením nesúhlasí;
- 49 % respondentov uvádza, že majú vo svojom okolí dostatok podnikateľských vzorov a o 10 % menej teda 39 % tvrdí, že ich mnoho okolo seba nemá.
- 54% respondentov si nemyslí, že ich škola naučila ako rozbehnúť biznis a stať sa úspešným podnikateľom, len 26 % má opačný názor.
- Až 61 % respondentov si myslí, že kvalitnejší mentoring je pre podnikateľov dôležitejší ako dostupnosť finančných zdrojov za zvýhodnených podmienok. Napriek tomu ako najväčšiu bariéru podnikania uvádzajú neskôr ako nedostatok financií.
- Až 87 % respondentov si myslí, že podporné programy by mali byť zamerané na tréningy, poradenstvo, mentoring a uľahčenie prístupu k financovaniu podnikateľských plánov. Odpovede kopírujú aj predchádzajúce výsledky.

Pri porovnaní odpovedí podnikateľov a nepodnikateľov vidíme, že v skupine podnikateľov súhlasí s tvrdením, že mentoring je dôležitejší ako zvýhodnené finančné zdroje až 74 % podnikateľov, čo sú takmer tri štvrtiny. V skupine mladých ľudí nepodnikateľov si to myslí 61 % respondentov, teda takmer dve tretiny.

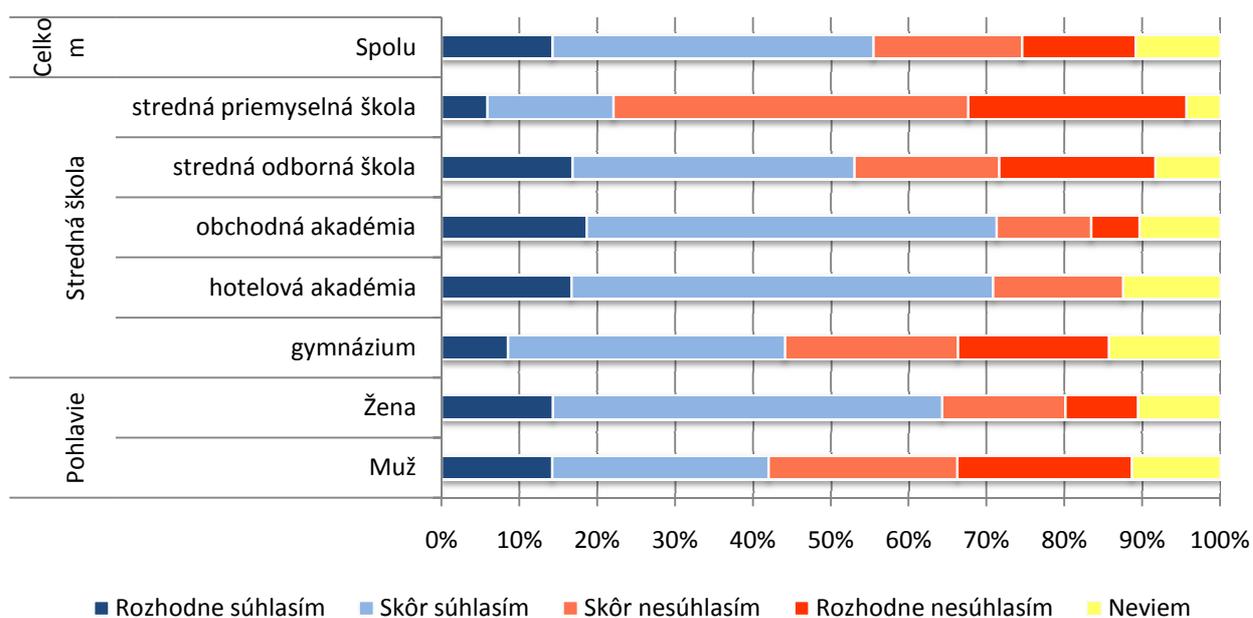
Graf: Súhlasíte s tvrdením, že pre úspech začínajúcich podnikateľov je dôležitejší mentoring ako získavanie finančných zdrojov za zvýhodnených podmienok v %?



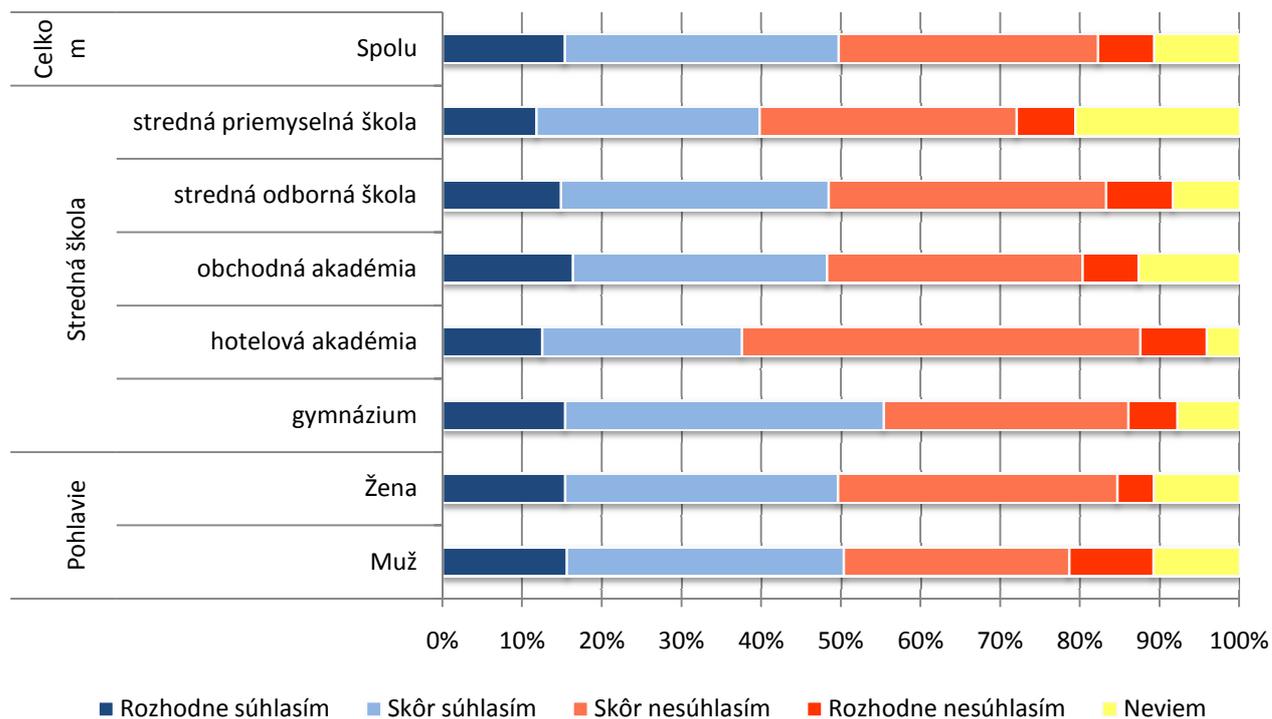
Graf: Postoj k výroku: „Škola vo mne prebudila podnikateľského ducha“:



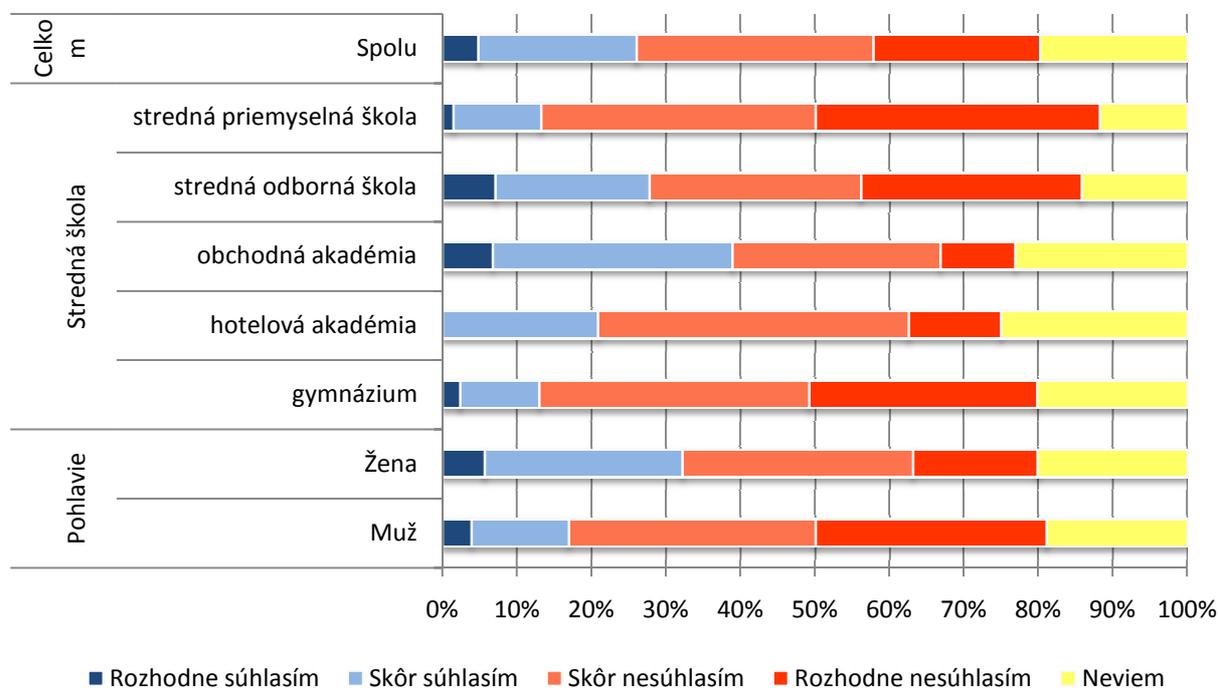
Graf: Postoj k výroku: „Škola mi pomohla pochopiť rolu podnikateľa v spoločnosti“



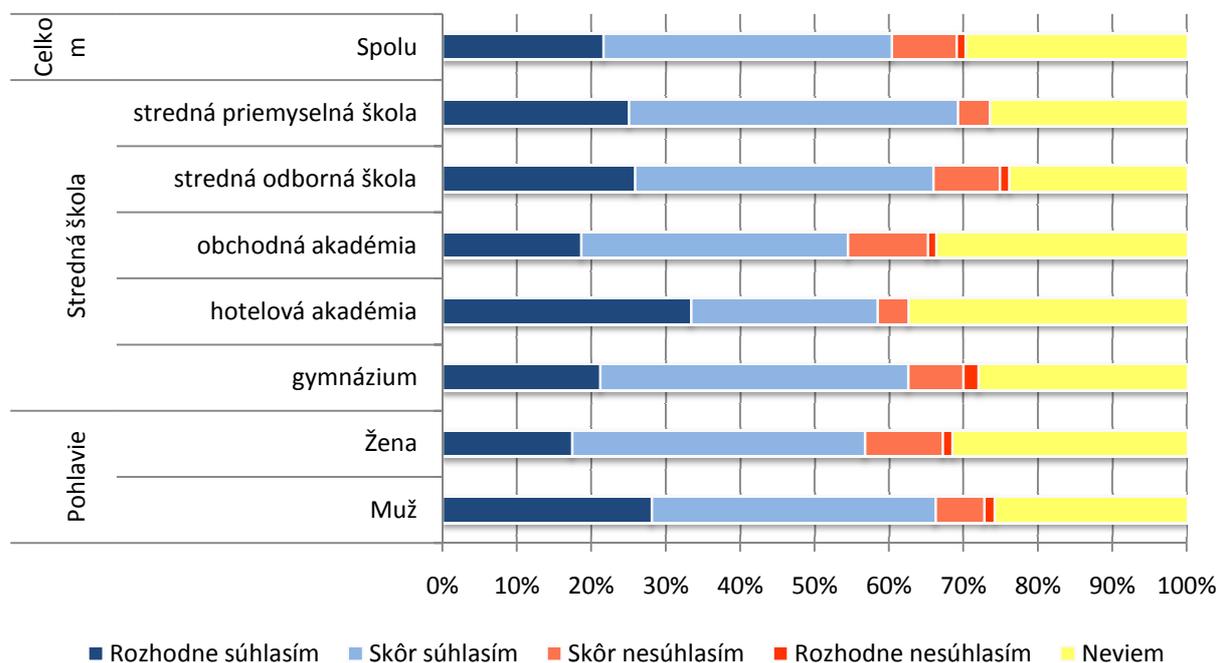
Graf: Postoj k výroku: „Vo svojom okolí mám mnoho podnikateľských vzorov“



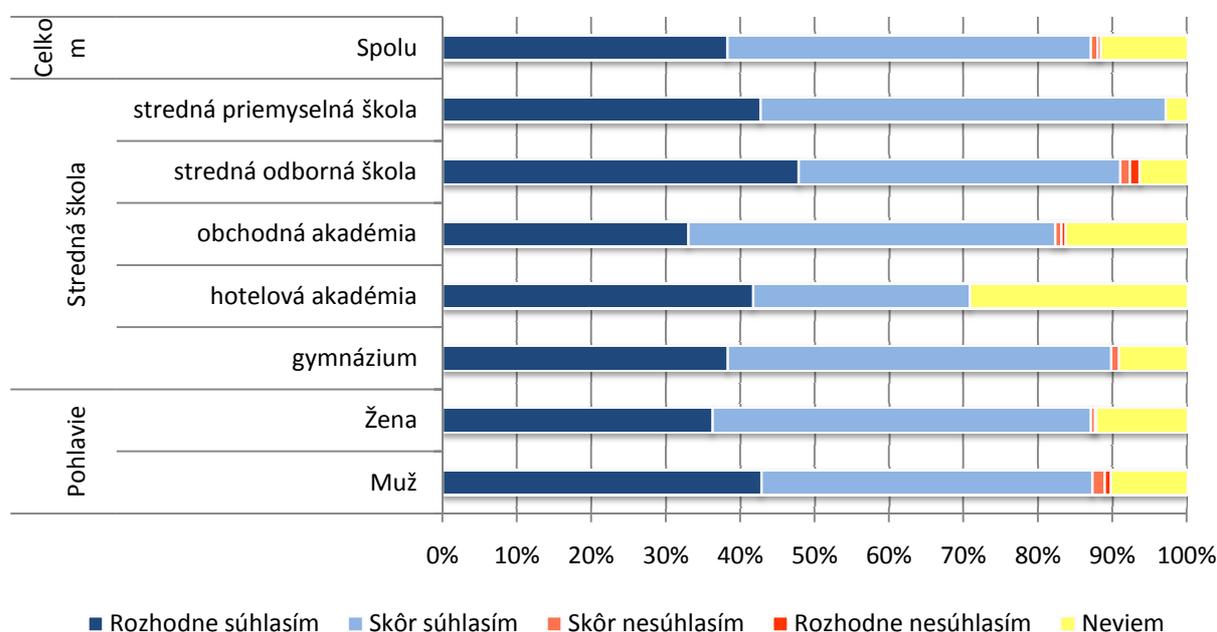
Graf: Postoj k výroku: „Škola ma naučila ako sa stať úspešným podnikateľom a ako rozbehnúť biznis“



Graf: Postoj k výroku: „Pre úspech začínajúcich podnikateľov je dôležitejší kvalitný mentoring ako dostupnosť finančných zdrojov poskytovaných za zvýhodnených podmienok“



Graf: Postoj k výroku: „Podporné programy by mali byť zamerané na tréningy, poradenstvo, mentoring a uľahčenie prístupu k financovaniu podnikateľských zámerov“



Respondenti najčastejšie súhlasia s výrokom, že škola im pomohla pochopiť úlohu podnikateľa v spoločnosti. Takmer polovica má vo svojom okolí mnoho podnikateľských vzorov. Pri celkovom porovnaní vyššie uvedených výrokov môžeme konštatovať, že **respondenti študujúci na obchodných akadémiách sú najviac vedení k podnikaniu.**

Urobili ste už nejaké konkrétne kroky so štartom podnikania?

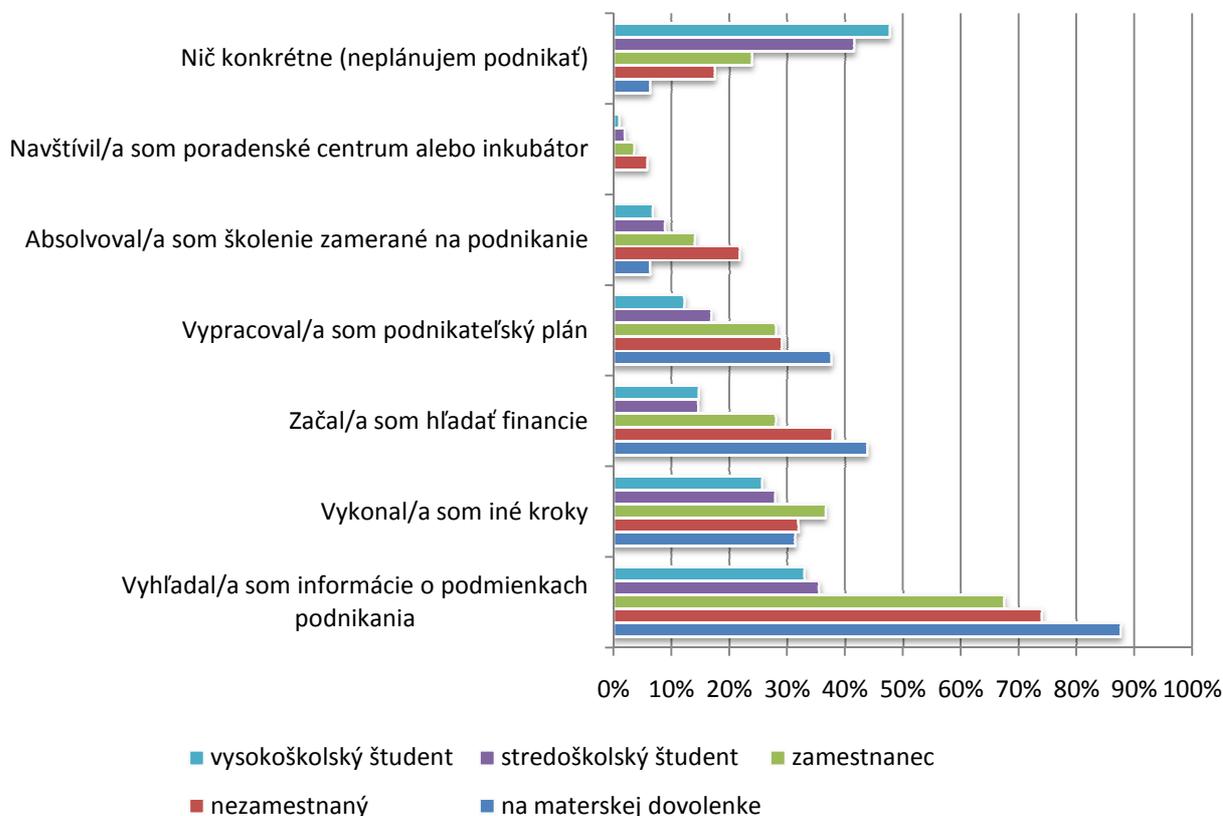
Tabuľka: Podniknuté kroky vo vzťahu k možnému štartu podnikania podľa pohlavia v %

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
Vyhľadal/a som informácie o podmienkach podnikania	207	200	407	57,50%	36,50%	44,82%
Vykonal/a som iné kroky	135	135	270	37,50%	24,64%	29,74%
Začal/a som hľadať financie	115	67	182	31,94%	12,23%	20,04%
Vypracoval/a som podnikateľský plán	89	86	175	24,72%	15,69%	19,27%
Absolvoval/a som školenie zamerané na podnikanie	49	45	94	13,61%	8,21%	10,35%
Navštívil/a som poradenské centrum alebo inkubátor	9	11	20	2,50%	2,01%	2,20%
Nič konkrétne (neplánujem podnikat')	91	249	340	25,28%	45,44%	37,44%

V skupine žien je pomerne vysoký počet respondentiek, ktoré neurobili nič, pretože neplánujú podnikat'. **V porovnaní s mužmi je najväčší rozdiel v tom, že muži častejšie už hľadali informácie o podmienkach podnikania, začali sa zaujímať o získavanie financií či vypracovali podnikateľský plán.**

Najaktívnejší v zhromažďovaní informácií o podnikaní sú zamestnanci a nezamestnaní, ale aj ženy na materskej dovolenke (takmer 9 z 10 žien na materskej sa zaujíma o podnikanie, takmer 4 z 10 vypracovali aj podnikateľský plán), záujem študentov je nižší. Nezamestnaní navštevujú najviac poradenské centrá a zúčastňujú sa školení. Ženy na materskej začali hľadať financie a vypracovali podnikateľský plán.

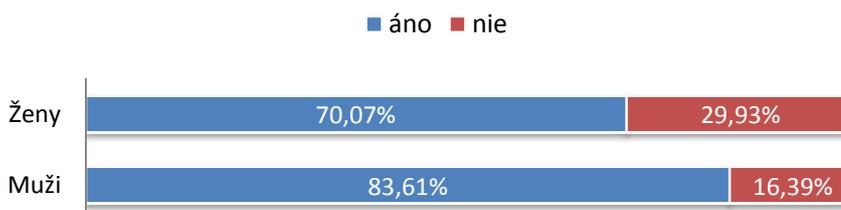
Graf: Podniknuté kroky vo vzťahu k možnému štartu podnikania podľa statusu v %



Myslíte si, že muži aj ženy majú rovnaké šance dostať sa k dobrým príležitostiam pre začatie nového biznisu?

Až tri štvrtiny 75 % respondentov si myslí, že muži a ženy majú rovnaké šance dostať sa k dobrým príležitostiam pre začatie biznisu. Jedna štvrtina toto tvrdenie popiera. Keď skúmame rozdelenie odpovedí podľa pohlavia respondentov, ženy majú pomerne pesimistickejšie vyjadrenia k tejto otázke ako muži, rozdiel je až 14 %. **Muži si teda častejšie ako ženy myslia, že existuje rovnosť šanci mužov a žien.**

Graf: Rovnosť šanci mužov a žien – odpovede podľa pohlavia v %



Kde sa podľa Vás podniká ľahšie?

Podľa názorov 76 % respondentov sa ľahšie podniká v meste ako na vidieku. Bez rozdielu to vníma 23 % respondentov. Iba 1 % si myslí, že ľahšie sa podniká na vidieku.

Ak by ste sa rozhodli podnikáť, preferovali by ste podnikanie so spoločníkmi?

Zaujímalo nás, či ak by sa mladí ľudia rozhodli podnikáť, či by chceli podnikáť sami alebo so spoločníkmi. **Väčšina (54 %) respondentov uvádza, že samostatne, časť, ktorá by prijala spoločníkov je 46 %.** Zo skupiny žien by samostatne chcelo podnikáť 53 %, zo skupiny mužov je to 54 %, čiže rozdiely nie sú významné ani podľa pohlavia ani iných kritérií. **V porovnaní s mladými podnikateľmi možno povedať, že 28 % mladých podnikateľov podniká v súčasnosti so spoločníkmi.**

2.2.2 Skupina otázok týkajúca sa informovanosti o podnikaní

Ako Vás ovplyvnil predmet zaoberajúci sa podnikaním, ktorý ste absolvovali na škole?

Tabuľka : Ako Vás ovplyvnil predmet o podnikaní?

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom
dal mi dostatok informácií o podnikaní	82	220	302	22,78%	40,15%	33,26%
neabsolvoval/a som podobný predmet	113	106	219	31,39%	19,34%	24,12%
neovplyvnil ma nijako	90	121	211	25,00%	22,08%	23,24%
posmelil ma v rozhodnutí, že v budúcnosti budem podnikáť	53	70	123	14,72%	12,77%	13,55%
vďaka nemu som sa rozhodol/la, že nezačnem podnikáť	9	11	20	2,50%	2,01%	2,20%
iné	13	20	33	3,61%	3,65%	3,63%
Celkom	360	548	908	100,00%	100,00%	100,00%

Respondenti majú subjektívny pocit, že predmet o podnikaní im dal dostatok informácií o podnikaní (až v 33,26 % prípadov, pričom ženy majú tento pocit oveľa častejšie ako muži 40,15 % oproti 22,78 %). Približne každého štvrtého respondenta takýto predmet nijako neovplyvnil. Až 13,55 % respondentov sa vďaka absolvovaniu takéhoto predmetu rozhodlo, že v budúcnosti bude podnikáť, čo je v porovnaní s opačným rozhodnutím vyskytujúcim sa len v 2,2% prípadov pomerne úspešný výsledok.

Keby ste teraz chceli začať podnikáť, mali by ste dostatok začiatočného kapitálu?

Na túto otázku sme dostali pomerne pesimistické odpovede. Až 75 % respondentov odpovedalo, že by nemalo dostatok kapitálu. Iba 7 % by malo dostatok kapitálu keby teraz išli podnikáť a 18 % nevedelo situáciu posúdiť.

Odkiaľ by ste získali kapitál na rozbeh podnikania?

Tí, čo pociťujú nedostatok kapitálu, by si ho chceli požičať z banky (53 %), alebo by hľadali investora (44 %) a na treťom mieste sa umiestnila pôžička od známych (30 %). Respondenti mohli uviesť aj viacero odpovedí. Keď porovnáme na rovnakú otázku odpovede respondentov z druhej skupiny - mladých podnikateľov či je na trhu dostatok možností, odkiaľ môžu začínajúci podnikatelia získať financie, menšia časť si myslí, že áno 22 %, až o 14 % viac – 33 % si myslí, že nie. Pomerne vysoká časť mladých podnikateľov až 42 % to nevie posúdiť. **Ak porovnáваме očakávania tejto skupinou respondentov s reálnou situáciou u existujúcich podnikateľov, zistíme, že očakávania „potenciálnych podnikateľov“ sú mimo reality.**

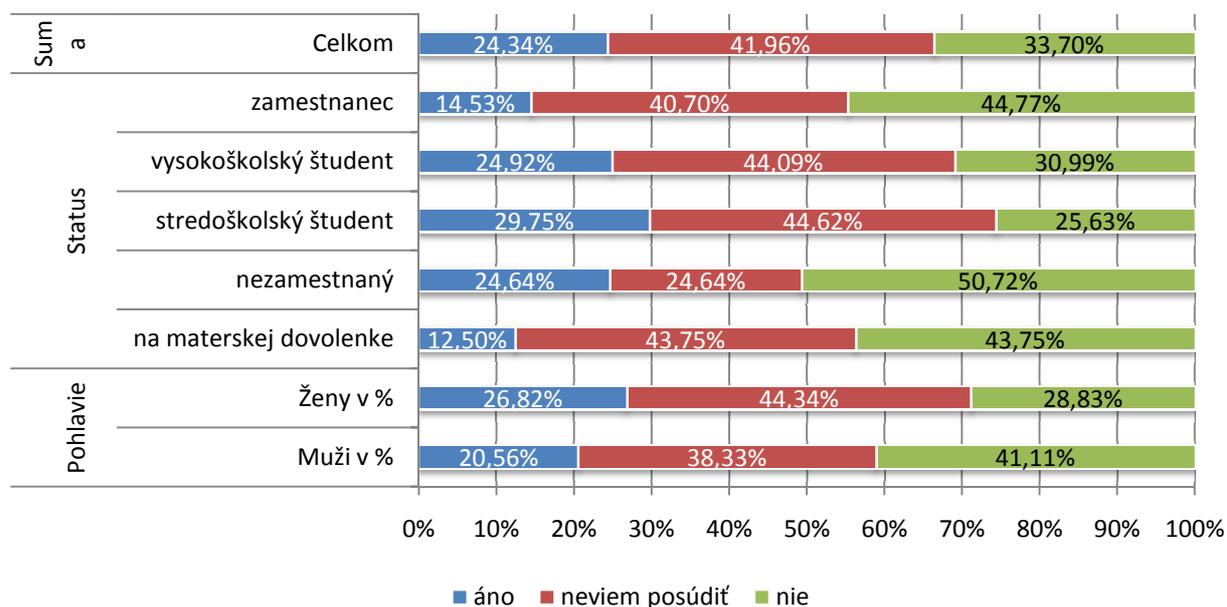
Tabuľka: Zdroje štartovacieho kapitálu existujúcich podnikateľov

Odpoveď	Celkom	Celkom
Vlastné úspory	204	62,96%
K rozbehu podnikania som nepotreboval/a takmer žiaden kapitál	72	22,22%
Pôžička od rodiny alebo známych	69	21,30%
Iné	54	16,67%
Bankový úver	28	8,64%
Štrukturálne fondy	24	7,41%
Lízing	9	2,78%
Mikropôžička z NARMSP	7	2,16%
Rizikový kapitál / Investor	2	0,62%

Je podľa Vás na trhu dostatok možností odkiaľ získať kapitál?

Skúmali sme aj to, či si mladí ľudia myslia, že na trhu je dostatok možností, odkiaľ sa dajú získať financie. Iba 24 % respondentov si myslí, že možností je dostatok. 34 % s tým nesúhlasí a až 42 % sa nevie vyjadriť.

Graf: Je podľa Vás na trhu dostatok možností odkiaľ môžu začínajúci podnikatelia získať financie?



Ak porovnávame odpovede na rovnakú otázku, ktorá bola položená existujúcim podnikateľom, zisťujeme, že obe skupiny majú na šírku trhovej ponuky financovania začínajúcich podnikateľov takmer identický názor.

Počuli ste už o podnikateľských inkubátoroch?

Informovanosť o existencii podnikateľských inkubátoroch je pomerne nízka. Iba 31 % respondentov nepodnikateľov o nich vie. Až takmer 70 % o ich existencii netuší. Keď sme sa respondentov, ktorí plánujú podnikáť spýtali, odkiaľ doteraz čerpali informácie, 7 % respondentov zatiaľ využilo na získanie potrebných informácií inkubátory a poradenské centrá.

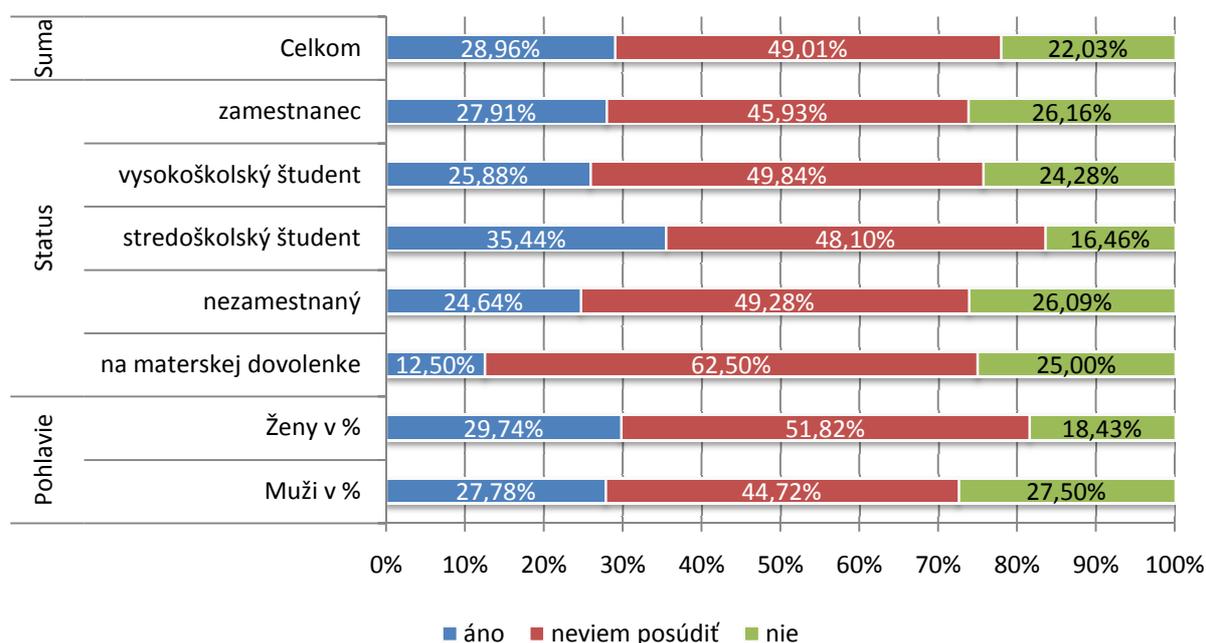
Pri porovnaní výsledkov z druhej skupiny respondentov – mladých podnikateľov zisťujeme, že inkubátory rovnako nepozná 70 % respondentov. Pri vzniku ich využilo iba 5 % z opýtaných mladých podnikateľov.

Keby ste začali podnikáť, využili by ste platené poradenské služby pre podnikateľov

29 % respondentov by v prípade začatia podnikania využilo platené poradenské služby pre podnikateľov. 22 % s tým nesúhlasí. Až 49 % nevie posúdiť.

Pri sledovaní, či sú rozhodnutí využívať aj platené poradenské služby v členení podľa vzdelania možno konštatovať, že čím nižšie vzdelanie, tým častejšie by využili platené poradenstvo.

Graf: Využitie platených poradenských služieb podľa pohlavia a statusu v %



Z tej skupiny podnikateľov, ktorí plánujú v budúcnosti podnikáť by až takmer tretina využila platené podnikateľské poradenstvo, 24 % opýtaných podnikateľov, ktorí plánujú podnikáť o platené poradenstvo záujem nemá.

Viete čo je to „venture kapitál“, resp. rizikový kapitál?

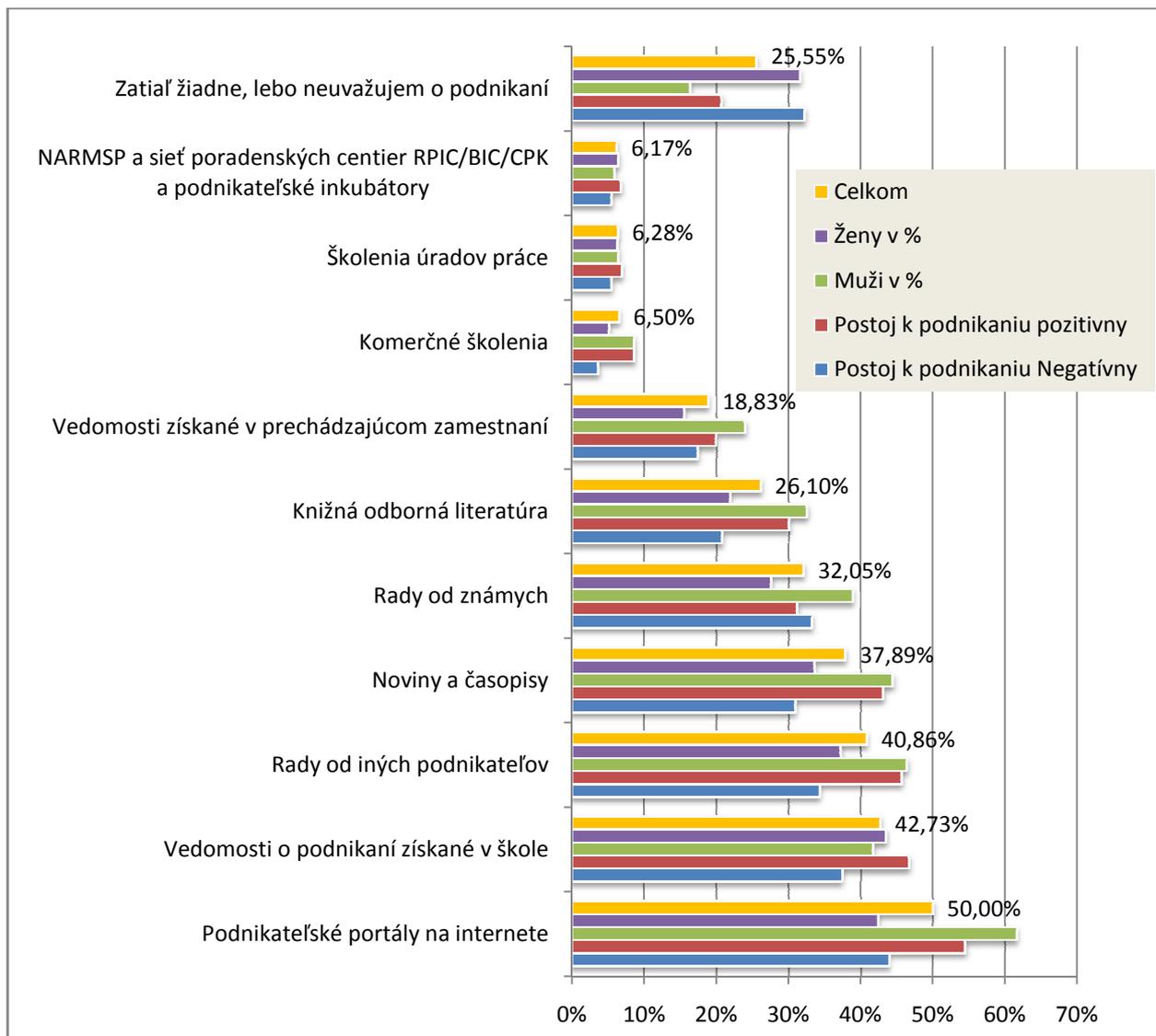
49 % respondentov pozná pojem venture kapitál a 51 % ho nepozná. Otázne je, či majú aj správnu predstavu o tom, čo rizikový kapitál v skutočnosti znamená. Rozdiely v pohlaví sú úplne zanedbateľné. Pri

sledovaní vplyvu vzdelania možno povedať, že čím nižší stupeň vzdelania respondenti dosiahli, tým menej poznali pojem rizikový kapitál. Z výsledkov vyplýva, že respondenti, ktorí plánujú začať podnikáť sú podstatne viac informovaní o rizikovom kapitáli ako tí, ktorí podnikáť neplánujú.

Ktoré informačné zdroje ste využili v prípravnej fáze podnikania

Až 50 % respondentov využilo podnikateľské portály na internete, 43 % vedomosti získané v škole, 41 % rady od iných podnikateľov a 38 % noviny a časopisy, 26 % knižnú odbornú literatúru.

Graf: Informačné zdroje využité v prípravnej fáze podnikania v %



Pri skúmaní využitých informačných zdrojoch v prípravnej fáze možno skonštatovať, že muži častejšie využívajú rady od známych, komerčné školenia, knižnú odbornú literatúru a podnikateľské portály. Ženy naopak častejšie využívajú školenia úradov práce alebo NARMSP či školenia úradov práce.

Aké informácie o podnikaní Vám najviac chýbajú/pociťujete ich nedostatok

V tejto časti sme skúmali, ktorých informácií o podnikaní pociťujú potenciálni podnikatelia ako nedostatok. Z mladých ľudí, našich respondentov, ktorí plánujú v budúcnosti podnikáť najviac 276 pociťuje nedostatok

informácií o možnostiach financovania, druhou najčastejšie chýbajúcou skupinou informácií pre budúcich podnikateľov sú rady úspešných podnikateľov a v rovnakom počte aj inšpiratívne podnikateľské nápady 243 a tretími najčastejšie chýbajúcimi informáciami pre budúcich podnikateľov sú informácie o daniach a odvodoch – chýbali až 234 respondentom.

Tabuľka: Aké informácie o podnikaní Vám najviac chýbajú?

Odpoveď	Muži v %	Ženy v %	Celkom
Informácie o možnostiach financovania	43,89%	31,39%	36,34%
Inšpiratívne podnikateľské nápady	36,11%	33,58%	34,58%
Rady úspešných podnikateľov	38,06%	29,38%	32,82%
Informácie o byrokratických krokoch potrebných k štartu podnikania	37,50%	28,28%	31,94%
Návody na založenie konkrétneho podniku	35,00%	29,01%	31,39%
Informácie o daniach a odvodoch	38,89%	23,91%	29,85%
Informácie o podnikateľských plánoch a ich tvorbe	28,61%	23,36%	25,44%
Vzorové zmluvy a dokumenty	31,67%	19,71%	24,45%
Informácie o podnikaní v iných krajinách EÚ	23,33%	21,53%	22,25%
Informácie o podnikaní špecifických skupín	18,89%	19,34%	19,16%
Príbehy úspešných podnikateľov	19,44%	15,69%	17,18%
Informácie o pracovno-právnych vzťahoch	21,67%	13,50%	16,74%
Nástroje na sebahodnotenie a diagnostiku	19,17%	14,78%	16,52%
Informácie o marketingových nástrojoch	19,72%	11,50%	14,76%
Informácie o ochrane duševného vlastníctva	14,17%	9,49%	11,34%
Informácie o procese náboru a výberu zamestnancov	13,89%	6,02%	9,14%
Informácie o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci	6,11%	3,83%	4,74%
Žiadne, lebo o danú problematiku sa nezaujímam	10,56%	20,62%	16,63%

Respondentom najčastejšie chýbajú informácie o možnostiach financovania, následne inšpiratívne podnikateľské nápady, potom návody na založenie konkrétneho podniku a rady úspešných podnikateľov.

Z 306 respondentov, ktorí si myslia, že na trhu nie je dostatok kapitálu pre začínajúcich podnikateľov, až 152, čo je takmer 50 % nemá žiadne informácie o možnostiach financovania.

V členení podľa pohlavia nevidíme významné rozdiely medzi mužmi a ženami. Vysokoškolsky vzdelaným respondentom chýbajú najviac inšpiratívne podnikateľské nápady a informácie o možnostiach financovania. Informácie o možnostiach financovania chýbajú 13 % stredoškolsky vzdelaným respondentom bez maturity, ale iba 7 % respondentom so základným vzdelaním.

Inšpiratívne podnikateľské nápady chýbajú 6 % stredoškolákovi bez maturity, ale až 10 % vysokoškolákovi. Informácie o podnikateľských plánoch chýbajú častejšie ľuďom s vyšším vzdelaním (vysokoškolákovi a stredoškolákovi s maturitou) ako ľuďom so základným vzdelaním a stredoškolákovi bez maturity. Informácie o možnostiach financovania chýbajú najmenej ľuďom so základným vzdelaním. Rady úspešných podnikateľov chýbajú častejšie ľuďom s nižším vzdelaním. Návody ako založiť podnik chýbajú častejšie ľuďom so základným vzdelaním a bez maturity ako stredoškolákovi s maturitou a vysokoškolákovi. V členení podľa súčasného statusu respondentov nie sú významné rozdiely v odpovediach.

V čom vidíte významné prekážky v podnikaní mladých

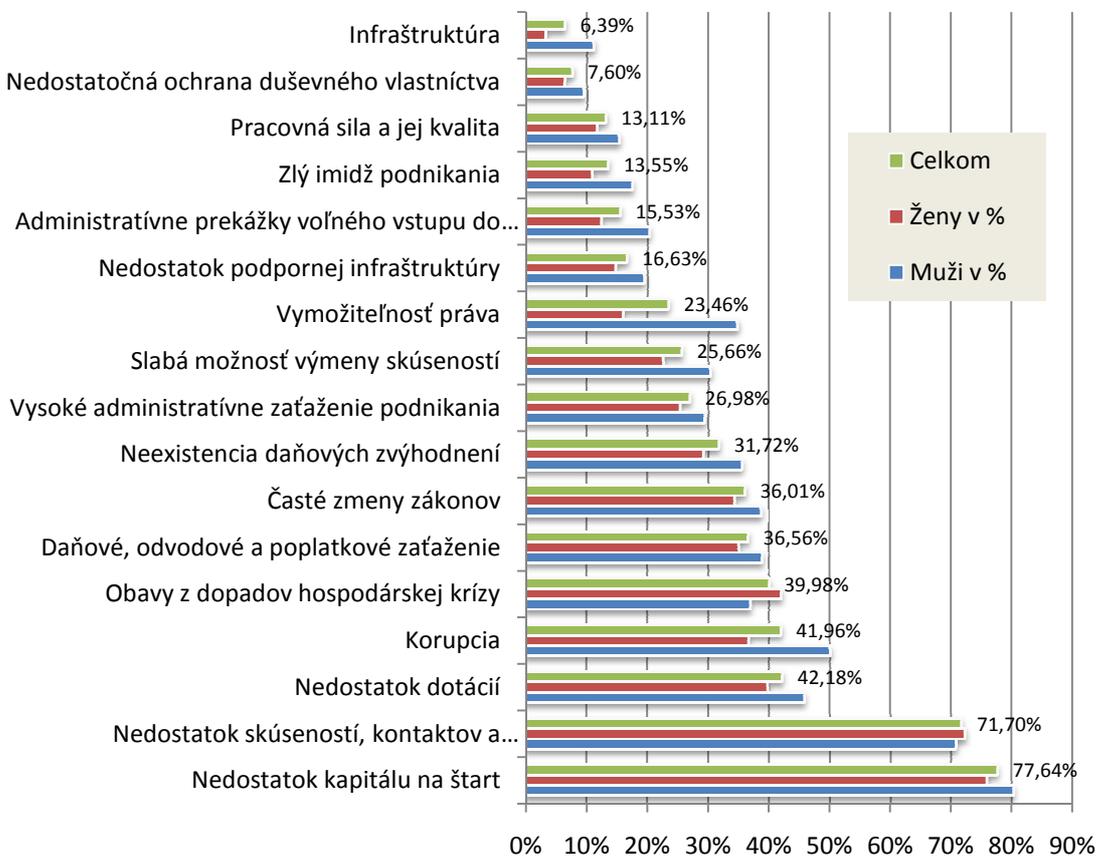
Každý respondent mohol v tejto časti označiť aj viacero bariér, poradie je určené na základe najčastejšieho výskytu prekážok. Prvou prekážkou je nedostatok štartovacieho kapitálu (77,64 %) a druhou najčastejšie

označenou je nedostatok skúseností, vedomostí a odborných kontaktov (71,70 %). Tieto dve bariéry označili respondenti za najzávažnejšie. Za nimi nasleduje nedostatok dotácií (42,18 %) a korupcia (41,96 %). Piatou najväčšou bariérou sú obavy z dopadov hospodárskej krízy (39,98 %), následne vysoké daňové a odvodové zaťaženie podnikateľov (36,56 %) a časté zmeny zákonov (36,01 %).

Tabuľka: Prekážky v podnikaní mladých

Odpoveď	Muži v %	Ženy v %	Celkom
Nedostatok kapitálu na štart	80,28%	75,91%	77,64%
Nedostatok skúseností, kontaktov a odborných vedomostí	70,83%	72,26%	71,70%
Nedostatok dotácií	45,83%	39,78%	42,18%
Korupcia	50,00%	36,68%	41,96%
Obavy z dopadov hospodárskej krízy	36,94%	41,97%	39,98%
Daňové, odvodové a poplatkové zaťaženie	38,89%	35,04%	36,56%
Časté zmeny zákonov	38,61%	34,31%	36,01%
Neexistencia daňových zvýhodnení	35,56%	29,20%	31,72%
Vysoké administratívne zaťaženie podnikania	29,44%	25,36%	26,98%
Slabá možnosť výmeny skúseností	30,28%	22,63%	25,66%
Vymožiteľnosť práva	34,72%	16,06%	23,46%
Nedostatok podpornej infraštruktúry	19,44%	14,78%	16,63%
Administratívne prekážky voľného vstupu do podnikania	20,28%	12,41%	15,53%
Zlý imidž podnikania	17,50%	10,95%	13,55%
Pracovná sila a jej kvalita	15,28%	11,68%	13,11%
Nedostatočná ochrana duševného vlastníctva	9,44%	6,39%	7,60%
Infraštruktúra	11,11%	3,28%	6,39%

Graf : V čom vidíte najčastejšie prekážky v podnikaní mladých ľudí (do 30 r.)



Obidve skupiny vnímajú ako najväčšiu bariéru nedostatok kapitálu na štart. Ženy vnímajú vymožitelnosť práva pozitívnejšie ako muži, ale majú väčšie obavy z dopadov hospodárskej krízy a myslia si, že mladým ľuďom často bráni v podnikaní nedostatok skúseností.

Podľa vzdelania je jediný rozdiel vo vnímaní nedostatku kontaktov, pociťuje ho 10 % vysokoškolákov, ale až 15 % respondentov so základným vzdelaním.

Pri skúmaní rozdielov podľa súčasného statusu jediné rozdiely zaznamenávame v oblasti nedostatku skúseností. Najväčší rozdiel je medzi ženami na materskej a stredoškolskými študentmi. Že je nedostatok skúseností bariérou mladých ľudí v podnikaní si myslí 8 % žien na materskej dovolenke, ale takmer dvojnásobok 15 % študentov stredoškolákov.

3. Vyhodnotenie hypotéz

Prostredníctvom stanovených hypotéz sme sa v prvom rade snažili identifikovať, aké sú najdôležitejšie informačné zdroje pre podnikateľov, koľko z nich využíva podporné programy NARMSP, úradov práce, Eximbanky alebo SZRB. Okrem toho bolo našim cieľom zistiť ich vnímanie týchto programov, prípadne v čom vidia ich nedostatky.

Hypotéza č. 1: Väčšina mladých ľudí vníma podnikateľov na Slovensku negatívne

Naša hypotéza vychádzala z výsledkov prieskumu Eurobarometer 2010. Respondenti na Slovensku nezaujali k podnikateľom pozitívny postoj - 70 % opýtaných odpovedalo, že podľa nich sa podnikatelia starajú len o vlastnú peňaženku, čo je nárast o 20 percentuálnych bodov oproti výsledkom prieskumu z roku 2007. Dokonca až 73 % Slovákov súhlasilo s tvrdením, že podnikatelia len využívajú prácu iných.

To, či majú respondenti pozitívny alebo negatívny postoj k podnikaniu, sme určili porovnávaním odpovede na nižšie uvedené otázky. N sme označili skutočnosti, ktoré preukazujú negatívny (rozumej menej pozitívny) postoj podnikateľov a P sme označili fakty, ktoré prezentujú pozitívny postoj k podnikaniu. Za pozitívny postoj sme označili tých mladých ľudí, ktorí mali 7 a viac pozitívnych odpovedí. Ostatných sme označili ako skupinu s negatívnym postojom.

Tabuľka č. 58: Prvá skupina odpovedí, rozhodujúcich pri definovaní pozitívneho alebo negatívneho postoja

Výrok	Rozhodne súhlasím	Skôr súhlasím	Neviem	Skôr nesúhlasím	Rozhodne nesúhlasím
Podnikatelia bohatnú na úkor svojich zamestnancov	N	N	-	P	P
Podnikatelia musia tvrdo pracovať na rozvoji svojho biznisu	P	P	-	N	N
Podnikanie ide na úkor zdravia a rodinných vzťahov	-	-	-	-	-
Podnikanie je spôsob ako zlepšiť svoju životnú úroveň	P	P	-	N	N
Podnikatelia podstupujú riziko, a preto si zaslúžia odmenu vo forme zisku	P	P	-	N	N

Tabuľka: Druhá skupina odpovedí, rozhodujúcich pri definovaní pozitívneho alebo negatívneho postoja

Vlastnosť/charakteristika	Rozhodne súhlasím	Skôr súhlasím	Neviem	Skôr nesúhlasím	Rozhodne nesúhlasím
pracovitosť	P	P	-	N	N
nekompromisnosť	-	-	-	-	-
vypočítavosť	N	N	-	P	P
šikovnosť	P	P	-	N	N
čestnosť	P	P	-	N	N
láska k peniazom	-	-	-	-	-
múdroosť	P	P	-	N	N
empatia	P	P	-	N	N

Naša hypotéza sa nepotvrdila, skupina respondentov s menej pozitívnym postojom tvorí v našom výberovom súbore len 42 %. Je však potrebné uviesť, že naše závery sú poznačené nielen zvolenou metodikou, ale aj spôsobom zberu dát. Respondenti boli totiž vo veľkej miere oslovení internetovým portálom www.podnikajte.sk, z ktorého obsahového zamerania je možné očakávať cieľovú skupinu s prevažne pozitívnymi postojmi k podnikaniu.

Hypotéza č. 2: Viac ako 3/4 mladých ľudí neuvažuje, že by chceli byť podnikateľmi

Podnikanie v blízkej budúcnosti vážne zvažuje takmer tretina oslovených respondentov. Toto percento je pomerne vysoké a môže byť taktiež ovplyvnené spôsobom zberu dát. Každopádne **hypotéza číslo 2 sa nepotvrdila**.

Tabuľka č. 60 ilustruje plán stať sa podnikateľom u respondentov s pozitívnym i negatívnym postojom k podnikaniu. Napriek tomu, že istá skupina respondentov má negatívny postoj k podnikaniu, až 62 % ľudí z tejto skupiny plánuje začať niekedy v budúcnosti podnikať a pätina opýtaných plánuje, že začne podnikať v blízkej budúcnosti. Počet respondentov plánujúcich podnikať s pozitívnym postojom k podnikaniu je o 15 % vyšší.

Tabuľka: Plán začať v budúcnosti podnikať ľudí s pozitívnym a negatívnym postojom

Plán začať podnikať	pozitívny postoj	%	negatívny postoj	%
neviem	68	13%	87	23%
plánujem začať s podnikaním neskôr	222	42%	156	41%
vážne uvažujem, že v blízkej budúcnosti začnem podnikať	187	36%	84	21%
vôbec neuvažujem nad podnikaním	46	9%	58	15%
SPOLU	523	100%	385	100%

Hypotéza 3: Existujúce formy podpory podnikania sú neefektívne a cieľová skupina o nich nie je informovaná

V online dotazníku sme sa pýtali mladých podnikateľov ako vnímajú prínosy jednotlivých podporných programov, ktoré by im mali uľahčiť podnikanie, prípadne začiatok podnikania. Naša hypotéza predpokladá, že existujúce formy podnikania sú neefektívne a cieľová skupina o nich nie je informovaná. **Výsledky nášho prieskumu uvedené na str. 8 potvrdzujú správnosť našej hypotézy.**

Podnikatelia najčastejšie nepoznajú tieto programy:

1. Programy Eximbanky

2. Programy SZRB
3. Program MSP online
4. Podnikateľské inkubátory
5. Regionálne poradenské a informačné centrá

Hypotéza č. 4: Viac ako 2/3 mladých ľudí má počas svojho štúdia prístup k niektorému z programov podnikateľského vzdelávania

Podľa odpovedí respondentov – nepodnikateľov 54,30 % absolvovalo predmet súvisiaci s podnikaním a 45,70 takýto predmet neabsolvovalo. **Táto hypotéza sa nepotvrdila.**

Hypotéza č. 5: Mladí ľudia, ktorí absolvovali podnikateľské vzdelávania, majú väčší sklon k podnikaniu ako tí, ktorí takéto programy neabsolvovali

Hypotéza skúma súvislosti medzi absolvovaním podnikateľského predmetu a sklonom k podnikaniu. Rozhodli sme sa ako základné faktory určujúce sklon k podnikaniu určiť plán začať podnikáť a postoj k podnikaniu. Každý sme vyhodnotili osobitne.

Tabuľka: Rozdelenie počtu respondentov podľa plánu začať podnikáť a absolvovania podnikateľského predmetu

Plán začať podnikáť	absolvoval	%	neabsolvoval	%
plánujem	351	71%	298	72%
neplánujem	143	29%	117	28%
SPOLU	494	100%	415	100%

Tabuľka porovnáva, aké majú respondenti podnikateľské plány podľa toho, či absolvovali predmet súvisiaci s podnikaním alebo nie. Rozdiely sú iba minimálne, preto možno povedať, že absolvovanie podnikateľských predmetov neovplyvňuje, či sa rozhodnú začať podnikáť alebo nie. **Naša hypotéza sa nepotvrdila.**

V skupine, ktorá má absolvovala predmet súvisiaci s podnikaním má pozitívny postoj 59 % respondentov a v skupine, ktorá predmet neabsolvovala má pozitívny postoj 55 % respondentov. Podiel ľudí s pozitívnym postojom je síce o 4 % v skupine, ktorá absolvovala podnikateľský predmet vyšší ale rozdiel nie je štatisticky preukazný. Možno povedať, že absolvovanie podnikateľských predmetov má vplyv na mladých ľudí, ale nepatria medzi základné faktory, ktoré dokážu ovplyvniť ich postoj k podnikaniu.

Hypotéza č. 6: Mladí ľudia, ktorí boli angažovaní v mládežníckych organizáciách majú väčší sklon podnikaniu, ako tí, ktorí neboli angažovaní

Tabuľka: Respondenti dobrovoľne angažujúci sa v neziskových organizáciách majú väčšiu tendenciu podnikáť

Odpoveď – plánujete začať s podnikaním?	Máte skúsenosť s dobrovoľníckymi aktivitami v neziskových organizáciách?					
	áno	nie	Celkom	áno v %	nie v %	Celkom v %
neviem	52	103	155	16,6%	17,3%	17,1%
plánujem začať s podnikaním neskôr	149	229	378	47,5%	38,6%	41,6%
vážne uvažujem, že v blízkej budúcnosti začnem podnikáť	80	191	271	25,5%	32,2%	29,8%
vôbec neuvažujem nad podnikaním	33	71	104	10,5%	12,0%	11,5%
Celkový súčet	314	594	908	100,0%	100,0%	100,0%

Z výsledkov vyplýva, že naša hypotéza č. 6 sa taktiež nepotvrdila, rozdiely medzi oboma skupinami sú zanedbateľné.

Hypotéza č. 7: Najdôležitejším informačným zdrojom pre podnikateľov sú informácie na podnikateľských portáloch

Graf č. 36 prezentuje, aké informačné zdroje využívajú mladí podnikatelia najčastejšie. Našou hypotézou bolo, že najdôležitejšie a najaktuálnejšie informácie hľadajú podnikatelia na podnikateľských internetových portáloch. Výsledky prieskumu skutočne potvrdzujú, že podnikatelia najčastejšie hľadajú informácie touto formou. **Naša hypotéza sa potvrdila.**

Hypotéza 8: Menej ako 2 % existujúcich podnikateľov využilo niektorý z existujúcich podporných programov

Druhá hypotéza vychádza zo skutočnosti, že iba málo podnikateľov využíva niektorý z existujúcich podporných programov štátu – či už prostredníctvom úradov práce, NADSME alebo Eximbanky či SZRB. Graf č. 80 zobrazuje zistené výsledky. Štvrtina mladých podnikateľov využila pri štarte svojho podnikania podporný program a ¼ nie. **Naša hypotéza bola nadmieru pesimistická a teda sa nám ju nepodarilo potvrdiť.**

V súvislosti s touto otázkou sme pridali aj vyhodnotenie ďalších odpovedí na otázku, či podnikatelia pri štarte využili podnikateľský inkubátor alebo coworkingové miesto. Respondenti odpovedali, že tento druh pomoci využili v 5 % prípadov.

Hypotéza 9: Pre existujúcich podnikateľov je pri rozvoji podnikania cennejší mentoring ako poskytnutie finančných zdrojov za zvýhodnených podmienok

V tejto časti sme zisťovali či je pre mladých podnikateľov pri rozvoji podnikania dôležitejší mentoring ako poskytnutie finančných zdrojov za zvýhodnených podnikateľov. Predpokladali sme, že cennejší je mentoring vzhľadom na ich relatívne menšie podnikateľské skúsenosti. **Naša hypotéza sa potvrdila**, pretože až ¾ opýtaných potvrdili, že mentoring je pre nich dôležitejší ako poskytnutie finančných zdrojov za zvýhodnených podmienok. Bližšie výsledky k hypotéze sú rozpracované v grafe č. 62 .

Hypotéza 10: Väčšina mladých podnikateľov by uvítala platformu pre vzájomné zdieľanie skúseností

Podnikateľom a špeciálne mladým by mohlo pomôcť, keby dokázali vzájomne zdieľať svoje skúsenosti a podeliť sa o tie dobré i zlé, aby sa ich ostatní prípadne mohli vyvarovať. Zisťovali sme, či majú mladí podnikatelia záujem o neformálne stretnutia so skúsenými podnikateľmi, prípadne či majú záujem o sieťovanie s inými mladými podnikateľmi.

Výsledky na grafe č. 38 hovoria o tom, že takmer ¾ mladých podnikateľov má záujem o neformálne stretnutia so skúsenými podnikateľmi. Polovica z nich však iba v tom prípade, ak by boli bezplatné. **Naša hypotéza sa potvrdila.**

Hypotéza 11: Podporné programy by mali byť zamerané na tréningy, poradenstvo, mentoring a uľahčenie prístupu k financovaniu inovatívnych podnikateľských nápadov

Tabuľka č. 63: Súhlasíte s tvrdením, že podporné programy by mali byť zamerané na tréningy, poradenstvo, mentoring a uľahčenie prístupu k financovaniu podnikateľských zámerov?

Odpoveď	Muži	Ženy	Celkom	Muži v %	Ženy v %	Celkom v %
áno	197	114	311	94,71%	98,28%	95,99%
nie	11	2	13	5,29%	1,72%	4,01%
Celkom	208	116	324	100,00%	100,00%	100,00%

Prieskum odhalil, že 19 z 20 podnikateľov súhlasí s výrokom uvedeným v hypotéze, preto konštatujeme, že **hypotéza sa potvrdila**.

Hypotéza 12: Neexistuje podstatný rozdiel v postoji k podnikaniu u mladých ľudí žijúcich v mestách v porovnaní s vidieckymi obcami

Tabuľka č. 64 znázorňuje početné rozdelenie a grafy uvedené nižšie znázorňujú percentuálne rozdelenie každej sledovanej skupiny.

Tabuľka č. 64: Postoj mladých ľudí k podnikaniu podľa toho či žijú na vidieku alebo v meste

Postoj	žijem na vidieku	žijem v meste
pozitívny	58%	57%
negatívny	42%	43%

Z výsledkov vyplýva, že nie je významný rozdiel v postoji týchto dvoch skupín, čiže **hypotézu sa nám podarilo verifikovať**.