

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/B/2019/36103158107834884

MOŽNOSTI PODNIKANIA MLADÝCH ĽUDÍ

NA SLOVENSKU

Bakalárska práca

2018

Zuzana Písečná

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

MOŽNOSTI PODNIKANIA MLADÝCH ĽUDÍ

NA SLOVENSKU

Bakalárska práca

Študijný program: Podnikanie v cestovnom ruchu a službách

Študijný odbor: Cestovný ruch

Školiace pracovisko: Katedra služieb a cestovného ruchu

Vedúci práce: Ing. Anna Veszprémi Sirotková, PhD.

BRATISLAVA 2019

Zuzana Písečná

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Pod'akovanie

**Rada by som sa touto cestou pod'akovala školiteľke mojej práce,
Ing. Veszprémi Sirotkovej, PhD. za odborné vedenie, cenné rady,
odporúčenia a pomoc pri vypracovaní bakalárskej práce.**

ABSTRAKT

PÍSEČNÁ, Zuzana: Možnosti podnikania mladých ľudí na Slovensku – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra služieb a cestovného ruchu – Vedúci záverečnej práce: Ing. Anna Veszprémi Sirotková, PhD. – Bratislava: OF, 2018, 54 strán.

Hlavným cieľom bakalárskej práce je na základe získaných poznatkov preskúmať postoje mladých ľudí k začatiu podnikania na Slovensku a faktory, ktoré na nich vplyvajú a navrhnúť opatrenia na zvýšenie počtu úspešných mladých podnikateľov. V práci sa venujeme tak možnostiam podnikania ako aj momentálnej úrovni podnikania na Slovensku. Práca je rozdelená do 4 kapitol. Obsahuje 11 tabuliek, 2 grafy a 1 prílohu. Prvá kapitola zobrazuje súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí. Zaoberáme sa v nej najmä definovaním kľúčových pojmov týkajúcich sa podnikania a situácie na podnikateľskom trhu. Druhá kapitola vymedzuje cieľ práce. V tretej kapitole sa venujeme použitej metodike práce a metódam riešenia. Štvrtá kapitola je venovaná analýze výsledkov dotazníkového prieskumu. Na záver, v piatej kapitole, opisujeme výsledok našej práce, ktorým je súbor odporúčaní na odstránenie, eliminovanie hlavných bariér podnikania mladých ľudí.

Kľúčové slová: mladí podnikatelia, možnosti podnikania, malé a stredné podniky, podpora podnikania, podnikanie na Slovensku, bariéry podnikania

ABSTRACT

PÍSEČNÁ, Zuzana: Business Opportunities for Young People in Slovakia – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Services and Tourism – Thesis Supervisor: Ing. Anna Veszprémi Sirotková, PhD. – Bratislava: OF, 2018, 54 pages.

The aim of the thesis is, based on available information and own research, to analyse business opportunities for young people in Slovakia, business support forms in Slovakia, attitude of young people to start business, and barriers, that negatively influence young people's attitude. The work is divided into 4 chapters and contains 11 tables, 2 graphs and 1 attachment. First chapter displays current condition of the topic in Slovakia and abroad. In this chapter we take into consideration the key terms related to business and current situation in business environment. Second chapter determines the purpose of the work. The third chapter describes methodology of the work and several methods of the research. The fourth chapter is dedicated to results description in given issue, that were have found out via questionnaire. Finally, the fifth chapter contains summary of the findings detected from the research. Based on the available data and own research, we have defined a few recommendations, in which we see potential to decrease negative aspects in business environment.

Keywords: young entrepreneurs, business opportunities, Small and medium sized companies, business support, business in Slovakia, business barriers

OBSAH

ÚVOD	9
1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ.....	11
1.1 Teoretické vymedzenie kľúčových pojmov	11
1.2 Postavenie malých a stredných podnikov v podnikateľskej štruktúre na Slovensku	18
1.3 Prehľad vhodných právnych foriem podnikania pre mladých ľudí na Slovensku	23
1.4 Inštitucionálna podpora malého a stredného podnikania na Slovensku	28
2 CIEĽ PRÁCE, METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA	35
3 VÝSLEDKY PRÁCE	37
3.1 Účel prieskumu	37
3.2 Metodika prieskumu.....	38
3.3 Vzorka.....	38
3.4 Vyhodnotenie postoja mladých ľudí k možnostiam podnikania na Slovensku	39
4 DISKUSIA	44
4.1 Vyhodnotenie výskumných otázok	44
4.2 Vlastné návrhy a odporúčania	46
ZÁVER.....	48
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	50
PRÍLOHY	55

ÚVOD

Žijeme v súčasnosti, ktorá sa neustále a rýchlo mení, v súčasnosti, ktorá ponúka široké možnosti vo všetkých smeroch. Každý deň môžeme sledovať väčšie či menšie spoločenské zmeny. Tieto zmeny nepochybne pôsobia aj v podnikateľskom prostredí, vznikajú nové formy podnikania, znižuje sa vek podnikateľov, rastie počet podnikov, atď. Čo sa však nemení, resp. rastie, je pretrvávajúci veľký význam podnikateľov pre spoločnosť, a taktiež národnú ekonomiku. Ich prínos sa ukazuje v raste HDP, pridanej hodnoty zamestnanosti, ekonomickej úrovne a mnohých ďalších makro-efektoch. Či už z globálneho, medzinárodného alebo národného hľadiska však možno poukázať na pretrvávajúce nedostatky týkajúce sa podmienok pre podnikateľov. Podnikateľské prostredie a podmienky pre začínajúcich podnikateľov, či už v štátoch EÚ alebo na Slovensku, sa každoročne menia. Vládne orgány spolu s organizáciami a firmami úspešne odstraňujú nedostatky a pracujú na výhodnejších a lákavejších podnikateľských podmienkach.

Z demografického hľadiska je podnikateľská sféra reprezentovaná najmä podnikateľmi stredného veku. V tomto smere treba poukázať, na doposiaľ nedostatočne využitý potenciál, skrývajúci sa v skupine mladých ľudí. Tento segment obyvateľstva disponuje množstvom nových nápadov a ideí, je ambiciózny, flexibilný, cieľavedomý a taktiež inovatívne orientovaný. Na základe spomenutých výhod, máme za to, aby sa podpora podnikania na Slovensku viac sústredila na podporu mladých podnikateľov. Veľká časť z nich pri premýšľaní o začatí vlastného biznisu nakoniec svoju víziu nezrealizuje, a to z viacerých dôvodov. Väčšinou mládež považuje podnikateľské podmienky na Slovensku za nevýhodné. Ďalej sa boja vkročiť do tohto odvetvia a prevziať na seba zodpovednosť alebo sa boja neúspechu. Niektorí nemajú dostatok zdrojov na financovanie počiatočného kapitálu, iní len nie sú dostatočne motivovaní. V mnohých prípadoch, títo potenciálni podnikatelia nie sú ani oboznámení s možnosťami finančnej či nefinančnej pomoci zo strany štátu alebo organizácií. Spomínaným bariéram a postojom mladých potenciálnych podnikateľov sa bližšie venujeme v praktickej časti práce.

Odhlíadnuc od veku, väčšina začínajúcich podnikateľov sa rozhodne pre podnikanie formou malých a stredných podnikov (MSP), a preto tejto skupine podnikov venujeme v práci dostatočnú pozornosť. Mikropodniky, malé a stredné podniky sú považované za menej náročné na založenie, a následne menej rizikové v počiatočnej fáze biznisu. Sú ideálnym

začiatkom pre podniky s nízkym počtom zamestnancov, čo je pre podnikateľa výhodné najmä z hľadiska nákladov na zamestnancov. Biznisy, ktoré začínajú ako mikro, malé či stredné podniky sa môžu veľmi rýchlo, pri napredovaní a raste, stať veľkými firmami nielen na národnej úrovni. Pri MSP treba poukázať na ich mnohé mikroekonomické alebo makroekonomické výhody a efekty ktoré ich existencia prináša. Za najvýznamnejšie sa v súčasnosti považujú rast zamestnanosti, HDP, tvorba pridanej hodnoty a mnohé iné. Tieto výhody môžu pôsobiť pozitívne aj na národné hospodárstvo, napríklad formou zvýšenia ekonomickej úrovne, rastu ekonomiky či konkurencieschopnosti podnikateľského prostredia. Spomínané výhody MSP len potvrdzujú nutnosť zlepšovania podmienok a podpory podnikania týchto podnikov.

Z hľadiska právnej formy sú najviac zastúpené živnosti a obchodné spoločnosti. Tieto, ako aj ostatné právne formy sú ďalej v práci bližšie špecifikované. Či už laická verejnosť alebo začínajúci podnikatelia považujú za hlavnú výhodu živnosť rýchlosť a jednoduchosť vybavenia, a taktiež celkové podmienky prevádzkovania. Z obchodných spoločností je suverénne najpopulárnejšia spoločnosť s ručením obmedzeným, ktorá svojim spoločníkom ponúka široké výhody z hľadiska prevádzkovania pri pomerne nízkej hodnote minimálnych vkladov do spoločnosti pri jej vzniku.

Praktická časť práce sa opiera o kvantitatívny prieskum, ktorý bol uskutočnený na mladých potenciálnych podnikateľoch, prevažne študentoch. Prieskum sme orientovali na hlavný cieľ práce, ktorým je na základe získaných poznatkov preskúmať postoje mladých ľudí k začatiu podnikania na Slovensku a faktory, ktoré na nich vplyvajú a navrhnúť opatrenia na zvýšenie počtu úspešných mladých podnikateľov. K ďalším cieľom zaradujeme zhodnotiť rozdielne názory respondentov na informovanosť, kvalitu a relevantnosť informácií v danej oblasti, a na faktory, ktoré vytvárajú negatívny postoj k začatiu podnikania a následne navrhnúť potrebné opatrenia na zlepšenie situácie. Ako sme spomínali, segment mladých ľudí je pre nás plný nových nápadov, flexibility a potenciálu. Považujeme za kľúčové zistiť, čo vníma mládež ako bariéry v podnikaní, prečo sa bojí začať podnikat' a čo ich najviac odrádza.

V závere bakalárskej práce vyjadrujeme osobné odporúčania na zlepšenie možností a podpory podnikania mladých ľudí na Slovensku. Odporúčania sú výsledkom spracovania získaných sekundárnych údajov z odborných zdrojov, ktoré sme kombinovali s uskutočneným dotazníkovým prieskumom.

1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ

Mladí ľudia sú veľmi dôležitým demografickým segmentom, na ktorý by sa mala vláda v oblasti podnikania zamerať. Štatistiky či charakteristiky mladých ľudí potvrdzujú ich rastúci význam v dnešnej, dynamicky sa rozvíjajúcej dobe. Je preto dôležité, oboznámiť sa so základnými termínmi, ktoré sú späté s podnikaním mladých ľudí. V nasledujúcej kapitole sa bližšie venujeme stanovenej problematike.

1.1 Teoretické vymedzenie kľúčových pojmov

Pre lepšie pochopenie obširnej problematiky podnikania, so zreteľom na podnikanie mladých ľudí, je nevyhnutné definovať podstatu podnikania. Vychádzajúc z publikácie Strážovskej (2017), môžeme pojem „**podnikanie**“ teoreticky vymedziť nasledovne:

- **Podľa ekonomického poňatia** je podnikaním proces začlenenia ekonomických zdrojov a iných aktív tak, aby sa zabezpečilo zvýšenie ich pôvodnej hodnoty. Vytvára sa tak dynamický proces tvorby pridanej hodnoty.
- **Psychológia** vníma podnikanie zasa ako činnosť, ktorá je motivovaná potrebou niečo vyskúšať, získať, dosiahnuť alebo si niečo splniť. Podnikanie je teda prostriedkom k dosiahnutiu sebarealizácie a nezávislosti, k postaveniu sa na vlastné nohy, a podobne.
- **Sociológia** definuje podnikanie ako tvorbu blahobytu pre všetkých zúčastnených, hľadanie cesty k lepšiemu využitiu zdrojov či tvorbu pracovných miest a príležitostí.

Obchodný zákonník (2017) uvádza definície kľúčových pojmov spojených s podnikaním nasledovne:

Podnikanie je: „sústavná činnosť vykonávaná jednotlivcom vo vlastnom mene, na vlastnú zodpovednosť, za účelom dosiahnutia zisku.“

Podnikateľ je osoba, ktorá:

- je zapísaná v Obchodnom registri,
- podniká na základe živnostenského oprávnenia,
- podniká na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa osobitých predpisov,

- uskutočňuje poľnohospodársku činnosť a je zapísaná do evidencie podľa zvláštneho predpisu.

„**Podnik** je súbor hmotných, nehmotných a osobných zložiek podnikania. K podniku patria veci, práva a iné majetkové hodnoty, ktoré patria podnikateľovi a slúžia k prevádzkovaniu podniku alebo vzhľadom k svojej povahe majú tomuto účelu slúžiť.“

1.1.1 Malé a stredné podniky (MSP)

Podniky môžeme členiť podľa rôznych kritérií, napríklad podľa zamerania podnikateľských aktivít, podľa právnej formy a podobne. Jedným z najvýznamnejších kritérií je ich veľkosť. Podľa veľkosti delíme podniky na veľké, stredné a malé, pričom osobitnú pozornosť a podporu venujeme malým a stredným podnikom, vzhľadom na ich význam, početnosť, ako i zraniteľnosť.

V Slovenskej republike je za platnú definíciu MSP uznaná definícia Európskej komisie ktorá rovnako, ako ostatné definície prešla dlhým procesom úprav a novelizácií. Tá do roku 2005 veľkostné kategórie podnikov určovala podľa počtu zamestnancov. Po novelizácii v danom roku sa kľúčovými stali tiež ročný obrat a/alebo ročná súvaha(hodnota aktív spoločnosti). Kritéria delenia mikro, malých a stredných podnikov sú uvedené v tabuľke 4. Cieľom novelizácie bolo zabezpečenie spravodlivého čerpania podporných programov malých a stredných podnikov len skutočnými MSP podnikmi, teda bez podpory väčších zoskupení (VIDOVÁ, J., 2006).

Tabuľka 4 Rozdelenie podnikov podľa veľkosti

	Mikropodniky	Malé podniky	Stredne veľké podniky
Počet zamestnancov	1 – 9	10 – 49	50 - 249
Ročný obrat	Menej ako 2 mil. eur	2 – 10 mil. eur	10 – 50 mil. eur
Bilancia	Menej ako 2 mil. eur	2 – 10 mil. eur	10 – 43 mil. eur

Zdroj: Európska komisia, vlastné spracovanie

Prínosy malých a stredných podnikov:

MSP dávajú šancu slobodnému uplatneniu podnikateľov a ich sebarealizácii. Vzhľadom na to, že tieto podniky nemôžu dosiahnuť monopol, zamestnanci sa učia zodpovednosti, učia sa prežiť, keďže každá chyba môže znamenať vlastnú stratu.

Podnikatelia nesú dôsledky svojich činov osobne. Ich existencia stabilizuje spoločnosť, napomáha urbanizácii, oživuje priestor a niekedy aj udržiava a obnovuje historickú architektúru. Zriedka sú vlastnené zahraničnými subjektmi. Tieto firmy reprezentujú miestny kapitál, miestne vlastnícke pomery a efekty z podnikania zostávajú v daných regiónoch či štátoch. Prednosťou malých podnikov je tiež ich pružnosť, teda možnosť rýchlo meniť kapacity, predmet činnosti a celkovo sa prispôsobovať zmenám. Výhodný je tiež bezprostredný kontakt so zákazníkmi, keďže trhy a spotrebitelia vyžadujú častú zmenu výrobkov.

Momentálne sa za najvýznamnejšiu funkciu tejto formy podnikania považuje **zamestnanecká**. Existencia týchto podnikov však napomáha aj zabráneniu vzniku monopolu alebo udržania konkurencie. Medzi najvýznamnejšie vlastnosti malých a stredných podnikov patria:

- dynamický element na trhu,
- vysoká flexibilita,
- úzka špecializácia,
- vysoká miera prispôsobenia sa meniacim sa podmienkam trhu, osobitne dopytu,
- nezastupiteľná úloha v dynamickom rozvoji hospodársky vyspelých krajín,
- inovatívna funkcia,
- tvorba pracovných miest a teda pozitívny vplyv na zamestnanosť,
- významný prínos pri tvorbe HDP,
- podpora miestneho rozvoja,
- mnohé iné.

Rodinné podnikanie (súčasť MSP)

Pomerne častým typom malých a stredných podnikov sú rodinné podniky, a do popredia vstúpili najmä pre ich jedinečné výhody oproti klasickým MSP, pocit istoty a vzájomnej podpory medzi členmi rodiny. Rodinný podnik je definovaný ako podnik, v ktorom vlastníctvo aj riadenie leží v rukách jednotlivca, viacerých členov rodiny či potomkov zakladateľa. Nemožno tvrdiť, že rodinné podniky sú vyslovene len MSP, no výskumy dokázali, že až 2/3 rodinných podnikov sú malé a stredné podniky.

Výhody rodinných firiem:

- ušetrenie, ľahšie získanie finančných prostriedkov, finančné výhody, nižšie náklady,
- väčšia flexibilita pracovnej doby,
- lepšie pracovné vzťahy na pracovisku, vyššia dôvera a spoľahlivosť,
- lepšia súdržnosť, ľahšie dohadovanie, rovnaké hodnoty,
- širšia možnosť seberealizácie a skúšanie svojich schopností,
- snaha vybudovať rodinnú tradíciu,
- vyššia zaniietenosť členov firmy pre spoločný cieľ,
- poskytovanie nasadenia, dôvery a istoty rodinných vzťahov a mnohé iné (STRÁŽOVSKÁ, H., et al. 2017).

Mnoho mladých ľudí získava svoje prvé skúsenosti s podnikaním práve v rodinných podnikoch svojich rodičov alebo príbuzných. Tieto skúsenosti považujeme za veľmi cenné, pretože pomerne skoro a prirodzene vplývajú na celkový postoj k podnikaniu. Mládež tak získava praktický obraz o fungovaní podniku, čo ich môže motivovať k založeniu vlastného podniku.

1.1.2 Bariéry vzniku MSP

Podnikanie formou MSP so sebou prináša mnohé výhody, no na druhej strane je dôležité zvážiť aj negatíva, ktoré môžu pôsobiť ako bariéry podnikania. Tieto prekážky sa vyskytujú predovšetkým v počiatočnej fáze životného cyklu podniku. Vo všeobecnosti ich možno rozdeliť na bariéry spojené so založením podniku, so vznikom podniku a začiatkom podnikania.

1. **Založenie podniku** je prípravná fáza pred formálnym vznikom podniku a začatím podnikania. Podnikatelia pripravujú podnikateľský plán, pričom pozornosť venujú jedinečnosti ponúkaného výrobku/ služby. Môžu poskytovať nový produkt/ službu alebo používať kombináciu už existujúcich produktov, či služieb.

- Prekážky: chyby podnikateľského plánu (nadhodnotenie tržieb, výnosov, výdavkov, nákladov, nepružnosť plánu, neuvedenie finančného vkladu), osobnosť podnikateľa, chýbajúce ekonomické a manažérske vzdelanie, nedostatok finančných prostriedkov.

2. **Vznik MSP** ako formálna fáza nastáva zápisom do obchodného registra. V tejto fáze sa vyskytujú mnohé administratívne a legislatívne prekážky. Druhou možnosťou podnikania je na základe živnostenského oprávnenia. FO podnikateľ získa po splnení požiadaviek a povinností osvedčenie o živnostenskom podnikaní.
 - Prekážky: administratívne prekážky, legislatívne prekážky, finančné prekážky, chýbajúce ekonomické a manažérske vzdelanie.
3. Vo fáze **začatia podnikania** bariéry vytvára najmä vláda a orgány štátnej správy (najmä v legislatívnej oblasti).
 - Prekážky: legislatívne prekážky, chýbajúce ekonomické a manažérske vzdelanie, daňové a odvodové zaťaženie, osobnosť podnikateľa, prekážky v oblasti ľudských zdrojov (ONDRUŠKOVÁ, H. 2014).

Pre novovznikajúce firmy je náročné získať dostatok financií na fungovanie firmy, keďže nemajú možnosť dokázať svoju budúcu prosperitu. Štatistiky ukazujú, že až **90 %** úspešných malých a stredných firiem zaniká z dôvodu **zlej organizácie** alebo **riadenia**. Ostatné firmy zanikajú kvôli dôvodom ako nepredvídateľné zmeny a zhoršenie vonkajších podmienok. Často je dôvodom neúspechu firmy nevládnutie finančného riadenia, ktoré závisí najmä od počiatočného kapitálu a výšky počiatočných investícií. Otázne je ako dokážu MSP udržať pozíciu voči veľkým podnikom. Je však dokázané, že na trhu existujú tak veľké úspešné firmy ako malé a stredné podniky. Otázka úspešnosti tak závisí od podnikateľského prostredia, ekonomických či politických podmienok (STRÁŽOVSKÁ, Ľ – STRÁŽOVSKÁ, H. et al. 2011).

Strážovská, H. (2017) uvádza najmä tieto nevýhody a bariéry malých podnikov:

- vysoké náklady,
- ťažký prístup k voľnému kapitálu, kapitál zväčša získavaný z úverov,
- prístup k technológiám je obmedzený,
- postup riadenia sú neadekvátne,
- obmedzené trhy a obmedzený počet zamestnancov,
- malá ekonomická sila voči veľkým podnikom,
- obmedzené možnosti presadiť sa a zahraničných trhoch,
- chýbajúce manažérske vzdelanie a horší prístup k odbornému vzdelávaniu,
- nestabilita právneho prostredia a nedostatočná štátna pomoc,

- nepripravenosť podnikateľov, negatívny vzťah k riziku, k potrebe presadiť sa,
- byrokracia, sociálne a psychologické bariéry a iné.

Jedným z najnegatívnejších aspektov podnikania je vo všeobecnosti riziko. Pre väčšinu ľudí je celkovo neistota, nejasná budúcnosť odstrašujúcim faktorom a rovnako aj v podnikaní je neistota často významnou bariérou podnikania.

Riziko môžeme definovať ako kvantifikovanú neistotu, odklonenie sa skutočných výsledkov procesov a podmienok od očakávaných. Tento nesúlad môže nastať v pozitívnom i negatívnom smere. Podnikateľské riziko je veľmi komplexné a je tvorené ,zväčša piatimi, čiastkovými rizikami:

- **Strategické riziko** vzniká pri nesprávne určenej stratégii podniku (zlý smer investovania, zlá produktová štruktúra, strata zákazníka, nezvládnutie konkurencie a iné). Toto riziko je dané skutočnosťou, že podnik pôsobí v určitom odbore, čase a priestore. Podmienky pre jednotlivých podnikateľov sa teda líšia, a preto na podnikateľa okrem všeobecných rizík vplývajú aj špecifické riziká, ktoré prináša podnikanie v danej oblasti.
- **Prevádzkové riziko** súvisí s podnikateľským organizovaním a priebehom podnikania. Patrí sem napríklad zlé technické vybavenie, nekvalitné suroviny a materiál, nekompetentnosť a zlyhanie zamestnancov, zlé vzťahy s dodávateľmi a zákazníkmi, nesprávna vnútorná organizácia a mnohé iné.
- **Finančné riziko** je obzvlášť dôležité, keďže sa prejaví vo finančných výsledkoch a finančnej situácii podniku, ktorá môže vo veľkej miere ovplyvniť budúcnosť podniku. Riziko súvisí s vývojom na finančných trhoch a s využívaním finančných nástrojov. Kvôli jeho vysokej komplexnosti ho môžeme rozdeliť na:
 - riziko financovania (neschopnosť získať dostatok finančných prostriedkov),
 - úverové riziko (neschopnosť platenia dlhu),
 - riziko likvidity (nedostatok pohotových finančných prostriedkov),
 - riziko zmeny úrokovej sadzby (v prípade pohyblivej úrokovej sadzby),
 - menové riziko (v prípade cezhraničného podnikania),
 - inflačné riziko (znehodnotenie meny, finančných prostriedkov),

- riziko zlyhania protistrany (nesplnenie záväzku).
- **Sociálnopolitické riziko** je špecifické tým, že podnik ho nevie ovplyvniť, no musí sa mu prispôbiť. Patria sem zmena rozpočtovej, dotačnej, colnej politiky, úprava predpisov o ochrane životného prostredia, o ochrane spotrebiteľov a mnohé iné regulačné opatrenia. Zahrňujeme sem aj riziko štrajkov, nepokojov, teroristických aktivít a podobne.
- **Riziko straty dobrého mena** vzniká pri dlhodobom negatívnom pôsobení hospodárskych výsledkov, postavenia na trhu, správaním v sociálnej a politickej oblasti. Ide teda o imidž podniku, ktorý sa buduje dlhodobo no dá sa poškodiť vo veľmi krátkom čase (Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie, 2010).

Rizikovosť MSP je výrazne vyššia, než rizikovosť veľkých firiem. Tento fakt vznikol pôsobením viacerých faktorov ako nízka diverzifikácia, nízka kapitálová sila, obmedzený prístup k úverom, spôsob ručenia vlastníkov, nižšia manažérska odbornosť. Problematikou bariér podnikania sa zaoberajú aj autori Pitoňák (2014), Ondisová (2013), Ondrúšková (2014).

1.1.3 Faktory úspechu MSP

Potenciálni podnikatelia často pred začatím svojho biznisu zvažujú otázku úspechu podniku. Podľa H. Schnabela sú základom úspechu správna vízia (stratégia stratégií) a stratégia. Okrem nich, za faktory úspechu podnikateľskej činnosti môžeme považovať napríklad:

- analýzu zmien vonkajšieho prostredia (trendov trhu), ktorá prináša významné príležitosti a včasné rozpoznanie rizík najmä zo strany konkurencie,
- analýzu využitia potenciálu zvoleného trhu – zákaznícka analýza,
- formulovanie konkrétnych cieľov a stratégií a ich analýza spolu s prekážkami,
- vizualizáciu a operacionalizáciu – vizuálna komunikácia, využitie podvedomia a pôsobenie na cieľové skupiny,
- podnikateľskú stratégiu a podnikateľskú kultúru – vytvorenie ročného podnikateľského plánu na presadzovanie strategickej koncepcie,
- neustálu kontrolu a hodnotenie fungovania podniku v súlade so stratégiou.

Po zhodnotení silných a slabých stránok MSP, ich výhod a bariér závisí už len na samotnom podnikateľovi, či sa rozhodne podnikat' touto formou. Ak sa podnikateľ rozhodne pre malý či stredný podnik, mal by dbať na spomenuté faktory, ktoré pri správnej organizácii môžu zabezpečiť úspech.

1.2 Postavenie malých a stredných podnikov v podnikateľskej štruktúre na Slovensku

Dnešná dynamicky sa rozvíjajúca doba prináša mnohé sociálne či ekonomické zmeny. Podnikateľské prostredie sa posledné desaťročia rapídne mení, vznikajú nové formy podnikania, zvyšuje sa počet podnikateľov, takisto sa mení aj ich štruktúra. Za jeden z pozitívnych javov súčasnosti môžeme považovať aj rozmach podnikania mladých ľudí. Táto demografická skupina dokáže pružne reagovať a prispôbiť sa neustále sa meniacim podmienkam v ekonomike. V nasledujúcej kapitole si priblížime aktuálnu situáciu FO podnikateľov, ako aj PO podnikateľov. Problematiku sme skúmali nie len z národného hľadiska, ale taktiež z pohľadu Slovenska ako členského štátu EÚ.

1.2.1 Právnické osoby (PO) – Podnikatelia

V nasledujúcej kapitole si priblížime postavenie právnických osôb v podnikateľskej štruktúre Slovenska. Právnické osoby sú najviac reprezentované rôznymi typmi obchodných spoločností a sú obľúbené nie len na Slovensku, ale aj v rámci Európskej únie.

Slovensko zaznamenalo, na základe štatistík z Eurostatu (2017), **prvenstvo z pomedzi štátov EÚ (25 porovnávaných krajín) vo výške podielu mikropodnikov** na celkovom počte podnikateľských subjektov **v odvetví nefinančnej podnikovej ekonomiky**. Taktiež celkovo, v počte MSP na obyvateľov sa Slovensko umiestňuje dlhodobo na najvyšších priečkach.

Vysokú dynamiku rozvoja malých a stredných podnikov potvrdzujú aj údaje Štatistického úradu SR. Slovensko zaznamenalo, rovnako ako v predchádzajúcich rokoch, aj v roku 2017 medziročný rast počtu podnikov. Konkrétne to bolo **1,8 %**, čo je v absolútnej hodnote **100 009 nových podnikov**.

Celkovo bolo v roku 2017 registrovaných na Slovensku 567 131 aktívnych podnikov. Z veľkostného hľadiska najvýraznejší nárast (**11,8 %**) zaznamenali malé podniky

(10 až 49 zamestnancov). Počet stredných podnikov (50 až 249 zamestnancov) taktiež vzrástol, a to o **7,8 %**.

Za pozitívne môžeme ďalej považovať, že tento medziročný nárast bol najdynamickejší pri malých podnikoch za posledné 4 roky a pri stredných podnikoch za posledných 13 rokov. Naopak najmenší medziročný rast (**1,5 %**) zaznamenala kategória mikropodniky (0 až 9 zamestnancov, vrátane podnikov s nezisteným počtom zamestnancov). Okrem MSP medziročný rast **4,1 %** zaznamenali aj veľké podniky.

Tabuľka 1 Aktívne podnikateľské subjekty podľa právnej formy a veľkostnej kategórie k 31. 12. 2017

Veľkostné kategórie / právne formy	Podniky	Živnostníci	Slobodné povolania	SHR	Spolu		Index 2017/2016
					Abs.	Podiel v %	
Mikropodniky (0 - 9)	203 092	322 580	19 098	5 246	550 016	96,9 %	101,5
Malé podniky (10 - 49)	12 813	1 312	25	9	14 159	2,5 %	111,8
Stredné podniky (50 - 249)	2 900	55	1		2 956	0,5 %	107,8
Veľké podniky (250 a viac)	661	1	0	0	662	0,1 %	104,1
Spolu MSP (0 - 249)	218 805	323 947	19 124	5 255	567 131	99,9 %	101,8
Spolu podnikateľské subjekty	219 466	323 948	19 124	5 255	567 793	100,0 %	101,8

Zdroj: Register organizácií ŠÚ SR, spracované SBA, dostupné na:

http://www.sbagency.sk/sites/default/files/msp_v_cislach_v_roku_2017_infograf_sep2018.pdf

Podľa údajov v tabuľke 1, z hľadiska štruktúry tvorili v roku 2017 až **97 % (550 016 podnikov) mikropodniky**, **2,5 % (14 159 podnikov) malé podniky** a **0,5 % (2 956 podnikov) stredné podniky** a iba **0,1 % (662 podnikov) veľké podniky**. Celkovo teda MSP tvoria až **99,9 %** podnikateľských subjektov. V celkovom počte bolo v roku 2017 na Slovensku registrovaných **567 131** týchto podnikov.

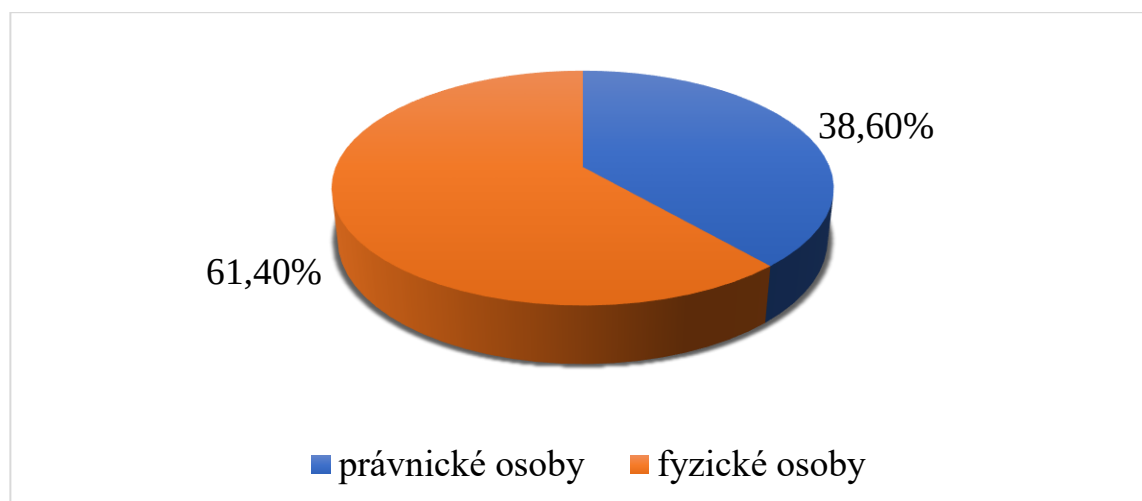
Register organizácií ŠÚ SR evidoval dokopy za rok 2017 **248 945** aktívnych PO. Z tohto počtu bolo celkovo 219 466 podnikov. Z hľadiska veľkostnej kategorizácie mali najväčší podiel mikropodniky, a to **92,5 %**. Malé podniky predstavovali **5,8 %**, stredné podniky **1,3 %** a veľké podniky **0,3 %**. Celkovo možno zhodnotiť MSP ako nosnú časť podnikov – PO (218 805 podnikov).

1.2.2 Fyzické osoby (FO) – podnikatelia

V nasledujúcej kapitole si priblížime postavenie fyzických osôb v podnikateľskej štruktúre Slovenska. Podnikatelia sa veľakrát rozhodnú pre podnikanie fyzických osôb najmä formou živnosti, vzhľadom na jednoduchosť založenia.

Ďalším trendom v roku 2017 bolo postupné znižovanie podielu FO podnikateľov na celkovom počte MSP, o čom svedčia aj údaje spracované v grafe 1. FO podnikatelia, kde zaraďujeme živnostníkov, slobodné povolania a slobodne hospodáriacich roľníkov, (SHR) tvorili **61,4 %** podiel na MSP. Naopak podiel PO podnikateľov na MSP sa zvýšil a dosiahol úroveň **38,6 %**.

Graf 1 Štruktúra MSP podľa právnych foriem v roku 2017



Zdroj: Štatistický úrad SR, spracované SBA, dostupné na:

http://www.sbagency.sk/sites/default/files/msp_v_cislach_v_roku_2017_infograf_sep2018.pdf

Z celkového množstva aktívnych MSP predstavovali FO podnikatelia, kde sa zaraďujú živnostníci, slobodné povolania a samostatne hospodáriaci roľníci **61,4 %** podiel, čo je v celkovom počte **567 131** podnikov za rok 2017. Výrazne prevažoval podiel živnostníkov, ktorý dosiahol hodnotu **93 %** (323 948 podnikov), **5,5 %** (**19 124** podnikov) podiel predstavovali podnikatelia formou slobodných povolaní a samostatne hospodáriaci roľníci tvorili **1,5 %** (5 255 podnikov).

Vekové zloženie FO – podnikateľov v SR

Z hľadiska veku, vedúce postavenie FO – podnikateľov zaberá kategória 40 – 49 rokov (27,1 %). Druhá najpočetnejšia skupina za rok 2017 bola 30 – 39 rokov (24,5 %), ďalej to bola skupina 50 – 59 rokov (22,6 %). Najmenej početné boli skupiny mladší ako 30 rokov (15 %) a 60 rokov a starší (10,7 %).

Tabuľka 2 Veková štruktúra fyzických osôb – podnikateľov podľa právnej formy

Vek/právna forma	Živnostníci	samostatne hospodáriaci roľníci	Slobodné povolania	spolu – FO podnikatelia
vek menej ako 30	15,1 %	16,6 %	12,8 %	15 %
vek 30-39	24,5 %	26,2 %	24 %	24,5 %
vek 40-49	27,6 %	19,8 %	21,4 %	27,2 %
vek 50-59	22,8 %	19,3 %	19,8 %	22,6 %
vek 60-69	8,8 %	12,9 %	18,1 %	9,4 %
vek 70-79	1,1 %	4,2 %	3,5 %	1,2 %
vek 80 a viac	0,1 %	0,9 %	0,3 %	0,1 %
Spolu	100 %	100 %	100 %	100 %

Zdroj: Register organizácií ŠÚ SR, spracované SBA, dostupné na:

http://www.sbagency.sk/sites/default/files/msp_v_cislach_v_roku_2017_infograf_sep2018.pdf

V tabuľke 2 je prezentovaná detailnejšia štruktúra podľa jednotlivých foriem podnikania FO. Najvýznamnejšie zastúpenie majú vo všetkých formách FO podnikateľov vekové skupiny 30 – 39 rokov, 40 – 49 rokov a 50 – 59 rokov. Živnostníkov bolo v roku 2017 najviac zastúpených vekovou skupinou 40 – 49 rokov (27,6 %). FO podnikatelia

vekovej skupiny 30 – 39 rokov dominovali vo forme samostatne hospodáriacich roľníkov (26,2 %) a slobodných povolání (24 %).

1.2.3 Podiel na zamestnanosti:

Významnosť MSP pre ekonomiku Slovenska odzrkadľuje aj podiel na zamestnanosti. Na základe štvrťročného výkazu Štatistického úradu SR, bol v roku 2017 podiel MSP v podnikovej sfére slovenskej ekonomiky 73,8 % a na slovenskom hospodárstve sa MSP podieľalo 59,1 %. Celkovo sa Slovensko radí medzi štáty s nadpriemerným prínosom sektoru MSP k zamestnanosti krajiny.

Podiel na zamestnanosti v podnikovom sektore ekonomiky SR

Z hľadiska veľkostnej štruktúry podnikateľov bola najviac zastúpená skupina FO – podnikateľov, ktorí sa podieľali na zamestnanosti v podnikovej sfére **33,8 %**, čo predstavuje viac než 1/3 zamestnanosti. Mikropodniky zaznamenali **13,4 %**, malé podniky **11,7 %**, stredné podniky **14,8 %** a veľké podniky **26,2 %** podiel na zamestnanosti. V roku 2017 Slovensko zaznamenalo nárast MSP o **18 816** nových podnikov. Spomínané údaje sú názorne zobrazené v tabuľke 3.

Tabuľka 3 Počet zamestnaných osôb podľa veľkostnej kategorizácie

Právne formy a veľkostné kategórie	2016	2017		Rozdiel 2017 a 2016	Index 2017/2016
		Abs. hod.	%		
FO – podnikatelia (odhad)	634000	636 500	33,8%	2 500	100,4
Mikropodniky (0-9)	227 486	252 385	13,4%	24 899	110,9
Malé podniky (10-49)	229 601	220 700	11,7%	-8 901	96,1
Stredné podniky (50-249)	277 695	278 263	14,8%	568	100,2
Veľké podniky (250 a viac)	477 200	493 682	26,2%	16 482	103,5
Spolu MSP (0-249)	1 368782	1 387 598	73,8%	18 816	101,4
Spolu podnikateľské subjekty	1 845982	1 881 280	100%	35 298	101,9

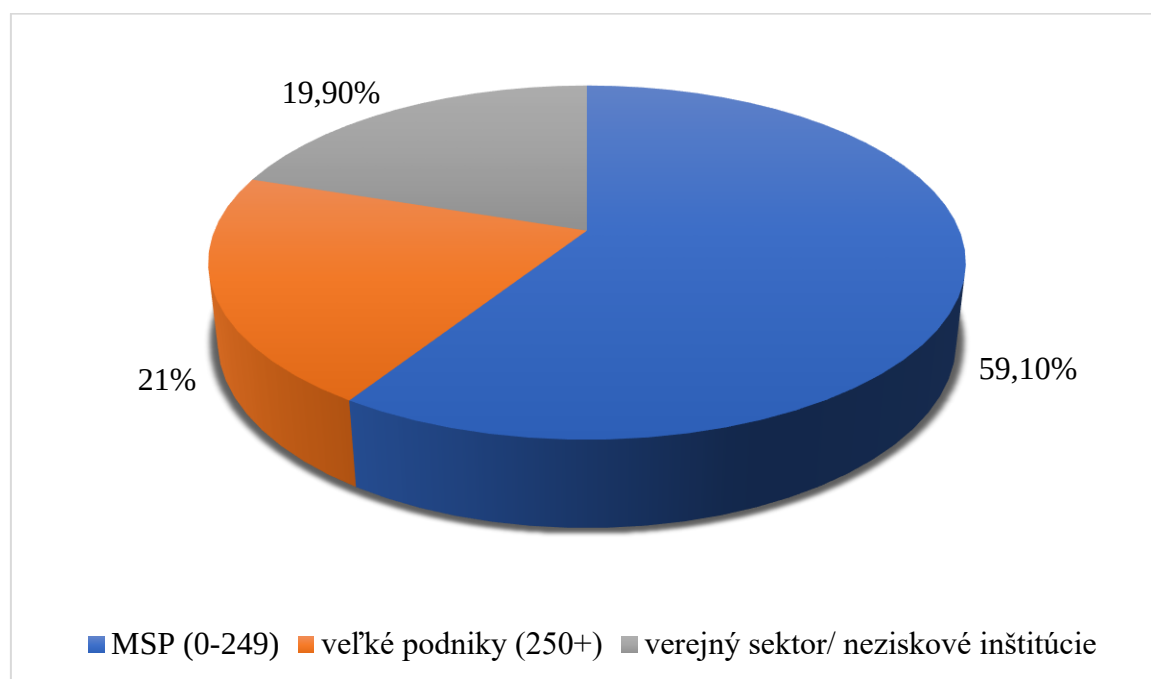
Zdroj: SBA, dostupné na:

http://www.sbagency.sk/sites/default/files/msp_v_cislach_v_roku_2017_infograf_sep2018.pdf

Podiel MSP na zamestnanosti v národnom hospodárstve

Na základe údajov zo štvrtročného výkazu Štatistického úradu SR, ktoré sú zobrazené v nižšie uvedenom grafe 2 je zrejmé, že MSP predstavujú nosnú zásluhu na zamestnanosti v národnom hospodárstve. Ich podiel s výškou 59,1 % predstavuje viac než polovicu celkovej zamestnanosti. Veľké podniky dosiahli v roku 2017 podiel 21 % a verejný sektor (neziskové organizácie) 19,9 % podiel na hospodárskej zamestnanosti SR (SBA. 2017).

Graf 2 Podiel MSP (vrátane FO - podnikateľov) na zamestnanosti v národnom hospodárstve SR v roku 2017



Zdroj: SBA, na základe údajov ŠÚ SR, dostupné na:

http://www.sbagency.sk/sites/default/files/msp_v_cislach_v_roku_2017_infograf_sep2018.pdf

1.3 Prehľad vhodných právnych foriem podnikania pre mladých ľudí na Slovensku

V súčasnosti majú mladí ľudia široké možnosti výberu právnej formy ich podniku. Môžu sa rozhodnúť pre podnikanie fyzickej osoby, kde zaraďujeme živnosti, slobodné podnikanie a samostatne hospodáriacich roľníkov. Najbežnejšou formou podnikania FO je

momentálne živnosť, nezáležiac od jej druhu. Ďalej sa mladí ľudia môžu rozhodnúť pre obchodnú spoločnosť alebo družstvo a ďalšie formy. Mikro a malé podniky ako aj živnosti sú významnou súčasťou podnikateľskej sféry a sú tiež veľmi obľúbené medzi začínajúcimi podnikateľmi. Hlavnou výhodou živnosti je jednoduchosť jej založenia a výhodné odvodové povinnosti. Mikro a malé podniky zo začiatku zamestnávajú malý počet zamestnancov, čo je pre podnik finančne výhodné, keďže začínajúci podnik disponuje s nižším kapitálom. Tieto mikropodniky alebo malé podniky sa v prípade úspechu rozrastajú a expandujú, s čím je spojený aj rast zamestnancov, a aj ďalšie pozitívne efekty ako rast zisku, povedomia, predaja a podobne. V nasledujúcom texte sa venujeme bližšiemu opisu právnych foriem podnikania. K zorientovaniu sa v problematike právnych foriem podnikania sme použili aj publikácie od autorov: Sabo (2011), Holub (2016), Veterníková (2017).

1.3.1 Živnosť

Podľa živnostenského zákona (2016): „živnosťou je sústavná činnosť prevádzkovaná samostatne vo vlastnom mene, na vlastnú zodpovednosť, za účelom dosiahnutia zisku a za podmienok ustanovených týmto zákonom.“ Živnosti možno deliť z viacerých hľadísk:

1. Podľa požiadaviek na odbornú spôsobilosť:
 - a. remeselné živnosti – podmienky: vyučenie v odbore a všeobecné podmienky (vek 18 rokov, spôsobilosť na právne úkony, bezúhonnosť),
 - b. viazané živnosti – podmienky: odborná spôsobilosť a všeobecné podmienky (vek 18 rokov, spôsobilosť na právne úkony, bezúhonnosť),
 - c. voľné živnosti – podmienky: len všeobecné podmienky na založenie živnosti (vek 18 rokov, spôsobilosť na právne úkony, bezúhonnosť).
2. Podľa predmetu podnikania:
 - a. obchodné živnosti,
 - b. výrobné živnosti,
 - c. živnosti poskytujúce služby.

Po splnení stanovených požiadaviek si podnikatelia môžu vybrať živnosť, ktorú považujú pre svoje podnikanie za ideálnu. Po výbere druhu živnosti nasledujú činnosti spojené s jej založením, a následne sa podnikatelia môžu venovať svojej podnikateľskej činnosti.

1.3.2 Obchodné spoločnosti

Obchodnou spoločnosťou sa väčšinou rozumie skupina ľudí, ktorí sa rozhodli spoločne podnikat' a všetky náležitosti si stanovili v spoločenskej zmluve. Ojedinele môže založiť o.s. aj 1 osoba, ktorá sa riadi zakladateľskou listinou. Obchodná spoločnosť je založená za účelom podnikania a je právnickou osobou. Medzi obchodné spoločnosti zaraďujeme verejnú obchodnú spoločnosť (v.o.s), komanditnú spoločnosť (k.s.), spoločnosť s ručením obmedzeným (s.r.o.), akciovú spoločnosť (a.s.) a jednoduchú spoločnosť na akcie (j.s.a.). V nasledujúcom texte sa bližšie venujeme jednotlivým druhom obchodných spoločností.

Verejná obchodná spoločnosť (v. o. s.)

Verejná obchodná spoločnosť je obchodná spoločnosť minimálne dvoch osôb, ktoré podnikajú pod spoločným obchodným menom a za svoje záväzky ručia nerozdielne celým svojim majetkom. Spoločenská zmluva uvádza spoločné práva a povinnosti podnikateľov ako aj obchodné meno a sídlo, určenie spoločníkov a predmetu podnikania. Žiaden zo spoločníkov pri tomto druhu spoločnosti nemá vkladovú povinnosť, no v prípade záujmu si ju môžu ustanoviť v spoločenskej zmluve. Spoločník je zároveň štatutárnym orgánom spoločnosti a je zodpovedný za jej vedenie. Dosiahnutý zisk sa delí medzi spoločníkov rovnakým dielom.

Komanditná spoločnosť (k. s.)

Komanditná spoločnosť je obchodná spoločnosť, kde 1 alebo viac osôb je komanditista a za záväzky ručí do výšky svojho nesplateného vkladu zapísaného do OR a 1 alebo viac osôb je komplementár a za záväzky ručí celým svojim majetkom. Spoločnosť sa zakladá spoločenskou zmluvou, ktorá obsahuje všetky dôležité náležitosti spoločnosti. Komplementár je zodpovedný za obchodné vedenie spoločnosti a nemá vkladovú povinnosť, pokiaľ si ju spoločníci nedohodnú v spoločenskej zmluve. Komanditista je povinný do spoločnosti vložiť min 250 eur. Dosiahnutý zisk sa delí medzi komanditistov a komplementárov podľa pomeru určeného v spoločenskej zmluve. V prípade ak tento pomer nie je určený, zisk sa delí medzi spoločníkov rovným dielom.

Spoločnosť s ručením obmedzeným (s. r. o.)

Spoločnosť s ručením obmedzeným je obchodná spoločnosť, ktorú môže založiť aj 1 osoba. Ak spoločnosť založí jedna osoba, riadi sa podľa zakladateľskej listiny. Ak

spoločnosť založí viacero spoločníkov, riadi sa podľa spoločenskej zmluvy, ktorá ustanovuje všetky povinné náležitosti o spoločnosti. Spoločnosť má povinnosť vytvoriť a prispievať do rezervného fondu. Každý spoločník je povinný na začiatku spoločnosti vložiť min. 750 eur, pričom minimálna výška základného imania (ZI) je 5000eur. Každý vklad musí byť pred založením spoločnosti splatený najmenej na 30% a súčet splatených vkladov pred podaním návrhu na zápis do OR musí byť min. 2500eur, čo je 50% minimálnej hodnoty ZI. Za záväzky ručí spoločnosť celým majetkom a spoločníci ručia do výšky svojho nesplateného vkladu. Spoločnosť musí vytvárať Valné zhromaždenie (najvyšší orgán s.r.o.) a štatutárny orgán (1 alebo viac konateľov). Rozdelenie zisku si môžu spoločníci upraviť v spoločenskej zmluve, no ak tak neurobia, každý spoločník má nárok na podiel na zisku podľa svojho splateného vkladu.

Akciová spoločnosť (a. s.)

Akciová spoločnosť je obchodná spoločnosť, ktorú môže založiť jedna PO alebo dve a viac FO. ZI tvoria akcie s určitou menovitou hodnotou. Akcie môžu byť kmeňové (základné práva) alebo prioritné (prednostné právo na vyplácanie dividendy) a môžu sa vydávať v listinnej alebo zaknihovanej podobe a znieť na meno alebo na doručiteľa. Spoločnosť za svoje záväzky ručí celým majetkom a akcionári za záväzky neručia. Minimálna hodnota ZI je stanovená na 25.000,- Eur a počas existencie podniku sa môže meniť. Spoločnosť je povinná vytvárať rezervný fond pri vzniku vo výške 10% zo ZI. Pred zápisom do OR musí byť splatených min. 30% peňažných vkladov a opísané celé ZI. Základné náležitosti sú obsiahnuté v zakladateľskej listine v prípade jedného zakladateľa alebo v zakladateľskej zmluve v prípade viacerých zakladateľov. Akcionári majú právo na dividendu (podiel na zisku), ktorý určuje Valné zhromaždenie, ktoré je najvyšším orgánom spoločnosti. Spoločnosť musí tiež vytvoriť predstavenstvo (štatutárny orgán) (SABO, M., et al. 2011).

Jednoduchá spoločnosť na akcie (j.s.a.)

Jednoduchá spoločnosť na akcie je novou právnou formou podnikania, ktorá je veľmi podobná klasickej akciovej spoločnosti. Podnikateľov láka najmä výškou povinného základného imania, ktoré je stanovené na symbolické 1€. Ďalšou výhodou je jednoduchý vstup a výstup investora vďaka akcionárskej dohode. Novinkou oproti akciovej spoločnosti je právo pridať sa ku prevodu akcií, právo požadovať prevod akcií a právo požadovať nadobudnutie akcií. Rozdiel je aj v založení dozornej rady, ktoré už nie je obligatórne ako

v akciovej spoločnosti. V prípade porušenia záväzkov ručí jednoduchá spoločnosť na akcie celým svojim majetkom, no akcionár neručí vôbec. Akcie môžu zniet' len na meno a môžu sa vydávať len v listinnej forme.

Európska spoločnosť s ručením obmedzeným (Európska s.r.o.)

Podnikatelia sa môžu rozhodnúť pre túto pomerne mladú formu podnikania, čo im umožní ušetriť čas a náklady spojené s poradenstvom, riadením a administratívou. Hlavným cieľom štatútu európskej s.r.o., ktorá je súčasťou Slovak Business Agency (SBA), je zjednodušiť právny rámec a poskytnúť podnikateľom v členských štátoch EÚ rovnaké podmienky podnikania. Minimálny vyžadovaný kapitál na založenie tejto právnej formy je symbolické 1€.

Malé a stredné firmy, ktoré zamestnávajú max. 250 ľudí s max. obratom 50 mil. eur vytvárajú až 99 % celkového počtu podnikov, a preto sa považujú za pilier hospodárstva EÚ (STRÁŽOVSKÁ, H., et al. 2017).

Akciová spoločnosť s premenlivým ZI

Je akciovou spoločnosťou, ktorej ZI je tvorené akciami bez stanovenej menovitej hodnoty. Tento druh akciovej spoločnosti možno založiť len na účel kolektívneho investovania, nevytvára rezervný fond a nemôže vydávať iné cenné papiere než akcie. ZI je zároveň čistým obchodným imaním a minimálna výška je 125.000,- Eur (STRÁŽOVSKÁ, H., et al. 2017).

1.3.3 Družstvo

Družstvo je spoločenstvo určitého počtu ľudí, ktorých spája túžba podnikat' alebo uspokojovať hospodárske, sociálne alebo iné potreby svojich členov. Založiť družstvo môžu min. 2 Po alebo min. 5 FO. Členovia družstva za záväzky neručia a družstvo ručí celým svojim majetkom. V závislosti od predmetu činnosti môžu byť družstvá obchodné, výrobné, spotrebné, poľnohospodárske, atď. ZI zapísané do OR musí mať hodnotu min. 1250 eur a je tvorené súhrnom vkladov členov. Zápis do OR je podmienený splatením min. 1/2 zapisovaného ZI. Družstvo musí tvoriť nedeliteľný fond pri založení vo výške 10 % zapisovaného ZI a jeho výška sa postupne dopĺňa. Pred založením družstva sa uskutočňuje ustanovujúca členská schôdza, na ktorej sa dohodnú potrebné náležitosti, a taktiež sa namiesto predstavenstva a kontrolnej komisie určí predseda družstva, prípadne ďalší člen,

ktorý bude plniť funkciu štatutárneho orgánu. Zisk sa delí medzi členov podľa členského podielu, ktorý zodpovedá pomeru splateného vkladu člena (SABO, M., et al. 2011).

1.3.4 Neziskové organizačné zložky

Táto forma podnikania je svojou podstatou výrazne odlišná od vyššie spomenutých klasických foriem. Zatiaľ čo vo väčšine podnikateľských prípadov je hlavným cieľom dosiahnutie zisku, tieto subjekty sa zameriavajú skôr na verejnoprospešné efekty. Do tejto skupiny patria: občianske združenia, spoločnosti, zväzy, hnutia a politické strany, nadácie, náboženské alebo iné združenia, spoločenstvá či komory. Rozpočtové a príspevkové organizácie sú najvýznamnejšou súčasťou tejto skupiny. Sú významné v oblasti kultúry a osvetu. Svoje výdavky kryjú z vlastných príjmov, z príspevkov jednotlivcov a organizácií či štátneho rozpočtu (KOVÁČ, M., et al. 2003).

1.4 Inštitucionálna podpora malého a stredného podnikania na Slovensku

MSP zastáva nezastupiteľnú úlohu v rámci podnikateľského sektora a ekonomiky Slovenska. Táto forma podnikania je považovaná za momentálne najpružnejšiu, najefektívnejšiu a najprogresívnejšiu. Rôzne organizácie, inštitúcie a štát prostredníctvom svojich orgánov venujú pozornosť tejto skupine podnikateľov a ponúkajú široké možnosti podpory ich podnikania. Vo všeobecnosti možno inštitucionálnu podporu MSP na Slovensku možno rozdeliť na štátnu podporu prostredníctvom Ministerstiev a neštátnu podporu, kde zaradíme banky, agentúry, záujmové a príspevkové združenia, organizácie a iné. Nižšie uvádzame inštitúcie, ktoré vo veľkej miere podporujú malé a stredné podnikanie na Slovensku.

1.4.1 Podpora MSP na úrovni štátnych orgánov

Ministerstvo hospodárstva (MH) je najvýznamnejšou inštitúciou štátnej podpory MSP. Funguje v postavení koordinátora a garanta, a zastupuje MSP na Slovensku v oblasti spolupráce s medzinárodnými organizáciami. Jeho kompetentnými oblasťami sú priemysel, obchod a cestovný ruch. Podpora MSP je realizovaná v oblastiach:

- stratégia a rozvoj MSP,

- legislatíva a regulátorne opatrenia na podporu podnikateľského prostredia,
- tvorba inštitucionálneho prostredia podpory MSP - MH koordinuje činnosť Národnej agentúry pre rozvoj malého a stredného podnikania (NARMSP) a regionálne poradenské informačné centrá,
- zabezpečenie finančných zdrojov pre MSP – MH získava finančné prostriedky zo štátneho rozpočtu pre potreby podpory MSP, ktoré vyhlasuje rezort hospodárstva,
- projekty podpory a rozvoja MSP v regiónoch Slovenska – Pod pôsobnosť MH patria viaceré neziskové a príspevkové organizácie. Konkrétne sú to Európska vzdelávacia akadémia, Slovenská agentúra pre cestovný ruch a Slovenská inovačná a energetická agentúra.

Ministerstvo výstavby a regionálneho rozvoja (MVRR) sa tiež zapája do podpory MSP, keďže podnikanie MSP je jedným z najvýznamnejších nástrojov regionálneho rozvoja. Medzi jeho hlavné aktivity patria:

- návrh stratégií, koncepcií a tvorba vhodných podmienok pre MSP v oblasti regionálneho rozvoja,
- dohľad nad ministerstvami a inými orgánmi v oblasti regionálneho rozvoja,
- spolupráca s organizáciami, ktoré sú účastníkmi regionálneho rozvoja,
- poskytovanie grantov a pomoci projektov a programov v danej oblasti.

MVRR je hlavný orgán zodpovedný za účinné čerpanie financií zo štrukturálnych fondov a kohézneho fondu.

Ministerstvo financií (MF) je ústredným orgánom zodpovedným za oblasť financií, daní, poplatkov, colníctva, vnútorného auditu a podobne. V nadväznosti na podporu MSP, môže MF rozhodnúť o poskytnutí daňových úľav, oslobodení od platenia dane, znížiť jej sadzbu alebo pomôcť MSP inými finančnými nástrojmi.

Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny (MPSVC) sa do podpory MSP zapája nepriamo, v oblasti sociálnych vecí a zamestnanosti. Konkrétne môže poskytovať príspevky zamestnávateľom na mzdy či odvody, alebo môže poskytnúť zamestnávateľom poradenstvo či rekvalifikáciu.

Ministerstvo pôdohospodárstva SR (MP) poskytuje podporu podnikateľským subjektom v rezorte pôdohospodárstva. Vzhľadom na to, že až 97 % týchto subjektov je MSP, možno povedať, že ministerstvo poskytuje podporu MSP. Ako ústredný orgán štátnej

správy, ministerstvo zabezpečuje a usmerňuje podporu v oblasti poľnohospodárstva, potravinárstva, lesného hospodárstva a rybného hospodárstva a rozvoji vidieka. Poskytuje priamu finančnú pomoc, v spolupráci so Slovenskou záručnou a rozvojovou bankou, realizuje špecializované záručné programy a taktiež poskytuje poradenské a vzdelávacie služby.

Ministerstvo životného prostredia SR (MŽP) poskytuje čerpanie environmentálneho fondu podnikateľom, ktorí podnikajú formou úveru a ktorých podnikanie má súvis s ochranou životného prostredia. Poskytuje tiež environmentálne manažérstvo audit, poradenstvo a iné (SBA. 2018).

1.4.2 Podpora MSP na úrovni Európskej únie

JEUNE - Young Entrepreneurs Organization of the European Union je najväčšia európska organizácia združujúca mladých podnikateľov. Celkovo združuje viac ako 1 600 000 podnikateľov a hlavným cieľom je vytvorenie stabilnej a silnej spolupráce vládnych orgánov EÚ, ktoré sa zaoberajú rozvojom podnikania mladých ľudí. Organizácia poskytuje nefinančné aktivity v oblasti vytvárania nových partnerstiev, výmeny skúseností a znalostí, organizovania workshopov a B2B stretnutí, spolupráci s veľkými európskymi firmami, a iné.

Organizácia je zapojená do viacerých projektov. Jedným z nich je projekt Erasmus pre mladých podnikateľov, ktorý je financovaný Európskou komisiou. Je príležitosťou na výmenu skúseností medzi miestnymi podnikateľmi a výmennými podnikateľmi.

Ďalším významným projektom je Európska spolupráca medzi univerzitami a podnikmi, ktorý je tiež financovaný Európskou komisiou, má 52 členov a prebieha na Transilvánskej univerzite v Brašove v Rumunsku. Cieľom je rozvíjať podnikanie na univerzite a s pomocou JEUNE zvýšiť počet podnikateľov na univerzite.

Granty poskytované Európskou úniou – Európska komisia sa na obdobie 2014 – 2020 rozhodla pre výraznejšiu podporu MSP a živnostníkov, keďže ich považuje za piliere ekonomiky EÚ. Finančné prostriedky sú získané z Európskeho fondu regionálneho rozvoja (EFRR). Podnikatelia si môžu vybrať z veľkého množstva grantov v rôznych oblastiach ako výskum a vývoja, rozvoj podnikania, informačno-komunikačné technológie a mnohé iné.

Iniciatíva „Small Business Act“ („Najskôr myslieť v malom“) – Iniciatíva priniesla pokroky ako obmedzenie byrokracie pre MSP, vytvorením jednotného kontaktného

miesta (tzv. „one-stop shop“) - zníženie potreby času, nákladov a administratívneho zaťaženia (STRÁŽOVSKÁ, H. et al. 2017).

Štrukturálne fondy EÚ:

- *Európsky fond regionálneho rozvoja (ERDF)* – ciele: miestny rozvoj, rozvoj infraštruktúry, podpora podnikania a zvyšovania zamestnanosti v regiónoch,
- *Európsky sociálny fond (ESF)* – podpora zamestnanosti, zlepšenia kvalifikovanosti obyvateľstva a vzdelávacích systémov. (FETISOVOVÁ, E. – NAGY L. – VLACHYNSKÝ K. 2014),
- *Kohézny fond (KF)* – Zameranie: zabezpečiť trvalo udržateľný rozvoj a znížiť hospodársku a sociálnu rozdielnosť, pomoc smeruje do oblasti životného prostredia a transeurópskych dopravných sietí (Európska komisia. 2018).

1.4.3 Podpora MSP na úrovni bánk

Eximbanka - exportno-importná banka je jediným štátnym nástrojom na podporu exportu. Vo svojej ponuke má mnoho finančných nástrojov ako úverové poistenie, financovanie a záruky, ale ja mnohé iné nástroje na financovanie vývozného kontraktu, investícií, poskytuje úvery a iné finančné záručné produkty. Banka poskytuje taktiež nefinančné služby, ako napr. poradenské služby (Eximbanka, 2018).

Slovenská záručná a rozvojová banka má vo svojej ponuke zvýhodnené priame úvery PODNIKATELKA, PODNIKANIE MLADÝCH, ako aj INVEST úver zo zdrojov EÚ bankové záruky či viaceré typy vkladových nástrojov. Poskytuje aj záruky na úvery poskytované MSP komerčnými bankami, rýchle bankové záruky, bankové záruky na finančné úvery (Slovenská záručná a rozvojová banka, 2018).

1.4.4 Podpora MSP na úrovni organizácií, združení a iných inštitúcií

Slovak Business Agency – SBA je jednou z kľúčových organizácií zaoberajúcich sa podporou podnikania na Slovensku. Víziou je stať sa prvou voľbou pomoci pri začínaní podnikania a poskytovať komplexnejšie a účinnejšie služby počas celého životného cyklu podnikania. Ďalej agentúra poskytuje informácie, rady, kooperáciu, priestor na osobný rast, rôzne typy financovania a podobne.

Nefinančné služby poskytované SBA:

- akcelerátor (súbor služieb (napr. networking, poradenské služby,...) špecializovanej firmy, ktoré zabezpečujú rast a vývoj podniku),
- inkubátor (miesto koncentrácie nových podnikov, snaha o ich prežitie na trhu poskytnutím priestorov na podnikanie za nižšie nájomné, potrebného technického vybavenia a špeciálnych poradenských služieb),
- co-working (spolupráca viacerých nezávislých podnikateľov vo flexibilnom pracovnom prostredí, ktorí spolu okrem kancelárskeho prostredia zdieľajú aj hodnoty, nápady, postoje a skúsenosti), poradenské služby (poskytované špecialistami, s rôznym zameraním (napr. marketing, financie,...)),
- mentoringové služby (služby usmerňovania, riadenia odborníkmi, podnikatelia majú možnosť lepšie sa zorientovať v danej problematike).

Finančné služby poskytované SBA:

- poskytovanie mikropôžičiek,
- fond inovácií a technológií,
- fond rizikového kapitálu (SBA, 2018).

Združenie mladých podnikateľov Slovenska (ZMPS) bolo založené v roku 2010 a združuje podnikateľov do 40 rokov. Združenie je členom JEUNE - Young Entrepreneurs Organization of the European Union. Cieľom združenia je zabezpečenie lepších podmienok pre mladých podnikateľov, ktorí sú budúcnosťou podnikania na Slovensku. Združenie obhajuje záujmy mladých podnikateľov v inštitúciách, ktoré vytvárajú podmienky podnikania na Slovensku so snahou rastu počtu úspešných mladých podnikateľov. Tak ako iné organizácie, aj ZMPS zabezpečuje tak finančné (pomoc s financovaním v počiatočnej fáze podnikania), ako nefinančné aktivity (mentoring, networking, prezentácia úspešných podnikateľov, a iné).

Klub podnikateľských anjelov Slovenska združuje významných slovenských podnikateľov a manažérov, ktorí chcú investovať svoj čas, skúsenosti a peniaze do mladých nádejných podnikateľských zámerov. Ich hlavným zámerom je prispieť k rozvoju trhu neformálneho rizikového kapitálu na Slovensku, a tým zabezpečiť ľahší prístup k finančným zdrojom pre začínajúce podniky (STRÁŽOVSKÁ, H. et al. 2017).

Združenie podnikateľov Slovenska (ZPS) je záujmové združenie súkromných podnikateľov, s cieľom vytvárania zodpovedajúceho podnikateľského prostredia. Združenie je neziskovou organizáciou, je financované s príspevkov členov a darov domácich či zahraničných FO a PO (ZPS, 2018).

Podpora špeciálne rodinných podnikov

Rodinný podnik je podnik, kde rodina strategicky vplýva na budúce smerovanie podniku a má snahu udržať vlastníctvo podniku v rodine.

- **Združenie na podporu mladých rodín** poskytuje príspevok mladým rodinám na začiatku ich podnikania.
- **Medzinárodné stredisko pre štúdium rodiny** - v spolupráci s Fondom na podporu mladých rodín sa zamerali na rodinné podnikanie na úrovni MSP.

Podpora špeciálne podnikania žien

- **Združenie žien v podnikaní (ZZVP)** - internetová stránka, ktorá poskytuje rady, tipy, odporúčania, príbehy, rozhovory, až po networking, facebookovú poradenskú skupinu či štúdium angličtiny (Združenie žien v podnikaní, 2018).
- **Občianske združenie E-ženy** – Hlavným zámerom firmy je združovať ženy podnikateľky a poskytnúť im možnosť spolupráce, výmeny užitočných informácií a networkingu,. Združenie ma však obmedzený počet členiek(11), čiže prijatie novej členky sa dôsledne zvažuje (E-ženy, 2018).
- **Ženy v meste**
 - EÚ vytvorila projekt - Partnerom projektu realizovaného na SR je SBA. Ženy musia svoje start-upy odprezentovať pred odbornou komisiou, ktorá vyberie tie najlepšie, ktoré budú mať možnosť finančnej pomoci od tzv. podnikateľských anjelov. Investícia sa zvyčajne pohybuje v desiatkach tisíc eur.
 - internetová stránku, ktorá poskytuje zaujímavé články z oblasti podnikania úspešných žien a potrebné informácie týkajúce sa podnikania a iné zaujímavosti nie len z oblasti podnikania (Ženy v meste, 2018).

1.4.5 Ďalšie organizácie podpory MSP

Okrem spomínaných kľúčových inštitúcií podporujúcich podnikateľov, na Slovensku pôsobia tiež mnohé iné organizácie, ktoré sa síce na podnikateľskej podpore podieľajú v menšej miere, no ich činnosť je tiež významná a prospešná. Nižšie uvádzame zopár z nich.

- **TOP CENTRUM PODNIKATELIEK(TCP),**
- **Guardian Angels for Female Entrepreneurs,**
- **SLOVCA - Slovenská asociácia rizikového kapitálu,**
- **Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu,**
- **Slovenská asociácia malých a stredných podnikov a živnostníkov,**
- **Fond fondov (CEFoF),**
- **Slovenská živnostenská komora,**
- **Slovenská obchodná a priemyselná komora**

Na základe dostupných sekundárnych údajov sme preverili možnosti štátnej aj neštátnej podpory podnikania na Slovensku. Podnikatelia majú široké možnosti získania tak finančnej ako nefinančnej pomoci a podpory. Za dôvod nedostatočného využívania týchto služieb považujeme nízku informovanosť podnikateľov.

2 CIEĽ PRÁCE, METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

Malé a stredné podnikanie, ako jedna z najdynamickejšie sa rozvíjajúcich foriem podnikania na Slovensku, je významnou súčasťou slovenskej ekonomiky. Je veľmi časté, že mladí ľudia volia práve tento spôsob podnikania v začínajúcej fáze svojho biznisu. Vzhľadom na tieto dôvody sa záverečná práca zameriava na prezentáciu informácií o podnikateľskom prostredí na Slovensku, o možnostiach podpory podnikania a postoji mladých ľudí k podnikaniu.

Hlavným cieľom bakalárskej práce, je na základe získaných poznatkov preskúmať postoje mladých ľudí k začatiu podnikania na Slovensku a faktory, ktoré na nich vplyvajú a navrhnúť opatrenia na zvýšenie počtu úspešných mladých podnikateľov.

K dosiahnutiu hlavného cieľa práce sme stanovili nasledujúce parciálne ciele:

- A. Systematizácia poznatkov z domácich a zahraničných zdrojov z oblasti podmienok podnikania na Slovensku.
- B. Vyhodnotiť možnosti podnikania na Slovensku.
- C. Identifikovať aktuálne možnosti podpory podnikania na Slovensku.
- D. Preskúmať segment mladých ľudí ich postoj k podnikaniu na základe výsledkov z vlastného dotazníkového prieskumu.
- E. Na základe analýzy výsledkov z prieskumu identifikovať hlavné bariéry začatia podnikania mladých ľudí a navrhnúť opatrenia na zvýšenie počtu úspešných mladých podnikateľov.

V záverečnej práci boli využité viaceré metódy skúmania. V prvej, teoretickej časti práce sme realizovali literárny prieskum zo sekundárnych zdrojov, ktoré sme zhromaždili so zreteľom na aktuálnosť a dodržanie časového sledu. Pomocou abstrakcie sme vylúčili údaje, ktoré sme nepovažovali za relevantné a aktuálne.

Praktická časť práce bola orientovaná na zistenie postojov, názorov mladých ľudí k podnikaniu vo všeobecnosti či bariéry, ktoré ich od podnikania odrádzajú. Zisťovali sme tiež ich informovanosť o možnostiach podnikania na Slovensku a formách podpory podnikania. Na získanie potrebných údajov sme použili metódu dopytovania, teda kvantitatívny výskum, v ktorom sme formou štandardizovaného dotazníka oslovili mladých

ľudí, prevažne študentov. Celkovo sme v dotazníku použili 13 otázok viacerých typov (voľné otvorené, asociačné, uzavreté alternatívne, selektívne, filtračné, vecné a klasifikačné). Dotazníkom sme oslovili 156 respondentov v dvoch formách, a to papierovej (10 respondentov) a on-line (146 respondentov).

Zhromaždené primárne údaje sme podrobili rozboru pomocou štatistických metód, a následne sme ich prezentovali formou frekvenčných a krížových tabuliek. Vďaka analýze sme zhromažďovali, triedili a porovnávali nami získané údaje so sekundárnymi údajmi. V závere sme použili syntézu, vďaka ktorej sme zistili súvislosti medzi skúmanými javmi a zovšeobecnil sme zistenia.

Na základe vzorca na **výpočet veľkosti vzorky** podľa Richterovej (2013), sme zistili optimálny počet respondentov. Za neznámu H (chyba odhadu) sme dosadili 8%, čo znamená, že sme ochotní tolerovať 8% chýb vo výsledkoch. Výpočet určil, že dotazníkom by sme mali osloviť ±150 respondentov.

$$n = \frac{z^2 * s^2}{H^2} = n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,08^2} = 150,0625$$

H - presnosť odhadu výsledkov/ chyba odhadu

-pri našom prieskume sme stanovili H=8%

Z - spoľahlivosť výsledkov (95%)=±√1,96 = 0,06125

p - podiel znaku, ak je p neznáme doplníme maximum zo súčiny p*(1-p)

s² - rozptyl s²= p * (1-p)

n - veľkosť našej vzorky

Pre účel dotazníkového prieskumu sme si pri jeho príprave stanovili výskumné otázky, na ktoré sme chceli vďaka vyjadreniam respondentov získať odpovede. Zvolili sme si konkrétne nasledujúce výskumné otázky:

1. Aký je postoj mladých ľudí k podnikaniu?
2. Aké faktory ich v tomto smere odrádzajú a zastrášujú?
3. V akom pomere považujú mladí ľudia podporné subjekty za významné a dostačujúce?

3 VÝSLEDKY PRÁCE

O význame mladých podnikateľov hovoria viacerí autori, výskumy či štatistiky. Ako sme už spomínali, mladí podnikatelia najčastejšie zakladajú mikropodniky, malé či stredné podniky. Vzhľadom na získané údaje považujeme tento typ podnikania za ideálny začiatok, aj pre mladých ľudí odhodlaných podnikat'. Je však potrebné, aby mladí ľudia pri založení podniku uvažili možné budúce efekty a vlastné finančné či kapitálové možnosti.

Mnohí ekonómovia považujú MSP za momentálne veľmi pružnú, progresívnu a najdynamickejšie sa rozvíjajúcu súčasť ekonomiky Slovenska. Momentálne produkujú najviac pracovných možností a teda sú veľkým akcelerátorom zamestnanosti, čo sa následne vplýva na makroekonomickú úroveň krajiny. Problematikou MSP sa v práci zaoberáme najmä vzhľadom na ich významné postavenie v rámci ekonomiky Slovenska a ich obľúbenosť aj medzi mladými podnikateľmi.

Dôkladne sme spracovali možnosti podnikania na Slovensku, súčasný stav podnikania, ako aj podporné inštitúcie a bariéry podnikania. Sekundárne údaje, prezentované v 1. kapitole práce, sme sa rozhodli doplniť údajmi z dotazníkového prieskumu, ktorý bol venovaný stavu podnikateľského prostredia, podpore podnikania či komplexnému vnímaniu podnikania mladými ľuďmi. V nasledujúcej kapitole sa hlbšie venujeme výsledkom nášho prieskumu, a v závere vyjadrujeme návrhy na potrebné opatrenia.

3.1 Účel prieskumu

Keďže mladé podniky, či už v forme startupov alebo gaziel a všeobecne MSP sú veľkými akcelerátormi rastu ekonomiky, je kľúčové zistiť, čo považuje mládež za bariéry v podnikaní, prečo sa bojí začať podnikat' a čo ich najviac odrádza.

Hlavným cieľom prieskumu bolo zistiť postoj k začatiu podnikania u mladých ľudí na Slovensku, ich postoj k podmienkam podnikania a možným podporným subjektom a návrh opatrení na zvýšenie podielu malých a stredných podnikov v slovenskej ekonomike. So zvýšením podielu MSP na Slovensku by mohli byť spojené aj následné makroekonomické faktory ako zvýšenie zamestnanosti, životnej úrovne, pridanej hodnoty či HDP Slovenska. K ďalším cieľom prieskumu zaradujeme zhodnotiť rozdielne názory respondentov na informovanosť, kvalitu a relevantnosť informácií v danej oblasti, a na

faktory, ktoré vytvárajú negatívny postoj k začatiu podnikania a následne navrhnuť potrebné opatrenia na zlepšenie situácie. Je kľúčové zistiť, čo považuje mládež za bariéry v podnikaní, prečo sa bojí začať podnikat' a čo ich najviac odrádza.

3.2 Metodika prieskumu

Základom na uskutočnenie dotazníkového prieskumu bolo stanovenie dotazníkových otázok a údajov, ktoré by sme chceli pomocou dotazníka o respondentoch získať. V dotazníku sme využívali viaceré typy otázok, konkrétne voľné otvorené, asociačné, uzavreté alternatívne, selektívne, filtračné, vecné a klasifikačné. Celkovo sme použili 13 otázok. Hlavnými údajmi prieskumu boli primárne údaje, ktoré sme získali uskutočnením štandardizovaného dotazníka, teda metódou dopytovania. Celkovo sme dotazníkom oslovili 156 respondentov v dvoch formách (tlačená a on-line). Z uvedeného počtu celkových respondentov 10 odpovedalo tlačenou formou. Väčšina respondentov odpovedala na otázky on-line, formou webového odkazu na sociálnej sieti Facebook. Vzhľadom na cieľ, prieskum bol upriamený na mladých ľudí, študentov, prevažne študentov Ekonomickej univerzity v Bratislave. Analýza údajov bola uskutočnená formou frekvenčných a krížových tabuliek.

3.3 Vzorka

Dotazník bol uskutočnený na vzorke 156 respondentoch. Vzorku tvorili študenti vysokých a stredných škôl, prevažne študenti Ekonomickej univerzity v Bratislave, vzhľadom na to, že práve v študentoch s ekonomickým zameraním vidíme vysoký potenciál k začatiu vlastného biznisu. Ako zobrazuje tabuľka 5, z opýtaných respondentov výrazne prevyšovali ženy, ktorých bolo konkrétne 119 (76,3 %). Mužov bolo 37 (23,7 %).

Tabuľka 5 Pohlavie

Odpoveď	Počet respondentov (absolútna hodnota)	Počet respondentov (percentuálne vyjadrenie)
Muž	37	23,7
Žena	119	76,3
Spolu	156	100,0

Zdroj: vlastné spracovanie

Z hľadiska veku, ako je uvedené v tabuľke 6, dominovala veková kategória 20-25 rokov, v absolútnej hodnote 97 respondentov (62,2 %). Vo vekovej kategórii 19-20 bolo zastúpených 45 respondentov (28,8 %). Najmenej respondentov bolo vo veku 25 a viac rokov, konkrétne 14 respondentov (9 %).

Tabuľka 6 Vek

Odpoveď	Počet respondentov (absolútna hodnota)	Počet respondentov (percentuálne vyjadrenie)
19-20	45	28,8
20-25	97	62,2
25 a viac	14	9,0
SPOLU	156	100,0

Zdroj: vlastné spracovanie

3.4 Vyhodnotenie postoja mladých ľudí k možnostiam podnikania na Slovensku

V práci pozornosť kladieme na možnosti podnikania najmä mladých ľudí. Na tomto segmente obyvateľstva sme tiež zrealizovali dotazníkový prieskum, a preto považujeme za kľúčové definovať pojem „mladí ľudia“. Mnohí slovenskí či zahraniční autori ponúkajú teórie definovania mladých ľudí. My sme zvolili indikátor NEET (not in education, employment or training), ktorý síce na Slovensku nie je veľmi rozšírený, no v zahraničí, najmä v rámci štátov EÚ je veľmi obľúbený. Na účely zisťovania štatistík Eurostatu je používaný viac než u nás populárnejšia miera nezamestnanosti. Pojem vznikol a bol prvý krát použitý vo Veľkej Británii. Na začiatku vzniku bol známy pod názvom „status zero“.

Označuje mládež vo veku od 15 do 24 rokov, ktorá nie je pracovne aktívna (nezamestnané/ neaktívne osoby), neprechádza procesom prípravy na povolanie a taktiež za posledné 4 týždne nebola zapojená do vzdelávacieho systému. Negatívom by bolo, ak by mladí ľudia v štádiu NEET ostali príliš dlho. Tento jav by mohla spôsobovať ťažkosť mobilizovania sa na trh práce (Kolláriková, Rievajová, 2013). Problematikou indikátora NEET sa zaoberajú vo svojich dielach viacerí autori ako Černá (2013), Stanwick (2017), Batini (2017), Bynner (2002) a iní.

S cieľom zaistiť lepšie podmienky pre mladých potenciálnych podnikateľov, je potrebné zistiť názory a postoje mládeže k podnikaniu samotnému, podnikateľským podmienkam či zistiť aké bariéry im v začatí podnikania bránia. Výsledky dotazníka nám priniesli cenné údaje, ktoré nižšie prezentujeme.

Pomocou dotazníka sme zistili, že mladí ľudia majú relatívne pozitívny postoj k začatiu podnikania, keďže až 79 respondentov (50,6 %) už uvažovalo o začatí podnikania, aj keď nie úplne do hĺbky. 45 respondentov (28,8 %) podnikanie seriózne zvažuje. Bližšie údaje sú znázornené v nižšie uvedenej tabuľke 7.

Tabuľka 7 Vyhodnotenie odpovedí respondentov na otázku: Rozmýšľal/a si už niekedy o začatí podnikania ?

Odpoveď	Počet respondentov (absolútna hodnota)	Počet respondentov (percentuálne vyjadrenie)
áno pár krát ale nikdy nie do hĺbky	79	50,6
neviem si to ani predstaviť	10	6,4
seriózne to zvažujem	45	28,8
zatiaľ nie	22	14,1
SPOLU	156	100,0

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 8 ukazuje, že za pozitíva podnikania najviac respondentov zvolilo možnosti vyššia sebarealizácia, byť sám sebe pánom, výhodný flexibilný pracovný čas a iné. Na otázku: „Byť podnikateľom podľa teba znamená“, kde respondenti mohli označiť viaceré možnosti, z celkového počtu respondentov 156, vybralo 102 respondentov (65,4 %) možnosť byť sám sebe pánom, pre 52 respondentov (33,3 %) je to príliš veľká zodpovednosť, 63 (40,4 %) podnikanie považuje za obeť voľného času na úkor biznisu. 50 z respondentov (32,1 %) hlasovalo za vyšší zárobok. 104 respondentov (66,7 %) hlasovalo vyššia sebarealizácia a 75 respondentov (48,1 %) si myslí, že je s podnikaním spojený výhodný flexibilný pracovný čas.

Tabuľka 8 Vyhodnotenie odpovedí na otázku: Byť podnikateľom podľa teba znamená...

Odpoveď	Počet respondentov (absolútna hodnota)	Počet respondentov (percentuálne vyjadrenie)
byť sám sebe pánom	102	65,4
príliš veľká zodpovednosť	52	33,3
obeta voľného času na úkor biznisu	63	40,4
vyšší zárobok	50	32,1
väčšia sebarealizácia	104	66,7
výhodný flexibilný pracovný čas	75	48,1

Zdroj: vlastné spracovanie

V tabuľke 9 sú zobrazené odpovede na otázku čo respondentov najviac odrádza od podnikania. Za najnegatívnejšie faktory podnikania respondenti zvolili nedostatok peňazí, pocit nedostatku schopností, niektorí si myslia že majú ešte čas a iným chýba nápad. Z celkového počtu respondentov 156, vybralo 77 respondentov (49,4 %) možnosť nemám dostatok peňazí. 55 respondentov (35,3 %) odpovedalo, že im chýba nápad, 33 (21,2 %) sa bojí konkurencie, 58 z nich (37,2 %) si myslí že má ešte čas. 61 respondentov (39,1 %) hlasovalo za možnosť necítim sa dostatočne schopný/á a 45 respondentov (28,8 %) si myslí, že je s tým veľa práce a zaberie to veľa času.

Tabuľka 9 Vyhodnotenie odpovedí na otázku: Čo ťa najviac odrádza od podnikania?

Odpoveď	Počet respondentov (absolútna hodnota)	Počet respondentov (percentuálne vyjadrenie)
nemám dostatok peňazí	77	49,4
chýba mi nápad	55	35,3
bojím sa konkurencie	33	21,2
myslím, že mám ešte čas	58	37,2
necítim sa dostatočne schopný/á	61	39,1
potreba veľa práce a času	45	28,8

Zdroj: vlastné spracovanie

V druhej časti prieskumu sme sa venovali otázke podpory podnikania na Slovensku a informovanosti mladých ľudí o tejto možnosti. Ako môžeme vidieť v tabuľke 10, v tejto časti sme zistili, že mladí ľudia sú nedostatočne informovaní o možnostiach podpory, o čom svedčí, že až 80 respondentov počulo len zbežne o možnostiach podpory podnikania, 53 respondentov sa o to nezaujímal a len 23 z nich je informovaných.

Tabuľka 10 Vyhodnotenie odpovedí respondentov na otázku: Si informovaný/á o možnostiach pomoci pri začatí podnikania?

Odpoveď	Počet respondentov (absolútna hodnota)	Počet respondentov (percentuálne vyjadrenie)
Áno	23	14,7
len zbežne	80	51,3
zatiaľ som sa o to nezaujímal/a	53	34,0
SPOLU	156	100,0

Zdroj: vlastné spracovanie

Negatívny postoj majú mladí ľudia aj voči podmienkam podnikania. Na základe tabuľky 11, až 124 respondentov si myslí, že podmienky podnikania na Slovensku sú nevýhodné a len 32 respondentov je s podmienkami spokojných.

Tabuľka 11 Vyhodnotenie odpovedí respondentov na otázku: Myslíš, že podmienky pre začínajúcich podnikateľov na Slovensku sú naozaj výhodné?

Odpoveď	Počet respondentov (absolútna hodnota)	Počet respondentov (percentuálne vyjadrenie)
Áno	32	20,5
Nie	124	79,5
SPOLU	156	100,0

Zdroj: vlastné spracovanie

Na záver sme respondentom ponúkli priestor vyjadriť sa, v čom vidia najväčšie medzery a mohli navrhnúť vlastné nápady na zlepšenie podmienok podnikania na Slovensku. Na otázku: „Čo by si zmenil/a na súčasných podmienkach podnikania na Slovensku?“ mládež odpovedala nasledovne.

Najviac z nich vidí problém vo vysokej byrokracii a zložitom založení firmy (13 respondentov), dane a odvody sú príliš vysoké a mnohí by privítali daňové úľavy, prázdniny na začiatku biznisu (31 respondentov). Viackrát bolo uvedené aj nespravodlivé zvýhodňovanie zahraničných firiem, nedostatočná podpora zo strany štátu, taktiež celkovo nedostatočná informovanosť o možnostiach podpory a pomoci začínajúcim podnikateľom.. Dotácie, podporu, finančné injekcie, či granty považujú mladí ľudia za veľmi vítané (18 respondentov).

S nižším zastúpením respondenti uviedli aj zmenu legislatívy, dobrý návrh na biznis, pomoc skúsených, či konkrétne riešenia ako platba odvodov podnikateľov zo zisku, nie z príjmu. Za negatívum považujeme fakt, že až 19,23 %, (30 respondentov) uviedlo neviem, nie som informovaný/á v tejto oblasti alebo nerozmýšľal/a som ešte nad tým. Podľa nášho názoru by sa štát, organizácie podpory podnikania mali sústrediť najmä na túto skupinu. Veríme, že zavedením správnych zmien, či už po finančnej alebo nefinančnej stránke pomoci, by Slovensko mohlo získať viac potenciálnych podnikateľov.

4 DISKUSIA

Podnikateľské prostredie, či už na Slovensku alebo vo svete, sa neustále formuje, vznikajú nové formy podnikania a do popredia prichádzajú trendy súčasnej doby. Jedným z aktuálnych trendov je aj znižovanie veku začatia biznisu. Registrujeme čoraz viac mladých úspešných podnikateľov. Mladé podniky, či už v forme startupov alebo gazieli a pod. sú veľkými akceleraťormi rastu ekonomiky.

Podnikatelia sa často rozhodnú podnikat' formou živnosti, či obchodných spoločností. Oblúbené sú tiež mikropodniky, malé podniky a stredné podniky. Prínos MSP pre ekonomiku Slovenska je nezanedbateľný. Podieľajú sa veľkou mierou na raste zamestnanosti, HDP, tvorbe pridanej hodnoty, prinášajú inovácie a iné makroekonomické efekty. Na základe bohatých údajov, ktoré nám priniesol dotazníkový prieskum možno zodpovedať výskumné otázky.

4.1 Vyhodnotenie výskumných otázok

V našej práci sme si stanovili tri výskumné otázky, zamerané na postoje mladých ľudí k podnikaniu a ich vnímanie bariér a podpory mladých ľudí v podnikaní. V nasledujúcom texte uvádzame naše stanoviská k výsledkom nášho prieskumu.

Vyhodnotenie výskumnej otázky 1 – Aký je postoj mladých ľudí k podnikaniu ?

Prieskum ukázal, že mladí ľudia podnikanie, ako také vnímajú veľmi pozitívne a mnohí z respondentov už niekedy zbežne uvažovali o začatí podnikania (79), dokonca niektorí z nich podnikanie už reálne zvažujú (45).

Získané výsledky považujeme za kladné a významné, keďže mladých ľudí, ktorí sú naklonení k začatiu biznisu považujeme za cieľovú skupinu, ktorej treba venovať najviac pozornosti. Lepšie podmienky, širšie možnosti či lepšia podpora by bola totiž zbytočná bez vnútorného presvedčenia a priklonenia mládeže k podnikaniu. V týchto, k podnikaniu pozitívne orientovaných mladých ľuďoch, vidíme nádej a potenciál na úspech v podnikateľskom prostredí.

Vyhodnotenie výskumnej otázky 2 – Aké faktory ich v tomto smere odrádzajú a zastrášujú?

Z možností, ktoré mali respondenti k dispozícii, najnegatívnejšie hodnotili: nedostatok peňazí (77), pocit nedostatku schopností (61), niektorí si myslia, že majú ešte čas (58), iným chýba nápad (55), ostatní zvolili príliš veľkú časovú a pracovnú náročnosť a strach z konkurencie.

Pomocou prieskumu sme zistili najzávažnejšie faktory, ktoré mladí ľudia považujú za bariéry v podnikaní a na ktorých odstránenie by sa štát, ako aj inštitúcie zaoberajúce sa podnikaním mali zamerať. Myslíme si, že odpovede vyplývajú z nedostatočnej informovanosti mládeže nie len o možnostiach podpory, ktorá by im začiatok podnikania mohla uľahčiť, ale mladí ľudia tiež vnímajú podnikanie iba zbežne, nie do hĺbky. V tomto smere vidíme možnosti najmä vo väčšej osвете podnikania, a to na vysokých, stredných či dokonca základných školách. Mladým ľuďom by malo byť podnikanie prezentované zo zábavnej jednoduchšej stránky, nie len prostredníctvom veľkých korporácií a úspešných firiem, ktoré na nich môžu pôsobiť odstrašujúco, ale práve naopak, prostredníctvom malých jednoduchých, no napriek tomu úspešných podnikov.

Vyhodnotenie výskumnej otázky 3 – V akej miere považujú mladí ľudia podporné subjekty za významné a dostačujúce?

Na tretiu výskumnú otázku respondenti odpovedali skôr negatívne. Až 124 respondentov považuje podmienky na Slovensku za nevýhodné a až 80 respondentov pozná možnosti podpory len zbežne.

Vysoký podiel negatívneho vnímania podmienok podnikania na Slovensku môže mať zlý vplyv na postoj mládeže k podnikaniu ako takému, ba čo viac, môže ich úplne od podnikania odradiť. Mladí ľudia majú v sebe veľký potenciál a bola by škoda ho nevyužiť. Máme za to, že podmienky podnikania na Slovensku by mohli byť výhodnejšie a kompetentné orgány by sa mali tejto problematike venovať. Pretrvávajúci negatívny postoj by za nezmenených podmienok mohol spôsobiť negatívne efekty v podnikateľskom prostredí.

Je potrebné uviesť si dôležité postavenie mladých ľudí, uviesť si ich prednosti a pomocou vhodných opatrení tieto prednosti využiť. Myslíme si, že mladí ľudia majú

široké možnosti a príležitosti byť skutočne úspešní v podnikateľskom prostredí. Za prednosti mladých podnikateľov považujeme:

- flexibilita,
- vysoká iniciatívnosť,
- potenciál,
- potreba sebarealizácie,
- ambicióznosť,
- asertivita,
- znalosť technológií a mnohé iné.

Podľa nášho názoru nevyužívame dostatočne ich kvality, keďže veľa z potenciálnych mladých ľudí z určitých dôvodov nepodniká. Medzery vidíme hlavne v nedostatočnej informovanosti o možnostiach pomoci najmä pri začatí podnikania a študentmi vnímané nedostatočne motivujúce podnikateľské prostredie.

4.2 Vlastné návrhy a odporúčania

Opierajúc sa priamo o odpovede získané od mladých ľudí, na zlepšenie aktuálnej nespokojnosti s podnikateľskými podmienkami, za vhodné považujeme nasledovné návrhy:

osveta, informovanosť o podpore podnikania

rýchlejšie, jednoduchšie, on-line založenie firmy

nižšia daňová sadzba, daňové úľavy, prázdniny v začiatku podnikania

prezentovanie podnikania v školách (prednášky, cvičenia, krúžky)

dotácie, granty, príspevky zo strany štátu

Podnikanie, podľa nás nie je pre väčšinu mladých ľudí dostatočne lákavé a zaujímavé, čo súvisí s nedostatočnou informovanosťou a s nízkou interakciou s týmto odvetvím. Navrhovali by sme vyššiu osvetu a informovanosť o možnostiach podpory

podnikania, keďže po preštudovaní danej problematiky si myslíme, že možnosti finančnej či nefinančnej pomoci pri začatí podnikania sú dostatočne široké. Z hľadiska podpory podnikania by sa podľa nás mohol štát zapájať vo väčšej miere do pomoci podnikateľom. V porovnaní s podporou neštátnych organizácií a inštitúcií vidíme príležitosti aj vo vyššej angažovanosti štátnych orgánov.

Doba elektronizácie a technologických inovácií, je podľa nás na Slovensku dostatočne vyspelá na využitie týchto vymožeností a zrýchliť či zjednodušiť založenie firmy on-line, a tým odstrániť nedostatky v podobe vysokej byrokracie a zdĺhavom a zložitom systéme založenia firmy.

Mnohí mladí ľudia sú nespokojní tiež s daňovou a odvodovou povinnosťou pre podnikateľov. V tomto smere za prijateľné považujeme nižšiu sadzbu dane v prvých rokoch biznisu, prípadne iné daňové úľavy alebo prázdničky.

Ďalšou možnosťou by mohlo byť zavedenie ekonomických predmetov, krúžkov, prednášok, cvičení už na stredných či dokonca základných školách, kedy sa formujú prvé názory, postoje žiakov k svojmu okoliu. Myslíme si, že interakcia s oblasťou ekonomiky podávaná jednoducho a hravo žiakom už v skorom štádiu formovania ich osobnosti by mohla mať pozitívny efekt v čase kedy by už boli pripravení založiť vlastný biznis.

V neposlednom rade by sme za efektívne riešenie považovali aj finančnú pomoc, dotácie či granty zo strany štátu. Mohli by sa vytvárať napríklad súťaže mladých podnikateľov, firiem, startupov a podobne, z ktorých by po prezentovaní svojich nápadov bol vybraný víťaz finančnej pomoci. Myslíme si, že pri vytvorení vhodných podmienok obdržania finančnej pomoci by tento návrh mohol byť výhodný tak pre podnikateľa ako pre ekonomiku štátu.

Správnymi opatreniami, úpravou a zásahmi do aktuálnych podmienok podnikania by mohla podnikateľská aktivita rásť, mohol by sa zlepšiť stav podnikateľského prostredia a taktiež by spomínané zmeny mohli priniesť ďalšie, významnejšie makroekonomické, či mikroekonomické efekty pre krajinu.

ZÁVER

V bakalárskej práci sme sa venovali možnostiam podnikania mladých ľudí na Slovensku. Hlavným cieľom bakalárskej práce bolo na základe získaných poznatkov preskúmať postoje mladých ľudí k začatiu podnikania na Slovensku a faktory, ktoré na nich vplývajú a navrhnúť opatrenia na zvýšenie počtu úspešných mladých podnikateľov. Po dôslednom spracovaní teoretickej časti a využití sekundárnych údajov sme získali prehľad o súčasnom stave podnikania na Slovensku, o možnostiach podnikania, inštitucionálnej podpore podnikania a podnikateľských bariérach. Zistili sme aké dôležité je dbať na segment mladých ľudí, ktorí prinášajú nové nápady, iný pohľad na skutočnosti, flexibilitu a široké možnosti a mnohé iné efekty. Dozvedeli sme sa tiež, že súčasný stav podnikania na Slovensku je na priemernej úrovni štátov EÚ, našli sme medzery v podnikateľských podmienkach na ktorých je potrebné zapracovať. Po zaoberaní sa MSP sme si uvedomili ich všestranné pozitívne efekty či už na mikroekonomickej alebo makroekonomickej úrovni. Spoznali sme najväčšie bariéry podnikania a mnohé iné zistenia.

Sekundárne údaje sme doplnili o primárne údaje získané z dotazníkového prieskumu. Pomocou ich vyhodnotenia možno stanoviť záver, ku ktorému sme dospeli. Vzhľadom na fakt, že prevažná časť respondentov bola ženského pohlavia 119 (76,3 %), boli zistené údaje ovplyvnené touto skutočnosťou. Ďalej tiež možno povedať, že z hľadiska veku bola najviac zastúpená veková kategória 20-25 rokov a to až 62,2 %. Tento výsledok považujem za pozitívny, keďže na túto vekovú skupinu sme sa chceli primárne z prieskumu zamerať.

Za pozitívne zistenie rovnako považujeme, že až 50,6 % respondentov už uvažovalo o začatí podnikania aj keď nie úplne do hĺbky. Za najväčšie pozitíva podnikania respondenti zvolili možnosti: vyššia sebarealizácia (66,7 %), byť sám sebe pánom (65,4 %), výhodný flexibilný pracovný čas (48,1 %), a iné. Z opýtaných 156 respondentov až 106, čiže 67,9 % preferuje začatie podnikania a len 50, čo je 32,1 % z nich chce pracovať vo firme.

Pomocou prieskumu sme zistili však aj mnohé bariéry, ktoré mladých ľudí od podnikania skôr odrádzajú. Najnegatívnejšie respondenti hodnotili možnosti: „nemám dostatok peňazí“ (49,4 %), necítim sa dostatočne schopný/á (39,1 %), myslím že mám ešte čas (37,3 %) a mnohé iné.

Druhá časť prieskumu bola venovaná inštitucionálnej podpore podnikania a informovanosti mladých ľudí o možnosti získania pomoci pri začatí svojho podnikania. Môžeme súhrnne konštatovať, že mladí ľudia zastávajú skôr negatívny postoj k podmienkam podnikania, o čom svedčí aj fakt, že až 79,5 % respondentov odpovedalo, že podmienky podnikania na Slovensku považujú za nevýhodné. Mladí ľudia nie sú taktiež dostatočne informovaní o formách pomoci pri začatí podnikania. Na otázku, či sú informovaní o možnostiach pomoci pri začatí podnikania odpovedalo 51,3 % z nich za možnosť len zbežne a až 34 % z nich sa o to ešte nezaujímal.

Ak by sme mali celkovo zhodnotiť postoj mladých ľudí k začatiu podnikania, odpoveď by sme mohli rozdeliť na dve časti. Pozitívnym zistením je, že mladí ľudia majú naozaj pozitívny postoj k podnikaniu ako takému, chceli by začať podnikáť, niektorí o tom už dokonca reálne rozmyšľajú a vidia v podnikaní veľké výhody. Na druhej strane, z pohľadu informovanosti o možnostiach podpory a vnímania podmienok podnikania na Slovensku treba poukázať na negatívne výsledky prieskumu. Mladí ľudia si myslia, že podmienky podnikania na Slovensku nie sú natoľko pozitívne na to aby ich presvedčili k začatiu podnikania a navyše nie sú ani dostatočne informovaní o možnostiach podpory podnikania.

Vzhľadom na vyššie uvedené zistenia, sme v závere práce sformulovali niekoľko návrhov na zlepšenie podnikateľskej situácie na Slovensku. Boli to napríklad vyššia propagácia a osвета inštitúcií zabezpečujúcich pomoc podnikateľom najmä v rannej fáze ich podnikania, výraznejšia štátna finančná podpory, dotácií či grantov, zjednodušenie potrebných administratívnych procesov pri založení firmy a teda zníženie byrokracie pomocou využitia technologických inovácií. Rovnako za možný pozitívny efekt považujeme úpravu legislatívy a daňového a odvodového systému a prijatie iných opatrení na zefektívnenie podnikateľského prostredia na Slovensku.

S pomocou dostupných údajov a uskutočnením vlastného dotazníkového prieskumu, sme sa dostatočne zorientovali v problematike podnikania na Slovensku. Získali sme cenné informácie o vnímaní podnikania mladými ľuďmi a faktoroch, ktoré ich od podnikania odrádzajú a stanovený cieľ bakalárskej práce považujeme za splnený.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. BATINI, Federico et al. *NEET: A Phenomenon Yet to Be Explored*. Interchange: A Quarterly Review of Education [online]. 2017, 48(1), 19-37 [cit. 2019-04-02]. ISSN 08264805. Dostupné na: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&an=EJ1123051&scope=site>
2. BYNNER, John - PARSONS, Samantha. *Social Exclusion and the Transition from School to Work: The Case of Young People Not in Education, Employment, or Training (NEET)*. Journal of Vocational Behavior [online]. 2002, 60(2), 289-309 [cit. 2019-04-02]. ISSN 00018791. Dostupné na: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&an=EJ642525&scope=site>
3. Cestovný ruch - všeobecná ekonomika - obchod - služby - podnikanie - regionálny rozvoj. *Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie: vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave*. Bratislava: Katedra služieb a cestovného ruchu OF EU, 2010. ISSN 1337-9313.
4. ČERNÁ, Ľubica. *NEETs - "Not in Employment, Education or Training"*. Týždeň vedy a umenia na Pedagogickej fakulte Katolíckej univerzity v Ružomberku 2013: zborník prednášok z Týždňa európskej vedy: Ružomberok 11. 11. - 17. 11. 2013. Ružomberok: VERBUM, 2013, , 394-302. ISBN 978-80-561-0091-2.
5. Európska komisia. *Kohézny fond*. [online]. 2018. Dostupné na: http://ec.europa.eu/regional_policy/sk/funding/cohesion-fund/
6. Exim banka. [online]. 2018. Dostupné na: <https://www.eximbanka.sk/>
7. Eženy. *Smerovanie OZ*. [online]. 2018. Dostupné na: <https://www.ezeny.sk/sluzby/smerovanie-oz>

8. FETISOVOVÁ, Elena - NAGY, Ladislav - VLACHYNSKÝ, Karol. *Aktuálne trendy vo financiách malých a stredných podnikov*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014, 261 s. [17,40 AH]. ISBN 978-80-225-3990-6.
9. GrantExpert. *Dotácie pre malé a stredné podniky a startupy*. [online]. 2018. Dostupné na: <https://www.grantexpert.sk/dotacie-pre/dotacie-pre-male-a-stredne-podniky-msp-a-start-upy/>
10. HOLUB, Dušan, et al. *Základy práva pre ekonómov*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016, 355 s. [19,75 AH]. ISBN 978-80-8168-513-2.
11. KOLLÁRIKOVÁ, Tímea – RIEVAJOVÁ, Eva. Komparácia situácie mladých ľudí na trhoch práce v EÚ v súvislosti s problematikou segmentácie a duálnych pracovných trhov: Comparison of youth situation in EU labour markets in connection with the issue of segmentation and dual labour markets. *Sociálno-ekonomický obzor: recenzovaný odborný on-line časopis*. Bratislava: Ekonomická univerzita v Bratislave, 2013, 1(2), 67-77. ISSN 1339-2387.
12. KOVÁČ, Milan – SABADKA, Dušan - KOVÁČOVÁ, Ľubica. *Základy malého podnikania*. Košice: Strojnícka fakulta, Ústav technológií a manažmentu, 2003.
13. ONDISOVÁ, Lucia. *Bariéry podnikania na Slovensku*: bakalárska práca. Košice, 2013, 50 s. Podnikovohospodárska fakulta EU so sídlom v Košiciach. Školiteľ Adela Slivková.
14. ONDRÚŠKOVÁ, Helena. Bariéry v začiatkoch podnikania v malých a stredných podnikoch. *Krízový manažment: vedecko-odborný časopis Fakulty špeciálneho inžinierstva Žilinskej univerzity v Žiline*. Bratislava: Fakulta špeciálneho inžinierstva Žilinskej univerzity v Žiline, 2014, 13(2), 54-59. ISSN 1336-0019.
15. PITOŇÁK, Daniel. *Malé a stredné podniky naďalej čelia významným bariéram rastu. Finančný manažér*: periodikum Slovenskej asociácie podnikových finančníkov. Bratislava: Slovenská asociácia podnikových finančníkov, 2014, 14(3), 21-25. ISSN 1335-5813.

16. RICHTEROVÁ, Kornélia, et al. *Marketingový výskum*. Bratislava: Ekonóm, 2002, 379 s. ISBN 80-225-1493-4.
17. RICHTEROVÁ, Kornélia, et al. *Úvod do výskumu trhu*. Bratislava: Sprint 2, 2013, 315 s. [21,93 AH]. Economics. ISBN 978-80-89393-95-4.
18. SABO, Mikuláš, et al. *Obchodné a hospodárske právo pre ekonómov*. Bratislava: Sprint dva, 2011, 395 s. [19,5 AH]. Juristicita. ISBN 978-80-89393-48-0.
19. Slovak Business Agency. *Finančné služby pre MSP*. [online]. 2018. Dostupné na: <http://www.sbagency.sk/financne-sluzby-pre-msp>
20. Slovak Business Agency. *Malé a stredné podnikanie v číslach v roku 2017*. [online]. 2017. Dostupné na: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/msp_v_cislach_v_roku_2017_infograf_s_ep2018.pdf
21. Slovak Business Agency. *NARMSP sa od marca mení na Slovak Business Agency*. [online]. 2014. Dostupné na: <http://www.sbagency.sk/narmsp-sa-od-marca-meni-na-slovak-business-agency#.W-al9pNKjIU>
22. Slovak Business Agency. *Politika štátnej podpory*. [online]. 2018. Dostupné na: <http://www.sbagency.sk/politika-statnej-podpory-msp>
23. Slovenská záručná a rozvojová banka. [online]. 2018. Dostupné na: <https://www.szrb.sk/sk/o-nas-138/>
24. SLOVENSKÁ ŽIVNOSTENSKÁ KOMORA. *Zákon o živnostenskom podnikaní*. [online]. 2016. Dostupné na internete: http://www.szk.sk/content/szk/_files/legislativa/455_1991_zz_20160301.pdf
25. SLOVENSKÁ ŽIVNOSTENSKÁ KOMORA. *Obchodný zákonník*. [online]. 2017. Dostupné na internete: http://www.szk.sk/content/szk/_files/legislativa/513_1991_zz_20170101.pdf

26. STANWICK, John - FORREST, Cameron - SKUJINS, Peta. *Who Are the Persistently NEET Young People? Literature Overview Support Document*. National Centre for Vocational Education Research (NCVER) [online]. 2017 [cit. 2019-04-02]. ISSN ERICRIE0. Dostupné na: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&an=ED577565&scope=site>
27. STRÁŽOVSKÁ, Helena, et al. *Obchodné podnikanie na prahu 21. storočia*. Bratislava: Sprint 2, 2017, 283 s. [15 AH]. ISBN 978-80-89710-35-5.
28. STRÁŽOVSKÁ, Ľubomíra - STRÁŽOVSKÁ, Helena. Tradičné a nové ponímanie malých a stredných podnikov. *Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie: vedecký časopis*. Bratislava: MERKURY, 2011, 3(1-4), 102-114. ISSN 1337-9313.
29. VETERNÍKOVÁ, Mária, et al. *Základy obchodného práva pre ekonómov*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017, 311 s. [17,57 AH]. ISBN 978-80-8168-727-3.
30. VIDOVÁ, Jarmila. Podpora malého a stredného podnikania v SR. *Európsky rozmer podnikania na národnom trhu Slovenska - aktuálne otázky, výzvy a perspektívy v odvetvových a prierezových ekonomikách: zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Bratislava: Združenie CAESaR – Centrum vzdelávania, vedy a výskumu, 2006, , 131-138. ISBN 80-969520-0-5.
31. Young Entrepreneurs Organization of the European Union. [online]. 2018. Dostupné na: <https://jeune-europe.org/>
32. Združenie mladých podnikateľov Slovenska [online]. 2018. Dostupné na: <https://zmps.sk/o-zdruzeni>
33. Združenie podnikateľov Slovenska. [online]. 2018. Dostupné na: <https://www.zps.sk/>
34. Združenie žien v podnikaní. [online]. 2018. Dostupné na: <http://www.zzvp.sk/>

35. Ženy v meste. *Podnikanie žien na Slovensku chce EÚ podporiť tzv. podnikateľskými anjelmi*. [online]. 2018. Dostupné na:
<https://www.zenyvmeste.sk/podnikanie-zien-na-slovensku-chce-eu-podporit-tzv--podnikatelskymi-anjelmi>

PRÍLOHY

DOTAZNÍKOVÝ PRIESKUM - MOŽNOSTI PODNIKANIA MLADÝCH ĽUDÍ NA SLOVENSKU

Milý študent/ študentka, pre osobné potreby prípravy bakalárskej práce, Vás chceme poprosiť o vyplnenie krátkeho dotazníka. Veríme, že si nájdete chvíľu a týmto spôsobom nám pomôžete. Vaše osobné postoje a názory považujeme za cenný zdroj praktických, vysoko relevantných údajov, ktoré priamo využijeme v práci. Prosíme Vás preto o pravdivé vyplnenie údajov.

Za Váš čas a ochotu vopred veľmi pekne ďakujeme.

Na začiatok Vás poprosíme o vyplnenie všeobecných otázok, s ktorými sa často stretávate. Budú slúžiť na lepšiu analýzu údajov a segmentáciu odpovedí.

1. Pohlavie

Označte jednu možnosť.

- a. žena
- b. muž

2. Vek

Označte jednu možnosť.

- a. 15 až 20
- b. 20 až 25
- c. viac ako 25

3. Vyber možnosť: len študuješ alebo aj pracuješ ?

Označte jednu možnosť.

- a. len študujem
- b. aj pracujem

4. Čo študuješ? / Kde pracuješ?

Voľná odpoveď.

Subjektívny názor

Táto sekcia je pre vás možnosťou na vyjadrenie vlastného názoru k problematike.

5. Rozmýšľal/a si už niekedy o začatí podnikania?

Označte jednu možnosť.

- a. seriózne to zvažujem
- b. pár krát, ale nikdy nie do hĺbky
- c. zatiaľ nie
- d. neviem si to ani predstaviť

6. Byť podnikateľom podľa teba znamená:

Označte viaceré možnosti s ktorými ste najviac stotožnení (min. 2).

- a. byť sám sebe pánom
- b. príliš veľká zodpovednosť
- c. obeta voľného času na úkor biznisu
- d. vyšší zárobok
- e. väčšia sebarealizácia
- f. výhodný flexibilný pracovný čas
- g. Iné: _____

7. Čo sa ti páči viac?

Označte jednu možnosť.

- a. byť zamestnaný/á vo firme
- b. podnikat' a byť sám sebe pánom

8. Viete akú prácu by ste v budúcnosti chceli robiť?

Označte jednu možnosť.

- a. som si istý/á
- b. už mám nejakú predstavu
- c. zatiaľ vôbec neviem
- d. ešte som nad tým nerozmýšľal/a

9. Čo ťa najviac odrádza od podnikania?

Označte viaceré možnosti s ktorými ste najviac stotožnení (min. 2).

- a. nemám dostatok peňazí
- b. chýba mi nápad
- c. bojím sa konkurencie
- d. myslím, že mám ešte čas
- e. necítim sa dostatočne schopný/á
- f. je s tým veľa práce a zaberie to veľa času

Podpora podnikania

Posledná časť dotazníka je venovaná poskytovanej podpore podnikania na Slovensku. Nie len my ale aj vy môžete zistiť, či ste dostatočne informovaný o dostupných formách podpory a do akej miery ich považujete za postačujúce.

10. Si informovaný/á o možnostiach pomoc pri začatí podnikania?

Označte jednu možnosť.

- a. áno
- b. len zbežne
- c. zatiaľ som sa o to nezaujímal/a

11. Myslíš, že podmienky pre začínajúcich podnikateľov na Slovensku sú naozaj výhodné?

Označte jednu možnosť.

- a. áno
- b. nie

12. Čo by si zmenil/a na súčasných podmienkach podnikania na Slovensku?

Voľná odpoveď

13. Poznáš organizáciu Slovak Business Agency (SBA) a jej činnosť?

Označte jednu možnosť.

- a. áno
- b. ešte som o nej nepočul/a