

TLAČOVÁ SPRÁVA

GEM 2014: Slováci sú v podnikaní sebavedomí. Obsadili druhé miesto medzi európskymi krajinami

Na Slovensku okrem podnikateľského sebavedomia stúplo aj vnímanie podnikateľských príležitostí. Vyplýva to z Globálneho monitoru podnikania.

Takmer každý štvrtý Slovák si myslí, že v jeho okolí budú v najbližšom čase dobré príležitosti na začatie podnikania. Vyplýva to z výsledkov slovenskej časti renomovaného medzinárodného výskumu Globálny monitor podnikania (GEM) za rok 2014, ktorý realizoval výskumný tím pod vedením docentky Anny Pilkovej z Univerzity Komenského v Bratislave, Fakulty managementu (FM UK). Hlavným partnerom tohto projektu je Slovak Business Agency (SBA).

Vnímanie príležitostí na podnikanie vzrástlo v roku 2014 na úroveň 23,5% v porovnaní so 16,1% v roku 2013 a 17,8% v roku 2012. Podiel Slovákov, ktorí vnímajú vo svojom okolí vhodné príležitosti na začatie nového podnikania sa tak dostal takmer na úroveň štyroch rokov (23,8%). Slovensko sa v tomto roku, v porovnaní s minulými, výraznejšie priblížilo k európskemu priemeru, ktorý je na úrovni 33,9%. Najväčšiu medziročnú dynamiku vo vnímaní príležitostí zaznamenali začínajúci podnikatelia, z ktorých v roku 2014 až 40% vnímalo dobré podnikateľské príležitosti (v roku 2013 to bolo 26,9%).

Podnikateľská aktivita začínajúcich podnikateľov (TEA), považovaná za kľúčový ukazovateľ projektu GEM, začala na Slovensku v roku 2014 opäť narastať a to po dvoch rokoch mierneho poklesu. Percento Slovákov zapojených do podnikateľskej aktivity nepresahujúcej dobu tri a pol roka vzrástlo na 10,9%, v porovnaní s 9,5% v roku 2013. Týmto sa Slovensko dostalo na 3. miesto v Európe a v tomto druhu podnikateľskej aktivity je výrazne nad európskym priemerom (7,5 %), ktorý zaznamenal mierny pokles. Avšak, v medziročnom porovnaní poklesol zámer začať podnikáť u nepodnikateľov (15,1% vs. 16,4%). Toto možno považovať za signál budúceho možného poklesu celkovej počiatkovej podnikateľskej aktivity v nasledujúcom období.

Podnikateľská aktivita etablovaných podnikateľov na Slovensku, teda tých čo podnikajú dlhšie ako tri a pol roka, sa v porovnaní s uplynulým obdobím mierne **zvýšila a vracia sa na úroveň štyroch rokov**. V roku 2014 dosiahla úroveň 7,8%, pričom v roku 2013 klesla na alarmujúcu úroveň 5,4%. Týmto nárastom sa Slovensko po troch rokoch dostalo nad úroveň európskeho priemeru (6,5%).

Štruktúra podnikateľskej aktivity z hľadiska **motivácie** taktiež zaznamenala pozitívnu zmenu. Nárast nastal predovšetkým v percente začínajúcich podnikateľov, ktorí ako hlavný motív uvádzajú príležitosť identifikovanú na trhu. Tento podiel vzrástol zo 40% na **51,8%** v porovnaní s rokom 2013. **Takéto vysoké percento podnikateľov, ktorí podnikajú na základe identifikovanej príležitosti, je na Slovensku najvyšším v histórii výskumu GEM**, pričom v roku 2011 podnikalo s týmto motívom len 33,9% začínajúcich podnikateľov.

V súvislosti s tým sa znížilo aj percento začínajúcich podnikateľov, ktorí ako dôvod podnikania uvádzajú **nevyhnutnosť**. V roku 2014 mierne pokleslo na 32,6% (zo 40% v roku 2013). Táto zmena je pozitívnym návratom k predchádzajúcim rokom, pričom v roku 2011



len 27,6% začínajúcich podnikateľov uvádzalo nevyhnutnosť ako hlavný motív podnikateľskej aktivity.

Problematickými však stále zostávajú sociálne hodnoty, ktoré formujú spoločenské postoje k podnikaniu a majú negatívny dopad na podnikateľský potenciál Slovenska. Podnikanie ako vhodnú kariérnu voľbu vníma čoraz menej ľudí. V roku 2014 len 45,4% populácie označilo, že podnikanie je na Slovensku považované za vhodnú kariérnu voľbu (v porovnaní s 49,2% v roku 2013, 50,3% v 2012 a najvyššími 54,5% v roku 2011). Tým sa Slovensko vzdďaľuje od európskeho priemeru, ktorý je na úrovni 58,4%. Rovnako pokleslo aj percento populácie, ktorá sa hlási k myšlienke egalitarizmu (rovnakej životnej úrovne pre všetkých), pričom tento podiel konštantne klesal od roku 2011 kedy dosahoval 74,5% na súčasných 68,4%. V Európe je však tento podiel ešte nižší 65,7%.

Vnímanie spoločenského statusu podnikateľov sa v porovnaní s rokom 2013 takmer nezmenilo, pričom pokleslo z 58,5% na 58,1% a **zaostáva výrazne za európskym priemerom** 68%. Pozornosť médií venovaná podnikaniu sa na Slovensku čiastočne priblížila európskemu priemeru (55,1%), pričom mierne vzrástla z 51,7% v roku 2013 na 52,6% v roku 2014.

Sebavedomie Slovákov z hľadiska dôvery vo vlastné schopnosti v uplynulých dvoch rokoch stúpalo, pričom až 54,4% dospeljej populácie na Slovensku v roku 2014 verilo, že má schopnosti, zručnosti a skúsenosti potrebné na začatie podnikania. S takýmto vysokým sebavedomím Slovensko je po Kosove **na druhom mieste v Európe**, pričom európsky priemer je na úrovni 42,2%.

Slováci majú menší strach z toho, že by ich podnikanie zlyhalo ako je priemer v Európe. Na Slovensku by strach zo zlyhania odradil od podnikania 36,0% populácie, ktorá vidí príležitosti podnikateľ, čo je mierny nárast v porovnaní s 33,2% v roku 2013, pričom európsky priemer v roku 2014 je práve 40,7%.

V rámci podnikania žien, konkrétne pri začínajúcich podnikateľkách, bola na Slovensku zmena v porovnaní s rokom 2013 mierne negatívna. **Podiel žien na začínajúcom podnikaní mierne klesol**, keď v porovnaní s 38% v roku 2013 bolo medzi začínajúcimi podnikateľkami v roku 2014 len 34% žien. Takýto podiel je stále vyšší než v rokoch 2012 (33%) a 2011 (29%). Touto medziročnou dynamikou sa však Slovensko dostalo pod európsky priemer, ktorý je na úrovni 36% a mal v uplynulých rokoch rastúci trend.

Expertí z rôznych oblastí týkajúcich sa podnikania (napr. podnikatelia, investori, finančníci, bankári, tvorcovia politik, poskytovatelia podporných služieb či vzdelávania) hodnotili stav dvanástich kľúčových podmienok na podnikanie (napr. financovanie, vládne politiky a programy, vzdelávanie, transfer vedy a výskumu, komerčná a fyzická infraštruktúra a služby, charakteristiky trhu, kultúrne a spoločenské normy).

S výnimkou fyzickej infraštruktúry a komerčnej infraštruktúry, všetky ostatné oblasti vnímajú experti s väčšími či menšími rezervami, stále ako **nedostatočné pre podporu podnikania** na Slovensku.

Čo sa týka jednotlivých podmienok, napriek miernemu zlepšeniu hodnotenia, experti stále za negatívne považujú predovšetkým oblasti byrokratického a daňového zaťaženia podnikania, ako aj nedostatočného transferu poznatkov z vedy a výskumu do podnikateľských aktivít. Taktiež ako nedostatočné experti hodnotia existujúce programy na podporu podnikania či podporu a dôležitosť podnikania vo vládnych politikách, ale napríklad





SLOVAK | BUSINESS | AGENCY

SLOVAK BUSINESS AGENCY

Miletičova 23
821 09 Bratislava II

Tel.: 02 502 44 500
Fax.: 02 502 44 501

IČO: 30845301
DIČ: 2020869279

agency@sagency.sk
www.sagency.sk

aj to, že vzdelávanie na základnej a strednej úrovni nedostatočne podporuje rozvoj podnikateľských charakteristík.

Globálny monitor podnikania GEM je jedinečný, pretože na rozdiel od väčšiny iných výskumov, ktoré sú zamerané na nové, resp. malé a stredné podniky, GEM skúma správanie jednotlivcov pri začínaní a riadení podnikania, ako aj ich postoje k podnikaniu. Toto poskytuje detailnejší obraz podnikateľskej aktivity v porovnaní s oficiálnymi národnými štatistickými údajmi dostupnými v príslušnej krajine.

GEM sa realizuje od roku 1999 a Slovensko sa do neho zapojilo po prvýkrát v roku 2011, kedy sa Fakulta managementu UK v Bratislave stala národným koordinátorom tohto projektu na Slovensku. Hlavným partnerom Fakulty managementu UK v Bratislave v tomto výskume je Slovak Business Agency. Výskum na Slovensku sa každoročne uskutočňuje na reprezentatívnej vzorke 2000 respondentov z dospeléj populácie. Zber dát bol v mesiacoch máj až júl 2014.

O SLOVAK BUSINESS AGENCY

Slovak Business Agency (do 28. februára 2014 NARMSP) predstavuje v SR kľúčovú a najstaršiu špecializovanú inštitúciu z hľadiska podpory MSP. Vznikla v roku 1993 spoločnou iniciatívou EÚ a vlády SR. Je to jedinečná platforma verejného a súkromného sektora. Zakladajúci členovia sú Ministerstvo hospodárstva SR, Združenie podnikateľov Slovenska, Slovenský živnostenský zväz.

KONTAKT Dominika Bizíková, vedúca oddelenia komunikácie, bizikova@sagency.sk

