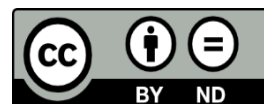


Prijaté/ Received: 31.05.2024

Recenzované/ Reviewed: 04.07.2024

DOI: <https://doi.org/10.24040/aap.2024.21.1.83-93>



Táto publikácia je šírená pod licenciou Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0, International Licence CC BY-ND (uviedenie autora - bez odvodeného obsahu).

VNÍMANIE VYBRANÝCH MOŽNOSTÍ FINANCOVANIA V START-UPOCH GENERÁCIOU Z

PERCEPTIONS OF SELECTED FINANCING OPTIONS IN START-UPS BY GENERATION Z

JANA HRONCOVÁ VICIANOVÁ

Ing. Jana Hroncová Vicianová, PhD., Katedra ekonomiky a manažmentu podniku,
Ekonomická fakulta UMB v B. Bystrici, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, e-mail:
jana.hroncova@umb.sk

PETRA GUNDOVÁ

Ing. Petra Gundová, PhD., Katedra ekonomiky a manažmentu podniku, Ekonomická fakulta
UMB v B. Bystrici, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, e-mail: petra.gundova@umb.sk

MARTIN HRONEC

doc. Ing. Martin Hronec, PhD., Katedra ekonómie, Ekonomická fakulta UMB v B. Bystrici,
Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, e-mail: martin.hronec@umb.sk

Abstract: *The current generation of young people is growing up in an era that is strongly influenced by digital technologies and the Internet, characterized by fears of stereotypes, but also by flexibility, non-conflict and temporary work. From this point of view, regular work in a company can appear undynamic, and starting one's own business is becoming more and more popular. The characteristics of generation Z can also greatly influence the perception of ways of financing businesses and the resulting form of business itself. The presented scientific article is focused on the perception of selected methods of financing, which fundamentally differ in start-ups and in other types of business. The aim of the article is, based on a questionnaire survey, to analyze and compare the perception of selected methods of financing in companies by generation Z with regard to the financing of start-ups. The results assume the differentiation of the preferences of generation Z in individual areas and the determination of whether this generation is more inclined to traditional or alternative or risky forms of financing.*

Keywords: finance, generation Z, start-up, venture capital

JEL Classification: M21; G30, M51

ÚVOD

V súčasnej dobe sa podnikanie medzi mladými ľuďmi, ktorý sa dostávajú na trh práce stáva stále viac a viac populárnym. Mnoho mladých ľudí sa pohráva s myšlienkou založiť si vlastný podnik. Súčasná generácia mladých ľudí vyrastá v ére, ktorá je výrazne ovplyvnená

digitálnymi technológiami a internetom, vyznačuje sa obavami zo stereotypu, ale aj pružnosťou, nekonfliktnosťou a prácou v tíme. Z tohto hľadiska sa založenie vlastného podniku stáva čoraz viac žiadanejším ako ustálená, ale nedynamická práca na trvalý pracovný pomer.

Predkladaný vedecký článok je zameraný na vnímanie vybraných možností financovania v start-upoch ako protiklad k tradičným formám financovania podnikov. Cieľom článku je na základe dotazníkového prieskumu analyzovať a porovnať vnímanie vybraných spôsobov financovania v podnikoch generáciou Z so zreteľom na financovanie start-upov. Predmetom skúmania sú vybrané možnosti financovania, ktorými sú charakteristické podniky typu start-up a tiež zohľadňujúc špecifiká ostatných a najmä tradičných foriem financovania. Výsledky predpokladajú rozlíšenie preferencií generácie Z v jednotlivých oblastiach a zistenie, či táto generácia inklinuje k tradičným alebo alternatívnym, či rizikovým formám financovania. Objektom skúmania sú mladí ľudia patriaci do generácie Z, ktorí vyplnili dotazník zameraný na preferencie mladých ľudí v oblasti vybraných možností financovania. V oblasti financovania majú začínajúce podniky častokrát problémy s nájdením dostatočných finančných zdrojov na rozbehnutie svojho podnikania. Pri voľbe formy podnikania môže byť rozhodujúca skutočnosť, že start-upy sú schopné rýchlejšie rásť.

Do generácie Z patria mladí ľudia, ktorí sú už niekoľko rokov na pracovnom trhu, ale aj súčasní študenti a absolventi. Vyrastajú s technológiami, mp3 prehrávačmi, krátkymi správami, mobilnými telefónmi, YouTube, IPAD a ďalšími mediálnymi technológiami (Mustafa & Solmaz, 2015). Dané skutočnosti odlišujú túto generáciu od tých predchádzajúcich, pretože generácia Z už zvláda informačné technológie na vysokej úrovni, nakoľko sú bežnou súčasťou ich života (Bencsik et al., 2016; Minárová et al., 2021). Vekový rozsah generácie Z sa líši podľa rôznych autorov, v predloženom článku sme za generáciu Z považovali mladých ľudí narodených v rokoch 1995 až 2010 (Seemiller & Grace 2019), ale niektorí autori datujú ich narodenie už na začiatok deväťdesiatich rokov (Geck, 2006) alebo od 1995-2012 (Stillman & Stillman, 2017). Táto generácia je charakteristická pružnosťou, citlivosťou, nekonfliktnosťou a zameraním na svoj vnútorný svet (Geck, 2006).

Výskumnú vzorku tvoria študenti a absolventi zo Slovenska narodení v rokoch 1995-2007 v počte 124, pričom najväčší podiel tvoria študenti a absolventi odboru ekonómia a manažment (67,7%). Vzhľadom k stanovenému cieľu a k charakteristikám predmetnej generácie Z predpokladáme, že viac ako polovica respondentov bude pozitívne vnímať možnosti financovania, ktoré sú charakteristické práve pre start-up.

1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ

Start-up je malý začínajúci podnik s perspektívou rastu, súvisí so vznikom podnikateľského nápadu a jeho poslaním je ďalej tento nápad rozvíjať (Sentika & Arissaputra, 2021). Start-up je počiatočnou fázou životného cyklu spoločnosti, predstavuje dočasnú organizáciu navrhnutú na hľadanie škálovateľného, ziskového a udržateľného obchodného modelu (Mann et al., 2010), pracuje na základe neistoty a neurčitosti, ale snaží sa hľadať konkrétne riešenia a dosahovať výsledky (Slávik & Hagarová, 2017). Podnik prestáva byť startupom akonáhle sa stane ziskovým.

Z hľadiska životného cyklu sú start-upy flexibilnejšie a schopné rýchlejšie reagovať na zmeny trhu a zákazníckych požiadaviek, zatiaľ čo ostatné začínajúce podniky môžu investovať aj do dlhodobějších projektov. V oblasti financovania majú start-upy častokrát problémy s nájdením dostatočných finančných zdrojov na rozbehnutie svojho podnikania, no zároveň sú schopné rýchlejšie rásť a častokrát ponúkajú variabilnú formu platu a flexibilnejší pracovný čas pre svojich zamestnancov. Dreyer a Stojanová (2023) upozorňujú na rozhodujúci potenciál zamestnancov v (intelektuálny kapitál), ktorý ovplyvňuje vznik a

následne rozvoj startupov. Startup je charakteristický aj inováciou produktu, technológiami, spôsobom fungovania alebo financovania, konkurenčnou výhodou založenou na inováciách, získavaním prostriedkov na rozvoj od externých investorov (Kühnapfel, 2015), neistotou spojenou s vysokým rizikom v každom aspekte jeho fungovania, možnosti otestovať si podnikateľský nápad, získať financie na inovatívne projekty a zabezpečiť vysokú návratnosť investícií (Nigbor-Drozd, Lukasinsky, 2023). Ide o spoločnosť v prvej fáze vývoja, ktorá využíva moderné technologické a inovatívne riešenia (Kariv, 2013). Nie je vôbec prekvapivé, že sa mladí ľudia čoraz častejšie rozhodujú zakladať start-upy, čím majú možnosť rozvíjať a realizovať inovatívne nápady. Kým však bude start-up úspešný, musí čeliť mnohým výzvam. S cieľom identifikovať vnímanie výziev predstaviteľmi generácie Z sa v Poľsku v roku 2022 uskutočnil dotazníkový prieskum (Nigbor-Drozd, Lukasinsky, 2023) na 500 respondentoch, ktorý mal identifikovať kľúčové faktory a ich vplyv na úspech, či neúspech startupu. Za najväčšie výzvy respondenti považovali schopnosť riskovať, získať financie na rozvoj, získať konkurenčnú výhodu, nájsť škálovateľný a opakovateľný biznis model a efektívne marketingové aktivity. Start-up musí mať schopnosť efektívne sa učiť, čo mu umožňuje flexibilne reagovať na zmeny, implementovať vhodné riešenia, využívať angažovanosť zamestnancov.

Dané špecifiká a charakteristiky môžu byť vnímané generáciou Z rôzne. Podľa Williama (2016) je generácia Z podnikateľská, inovatívna a viac otvorená podnikateľskému svetu v porovnaní s predchádzajúcimi generáciami. Podľa Drevera a Stojanovej (2023) je oveľa menej zameraná na kariéru ako predchádzajúca generácia a viac sa snaží oddeliť prácu a voľný čas.

Počas životného cyklu start-upu sa jeho finančné a nefinančné potreby zásadne odlišujú. Životný cyklus start-upu sa štandardne rozdeľuje na tri fázy (počiatočná/ranná/skorá, stredná a neskorá/zrelá) na základe svojich finančných potrieb a možností v danej fáze (Bauer, Junge, Reif, 2024). Počiatočná (ranná) fáza je charakteristická zápornými peňažnými tokmi, nedostatkom skúseností a nedostatočnou sieťou partnerov (Pasquini et al. 2019).

Tabuľka 1 Potreby, partneri a možnosti financovania podľa fáz životného cyklu start-upu

Fáza	Počiatočná	Stredná	Zrelá
Potreby	-prežiť (vysoká) -skauting (vysoká) -koučing (vysoká) -autonómie (nízka) -akceptovanie nákladov (vysoká)	-prežiť (vysoká) -skauting (mierna) -koučing (mierna) -autonómie (mierna) -akceptovanie nákladov (mierna)	- prežiť (vysoká) -skauting (nízka) -koučing (nízka) -autonómie (vysoká) -akceptovanie nákladov (nízka)
Partneri/možnosti financovania	-vlastné úspory -akcelerátor/inkubátor -anjelskí investori -davové financovanie (crowdfunding) -3F -rizikový kapitál	-vlastné úspory -akcelerátor/inkubátor -anjelskí investori -davové financovanie (crowdfunding) -3F -rizikový kapitál -mini dlhopisy	-anjelskí investori -corporátne fondy rizikového kapitálu -vládne fondy rizikového kapitálu -3F -rizikový kapitál -bankové úvery -mini dlhopisy

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Bauer, Junge, Reif, 2024.

Potreba prežitia prevláda v každej fáze životného cyklu, keď sa startupy snažia zostať funkčné a pokračovať vo svojej existencii. Skauting potrebujú v čase, keď investori hľadajú vhodné investičné príležitosti na identifikáciu start-upov so skrytou hodnotou a potenciálom.

Potreba skautingu sa časom znižuje, pretože start-upy si môžu vytvárať svoje vlastné siete a sú už schopné generovať kladné cash flow (Bauer, Junge, Reif, 2024). Okrem toho potrebujú rozsiahle školenia, aby sa vyhli chybám v obchodných rozhodnutiach a potrebujú tiež kompenzovať nedostatok skúseností (Quas a kol. 2021). V strednej a neskorej fáze startupov sa potreba poradenstva postupne znižuje a nahrádza ho rastúca snaha o autonómiu (Gras a kol. 2017). V tomto prípade sa autonómia dotýka ochoty start-upu vzdať sa určitého stupňa autonómie pri získavaní financií (Bauer, Junge, Reif, 2024). Tento vzťah medzi autonómiou a financovaním zahŕňa nielen zjavné kapitálové náklady, ako sú úrokové sadzby a podiely na zisku, ale aj premenné, ako je presun vlastníckych práv. V počiatočnom a strednom štádiu je väčšina start-upov ochotná akceptovať partnerstvo s väčšou autonómiou, aby našli potrebných finančných partnerov na zabezpečenie ich prežitia (Gras a kol. 2017).

Start-upy vyžadujú viac než len investície v rannom štádiu ich životného cyklu (Voghl, 2015). Na kompenzáciu ich nedostatku skúseností, viditeľnosti a obchodných sietí potrebujú skauting a koučing. V tejto fáze zlyhá veľa start-upov, pretože mladí podnikatelia nedisponujú veľkými úsporami, ktoré sa častokrát veľmi skoro minú (Seňová, Dugas, 2021). V tejto fáze je vhodné využiť napr. crowdfunding, rizikový kapitál a anjelských investorov (business angels), ktorí za investovanie do začínajúceho podniku najčastejšie požadujú, aby sa podieľali na jeho čiastočnom vlastníctve (Salamzadeh, Kawamorita 2015). Akcelerátory a inkubátory môžu uspokojiť aj ich skauting a potreby koučovania. Inkubátory poskytujú nefinančnú podporu ako zastrešenie, rôzne školenia, akcelerátor sa snaží, aby start-up čo najrýchlejšie napredoval, pomáha jeho vývoju a zvyčajne si nárokuje 3-8 % podiel v podniku za svoju pomoc (Roštárová, 2015). V tejto fáze však majetkové podiely nie sú dostatočné na to, aby umožnili prežitie začínajúcim podnikom bez ďalších investorov a je potrebné pripraviť podnikateľský plán spolu s potrebnými dokumentmi, aby start-up mohol využiť rizikový kapitál (Tanha et al., 2011), prípadne rozvojový kapitál. Rizikový kapitál predstavuje dlhodobý dočasný zdroj financovania poskytovaný rizikovým investorom výmenou za majetkovú účasť v podniku (Vinczeová, 2018), z časového hľadiska ide o niekoľko ročnú spoluprácu (Salamzadeh, Kawamorita 2015), používa sa v čase, kedy podnik ešte nevytvára kladný cash-flow, ale je možné ho využiť vo všetkých fázach životného cyklu startupu. Nedostatok kapitálu môže mať za následok klesajúci počet začínajúcich podnikov v počiatočnej fáze (Bauer, Junge, Reif, 2024), čo môže viesť k dlhodobým sociálno-ekonomickým výzvam a preto sa vlády na celom svete pokúšajú o revitalizáciu podnikania a propagujú start-upy vytvorením vládnych fondov rizikového kapitálu. Podnikový (korporátny) rizikový kapitál predstavuje kapitál veľkých spoločností, ktoré investujú do vlastného imania v start-upoch, aby zvýšili svoje strategické portfóliá (Kang et al. 2021). Mini dlhopisy (mini-bonds) sú menšie verzie bežných dlhopisov, ktoré používajú startupy a iné malé podniky ako dlhové nástroje a sú vhodné len pre startupy v strednej a zrelej fáze, pretože podobne ako pri bankových pôžičkách, zvyšovanie dlhu prostredníctvom mini dlhopisov nezahŕňa doplnkové služby, ako je koučing a skauting (Bauer, Junge, Reif, 2024). Bankové úvery predstavujú dôležitý kapitál pre startupy, ktorý neovplyvňuje vlastnícku štruktúru podniku a umožňuje podnikateľovi potrebnú autonómiu, ale sú vhodné až v zrelej fáze životného cyklu start-upu. Je nepravdepodobné, aby start-up získal úver od banky v počiatočnom štádiu, nakoľko nedisponuje finančnou minulosťou, ktorá by mu zabezpečila dobrý rating.

2. METODOLÓGIA VÝSKUMU

Cieľom článku je na základe dotazníkového prieskumu analyzovať a porovnať vnímanie vybraných spôsobov financovania v podnikoch generáciou Z so zreteľom na

financovanie start-upov. V súlade s cieľom štúdie je definovaný predmet skúmania, ktorými sú vybrané možnosti financovania charakteristické pre podniky typu start-up vo všetkých jeho fázach životného cyklu, objektom skúmania sú mladí ľudia z generácie Z, ktorí vyplnili dotazník zameraný aj na ich preferencie vo vybraných oblastiach financovania podnikov.

Primárny zber informácií bol realizovaný prostredníctvom dotazníka distribuovaného v elektronickej forme. Dotazník bol rozdelený na niekoľko sekcií. V predmetnom článku sa zameriame na prezentovanie výsledkov z vybraných oblastí financovania. Úvodná sekcia bola venovaná identifikačným údajom, ďalšie sekcie boli zamerané na úroveň vedomostí respondentov o startupoch a na postoje a preferencie zamerané na rôzne možnosti financovania podnikov. Výskumnú vzorku tvorí 124 respondentov narodených v rokoch 1995-2007 pochádzajúcich zo Slovenska. Rozdelenie respondentov podľa stupňa štúdia zobrazuje Tabuľka 2.

Tabuľka 2 Rozdelenie respondentov podľa stupňa

Stupeň štúdia	Počet	Podiel v %
Študent/absolvent SŠ	50	40,3
Študent VŠ 1. stupňa	46	37,1
Študent VŠ 2. stupňa	14	11,3
Študent VŠ 3. stupňa	5	4
Absolvent VŠ	9	7,3

Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Najväčší podiel tvoria študenti a absolventi z odboru ekonómia a manažment (67,7%), najnižší podiel respondentov bol z oblasti práva (0,8 %) a informačných technológií (0,8 %). Ďalšie odbory, v ktorých respondenti študujú alebo ich absolvovali sú nasledovné: strojárstvo (8,1 %), učiteľstvo (6,5 %), prírodné vedy (2,4 %), psychológia (2,4 %), zdravotníctvo (1,6 %) a iné odbory (9,7%). Z celkového počtu 124 predstavovalo 84 žien, čo tvorí 67,7% a 40 mužov, čo predstavuje 32,3%. Polovica respondentov žije v meste, polovica na vidieku. V rámci výskumnej vzorky sú zastúpené všetky kraje na Slovensku. Najviac respondentov pochádza z Nitrianskeho kraja (60,5%) a Banskobystrického kraja (29 %). Najmenej respondentov bolo z Košického kraja (1,6%). Prešovský, Žilinský a Trenčiansky kraj bol zastúpený 3,2 %, Trnavský kraj 4 % a Bratislavský kraj 2,4 %.

Kľúčovými metódami vedeckého skúmania sú metódy opytovania, klasifikačnej analýzy, konkretizácie, komparácie a abstrakcie; metódy kvantitatívnej analýzy s využitím štatistických metód spracovania a vyhodnotenia informácií a metódy syntézy a čiastočnej indukcie pri vyvodzovaní záverov výskumu.

3. VÝSLEDKY A DISKUSIA

Prostredníctvom dotazníkového prieskumu sme analyzovali a porovnali vnímanie vybraných možností financovania mladými ľuďmi z generácie Z. Najprv sme zisťovali, v akom odvetví by mladí ľudia z generácie Z chceli pôsobiť. Záujem respondentov pôsobiť v preferovanom odvetví je nasledovná: 36,3% by chcelo v budúcnosti pôsobiť v oblasti ekonomiky, 35,5% by sa rozhodlo konkrétne pre manažment, 34,7% by zvolilo marketing. Obchod by si vybralo 28,2%. Aj podľa výskumu Hidayati, Aulia & Harianja (2022) podnikateľská gramotnosť a ambície sú doménou ekonomických odborov a majú pozitívny a významný vplyv na podnikateľský záujem študentov. Celkovo v službách by chcelo pracovať 22,6%, 21% má záujem o financie, 16,9% zaujíma účtovníctvo. Gastronómiu a administratívu by zvolilo 13,7%. V školstve by chcelo pôsobiť 12,1%. O zdravotníctvo sa zaujíma 8,1%.

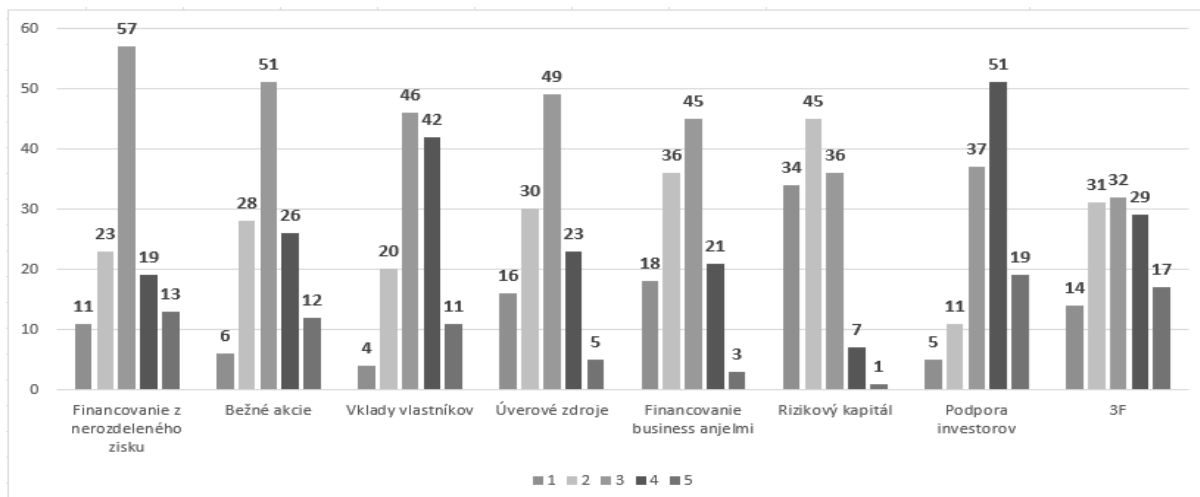
V oblasti informačných technológií a strojárstva by chcelo pôsobiť po 6,5% opýtaných, 2,4% by sa chcelo venovať právu. Z uvedených preferencií môžeme usúdiť, že veľká časť respondentov chce pôsobiť v odvetviach, v ktorých pôsobia aj začínajúce podniky typu start-up.

V druhej sekcii dotazníka sme skúmali, aké majú respondenti znalosti o pojmoch v oblasti start-up podnikania a či ich vedia odlíšiť napr. od korporácie. V otázke boli uvedené krátke charakteristiky startupu a korporácie, ku ktorým sa mali respondenti vyjadriť. Podľa výsledkov prieskumu 56,5% respondentov počulo o daných charakteristikách, vedia čo znamenajú, 37,9% respondentov o nich počulo, ale nevedeli správne identifikovať charakteristiku podniku. Približne 5,6 % respondentov nepoznalo dané charakteristiky. Približne 80 % respondentov rozozná start-up podľa konkrétnych pomenovaní ich názvov.

Kľúčová otázka v oblasti profesijného pôsobenia skúmanej generácie sa dotýkala preferencií respondentov v oblasti stability práce a kreativity s inováciami. Viac ako polovica respondentov (53 %) by uprednostnilo príležitosť na kreativitu a inováciu s možnosťou založiť si vlastný podnik a pracovať na rôznych krátkodobých projektoch, čo je typické práve pre start-up, 47 % respondentov by zvolilo stabilnú prácu s dlhodobými projektami a istotou trvalého pracovného pomeru. Záujem mladých ľudí z generácie Z o rozbehnutie vlastného podnikania je viditeľné aj v iných výskumoch (Holienka *et al.*, 2018) realizovaných doma aj v zahraničí, podľa ktorých v roku 2018 rozbiehalo svoj podnikateľský nápad 16,9% študentov z celkového počtu 3 266, približne každý šiesty vysokoškolák. Celkový priemer európskych krajín bol 16,7%, teda záujem o podnikanie na Slovensku a v Európe je takmer rovnaký. Uvedené výsledky korešponujú aj s našim výskumom, podľa ktorého ku vlastnému podnikaniu inklinuje 21 respondentov, čo predstavuje 16,9 % z celkového počtu 124 opýtaných, 21% respondentov by boli ochotní začať s podnikaním, ale nie sú o tom 100% presvedčení. Neutrálny postoj k podnikaniu má najpočetnejšia skupina (50,8%). Nezáujem o podnikanie a inovácie preukazuje 3,2% a zvyšných 8,1% sa prikláňa k názoru, že nemajú vzťah k podnikaniu a inováciám.

Sekcia zameraná na vybrané možnosti financovania mala za cieľ zmapovať preferencie generácie Z v otázkach rizika a preferovaných typoch financovania. Riziku sa úplne vyhýba 33 % respondentov, 33 % odpovedalo neutrálne, 25 % respondentov by boli ochotní vziať na seba zodpovednosť za finančné riziko a 9 % opýtaných s rizikom nemá problém. Vychádzajúc z uvedených výsledkov môžeme konštatovať, že 34 % respondentov by bolo ochotných rozbehnúť vlastné podnikanie. Približne jedna tretina respondentov mala neutrálny postoj k riziku, a teda nie je možné odhadnúť ich preferenciu, či potvrdiť alebo vyvrátiť záujem o podnikanie. Výskum v oblasti finančného rizika bol zrealizovaný aj v USA (Yook, Robert, 2003), kde bola škála hodnotenia tolerancie finančného rizika od 0 po 100. Čím vyššiu hodnotu respondenti uviedli, tým bola ich tolerancia finančného rizika vyššia. Prieskumu sa zúčastnilo 113 respondentov, z toho bolo ochotných finančné riziko tolerovať 65 mužov s hodnotou tolerancie 74,43 a 48 žien s hodnotou 70,56. Z celkového počtu bolo 36 respondentov vo veku do 30 rokov a schopnosť tolerovať finančné riziko bola v hodnote 71,86. Podľa daného prieskumu boli v USA respondenti ochotní vo väčšej miere prijať finančné riziko ako mladí ľudia na Slovensku.

Ďalej sme sa zamerali na konkrétne možnosti financovania. Respondenti mali prideliť jednotlivým typom financovania na stupnici od 1 do 5 váhu, pričom 1 znamená najmenej preferujem, 5 znamená najvyššiu mieru preferencie daného typu financovania (t. j. určite by som sa rozhodol pre tento typ financovania). Graf 1 zobrazuje priradenie váhy jednotlivým typom financovania v absolútnom vyjadrení.



Graf 1 Vybrané preferované typy financovania

Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Na základe zistených výsledkov, ktoré vidíme na Grafe 1 môžeme tvrdiť, že respondenti najčastejšie označovali možnosť 3, čo znamená neutrálny postoj k daného typu financovania a teda nie je možné usúdiť, či ho preferujú alebo nie. Na druhej strane však v niektorých prípadoch (napr. pri podpore od investorov) prevažuje výrazný záujem o predmetnú možnosť financovania nad neutrálnym, z čoho môžeme usudzovať, že respondenti z generácie Z inklinujú k danej možnosti financovania.

Financovanie z nerozdeleného zisku je sympatická voľba pre 13 respondentov, skôr by sa pre tento typ financovania rozhodlo 19 respondentov. Pre toto financovanie by sa skôr nerozhodlo 23 respondentov a určite by sa nerozhodlo 11. Interné zdroje kapitálu vo forme zisku (Harumová, 2016), by mohli pri predstaviteľoch generácie Z evokovať stabilnejší príjem, ktorý už ale nie je typický pre start-up. Zaujímavé je ale vnímanie tejto možnosti financovania, pretože iba 32 respondentov zo 124 by sa pre ňu určite rozhodlo. Vychádzajúc zo základnej charakteristiky podnikania, ktorou je aj maximalizácia zisku a zo skutočnosti, že respondenti sú predstavitelia generácie Z považujeme dané výsledky za nie celkom štandardné.

K financovaniu prostredníctvom *bežných akcií*, neinklinuje 34 respondentov, inklinuje 38 respondentov. Akciová spoločnosť nebola donedávna charakteristickou formou podniku typu start-up. Nakoľko sa startupy od bežných podnikov odlišujú určitými špecifikami, ako napríklad zdrojom kapitálu, inovatívnosťou produktu alebo služby, personálnym zložením, vzájomnými vzťahmi vo vnútri podniku a v neposlednom rade aj schopnosťou rýchlo sa prispôbiť zmenám trhu, vyžadujú špecifickú právnu formu. Jednoduchá spoločnosť na akcie spája určité znaky právnej formy spoločnosti s ručením obmedzeným a znaky akciovej spoločnosti, pričom vytvára novú samostatnú právnu formu obchodnej spoločnosti, ktorá je vhodná práve pre start-upy. Pozitívne vnímanie predmetnej možnosti financovania aj keď pri bežných akciách preto považujeme za žiaduce v prospech formy podnikania zriadenej najmä za účelom zjednodušenia založenia start-upu.

Vklady vlastníkov sú špecifickou formou financovania, ktorých zdrojom sú často vlastné úspory začínajúceho podnikateľa. K tejto možnosti financovania inklinuje 53 respondentov. Investovanie vlastných úspor do start-upu predstavuje nielen dôležitý zdroj kapitálu, ale môže signalizovať potenciálnym investorom odhodlanosť začínajúceho podnikateľa, ktorá sa môže javiť ako kľúčová v situácii, keď si potenciálni investori vyberajú z väčšieho množstva projektov. Začínajúci podnikateľ tiež môže lepšie kontrolovať podnikateľský proces bez

potreby zasahovania vonkajších subjektov do doby, kedy siahne aj po iných možnostiach financovania.

Úverové zdroje financovania sú typické pre záverečnú fázu životného cyklu start-upu, ale predstavujú dôležitý externý zdroj financovania (Musa, Musová, Sliacky, 2017). Tieto zdroje považujeme skôr za tradičné, ale v prípade zachovania vlastníckych štruktúr v start-upoch za nevyhnutné. 46 respondentov k tejto forme financovania vôbec neinklinuje.

V našom prieskume sme dospeli k výsledkom, že len 3 respondenti by využili možnosť financovania *business anjelmi*, 21 respondentov označilo možnosť, že by tento typ skôr využilo. Celkovo by financovanie prostredníctvom business anjelov využilo 29,76 %. Nevyužilo by ho celkovo 54 opýtaných, čo predstavuje 66,96%.

Možnosť, že by *rizikový kapitál* skôr nevyužili označilo 45 respondentov. Len jeden respondent označil možnosť, že by išiel do možnosti využiť rizikový kapitál. K tomuto sa prikláňa aj ďalších 7 respondentov, ktorý označili možnosť, že by rizikový kapitál skôr využili ako nevyužili. 36 respondentov má k financovaniu prostredníctvom rizikového kapitálu neutrálny postoj. Nakoľko rizikový kapitál predstavuje hlavný zdroj kapitálu pre start-upy najmä v prvých dvoch fázach životného cyklu start-up, považujeme vnímanie tejto možnosti financovania za nepriaznivé v prospech zakladania a financovania start-upov generáciou Z na Slovensku. Poskytovatelia rizikového kapitálu poskytujú aj intenzívny skauting a koučing, čo je pre start-up v prvých dvoch fázach nevyhnutné (Bauer, Junge, Reif, 2024). Z uvedených výsledkov vyplýva, že generácia Z nepreferuje aj napriek jej charakteristikám rizikový kapitál.

Podpora od investorov vo forme crowdfundingu je celkovo preferovaná 70 -timi respondentami. Z toho 19 by túto možnosť financovania určite využilo. Neutrálny postoj má 37 respondentov. Celkovo by podporu investorov nevyužilo 16 opýtaných. Na rozdiel od iných poskytovateľov vlastného kapitálu, ako sú business angels a poskytovatelia rizikového kapitálu, títo investori nie sú profesionálnymi finančníkmi, a neposkytujú poradenstvo, ale predstavujú spoľahlivý zdroj financovania v počiatkovej fáze životného cyklu start-upu (Estrin et al. 2022). Na druhej strane počet týchto investorov rastie, čo sa odráža na vyzbieraných sumách na crowdfundingových platformách (Bauer, Junge, Reif, 2024).

Pri financovaní *3F* (family, friends, fools), čo predstavuje rodinu, priateľov a nadšencov sme predpokladali, že bude pre respondentov najlákavejšia možnosť. Aj podľa viacerých výskumov (Ahmed a Aas souli 2022, Bauer, Junge, Reif, 2024) sú tzv. 3F najbežnejšou formou financovania najmä v počiatkovej fáze životného cyklu start-upu. Aj napriek skutočnosti, že táto možnosť financovania predstavuje spoľahlivý zdroj kapitálu pre start-upy, podnikatelia vedia, že každé rozhodnutie ovplyvní aj investície priateľov a rodiny, čo môže mať za následok obmedzenie autonómie alebo môže v konečnom dôsledku aj zmeniť predchádzajúce dobré sociálne vzťahy medzi zainteresovanými. Z grafu môžeme vidieť, že celkovo 46 respondentov by sa určite rozhodlo pre tento typ financovania. Z toho 17 označilo možnosť určite áno a 29 skôr áno. Neutrálny názor má 32 respondentov. Celkovo by sa pre tento typ financovania nerozhodlo 45 opýtaných.

ZÁVER

V predloženom článku sme analyzovali a komparovali vnímanie vybraných možností financovania mladými ľuďmi z generácie Z so zreteľom na financovanie start-upov. Z hľadiska životného cyklu sú start-upy flexibilnejšie a schopné rýchlejšie reagovať na zmeny trhu a zákazníckych požiadaviek ako bežné podniky. V oblasti financovania majú častokrát problémy s nájdením dostatočných finančných zdrojov na rozbehnutie svojho podnikania, čo môže odradiť najmä mladých ľudí, no zároveň sú schopné rýchlejšie rásť.

Z teoretických východísk predloženého článku vyplýva niekoľko potrieb start-upu v jeho rôznych fázach životného cyklu, ktoré úzko súvisia s možnosťami jeho financovania. Identifikovali sme potreby ako prežitie, skauting, koučing, autonómiu a akceptovanie nákladov v rôznej intenzite v rámci jednotlivých fáz životného cyklu.

Na základe dotazníkového prieskumu a vzhľadom k stanovenému cieľu a k charakteristikám predmetnej generácie Z nemôžeme jednoznačne potvrdiť stanovený predpoklad, že viac ako polovica respondentov bude pozitívne vnímať možnosti financovania, ktoré sú charakteristické práve pre start-up. Výsledky dotazníkového prieskumu síce potvrdzujú niektoré špecifiká skúmanej generácie (napr. v otázkach rizika), na základe ktorých sme daný predpoklad stanovili, ale z hľadiska financovania nie je možné potvrdiť, že táto generácia inklinuje k typom financovania, ktoré sú charakteristické pre start-upy. Napríklad rizikový kapitál ako kľúčová možnosť financovania nie je generáciou Z vnímaná pozitívne. Nakoľko bola väčšina respondentov z odboru ekonómia a manažment, predpokladali sme, že viac ako polovica respondentov bude preferovať príležitosť na kreativitu a inovácie s možnosťou založiť si vlastný podnik pred stabilnou prácou a istotou trvalého pracovného pomeru, čo sa nám aj potvrdilo. Podnikateľská gramotnosť a ambície sú doménou ekonomických odborov a dotazníkový prieskum potvrdil, že majú pozitívny a významný vplyv na podnikateľský záujem generácie Z.

Výhodou start-upov je finančná podpora od start-up platforiem, crowdfundingové platformy, akcelerátory s inkubátormi, podpora od investorov a business anjelov. Ide však o nestabilné podnikanie, ktoré sa môže javiť ako problematické pre ľudí z generácie Z, ktorí majú relatívne vysoké nároky na mzdové ohodnotenie a návratnosť investícií. Konfrontácia vnímania vybraných možností financovania generáciou Z, ktorí už v súčasnosti sú na pracovnom trhu otvára ďalšie výskumné otázky, ktoré podnecujú k ďalšej odbornej a vedeckej diskusii a môžu byť zaujímavé tak pre podporovateľov začínajúcich podnikateľov ako aj pre budúcich zamestnávateľov.

POĎAKOVANIE

Tento príspevok vznikol s podporou projektu APVV na základe zmluvy č. APVV-21-0363 a projektu VEGA 1/0479/23 Výskum cirkulárneho spotrebiteľského správania v kontexte STP marketingového modelu

LITERATÚRA

AHMED H., AASSOULI, D. 2022 Entrepreneurial finance, agency problems and Islamic ethics: complementarities and constraints. In: *Ventur Cap* 24(1):25–46

BAUER, D., JUNGE, S., REIF, T. 2024. May the resources be with you: a systematic review and framework of startup funding options. In *Management Review Quarterly* (2024) 74:1365–1396

BENCSIK, A., HORVÁTH-CSIKÓS, G., JUHÁSZ, T. 2016. Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3).

DREYER, C.; STOJANOVÁ, H. 2023. How entrepreneurial is German generation Z vs. generation Y? A literature review. *Procedia Comput. Sci.* 2023, 217, 155–164.

GECK, C. 2006. The generation Z connection: Teaching information literacy to the newest net generation. In: *Teacher Librarian* Vol. 33, (3) 19-23.

GRAS, D.; NASON, R. S.; LERMAN, M.; STELLINI, M. 2017 Going ofine: broadening crowdfunding research beyond the online context. *Ventur Cap* 19(3):217–237

HARUMOVÁ, A. 2016. *Finančný manažment nadnárodných korporácií*. Praha: Wolters Kluwer. 2016. ISBN 978-80-7552-451-5.

HIDAYATI, H.; AULIA, S.; HARIANJA, A. 2022. The Influence of Entrepreneurship Literacy and Digital Literacy on Entrepreneurial Interest of the Young Generation in Startup Business. 2022. *International Journal of Advanced Technology Management and Entrepreneurship*, 3(1).

HOLIENKA, M. et al. 2018. *Podnikanie študentov na Slovensku*. Dostupné na internete: https://www.researchgate.net/profile/Marian-Holienka/publication/325967346_Podnikanie_studentov_na_Slovensku_Pohlad_projektu_GU_ESSS_2016/links/5b30ba4da6fdcc8506cbe509/Podnikanie-studentov-na-Slovensku-Pohlad-projektu-GUESSS-2016.pdf

KANG H. D.; NANDA, V. K.; PARK, H. D. 202. Technology spillovers and capital gains in corporate venture capital investments: evidence from the biopharmaceutical industry. In: *Ventur Cap* 23(2):129–155

KARIV, D. 2013. Startup and Small Business Life. In: Carayannis, E.G., ed., *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*. Washington: Springer Science + Business Media

KÜHNAPFEL, J. B. 2015. *Prognosen für Start-up-Unternehmen*. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI: 10.1007/978-3-658-08898-9.

MANN, A.; LUO, T. 2010. *Crash and reboot: Silicon Valley hightech employment and wages*, Dostupné na internete: <https://www.bls.gov/opub/mlr/2010/01/art3full.pdf>

MINÁROVÁ, M. et al. 2021. Zero-waste, package-free stores and consumer behavior of Z-generation In: *Marketing identity: new changes, new challenges*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, Pp. 458-469.

MUSA, H.; MUSOVÁ, Z.; SLIACKY, P. 2017. Financial Support to Small and Medium-Sized Enterprises in Slovakia. *Financial Markets, Institutions and Risks*. 4(1). 47-52. ISSN 2521-1242

MUSTAFA, O.; SOLMAZB, B. 2015. The Changing Face Of The Employees- Generation Z And Their Perceptions Of Work (A Study Applied To University Students) *Procedia Economics and Finance* (26) 476 – 483. doi: 10.1016/S2212-5671(15)00876-X

NIGBOR-DROŹDŹ, A.; ŁUKASIŃSKI, W. 2023. Challenges determining the success and failure of a startup in the opinion of representatives of generation Z in Poland. In: *Humanities and Social Sciences Research Journal* 30, No. 2 (2023), pp 75-90.

QUAS, A.; MARTÍ, J.; REVERTE, C. 2021. What money cannot buy: a new approach to measure venture capital ability to add non-financial resources. In: *Small Bus Econ* 57(3):1361–1382.

PASQUINI, R. A.; ROBIOLO, G.; SARRIA ALLENDE, V. 2019 Matching in entrepreneurial finance networks. In: *Ventur Cap* 21(2–3):195–221

ROŠTÁTOROVÁ, M. 2015. Nefinančné formy podpory startupov. In *Podnikateľské modely a podnikateľské stratégie startupov I*. Bratislava: Ekonóm 227-245.

- SALAMZADEH, A.; KAWAMORITA, K.H. 2015. *Startup Companies: Life Cycle and Challenges*. 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE), Dostupné na internete: <https://ssrn.com/abstract=2628861> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2628861>
- SEEMILER, C.; GRACE, M. 2017. Generation Z: Educating and Engaging the Next Generation of Students. In: *Practice* Vol. 22, (3)21-26.
- SEEMILER, C.; GRACE, M. 2019. *Generation Z: A Century in the Making*. Routledge.
- SENTIKA, S.; ARISSAPUTRA, R. 2021. The Influence of Perception Regarding Startup Towards Career Choices in Startup Field on Generation Y and Generation Z College Students in Bandung City. *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences* (3) 195–199.
- SEŇOVÁ, A.; DUGAS, J. 2021. *Startupy a ich využitie pre prax*. Košice: TU, Fakulta BERG, 2021. ISBN 978-80-553-3822-4.
- SLÁVIK, Š.; HAGAROVÁ, R. 2017. Podnikateľské modely startupov v prúde času. In *Podnikateľské modely a podnikateľské stratégie startupov III*. Bratislava: Ekonóm, s. 8-70.
- STILLMAN, D.; STILLMAN, J. 2017. *Gen Z Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. Harper Collins.
- STRAUSS, W.; HOWE N. 1991 *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. 1. New York: Quill.
- STUTALKS. 2021. *Friends, Family and Fools, The 3F's for Funfing*. Dostupné na internete: <https://stutalks.com/3f-s-friends-families-fools/#:~:text=Let%20us%20discuss%20how%20Friends%2C%20Families%2C%20and%20Fools,explanation%20of%20the%20business%20ideas.%20...%203%203.Fools>
- TANHA, D. et al. 2011. Commercialization of University Research and Innovations in Iran: Obstacles and Solutions, *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, Vol. 1(7), 1-20.
- VALOVÁ, H. 2023. *Komparácia vybraných oblastí podnikania v start-upoch a korporáciách*. Bakalárska práca. Ekonomická fakulta UMB v B. Bystrici.
- VINCZEOVÁ, M. 2018. *Možnosti financovania malých a stredných podnikov z cudzích zdrojov*. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2018. - 164 s. ISBN 978-80-557-1418-9
- WILLIAM, D. 2016. *Millennials vs. Generation Z: What Employers Must Know*. 2016. Online: <https://smallbiztrends.com/2016/07/millennials-vs-generation-z.htm> (accessed on 31 August 2024).
- YOOK, K.; EVERETT, R. *Assessing Risk Tolerance: Questioning the Questionnaire Method*. Dostupné na internete: file:///C:/Users/henav/Downloads/Assessing_risk_tolerance_Ques.pdf