

Autorský kolektív RÚZ

2020

Internacionalizácia malých a stredných podnikov

REPUBLIKOVÁ ÚNIA
RÚZ
ZAMESTNÁVATEĽOV

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.

www.esf.gov.sk

www.employment.gov.sk

www.ia.gov.sk

NÁRODNÝ PROJEKT

Podpora kvality sociálneho dialógu

Typ projektu: Neinvestičný

Termín realizácie projektu: 07/2018 – 05/2023

ITMS projektu: 312031V749

Autorský kolektív RUZ

Autorské dielo bolo vypracované v rámci hlavnej aktivity „Posilnenie odborných a analytických kapacít sociálnych partnerov, budovanie infraštruktúry a komunikačnej platformy sociálneho dialógu a rozvoja sociálneho partnerstva na národnej a medzinárodnej úrovni“ v rámci pod aktivity 1.1 Posilnenie kapacít sociálnych partnerov prostredníctvom analytickej činnosti Národného projektu Podpora kvality sociálneho dialógu expertným tímom sociálneho partnera Republiková únia zamestnávateľov. Vyjadruje názory a postoje sociálneho partnera na predmetnú tému. Autorské dielo nevyjadruje názory ani postoje prijímateľa projektu a bolo schválené Riadiacim výborom Národného projektu Podpora kvality sociálneho dialógu.

OBSAH

ZOZNAM TABULIEK	8
ZOZNAM GRAFOV	8
ZOZNAM SKRATIEK.....	9
1. ÚVOD.....	11
2. DEFINOVANIE MALÉHO A STREDNÉHO PODNIKANIA	13
2.1 Definícia podniku	14
2.2 Hraničné hodnoty a ich kritériá	15
2.3 Samostatný, partnerský a prepojený podnik	17
3. EXISTUJÚCA PODPORA INTERNACIONALIZÁCIE NA NÁRODNEJ A MEDZINÁRODNEJ ÚROVNI	22
3.1 Ciele a nástroje podpory internacionalizácie MSP.....	23
3.1.1 Európska únia	23
3.1.2 Slovenská republika	25
3.1.3 Programy podpory internacionalizácie.....	26
3.2 Kľúčové slovenské verejné inštitúcie poskytujúce priamu podporu internacionalizácii MSP	28
3.2.1 Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu	28
3.2.2 Eximbanka	33
3.2.3 Podnikateľské centrum Ministerstva zahraničných vecí	41

3.3	Kľúčové schémy podpory internacionalizácie MSP na úrovni EÚ	42
3.3.1	Podpora internacionalizácie MSP v rámci spoločného trhu Európskej únie	46
3.3.2	Podpora internacionalizácie MSP v rámci spoločného trhu EÚ aj mimo neho	48
3.3.3	Podpora internacionalizácie MSP mimo spoločného trhu EÚ	49
3.3.4	Európske programy finančnej podpory internacionalizácie MSP	51
4.	NAJLEPŠIE PRÍKLADY PODPORY INTERNACIONALIZÁCIE MSP V EÚ A VO SVETE	56
4.1	Nórsko	56
4.2	Švédsko	58
4.3	Fínsko	61
4.4	Estónsko	63
4.5	Nemecko.....	64
4.6	Holandsko.....	65
4.7	Luxembursko	68
4.8	Španielsko.....	68
4.9	Taliansko.....	69
4.10	Grécko	70
4.11	Írsko	71
4.12	Veľká Británia	72
4.13	Spojené štáty	75

4.14	Kórejská republika.....	76
4.	EKONOMICKÁ ANALÝZA TOKOV TOVAROV A SLUŽIEB Z HĽADISKA SLOVENSKA	78
4.1	Geografická štruktúra zahraničného obchodu SR.....	81
4.2	Tovarová štruktúra zahraničného obchodu SR.....	83
5.	TECHNOLOGICKÝ POTENCIÁL SLOVENSÝCH MSP Z HĽADISKA ZAHRANIČNÝCH TRHOV.....	87
5.1	Podporné iniciatívy verejného sektora	92
5.2	Podporné iniciatívy univerzít a výskumných pracovísk.....	93
5.3	Podporné iniciatívy súkromného sektora	96
6.	ODPORÚČANIA NA PODPORU ROZVOJA INTERNACIONALIZÁCIE SLOVENSÝCH MSP	99
6.1	SWOT analýza predpokladov a podmienok internacionalizácie slovenských MSP	100
6.1.1	Silné stránky	101
6.1.2	Slabé stránky	102
6.1.3	Príležitosti.....	104
6.1.4	Hrozby.....	105
6.2	Navrhované opatrenia na podporu internacionalizácie slovenských MSP.....	106
6.2.1	Systematická legislatívna podpora MSP s ohľadom na digitalizáciu.....	107
6.2.2	Rozvoj a skvalitnenie fyzickej a digitálnej infraštruktúry dostupnej pre MSP	108
6.2.3	Znižovanie regulačného zaťaženia pre MSP	109
6.2.4	Zlepšenie informovanosti MSP o možnostiach podpory internacionalizácie	110

6.2.5	Posilnenie komunikácie medzi verejným a súkromným sektorom.....	110
6.2.6	Reforma vzdelávacieho systému	111
6.2.7	Strategická podpora vedy a výskumu.....	112
7.	ZHRNUTIE	113
	ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV.....	116

ZOZNAM TABULIEK

<i>Tabuľka 1: Hraničné hodnoty mikro, malých a stredných podnikov</i>	<i>16</i>
<i>Tabuľka 2: Formy poradenskej a informačnej podpory internacionalizácie MSP v EÚ</i>	<i>45</i>
<i>Tabuľka 3: Oblasti podpory v rámci programu Horizont 2020.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabuľka 4: Tovarová štruktúra dovozu a vývozu za január až október 2020 (v miliónoch eur).....</i>	<i>86</i>
<i>Tabuľka 5: SWOT analýza predpokladov a podmienok internacionalizácie slovenských MSP</i>	<i>100</i>

ZOZNAM GRAFOV

<i>Graf 1: Prehľad kritérií, ktoré musí podnik spĺňať, aby mohol byť označený za samostatný.....</i>	<i>18</i>
<i>Graf 2: Prehľad kritérií, ktoré musí podnik spĺňať, aby mohol byť označený za partnerský.....</i>	<i>20</i>
<i>Graf 3: Prehľad kritérií, ktoré musí podnik spĺňať, aby mohol byť označený za prepojený.....</i>	<i>21</i>
<i>Graf 4: Celkový dovoz podľa mesiacov za roky 2019 a 2020 (v miliónoch eur).....</i>	<i>79</i>
<i>Graf 5: Celkový vývoz podľa mesiacov za roky 2019 a 2020 (v miliónoch eur)</i>	<i>80</i>
<i>Graf 6: Saldo zahraničného obchodu podľa mesiacov za roky 2019 a 2020 (v miliónoch eur).....</i>	<i>81</i>
<i>Graf 7: Geografická štruktúra dovozu za obdobie od januára do októbra 2020</i>	<i>82</i>
<i>Graf 8: Geografická štruktúra vývozu za obdobie od januára do októbra 2020.....</i>	<i>83</i>
<i>Graf 9: Tovarová štruktúra dovozu za obdobie od januára do októbra 2020 (v miliónoch eur).....</i>	<i>84</i>
<i>Graf 10: Tovarová štruktúra vývozu za obdobie od januára do októbra 2020 (v miliónoch eur).....</i>	<i>85</i>
<i>Graf 11: Výdavky na výskum a vývoj na Slovensku (v miliónoch eur)</i>	<i>89</i>
<i>Graf 12: Sektorová štruktúra výdavkov na výskum a vývoj na Slovensku za rok 2019</i>	<i>90</i>
<i>Graf 13: Štruktúra výdavkov na výskum a vývoj na Slovensku za rok 2019 podľa ich zamerania</i>	<i>91</i>

ZOZNAM SKRATIEK

ASEAN	Združenie národov juhovýchodnej Ázie
EAS	Enterprise Estonia
EEN	Enterprise Europe Network
EFRR	Európsky fond regionálneho rozvoja
EHP	Európsky hospodársky priestor
EIC	Európske informačné centrum
ERC	Európska rada pre výskum
EÚ	Európska únia
EVD	Agentúra pre medzinárodný obchod a spoluprácu
EZVO	Európske združenie voľného obchodu
HIE	Highlands and Islands Enterprise
ICEX	Španielsky inštitút pre zahraničný obchod
IRC	Centrá na prenos inovácií
KOTRA	Kórejská agentúra pre podporu investícií
MADB	Market Access Database
MSP	Malé a stredné podniky
OECD	Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj
OMS	Overseas Market Support
SARIO	Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu
SBDC	Small Business Development Centers
SDI	Scottish Development International

SE	Scottish Enterprise
SEBSEAM	Podpora európskeho podnikania na trhoch juhovýchodnej Ázie
SR	Slovenská republika
USEAC	United States Export Assistance Center

1. ÚVOD

Téma internacionalizácie MSP je relatívne málo známa aj samotným podnikateľom, z ktorých veľká časť si ani neuvedomuje, ako im môže pomôcť v budúcom raste ich podnikateľských aktivít. Zmapovanie možných prínosov a podpora myšlienkam rozvoja podnikateľských aktivít do zahraničia sa často stráca v diskusiách o množstve regulačného zaťaženia, vedie k zameraniu pozornosti aj podporných mechanizmov prevažne len na domáci trh. Cieľom tejto analýzy je preto posúdenie možností podpory internacionalizácie malých a stredných podnikov a nadväzujúcich možností rozvoja slovenského podnikateľského prostredia. Analýza za týmto účelom predstaví najdôležitejšie aspekty a možnosti podpory internacionalizácie MSP ako stratégie pre rast a rozvoj firiem do budúcnosti.

Podľa definície Európskej komisie¹ sa pod pojmom internacionalizácia rozumejú aktivity, prostredníctvom ktorých MSP nadväzujú obchodné vzťahy so zahraničnými partnermi – jedná sa teda o dovoz, vývoz, priame zahraničné investície, cezhraničné zadávanie zákaziek subdodávateľom či medzinárodnú technickú spoluprácu.

Z praktického hľadiska potom internacionalizácia znamená v prvom rade nové obchodné príležitosti, ktoré pre podnik predstavujú možnosť rásť a zároveň aj zvyšovať svoju schopnosť konkurovať. Podniky, ktoré prostredníctvom nadväzovania cezhraničných vzťahov prichádzajú do kontaktu s novými produktmi, službami, technológiami či postupmi totiž získavajú príležitosť nabrať nové inšpirácie a skúsenosti a následne ich aplikovať vo vlastnom podnikaní. Cezhraničná podnikateľská činnosť takýmto spôsobom aktívne podnecuje MSP k zavádzaniu inovácií. Tento typ výhod však nevyplýva len z aktívnej prítomnosti na zahraničnom trhu, ale aj z importných činností, cezhraničných transferov technológií či zapojenia sa do medzinárodných dodávateľských a hodnotových reťazcov. Internacionalizácia skrátka znamená príležitosť získať v podnikaní výhody, ku ktorým domáca konkurencia prístup mať nemusí. Internacionalizované podniky sú tak často ekonomicky úspešnejšie v porovnaní s podnikmi, ktoré sa rozhodli zotrvať len na domovskom trhu.

¹ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014

Napriek otvoreným príležitostiam, ktoré ponúka globalizovaná ekonomika a relatívne bezbariérový prístup na spoločný európsky trh, však stále platí, že určité typy MSP majú väčšiu tendenciu internacionalizovať ako iné. Vo všeobecnosti môžeme pozorovať niekoľko pretrvávajúcich trendov. V prvom rade existuje vzťah medzi veľkosťou podniku a jeho možnosťami rozšíriť podnikanie aj za hranice. MSP typicky disponujú limitovanými kapitálovými a personálnymi zdrojmi a najmä v prípade mikro a malých podnikov nemusí byť internacionalizácia výhodná. V druhom rade existuje vzťah medzi úrovňou podnikateľských skúseností a zručností a ochotou internacionalizovať. Začínajúci podnikatelia nie vždy majú odvahu otvárať cezhraničné obchodné spolupráce. V treťom rade zohráva úlohu geografia. Podniky sídlia v prihraničných oblastiach majú prirodzene vyššiu tendenciu internacionalizovať. Štvrtým faktorom je odvetvová pôsobnosť. MSP podnikajúce v obchode, doprave či komunikácii sú typicky otvorenejšie internacionalizácii ako MSP podnikajúce napríklad v maloobchode.

Významnou výnimkou z týchto všeobecných tendencií sú však MSP podnikajúce v oblasti elektronického obchodu a služieb. Ide o odvetvie naplno využívajúce výhody modernej digitálnej ekonomiky, ktoré umožňujú väčšinu typických prekážok internacionalizácie znížiť či úplne odstrániť. Zároveň ide o zdôraznenie významu technologických inovácií pre rozvoj malého a stredného podnikania.

Medzi obvyklé všeobecné prekážky internacionalizácie potom patrí nízka informovanosť podnikateľov o výhodách a možnostiach vstupu na zahraničný trh, vysoké regulačné a administratívne bariéry či slabá znalosť cieľového trhu. Kvalitný rámec podpory internacionalizácie MSP by mal vo všeobecnosti klásť dôraz na dôsledné informovanie o výhodách a zároveň na cielenú pomoc pri prekonávaní prekážok spojených s cezhraničnými obchodnými aktivitami.

2. DEFINOVANIE MALÉHO A STREDNÉHO PODNIKANIA

Malé a stredné podniky tvoria v rámci nefinančnej podnikovej ekonomiky EÚ 99,8 percenta všetkých podnikov a 66,6 percenta všetkých pracovných miest. Špecificky na Slovensku je to potom až 99,9, respektíve 72,7 percenta². Predstavujú teda segment podnikov, ktorý sa zásadným a nenahraditeľným spôsobom podieľa na výkone ekonomiky. MSP však majú v porovnaní s veľkými podnikmi limitované personálne kapacity a kapitálovú vybavenosť, takže vo všetkých aspektoch svojho podnikania čelia špecifickým problémom. Sú citlivejšie na regulačnú záťaž, výšku daňového zaťaženia, mávajú ťažší prístup k financovaniu a napokon je pre ne aj relatívne náročnejšie rozširovať svoje podnikanie na zahraničné trhy. Aby však bolo možné zohľadniť špecifické prekážky a potreby malých a stredných podnikov v regulačnom rámci, bolo nutné si tento segment podnikov v prvom rade záväzne zdefinovať. Takáto definícia je kľúčová, nakoľko sa na ňu následne viaže aj navrhovanie a realizácia aktívnych nástrojov podpory rôznych aspektov ich podnikania.

Malé a stredné podniky však predstavujú veľmi široký a rôznorodý segment firiem. Najmä v dnešnej vysoko previazanej ekonomike – kedy je bežné, že firmy majú navzájom komplexné personálne, majetkové a finančné prepojenia – by nebolo jednoduché MSP rozlíšiť bez existencie záväznej definície. Tá je zároveň predpokladom, aby boli poskytované nástroje pomoci, či už regulačné, nefinančné, alebo finančné, adresované skutočne tým podnikom, pre ktoré sú mienené a ktoré ich potrebujú. Z tohto hľadiska je teda dôležité, aby bola definícia MSP nielen robustná, ale aj všeobecne záväzná pri tvorbe všetkých politík a podporných mechanizmov. Nemenej dôležitý je však aj geografický rozmer, to znamená, aby bola definícia MSP rovnaká a rovnako uplatňovaná vo všetkých členských krajinách EÚ. Prípadné odlišnosti by mohli viesť k neférovému zvýhodňovaniu časti podnikov, čím by hrozilo narušenie hospodárskej súťaže na spoločnom európskom trhu. Podnik v jednej členskej krajine by totiž mohol mať nárok na regulačné zvýhodnenia a rôzne formy pomoci, zatiaľ čo identický podnik v inej krajine EÚ by k takýmto výhodám prístup nemal. Základným účelom stanovenia úspešnej definície MSP v každom prípade ostáva, aby umožnila poskytovanie cielej

² Zdroj: European Commission. 2019. SBA Fact Sheet: Slovakia, s. 2

podpory podnikom, ktoré ju potrebujú, no zároveň zamedzila prístup k týmto výhodám pre firmy, pre ktoré takáto pomoc potrebná nie je.

Na úrovni EÚ bola definícia malého a stredného podniku prvýkrát ustanovená v roku 1996 v odporúčaní Komisie 96/280/ES. Adekvátnosť tejto definície s ohľadom na regulačné implikácie, všeobecný ekonomický vývoj aj meniacu sa demografiu malých a stredných podnikov je však predmetom opakovaného prehodnocovania.

K prvej väčšej revízii došlo v roku 2003 na základe konzultácií Európskej komisie s členskými krajinami EÚ, odborníkmi, verejnosťou aj podnikateľskými zväzmi. Táto revízia priniesla niekoľko významných zmien aj doplnení. V prvom rade sa jednalo o aktualizáciu všetkých dovtedajších hraničných hodnôt pre definovanie mikro, malých a stredných podnikov s ohľadom na vývoj cenovej hladiny a produktivity v ekonomike, ktoré boli zaznamenané od stanovenia prvej definície MSP. Zvýhodnenia sa dočkali podmienky pre kapitálové financovanie MSP zo strany samospráv a spoločností rizikového kapitálu. V záujme podpory inovácií bolo tiež po novom umožnené univerzitám a výskumným centrá, aby mohli mať finančnú účasť v malých a stredných podnikoch. Ďalej boli doplnené finančné limity pre posilnenie definície mikropodnikov. Zámerom v tomto prípade bolo upriamiť pozornosť regulátorov na špecifické potreby tohto rýchlo rastúceho segmentu podnikov. Významnou novinkou v revidovanej definícii MSP však bolo aj zohľadnenie vzájomných vlastníckych a majetkových vzťahov medzi podnikmi. Tento krok mal zamedziť získavaniu neoprávnených výhod.

V roku 2012 síce bola realizovaná nezávislá štúdia o uplatňovaní definície MSP v praxi, autori však dospeli k záveru, že ďalšie zmeny zatiaľ neboli potrebné³. Definícia z roku 2003 tak ostáva platná dodnes.

2.1 Definícia podniku

Predpokladom k tomu, aby bolo možné stanoviť či ten-ktorý podnik prináleží do segmentu MSP, je určenie, čo sa vlastne považuje za podnik. V zmysle platných regulácií sa ako podnik kvalifikuje „každý

³ Zdroj: European Commission. 2015. User guide to the SME Definition. Luxembourg: Publications Office of the European Union, s. 31

subjekt, ktorý vykonáva hospodársku činnosť, a to bez ohľadu na jeho právnu formu⁴. Táto definícia reflektuje formuláciu využívanú Európskym súdnym dvorom a jej praktickým dôsledkom je, že ako podnik môžu byť definované aj rôzne formy združení, rôzne formy samostatne zárobkových činností či akékoľvek iné subjekty pravidelne vykonávajúce hospodársku činnosť. Pod hospodárskou činnosťou sa pritom rozumie predaj tovarov a služieb na trhu a za vopred stanovenú cenu.

2.2 Hraničné hodnoty a ich kritériá

Po zadefinovaní pojmu „podnik“ je následne možné posudzovať, či subjekt prináleží do segmentu MSP. Do úvahy sa pritom berie počet ich pracovníkov, ročný obrat a ročná bilančná suma. Pre MSP platí, že:

- Zamestnáva menej ako 250 pracovníkov a
- ročný obrat nepresahuje 50 miliónov eur, alebo
- ročná bilančná suma nepresahuje 43 miliónov eur.

Hraničná hodnota v podobe počtu pracovníkov je teda záväzná, no v prípade obratu a ročnej bilančnej sumy stačí, ak posudzovaný podnik spĺňa aspoň jednu zo zadefinovaných hraničných hodnôt. Definícia MSP v tomto prípade umožňuje určitú flexibilitu, nakoľko hospodárske výsledky podniku sa do veľkej miery odvíjajú od jeho trhového zamerania. Napríklad podniky v oblasti obchodu mávajú proporčne väčšie obraty ako výrobné podniky obdobnej veľkosti. Hraničné hodnoty sú ďalej stanovené tak, aby bolo v rámci pomerne širokého segmentu MSP možné samostatne rozlíšiť aj mikropodniky, malé podniky a stredne veľké podniky, a to nasledujúcim spôsobom:

- V prípade mikropodniku platí, že zamestnáva menej ako 10 pracovníkov a jeho ročný obrat, alebo ročná bilančná suma nepresahuje 2 milióny eur.
- V prípade malého podniku platí, že zamestnáva menej ako 50 osôb a jeho ročný obrat, alebo ročná bilančná suma nepresahuje 10 miliónov eur.

⁴ Zdroj: European Commission. 2015. User guide to the SME Definition. Luxembourg: Publications Office of the European Union, s. 9

- V prípade stredne veľkého podniku platí, že zamestnáva menej ako 250 osôb a jeho ročný obrat nepresahuje 50 miliónov eur, alebo ročná bilančná suma nepresahuje 43 miliónov eur⁵.

Tabuľka 1: Hraničné hodnoty mikro, malých a stredných podnikov

Kategória podniku	Počet pracovníkov: ročná pracovná jednotka (RPJ)	Ročný obrat	Celková ročná bilančná suma
Stredné podniky	< 250	≤ 50 miliónov EUR	≤ 43 miliónov EUR
Malé podniky	< 50	≤ 10 miliónov EUR	≤ 10 miliónov EUR
Mikropodniky	< 10	≤ 2 milióny EUR	≤ 2 mil. EUR

Zdroj: Európska komisia

Posudzovanie, či podnik spĺňa stanovené hraničné hodnoty, sa odvíja od určitých kritérií, ktoré definujú, kto sa rozumie pod pracovníkom a akým spôsobom sa počíta ročný obrat a ročná bilančná suma. Pod pracovníkmi sa rozumujú osoby pracujúce v podniku na plný aj čiastočný pracovný úväzok, na dobu určitú aj neurčitú. Ide teda o zamestnancov v zmysle národnej legislatívy, vrátane vyslaných, dočasných aj takzvaných „prenajímaných“ zamestnancov. Taktiež sa jedná o riadiacich pracovníkov, vlastníkov podniku a partnerov, ktorí v ňom vykonávajú pravidelnú pracovnú činnosť,

⁵ Zdroj: European Commission. 2015. User guide to the SME Definition. Luxembourg: Publications Office of the European Union, s. 11

z ktorej majú finančný prospech. Do počtu pracovníkov sa, naopak, nepočítajú uční, študenti absolvujúci v podniku svoju odbornú prípravu či výcvik a ani zamestnanci na materskej či rodičovskej dovolenke.

Ročný obrat predstavuje súčet príjmov, ktoré podnik v danom roku získal z predaja tých tovarov a poskytovania tých služieb, ktoré patria k bežným hospodárskym činnostiam podniku. Do ročného obratu sa nezapočítavajú poskytnuté zľavy, nezapočítava sa ani daň z pridanej hodnoty a ani ďalšie nepriame dane. Ročná bilančná suma predstavuje hodnotu hlavných aktív podniku.

2.3 Samostatný, partnerský a prepojený podnik

Pri posudzovaní, či podnik spadá do definičného rámca MSP, je ďalej potrebné vziať do úvahy aj prípadné personálne, majetkové a riadiace vzťahy tohto podniku s ďalšími subjektmi. A to bez ohľadu na to, či ide o priame, alebo nepriame vzťahy a taktiež bez ohľadu na domicil subjektov, na ktoré má posudzovaný podnik väzby. Na základe týchto vzťahov sa potom určí, ktoré údaje o pracovníkoch, obrate a ročnej bilancii je nutné započítať, čo môže zásadným spôsobom ovplyvniť, či posudzovaný podnik spĺňa hraničné hodnoty zadané pre segment MSP.

Európska definícia malých a stredných podnikov rozlišuje na základe rozsahu personálnych, majetkových a riadiacich vzťahov tri typy podnikov – samostatný, partnerský a prepojený. V prípade samostatného podniku sa započítavajú len údaje za vlastný podnik, pri partnerskom iba časť údajov a pri prepojení všetky údaje každého podniku, ktorý sa považuje za prepojený.

Samostatný podnik⁶ – predstavuje zďaleka najbežnejšiu kategóriu podnikov v rámci segmentu MSP. Podnik je možné považovať za samostatný, ak spĺňa jedno z nasledujúcich kritérií:

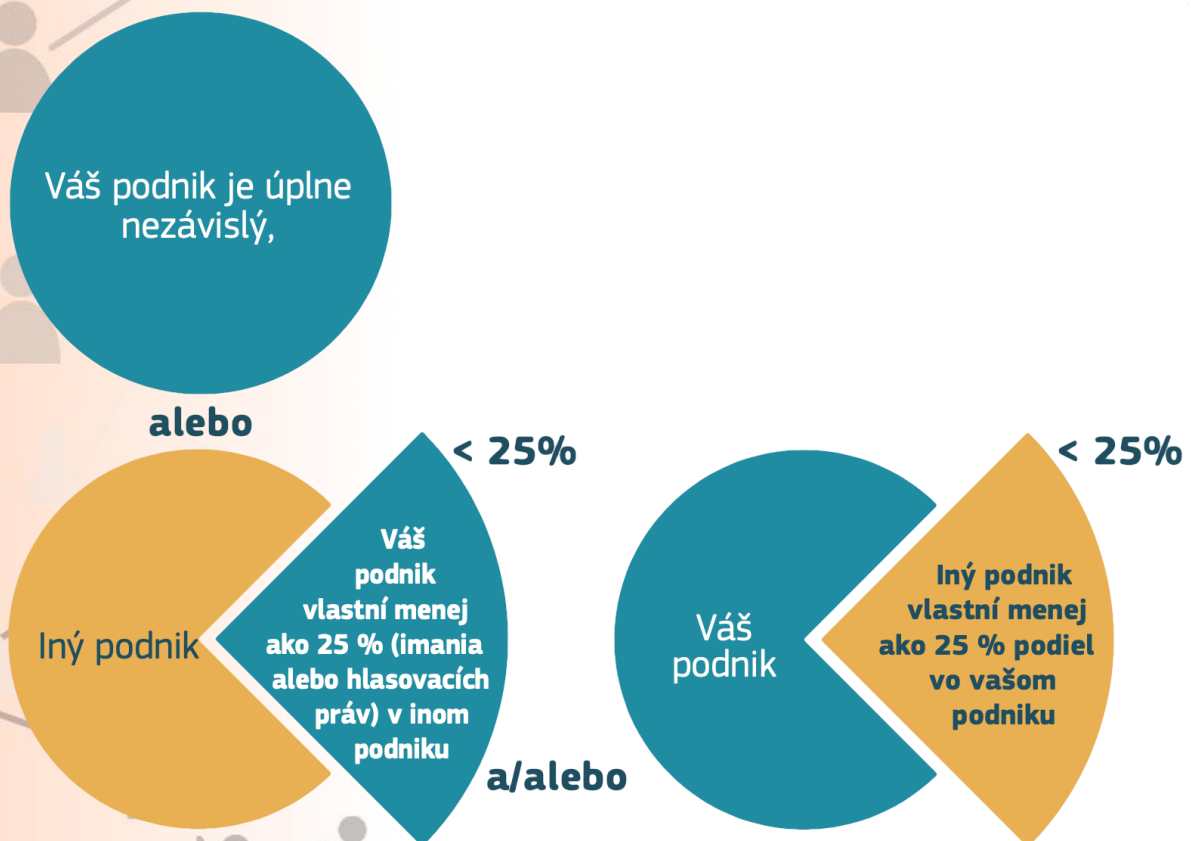
- Podnik nemá žiadnu účasť v iných podnikoch a iné podniky nemajú žiadnu účasť v ňom.
- Podnik nie je prepojený s iným podnikom prostredníctvom fyzickej osoby.

⁶ Zdroj: European Commission. 2015. User guide to the SME Definition. Luxembourg: Publications Office of the European Union, s. 16

- Podnik vlastní menej ako 25 percent imania či hlasovacích práv v jednom či viacerých iných podnikoch, alebo naopak, iné podniky v ňom vlastnia menej ako 25 percent imania či hlasovacích práv. V tomto prípade sa berie do úvahy údaj za imanie alebo hlasovacie práva podľa toho, ktorý údaj má vyššiu hodnotu.

Pre tretiu uvedenú podmienku však existujú určité výnimky. Podnik je stále možné považovať za samostatný, ak v ňom najviac 50 percent imania či hlasovacích práv vlastní inštitucionálny investor, spoločnosť rizikového kapitálu, univerzita, alebo samospráva do 5-tisíc obyvateľov, ktorá disponuje rozpočtom do 10 miliónov eur ročne.

Graf 1: Prehľad kritérií, ktoré musí podnik spĺňať, aby mohol byť označený za samostatný



Zdroj: Európska komisia

Partnerský podnik⁷ – predstavuje také prepojenie podnikov, ktoré majú vzájomné majetkové či riadiace prepojenia nad rámec definície samostatného podniku, no ani jeden nemá nad tým druhým faktickú kontrolu, či už priamo, alebo nepriamo. Partnerské podniky teda nie sú samostatné, no nie sú ani prepojené. Podnik je považovaný za partnerský, ak spĺňa nasledujúce kritériá:

- Podnik má v inom podniku podiel imania či hlasovacích práv vo výške 25 a viac percent a/alebo, iný podnik má v tomto podniku podiel imania či hlasovacích práv vo výške 25 a viac percent.
- Podnik má v inom podniku najviac 50 percent hlasovacích práv, alebo naopak, iný podnik má v tomto podniku najviac 50 percent hlasovacích práv.

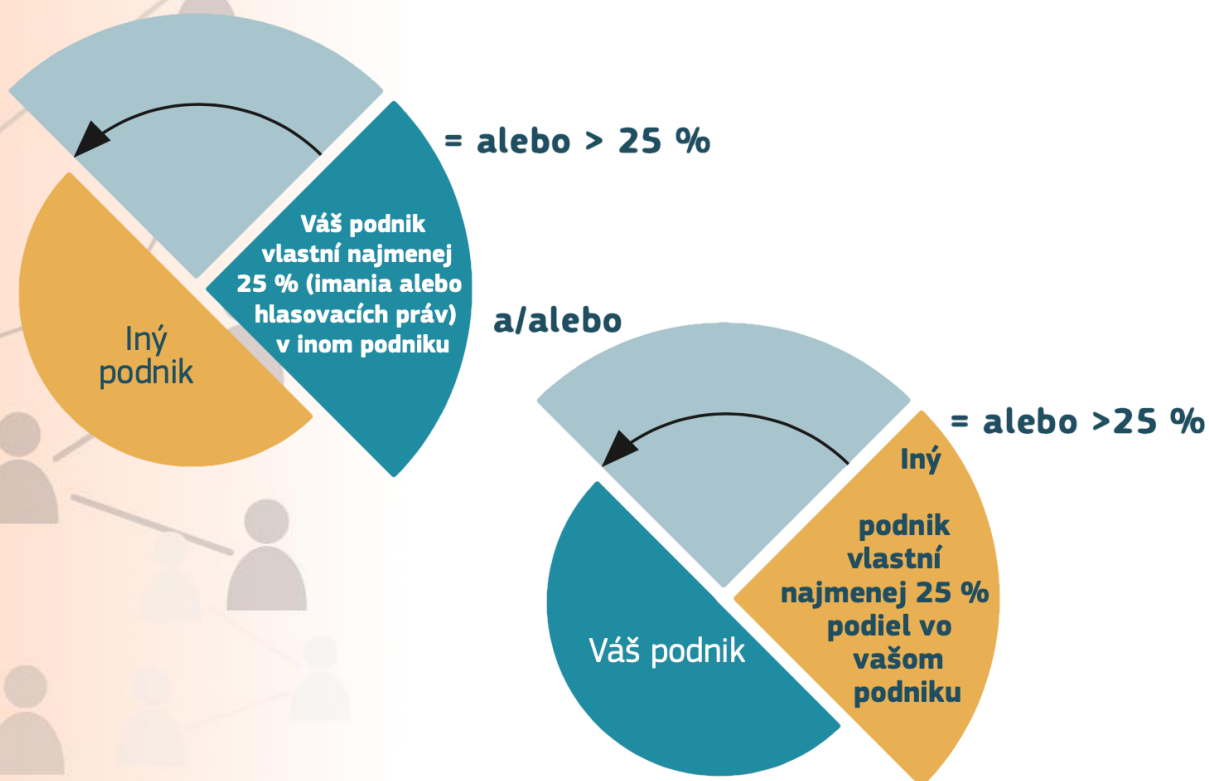
Pri posudzovaní partnerského podniku sa k jeho údajom o počte zamestnancov, obrate a ročnej bilančnej sume pripočítava alikvotná časť údajov za podnik, s ktorým je vo vzťahu. Tá zodpovedá percentuálnemu podielu imania či hlasovacích práv v danom podniku, podľa toho, ktorý údaj je vyšší.

Výnimku z predstavených kritérií majú vzťahy podniku so subjektmi verejnej správy. Podnik teda nie je možné považovať za partnerský, ak 25 alebo viac percent jeho imania či hlasovacích práv priamo či nepriamo vlastní jeden či viacero subjektov verejnej správy. Táto výnimka sa uplatňuje z toho dôvodu, že podnik s významným majetkovým či rozhodovacím podielom štátu či verejnej inštitúcie by vďaka takémuto prepojeniu mohol mať prístup k dodatočným výhodám, ktoré by pri partnerstve so súkromným subjektom inak nemal.

Toto pravidlo sa však nevzťahuje na inštitucionálnych investorov, spoločnosti rizikového kapitálu, univerzity, alebo samosprávy do 5-tisíc obyvateľov, ktoré disponuje rozpočtom do 10 miliónov eur ročne. Pri týchto subjektoch platí, že môžu v partnerskom podniku vlastniť najviac 50 percent imania, alebo hlasovacích práv.

⁷ Zdroj: European Commission. 2015. User guide to the SME Definition. Luxembourg: Publications Office of the European Union, s. 18

Graf 2: Prehľad kritérií, ktoré musí podnik spĺňať, aby mohol byť označený za partnerský



Zdroj: Európska komisia

Prepojený podnik⁸ – predstavuje spoločnosti taký vzťah, pri ktorom má nad posudzovaným podnikom faktickú kontrolu jeden či viacero iných podnikov. Najtypickejším príkladom takéhoto vzťahu je dcérska firma. Podnik je považovaný za prepojený, ak spĺňa aspoň jedno z nasledujúcich kritérií:

- Podnik má väčšinu hlasovacích práv v inom podniku.
- Podnik má právo vymenovávať či odvolávať väčšinu členov správneho, riadiaceho či dozorného orgánu iného podniku.

⁸ Zdroj: European Commission. 2015. User guide to the SME Definition. Luxembourg: Publications Office of the European Union, s. 21

- Podnik má možnosť uplatňovať na iný podnik rozhodujúci vplyv prostredníctvom vzájomnej zmluvy, prípadne na základne stanov či ustanovení zakladacej listiny jedného z podnikov.
- Podnik môže na základe dohody vykonávať kontrolu nad nadpolovičnou väčšinou hlasovacích práv alebo spoločníkov v inom podniku

Pri posudzovaní toho, či prepojený podnik spadá do definičného rámca MSP je k jeho údajom o počte pracovníkov, obrate a bilančnej sume nutné započítať všetky údaje podniku, s ktorým je tento prepojený. Výnimku môžu tvoriť franchisingové zmluvy, v rámci ktorých sa podniky nemusia za každých okolností považovať za prepojené. Rozhodujúci je v tomto prípade obsah konkrétnej franchisingovej zmluvy.

Graf 3: Prehľad kritérií, ktoré musí podnik spĺňať, aby mohol byť označený za prepojený



Zdroj: Európska komisia

3. EXISTUJÚCA PODPORA INTERNACIONALIZÁCIE NA NÁRODNEJ A MEDZINÁRODNEJ ÚROVNI

Podpora rozvoja zahraničného potenciálu u malých a stredných podnikov (MSP) sa uskutočňuje na niekoľkých úrovniach. V tejto kapitole sú predstavené základné aspekty podpory MSP z hľadiska internacionalizácie, ktoré existujú na dvoch úrovniach: národnej úrovni a úrovni Európskej únie. Cieľom tohto prehľadu je poukázať na celkovú sieť podporných opatrení v jej širšom kontexte. To umožní lepšie identifikovať slabé stránky tejto podpory a navrhnúť jej odporúčania v poslednej časti tejto analýzy. Z hľadiska národnej úrovne podpory poskytuje slovenská vláda kľúčové informácie na webovom portáli <https://export.slovensko.sk/>. Týmto združuje pre podnikateľov kľúčové informácie týkajúce jednotlivých prekážok v rozširovaní podnikateľských aktivít za hranice krajiny. Podpora na úrovni Európskej únie nie je takto sústredená, no napriek tomu existuje viacero programov, ktoré ponúkajú európskym MSP významné možnosti rozvíjania svojho podnikania do zahraničia. Je preto potrebné rozvíjať databázu, ktorá by porovnávala jednotlivé národné prístupy v súčinnosti s európskym rámcom a hodnotila by efektívnosť jednotlivých prístupov. To by umožnilo krajinám učiť sa lepším formám podpory od iných, skúsenejších, krajín. Zároveň by to pomohlo firmám získať prehľadné vedomosti o formách podpory naprieč kontinentom. To by znamenalo aj vyšší tlak na efektívnejšiu podporu zo stany verejnej správy a komplexné zlepšenie poskytovaných verejných služieb podnikateľom⁹.

Podpora internacionalizácie je jednou z palety aspektov podpory zlepšovania podnikateľského prostredia. Programy podpory internacionalizácie na úrovni Slovenska ako aj Európskej únie fungujú v rámci širších iniciatív zlepšenia prostredia najmä pre malé a stredné podniky. Tie sú kľúčovou skupinou z dôvodu ich početnosti a ich potenciálu z hľadiska hospodárskej sily a rastu. Jednou z dlhodobých slabín MSP v Európe, ale najmä na Slovensku, je ich slabá aktivita na medzinárodných trhoch. V tomto smere krajiny ako Slovensko strácajú nie len z hľadiska hospodárskeho rastu, ale aj cenných skúseností a vyššej miery inovatívnosti slovenských firiem. Práve preto sa internacionalizácia

⁹ Zdroj: [Export.slovensko.sk](https://export.slovensko.sk/). 2020. *O portáli Export.slovensko.sk*. Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu. Dostupné na <http://export.slovensko.sk/o-portali/>

stala jedným z cieľov špecificky menovaných v kľúčových dokumentoch na európskej aj národnej úrovni.

3.1 Ciele a nástroje podpory internacionalizácie MSP

3.1.1 Európska únia

Na úrovni Európskej únie existuje viacero iniciatív na podporu podnikateľského prostredia. V tomto smere je internacionalizácia jednou z oblastí, kde je identifikovaná potreba konkrétneho rozvoja malých a stredných podnikov. Cieľom, zadaným európskymi inštitúciami je komplexné zlepšenie podnikateľského prostredia. Podpora internacionalizácie je totiž už dlhšie obdobie prítomná ako konkrétny cieľ vo niekoľkých programoch podpory vo vzťahu k malým a stredným podnikom. Už v programovacom období 2007- 2013 prišla Únia s nástrojmi na rozvoj a rozširovanie medzinárodných aktivít svojich podnikov. Ako je rozpísané nižšie, hlavným dokumentom zastrešujúcim podporu malého a stredného podnikania v EÚ je Zákona o malom a strednom podnikaní z roku 2008 (Small Business Act of Europe)¹⁰. Ten prišiel s internacionalizáciou ako osobitným princípom, z hľadiska ktorého hodnotil podnikateľské prostredie a jeho mieru podpory pre rozvoj malých a stredných podnikov.

Okrem toho sa téma podpory internacionalizácie dostali aj do dokumentov ako stratégia *Európa 2020*¹¹. To znamená, že internacionalizácia MSP je strategickým cieľom európskeho prístupu k podpore malých a stredných podnikov. To sa prejavuje do zavádzania internacionalizácie do ďalších opatrení na európskej úrovni. Práve preto aj jednou z významných aktivít iniciatívy *Integrovaná priemyselná politika v ére globalizácie*¹² je rozvoj kapacít MSP v snahe o prienik na medzinárodné trhy. Rovnako tiež

¹⁰ Zdroj: Slovak Business Agency (2020) „Zákon o malých a stredných podnikoch (Small Business Act)“, *Slovak Business Agency*, na <http://www.sbagency.sk/zakon-o-malych-a-strednych-podnikoch-small-business-act>

¹¹ Zdroj: Centre for Strategy and Evaluation Services (2010) *A Trade Strategy for Europe 2020: Focus on the Role of the Local and Regional Authorities and SMEs*, European Union and the Committee of Regions, ISBN: 978-92-895-0636-6, DOI: 10.2863/6260

¹² Zdroj: Europa.eu (2011) *Integrovaná priemyselná politika vo veku globalizácie*, Europa: Súhrn právnych predpisov EÚ, na http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/industry/et0005_sk.htm

iniciatíva Európskej únie s názvom *Udržateľný a inkluzívny rast*¹³ sa priamo zameriava na potrebu podpory internacionalizácie MSP prostredníctvom aktivít Európskej únie.

V 2011 predniesla Európska komisia novú iniciatívu nazvanú „*Malý podnik, veľký svet*“. Ide o nové partnerstvo slúžiace na pomoc Malým a stredným podnikom v procese využívania príležitostí na expanziu do sveta. Prienik na trhy tretích krajín a rozvoj exportu na nové trhy je jednou zo zbraní na riešenie hospodárskej krízy spôsobenej závislosťou na limitovanom počte exportných trhov v Európe. Samotný rámcový dokument stratégie definuje ciele stratégie rozvoja internacionalizácie ako: 1) Podpora informovanosti MSP o spôsobe expanzie mimo krajiny EÚ; 2) Zlepšenie kvality a rámca podporných aktivít; 3) Zvyšovanie efektívnosti aktivít podpory MSP; a 4) Vytvorenie jednotného prostredia a prístupu pre MSP zo všetkých členských krajín EÚ.

Príkladom v tomto smere je Európsky projekt Zákona o malom a strednom podnikaní (Small Business Act for Europe). Ten predstavuje desať konkrétnych princípov alebo zásad určených na podporu podnikania v EÚ a na uľahčenie rozvoja malých a stredných podnikov. Tento dokument pravidelne predstavuje legislatívne návrhy na implementáciu na úrovni EÚ aj na vnútroštátnej úrovni v krajinách EÚ. Napriek názvu ide o nezáväzný dokument, bol však schválený Radou a získal podporu Európskej rady a Európskeho parlamentu. Jeden z desiatich princípov hodnotenia pokroku podnikateľského prostredia je práve princíp rozvoja internacionalizácie a podpora exportných aktivít malých a stredných podnikov v jednotlivých krajinách Európskej únie. Iniciatíva „Small Business Act for Europe“, ktorá bola prijatá v júni 2008, odráža politickú vôľu Komisie uznať ústrednú úlohu malých a stredných podnikov v ekonomickom rozvoji Európskej únie a po prvýkrát zavádza komplexný rámec na hodnotenie opatrení pre EÚ a jej členské štáty¹⁴.

Cieľom tejto iniciatívy je zlepšenie celkového prístupu k podnikaniu, trvalé zakotvenie princípu Think Small First (najskôr myslieť v malom) pri tvorbe opatrení od regulačného rámca až po verejné služby,

¹³ Zdroj: Európska komisia (2011) *Zabezpečiť inteligentný, udržateľný a inkluzívny rast: Piata správa o hospodárskej, sociálnej a územnej súdržnosti*, Panorama Info regio 36, Zima 2010-2011

¹⁴ Zdroj: EUR-Lex (2016) *A 'small business act' for European SMEs*, Brussels: EUR-Lex, 24. februára 2016, na <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aet0001>

a podpora rastu MSP. Prijatie tohto dokumentu zdôrazňuje politickú vôľu uznať ústrednú úlohu malých a stredných podnikov v ekonomike EÚ a po prvý raz zaviesť komplexný politický rámec pre EÚ a členské štáty prostredníctvom koncepcie a opatrení na úrovni EÚ aj na úrovni členských štátov. Tieto zásady sú nevyhnutné na to, aby priniesli pridanú hodnotu pre celú Európsku úniu, vytvorili rovnaké podmienky pre MSP a zlepšili právne a administratívne prostredie v celej EÚ. Konkrétne ciele boli v tomto dokumente boli zadefinované ako: Tvorba prostredia, v ktorom môžu podnikatelia a rodinné podniky prosperovať a podnikanie je odmeňované, Zabezpečenie, aby orgány verejnej správy reagovali na potreby MSP; Uľahčenie prístupu MSP k financiám; Podpora zavádzania všetkých foriem inovácie v MSP; podpora malých a stredných podnikov, aby mali úžitok z expanzie na nové trhy¹⁵.

V neposlednom rade hrá Internacionalizácia významnú rolu v *Akčnom pláne pre podnikanie 2020*, zverejnenom v januári 2013. Cez program COSME zameraný na podporu prístupu na trhy a zahraničnú expanziu MSP, boli poskytnuté viac ako 2 miliardy eur v programovacom období 2014-2020.

3.1.2 Slovenská republika

Na národnej úrovni definuje hlavné ciele podpory internacionalizácie MSP najmä Slovak Business Agency (do roku 2014 pod názvom Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania). Slovak Business Agency je v slovenskom prostredí najstaršou inštitúciou špecializovanou na oblasť podpory MSP. Pod svojim pôvodným názvom táto inštitúcia vznikla už v roku 1993 výsledkom spoločnej iniciatívy Európskej únie a slovenskej vlády. Ide o špecifickú platformu kombinujúcu aspekty verejného a súkromného sektora¹⁶.

Hlavnou snahou Slovak Business Agency z dlhodobého hľadiska je zmeniť negatívny trend vývoja MSP. Program rozvoja internacionalizácie podnikov je súčasťou systémových nástrojov podpory malých a stredných podnikov. Aj národná úroveň podpory vychádza z princípu „*Najskôr myslieť v malom*“. Táto zásada dáva vláde úlohu sa v prípade podnikateľskej legislatívy zameriavať na to, aké dopady legislatívy

¹⁵ Zdroj: Slovak Business Agency (2020) *Small Business Act for Europe*, Slovak Business Agency, na <http://www.sbagency.sk/en/small-business-act-for-europe>

¹⁶ Zdroj: Slovak Business Agency (2020) *O nás*, Slovak Business Agency, na <http://www.sbagency.sk/o-nas>

na malé a stredné podniky. Tento prístup má za cieľ minimalizovať nadbytočné množstvo regulácií, ktoré vytvárajú zbytočné náklady, špecificky pre malé a stredné podniky.

S týmto cieľom si dala vláda za úlohu pripraviť komplexnú stratégiu podpory rozvoja malých a stredných podnikov. Základom tejto politiky by mal byť rozvoj inovácií MSP, ktorý by šiel ruka v ruku s rozvojom potenciálu internacionalizácie týchto podnikov. Dominantným aspektom v centre tohto nastavenia je myšlienka napojenia opatrení na podporu rastu MSP s inými (vzdelávacími, výskumnými alebo infraštruktúrnymi) opatreniami na národnej úrovni. Prístup vlády na národnej, ale aj regionálnej úrovni má klásť dôraz na vyhodnotenie vplyvov nových opatrení na MSP (takzvaný SME test). K tomu je potrebné dosiahnuť efektívnu koordináciu všetkých verejných inštitúcií aktívnych v procese tvorby opatrení s dopadom na podnikateľské prostredie v krajine. Jedným z kľúčových aspektov je následné monitorovanie účinnosti prijatých opatrení štátnou správou. V prípade, že sa opatrenia ukážu ako neefektívne alebo škodlivé, bude potrebné ich následne reformovať alebo zrušiť.

V oblasti podpory internacionalizácie má Slovak Business Agency ako jednu z kľúčových aktivít *Národný projekt Podpora internacionalizácie MSP*. V rámci tejto aktivity sú zadefinované špecifické ciele zvyšovanie kapacít slovenských malých a stredných podnikov v procesoch prípravy, rozvoja a prezentácie podnikateľského nápadu za účelom vyššieho zapájania slovenských MSP do exportných aktivít a medzinárodnej spolupráce. Táto spolupráca by mala podporiť rozvoj a rast malých a stredných podnikov a podporiť ich konkurencieschopnosť a postavenie v európskom hospodárskom priestore. Snahou Slovak Business Agency je vytvoriť komplexný systém podpory internacionalizácie slovenských podnikov¹⁷.

3.1.3 Programy podpory internacionalizácie

Celkovo sa dá rozdeliť verejná podpora na internacionalizáciu podľa jednotlivých foriem, ktoré sú podnikateľom a MSP dostupné v procese expanzie na nové trhy. Táto podpora často neberie do úvahy jednotlivé regionálne alebo sektorové úskalia, ktorým tieto firmy čelia. To má vplyv na nastavenie

¹⁷ Zdroj: Slovak Business Agency (2020) *Národný projekt podpora internacionalizácie MSP*, Slovak Business Agency, na <http://www.sbagency.sk/narodny-projekt-podpora-internationalizacie-msp>

a následnú efektívnosť prijímaných opatrení. Z toho dôvodu je potrebné zamerať sa na najviac pociťované bariéry internacionalizácie MSP. Verejné inštitúcie v súčasnosti poskytujú podporu v podobe niekoľko typov opatrení, menovite: informačné programy, vzdelávacie programy, finančnú podporu a zlepšenie podnikateľského prostredia pre malé a stredné podniky. Podpora expanzie firiem na zahraničné trhy má viesť k vyššiemu dopytu a obratom domácich firiem, čo im poskytuje nové zdroje na rozvoj a inovácie. Tieto procesy zvyšujú efektívnosť podnikov a pomáhajú naštartovať dlhodobý rast firiem a ich počtu zamestnancov.

Národný rámec podpory internacionalizácie MSP je predstavený v rámci širšieho rámca podpory malých a stredných podnikov. Verejná podpora podnikania inštitucionálne spadá pod kontrolu Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky. Toto ministerstvo figuruje ako koordinátor a garant opatrení v oblasti priemyslu, obchodu a cestovného ruchu. Verejná podpora podnikania sa organizuje v niekoľkých oblastiach:

- 1) Stratégia a rozvoj MSP – príprava finančných nástrojov na podporu malého a stredného podnikania;
- 2) Tvorba inštitucionálneho prostredia na podporu MSP – koordinácia a usmerňovanie činnosti Slovak Business Agency;
- 3) Spolupráca s medzinárodnými inštitúciami – zabezpečovanie spolupráce a koordinácie s medzinárodnými organizáciami podpory malého a stredného podnikania. Sem patria najmä OECD, Organizácia Spojených národov pre priemyselný rozvoj (UNIDO);
- 4) Regulačné opatrenia a legislatíva na podporu podnikateľského prostredia ako takého;
- 5) Zabezpečovanie finančných zdrojov pre malé a stredné podniky - finančné krytie programov štátnej podpory MSP;
- 6) Podpora a rozvoj MSP na úrovni regiónov Slovenska – zabezpečovanie regionálneho aspektu.¹⁸

¹⁸ Zdroj: Slovak Business Agency (2020) *Politika štátnej podpory MSP*, Slovak Business Agency (www.sbagency.sk), na <http://www.sbagency.sk/politika-statnej-podpory-msp>

3.2 Kľúčové slovenské verejné inštitúcie poskytujúce priamu podporu internacionalizácii MSP

3.2.1 Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu

Z nich je do procesu podpory internacionalizácie MSP najviac zapojená agentúra SARIO. Ide o príspevkovú organizáciu Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky, ktorá je financovaná zo zdrojov štátneho rozpočtu. Hlavné zameranie tejto agentúry je navyšovanie významu podpory na zabezpečenie prílivu priamych zahraničných investícií ako aj pre domáce podniky v ich snahe na konkurencieschopné subjekty dosahujúce úspechy na svetových trhoch. Misiou tejto agentúry je cieľ transformovať Slovensko na inovačné, technologické a kvalifikované centrum podnikania v tomto regióne. Z tohto vyplýva, že kľúčovou agendou agentúry SARIO je podpora exportu a špecifických aktivít slovenských podnikov smerom do zahraničia. Výsledky tejto podpory by sa teda mali prejavíť v konkrétnych údajoch zahraničného obchodu na Slovensku. Dosiahnutie týchto cieľov majú podporiť aj konkrétne aktivity agentúry. Sem patrí:

- zvyšovanie štatútu agentúry SARIO v štátnej správe v procesoch prípravy konkurenčného a investične orientovaného podnikateľského prostredia, najmä z ohľadom na pre malé a stredné firmy;
- príprava investičných projektov slovenských aj zahraničných investorov;
- asistovanie v podobe sprievodných služieb pre zvyšovanie zahraničného potenciálu;
- ponuka konzultácií a príprava riešení súčasť individuálnej štátnej pomoci spolu novými stimulačnými prostriedkami;
- mapovanie a vytváranie databázy voľných nehnuteľností a priemyselných parkov;
- a zabezpečenie asistencie a servisu pri vytváraní spoločných podnikov slovenských firiem so zahraničnými partnermi (v podobe joint ventures).

SARIO sa ako agentúra teda primárne zameriava na podporu medzinárodného obchodu a zahraničnú spoluprácu. Tieto dve oblasti tvoria základnú náplň jej práce. Aj to robí z tejto agentúry hlavného verejného aktéra verejnej správy z hľadiska podpory internacionalizácie. Samotná podpora

medzinárodného obchodu je poskytované prostredníctvom pobočiek ako aj webového portálu. Podpora je sústredená na slovenské vlajkové lode spomedzi veľkých exportných firiem no pokrýva aj malé a stredné podniky pri rozvoji ich exportného potenciálu. Okrem toho sa SARIO orientuje na kultiváciu podnikateľského prostredia a odstraňovanie systémových nevýhod v procese podnikania najmä u malých a stredných podnikov. Poslednou kľúčovou snahou je vytváranie siete zastúpení, ambasádorov a reprezentantov agentúry v strategických regiónoch a krajinách.

Agentúra SARIO je teda najvýznamnejšou inštitúciou s kľúčovými aktivitami na rozvoj podnikateľského prostredia pre podporu internacionalizácie malých a stredných podnikov na Slovensku. Jednou z jej najdôležitejších aktivít je Národný projekt Podpora internacionalizácie MSP. Tento projekt zahŕňa šesť kľúčových aktivít na proces podpory rozvoja zahraničných aktivít podnikov. Samotné aktivity sú: 1. Výstavy a veľtrhy v zahraničí; 2. Podnikateľské misie; 3. Exportná akadémia; 4. Pred výjazdové poradenské stretnutia; 5. Sourcingové a kooperačné podujatia; a 6. Rozvoj dodávateľských reťazcov. Len za prvý polrok 2020 bolo podporených 162 malých a stredných podnikov a Exportná akadémia mala za rovnaké obdobie 158 účastníkov¹⁹. Jedným z významných aspektov podpory rozvoja internacionalizácie z dielne SARIO je aj vznik webového portálu export.slovensko.sk. Na tomto portáli je možné nájsť detailné informácie o podpore a službách poskytovanej jednotlivými organizáciami na Slovensku.

Webový portál *Export.Slovensko.sk* predstavuje jednotné online kontaktné miesto, kde sú predstavené detailné informácie o možnostiach podpory verejného sektora pre malé a stredné podniky v krajine. Hlavnou misiou pri tvorbe tohto portálu bolo poskytnúť záujemcom, teda existujúcim alebo potenciálnym exportérom, prehľadný portál na zorientovanie sa v rôznych možnostiach podpory poskytovanej rôznymi verejnými inštitúciami. Tieto informácie sú na portáli rozdelené podľa viacerých kritérií relevantných pre záujemcov. Medzi tieto kritériá patrí typ podpory (financie, informácie, konzultačná podpora), geografické zameranie exportérov, ale aj sektorové zameranie záujemca. Nech už záujemca funguje v akomkoľvek odvetví alebo sa zaujíma o akýkoľvek región a typ podpory, na tomto portáli môže vyhľadávať informácie a možnosti podpory jednotlivých subjektov verejnej správy.

¹⁹ Zdroj: SARIO (2020) *Podpora internacionalizácie MSP*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <https://www.sario.sk/sk/np>

Portál vznikol v dôsledku uznesenia vlády Slovenskej republiky č. 107 z marca 2014. Samotný projekt bol riadený agentúrou SARIO. Okrem toho sa ale na tomto projekte podieľalo ďalších jedenásť inštitúcií²⁰. Na portáli sa dá vidieť päť konkrétnych sekcií podľa typu podpory, o ktorú má podnikateľ záujem. Tieto sekcie sú nazvané: Začínáme s exportom; Financovanie exportu; Služby exportérom; Podnikateľské misie; a Veľtrhy a výstavy. Následne v rámci týchto sekcií nájde záujemca zoznam konkrétnych podporných opatrení a riešení najvýznamnejších problémov v procese rozmachu do nových krajín. Portál definuje aj kľúčové motivačné faktory pre rozhodnutie podnikov exportovať. Tie sú najmä: zvyšovanie odbytových trhov a ich potenciálu; produktívne využitie kapacít, možnosti rastu či diverzifikácie výroby a získavanie poznatkov v kľúčových aspektoch podnikania, napríklad marketingu²¹. Najvýznamnejšími bariérami pre podniky sú:

- a) marketingové bariéry – prienik do distribučných sietí na nových trhoch alebo neschopnosť správneho zváženia atraktívnosti zahraničného trhu;
- b) informačné bariéry – nedostatok dôležitých informácií o zahraničných trhoch, problémov pri vypracovaní prieskumu zahraničného trhu a taktiež slabej znalosti cudzích jazykov a kultúrnych rozdielov;
- c) procesné bariéry – hlavne neefektívnosť vo využívaní ľudského kapitálu ako aj finančných či výrobných zdrojov, slabá úroveň kvalifikácie pracovníkov v oblastiach ako marketing alebo zahraničný obchod a vo veľkej miere aj nedostatok kapitálu na financovanie procesu internacionalizácie.

Na základe tohto je pripravený základný rámec podpory, ktorý sa snaží naviesť podnikateľov na vyhodnotenie vlastnej pripravenosti na proces internacionalizácie. Stratégia podpory na národnej úrovni sleduje kľúčové kroky v rámci procesu internacionalizácie. Spleť opatrení na podporu dáva dôraz hlavne na nových a neskúsených exportérov. Týmto skupinám je venovaná sekcia poskytujúca prehľad krokov nevyhnutných pre úspešné naštartovania internacionalizácie v rámci malého a stredného

²⁰ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „O portáli“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/o-portali/>

²¹ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Začínáme s exportom“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/zaciname-s-exportom/?tabs=export-start>

podniku. Časť portálu s názvom Začíname s exportom ponúka pre nových exportérov sekcie Výber trhu a Vstup na trh. Výber trhu definuje ako kľúčové témy pre každého exportéra nasledovne: Základné informácie o teritóriu, Prieskum zahraničného trhu, Exportná stratégiu, Riziká pri vývoze, Klastre, Bilaterálne investičné dohody, Zmluvy o zamedzení dvojitého zdanenia, a Makroekonomické ukazovatele v zahraničnom obchode. Na druhej strane časť s názvom Vstup na trh sa venuje poradenstvu v oblastiach: Marketingový mix, Preprava a logistika, Exportná cena, Metódy platby, Exportné financovanie, záruky, poistenie, riziká; Spoločná obchodná politika EÚ; Databáza EÚ o prístupe na trhy tretích krajín; Databáza reštriktívnych opatrení v oblasti obchodu so službami; a Solvit a jednotné kontaktné miesta.²²

Tieto sekcie ponúkajú čitateľovi komplexné informácie o možnostiach podpory v rámci zvolenej problematiky. Zároveň tento portál dáva možnosť stiahnuť si vybrané informácie v podobe dokumentov a taktiež odkazuje na externé zdroje informácií pre záujemcov. Najväčšiu pozornosť venuje portál častiam prieskumu zahraničného trhu a rizikám pri vývoze. Časť vstup na trh sa najpodrobnejšie venuje častiam exportného financovania, záruk, poistenia a rizík. Okrem toho sa hlbšie venuje aj spoločnej obchodnej politike Európskej únie, ktorá v poslednom období prechádza podpismi nových obchodných dohôd. Tieto informácie majú slúžiť malým a stredným podnikom z hľadiska varovania pred chybami, ktoré pre nich môžu byť osudové v procese spúšťania exportných aktivít. Výsledkom môže byť znižovanie počtu neúspešných podnikov, ktorým spustenie procesu internacionalizácie nevyšlo. V tomto smere ponúka tento portál informačnú, ale aj vzdelávaciu funkciu v rámci podnikateľského prostredia. Táto stránka pôsobí ako katalóg, ktorý triedi informácie o kľúčových krokoch a dôležitých informáciách v procese rozpínania spoločnosti do nových krajín. K tomu pripája portál aj informácie o existujúcich službách, ktoré sú dostupné pre exportérov s dôrazom na malé a stredné firmy. Medzi kľúčové inštitúcie poskytujúce tieto služby patria

²² Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Začíname s exportom“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/zaciname-s-exportom/?tabs=export-start>

Podnikateľské centrum, Vyhľadávanie obchodného partnera v zahraničí, Medzinárodné tendre a verejné obstarávania, Projekty, Účast' na veľtrhoch o výstavách²³.

Portál Export.Slovensko.sk sa zameriava aj na etablovaných exportérov. Tým sú ponúkané aj služby zamerané na zlepšenie vývozu veľkých investičných podnikov, rozvojovú pomoc, podporu inovácií zo štrukturálnych fondov EÚ a databázu existujúcich exportérov. Na zlepšenie týchto oblastí existujú databázy finančnej pomoci a existujúce databázy exportných firiem poskytované Ministerstvom zahraničných vecí. Táto časť portálu poskytuje kľúčové informácie aj o aktivitách Ministerstva hospodárstva, Ministerstva zahraničných vecí, Eximbanky a agentúry SARIO. Tieto agentúry vytvorili aj prieskum popularity proexportných nástrojov u domácich podnikateľov. Verejné inštitúcie plánujú priamo oslovovať konkrétnych exportných aktérov a pripravovať zmeny vo svojom prístupe k podpore exportu priamo podľa potrieb aktívnych exportérov.

V rámci SARIO funguje ako osobitný program podpory exportu malých a stredných podnikov *Exportná akadémia SARIO*. Tá funguje na báze organizovania rozličných regionálne zameraných stretnutí a seminárov. Ich primárnym cieľom je robiť osvetu medzi malými a strednými podnikmi z hľadiska kľúčových aspektov a foriem expanzie do zahraničia. Súčasťou je aj dôraz na lepšiu obchodnú komunikáciu a špecifiká medzinárodného exportu tovarov a služieb s ohľadom na konkrétne cieľové trhy. Podpora pre podniky existuje najmä v podobe poskytovania informácií, odborných školení a zdieľania pozitívnych príkladov z praxe. Samotné vzdelávacie semináre sa orientujú na špecifiká zahraničného obchodu, predstavujú zákutia podnikateľského prostredia v cieľových krajinách a tiež potrebné rozdiely v rámci konkrétnych sektorov, kde firmy chcú pôsobiť. Tento proces pomáha zvyšovať potenciál a šancu na úspech u podnikov, ktoré majú exportné ambície. Táto akadémia sa zameriava na podporu špecificky pre malé a stredné podniky, no poskytuje pomoc aj iným inštitúciám rozvíjajúcim export, zamestnancom verejného sektora alebo aj odbornej a laickej verejnosti²⁴.

²³ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Služby exportérom“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/?tabs=export-services>

²⁴ SARIO (2020) *Exportná akadémia*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <https://www.sario.sk/sk/podpora-msp/exportna-akademia>

Poslednou kategóriou podpory zo strany SARIO je podpora účasti slovenských podnikov na výstavách, veľtrhoch a podnikateľských misiách. Táto podpora je jednou z najvýznamnejších stratégií marketingovej a obchodnej podpory z hľadiska dopadu a efektivity. Tieto výstavy dávajú priestor podnikateľom zacieliť svoju komunikáciu a reklamu na konkrétnu cieľovú skupinu. Zákazník následne príde na akciu priamo za predajcom. V tomto smere je teda oveľa vyššia šanca, že reklama zasiahne ľudí so záujmom o využitie služieb exportéra. Vďaka tomu sú výstavy, podnikateľské misie alebo veľtrhy často vyhľadávanou a relevantnou biznis platformou pre rozvoj podnikateľských príležitostí cez nové aktivity a projekty. Podporu účasti podnikov na veľtrhoch má na starosti Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky.

3.2.2 Eximbanka

Z hľadiska konkrétnej podpory exportu na úrovni jednotlivých inštitúcií je na Slovensku aktívnych niekoľko konkrétnych aktérov. Na celoštátnej úrovni poskytuje podporu exportných aktivít hlavne Eximbanka. Podporu podporuje hlavne prostredníctvom bankových alebo poisťovacích aktivít ponúkaných záujemcom o export. V podobnom duchu ako v iných krajinách aj slovenská Eximbanka vykonáva tieto aktivity v rámci povolenej štátnej podpory exportu v podmienkach Európskej únie. Misiou Eximbanky je rozvoj exportného potenciálu slovenských malých a stredných podnikov cez kombináciu úverových, finančných, poisťovacích a záručných služieb a produktov. Okrem toho medzi paletu poskytovaných služieb patrí podpora objemu vývozu vyššie-kvalifikovanej formy produkcie (s vyššou pridanou hodnotou) najmä smerom do krajín Európskej únie a krajín skupiny OECD. Tieto krajiny sa totiž stávajú lídrami v oblasti digitálnych a inteligentných technológií a Slovensko by sa cez túto podporu mohlo snažiť začleniť sa do dodávateľských reťazcov v týchto odvetviach. Pre malé a stredné podniky je najrelevantnejšia podpora prostredníctvom znižovania rizík spojených s ochranou investovaných prostriedkov a zabezpečením ich návratnosti. V kontexte tohto sa produkty

Export.slovensko.sk (2020) „Služby SARIO“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/sluzby-sario/?tabs=export-services>

Eximbanky dajú rozdeliť na: priame úvery, refinančné úvery na podporu vývozu, bankové záruky a poistenie exportu²⁵.

Priame úvery – sú jedným z najdôležitejších produktov na podporu potenciálnych exportérov. Tie majú v súčasnosti viacero možných foriem. Medzi kľúčové patria napríklad odberateľské úvery, ale aj priame úvery, kam patria úvery na podporu exportu, na investície v zahraničí, na nákup a modernizáciu technológie a súvisiacej infraštruktúry alebo na pohľadávky z vývozu. Prvé menované, teda odberateľské úvery, sa zameriavajú na financovanie dodávok väčšieho objemu exportérov smerom ku zahraničným zákazníkom. Tento úver smeruje priamo na zahraničného odberateľa alebo jeho banku. V tomto smere sa odberateľské úvery dajú rozdeliť na priame alebo nepriame odberateľské úvery. Priame úvery podpory exportu sa udeľujú na obdobie menšie ako dva roky a určené sú najmä na financovanie nákladov zameraných na export vrátane už uhradených dodávateľských faktúr. Tie však nesmú byť staršie ako pol roka od čerpania samotného úveru. V prípade tohto typu úveru je príjmom peňaží samotný²⁶. Ďalším typom priamych úverov sú úvery na investície v zahraničí. Tieto úvery slúžia na zaplatenie dlhodobých finančných potrieb exportéra s ohľadom na investíciu. Ide najmä o dlhodobý úver, teda doba od čerpania po samotnú splatnosť je dlhšia ako 36 mesiacov. Tento úver prijíma slovenský exportér. Využitie tohto priameho úveru na investície do zahraničia smie byť iba z nasledovného zoznamu: prostriedky potrebné na investíciu; získanie dlhodobého majetku; alebo rozšírenie vlastných zásob alebo prevádzkové financovanie zahraničnej pobočky. Doba splatnosti takéhoto úveru je do dvoch rokov. Akákoľvek investícia so spolufinancovaním Eximbanky si vyžaduje naplnenie niekoľkých kritérií:

- 1) ide o novú investíciu, alebo o investíciu, na zisk podielu alebo vlastníctva v existujúcej zahraničnej spoločnosti s cieľom modernizácie jej investičného majetku alebo jej rozšírenia

²⁵ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Financovanie exportu“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/?tabs=export-finance>

²⁶ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Priame úvery“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/produkty-a-sluzby-exportno-importnej-banky-sr/>

Eximbanka SR (2020) “ Vývozný odberateľský úver”, *Eximbanka.sk*, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/bankove-produkty/vyvozny-odberatelsky-uver.html?page_id=10849

alebo o investíciu v podobe dodatočného kapitálu slúžiaceho na expanziu tejto zahraničnej spoločnosti;

- 2) investícia by mala byť dlhodobým záväzkom na obdobie viac ako 3 roky;
- 3) zisk exportéra by mal byť závislý iba na výkonoch zahraničnej spoločnosti a na výnosoch z investície. Úver sa udeľuje do výšky maximálne 90 percent celkovej hodnoty investície.²⁷

Priame úvery na nákup alebo modernizáciu technológie alebo relevantnej infraštruktúry sa používajú na zabezpečenie infraštruktúry používanej v produkcii výrobkov alebo pri poskytovaní služieb použitých na vývoz. Úver je určený pre vývozcu aj dovozcu pokiaľ ide o právnickú osobu so sídlom v Slovenskej republike. Suma úveru sa ponúka maximálne do výšky 85 % nákladov na nákup alebo modernizáciu technológie.

Popri krátkodobých úveroch ponúka Eximbanka tiež priame strednodobé a dlhodobé zmenkové úvery na pohľadávky. Ide o financie na rozvoj exportu vychádzajúceho z vývozných zmlúv medzi exportérom a partnerom v zahraničí. Podpora prebieha cez poskytovanie stredno- a dlho-dobých zmenkových úverov na existujúce pohľadávky vyplývajúce z exportu. Ide o formu eskontu exportérom vystavenej zmenky na rad Eximbanky SR s doložkou bez protestu, kde sa menuje ako zmenkový ručiteľ banka alebo bonitný podnikateľský subjekt. Prostredníctvom týchto eskontných zmeniek sa dajú ponúkať úvery na krytie pohľadávok z vývozu so splatnosťou na viac ako 24 mesiacov. Čo sa týka úrokov sa tieto úvery ponúkajú pri sadzbe tvorenej základnou úrokovou sadzbou Eximbanky SR ku dňu poskytnutia úveru na pohľadávku. Táto úroková miera sa následne navyšuje o rizikovú prirážku do výšky 4,50 % ročne v závislosti od výšky rizika. Alternatívne sa tento úver poskytuje pri sadzbe tvorenej úrokovou sadzbou, za ktorú získala sama Eximbanka potrebné zdroje s prirátaním rizikovej prirážky do výšky 4,50 %

²⁷ Zdroj: [Export.slovensko.sk](http://export.slovensko.sk) (2020) „Priame úvery“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/produkty-a-sluzby-exportno-importnej-banky-sr/>

Eximbanka SR (2020) „Priamy úver na financovanie investície v zahraničí“, *Eximbanka.sk*, na https://www.eximbanka.sk/sk/nase-produkty/bankove-produkty/priame-uvery-na-financovanie-investicie.html?page_id=10847

v závislosti od formy zabezpečenia úveru. Žiadosti o poskytnutie úverov sú k dispozícii priamo na portáli Eximbanky SR.²⁸

Refinančné úvery – sú ďalšou skupinou poskytovaných produktov a služieb zo strany Eximbanky sú refinančné úvery na podporu vývozu. Tento typ úveru sa využíva na refinancovanie konkrétnych potrieb vývozcu. Tieto úvery sa uskutočňujú pomocou komerčných bánk. V praxi ide o formu trojstranného zmluvného úverového vzťahu, ktorý prebieha medzi klientom, komerčnou bankou a Eximbankou SR. Môže tiež ísť alternatívne o dvojstranný vzťah medzi komerčnou bankou a Eximbankou SR v nadväznosti na úverovú zmluvu medzi vývozcom a komerčnou bankou²⁹. V prvom spomínanom prípade ponúka Eximbanka viazané refinančné zdroje priamo komerčnej banke na ponúkanie týchto úverov a financií. Takto dohodnuté zdroje smerujú v podobe úverov len exportérom sídlacim na Slovensku. Tí musia priamo vyrábať výrobky alebo ponúkať služby na export, alebo už vyvážať alebo investovať do zahraničia. Eximbanka Slovenskej republiky ponúka tieto typy úverov s použitím úrokovej sadzby stanovenej pre refinančné typy úverov (EURIBOR) a priráta k nej riziková a obchodnú prirážku Eximbanky a tiež maržu súkromnej banky do výšky najviac 3 % ročne. Nárok uplatnenia úveru sa vytvára po uzatvorení úverovej zmluvy medzi súkromnou bankou, jej klientom a Eximbankou SR, samozrejme pri splnení všetkých relevantných podmienok³⁰. Ďalším typom služieb poskytovaných existujúcim alebo potenciálnym exportérom sú bankové záruky. V princípe sú k dispozícii dva typy bankových záruk poskytované Eximbankou Slovenskej republiky. Na jednej strane sú dostupné platobné bankové záruky. Tie môžu byť poskytované v podobe:

²⁸ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Priame úvery“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/produkty-a-sluzby-exportno-importnej-banky-sr/>

Eximbanka SR (2020) „Úver na pohľadávky z vývozu“, *Eximbanka.sk*, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/bankove-produkty/uver-na-pohladavky-z-vyvozu.html?page_id=10844

²⁹ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Refinančné úvery na podporu vývozu“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/refinancne-uvery-na-podporu-vyvozu/>

³⁰ Zdroj: Eximbanka SR (2020) „Refinančné úvery na podporu vývozu“, *Eximbanka.sk*, na https://www.eximbanka.sk/sk/nase-produkty/bankove-produkty/refinancne-uvery-na-podporu-vyvozu.html?page_id=10843

- a) záruky za platobnú podmienku – prijímateľom tejto záruky je zahraničný alebo domáci odberateľ, alebo komerčná banka ponúkajúca platobnú záruku (ak je poskytnutá protizáruka);
- b) záruky za úver – a to v prípade, ak je záruka vystavená za úver (exportné financovanie alebo konkrétnu technológiu). Vtedy je prijímateľom záruky financujúca banka, leasingová spoločnosť alebo samotný dodávateľ technológie.

Cez poskytovanie týchto platobných záruk ručí Eximbanka Slovenskej republiky za záväzok príkazcu platiť beneficiantovi. Takýto záväzok sa viaže ku špecifickej platobnej podmienke kontraktu resp. podmienke konkrétneho bankového úveru týkajúcej sa splácania jeho istiny a úroku. Príkazcom je podnikateľ alebo podnikateľský subjekt sídliači a podnikajúci na Slovensku vyrábajúci alebo vyvážajúci tovary alebo poskytujúci služby určené na export alebo investície v zahraničí. Príjemcom záruky za konkrétnu platobnú podmienku je zahraničný alebo domáci odberateľ, prípadne banka vystavujúca platobnú záruku (ak prišlo k vystaveniu protizáruky). Pokiaľ ide o vystavenie platobnej záruky za úver (za exportné financovanie alebo na technológiu) prijímateľom záruky sa stáva komerčná banka financujúca projekt, leasingová spoločnosť, alebo priamo poskytovateľ technológie³¹.

Druhým existujúcim druhom bankových záruk Eximbanky Slovenskej republiky sú neplatobné bankové záruky. Cez neplatobné záruky ručí Eximbanka za naplnenie kvalitatívnych ako aj kvantitatívnych podmienok kontraktu voči príjemcovi tejto záruky. Príkazcom je podnikateľ alebo firma sídliaca alebo podnikajúca na Slovensku vyvážajúca tovary, alebo poskytujúca služby na vývoz, alebo investujúca smerom do zahraničia. Príjemcom takejto záruky je zahraničný podnikateľ sídliači a podnikajúci mimo Slovenska, či banka vystavujúca takúto neplatobnú záruku, ak došlo k vystaveniu protizáruky. K dispozícii je až päť typov neplatobných bankových záruk:

³¹ Zdroj: [Export.slovensko.sk](http://export.slovensko.sk) (2020) „Bankové záruky“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/bankove-zaruky/>

Eximbanka SR (2020) „Platobné bankové záruky“, *Eximbanka.sk*, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/bankove-produkty/platobne-bankove-zaruky.html?page_id=10841

- 1) záruka za ponuku: Táto Bid Bond záruka sa vystavuje na základe požiadavky príkazcu, ktorý typicky býva účastník verejnej súťaže ako odškodnenie, ak musí úspešný účastník odstúpiť od ponuky v čase jej viazanosti;
- 2) záruka za dobré prevedenie kontraktu: Táto Performance Bond záruka sa vystavuje na základe požiadavky príkazcu, teda dodávateľa v prospech odberateľa so snahou zaistenia rizík v prípade nenaplnenia existujúcich zmluvných podmienok. Príkladom sú situácie nedodania tovaru v požadovanej kvalite alebo množstve;
- 3) záruka za vrátenie platby vopred: Táto Advance Payment Guarantee záruka je vystavená v dôsledku požiadavky dodávateľa a je v prospech odoberateľa. Hlavným cieľom je zaistenie v situácii nedodania tovarov či služieb príkazcom, ak odoberateľ už stihol preplatiť časť sumy vpred podľa kontrakt;
- 4) záruka za zádržné: Táto Retention Money Guarantee záruka sa vystavuje na požiadanie príkazcu v prospech odberateľa na zaistenie voči situácii, kedy by príkazca nenaplnil svoje povinnosti v čase záručnej doby a nebola mu zadržaná platba z kúpnej ceny;
- 5) záruka za záručnú dobu: Táto Maintenance / Warranty Guarantee záruka sa poskytuje na požiadanie príkazcu (teda dodávateľa) v prospech odoberateľa na zaistenie pre tú situáciu, že dodávateľ nenaplní povinnosti v čase plynutia záručnej doby³².

Poistenie exportu – posledným typom priamej podpory v podobe finančnej podpory exportu od Eximbanky Slovenskej republiky je poistenie exportných aktivít podnikateľov. Táto inštitúcia poskytuje množstvo konkrétnych typov produktov poistenia exportu MSP. Prvým typom produktu je poistenie krátkodobého alebo normálneho dodávateľského úveru slovenského exportéra. Toto poistenie pokrýva kľúčové riziká slovenských exportérov pre tie prípady, v ktorých zahraničný kupca nie je schopný, prípadne ochotný, zaplatiť za dodanie tovaru z akýchkoľvek dôvodov. Tento typ poistenia je

³² Zdroj: [Export.slovensko.sk](http://export.slovensko.sk) (2020) „Bankové záruky“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/bankove-zaruky/>

Eximbanka SR (2020) „Neplatobné bankové záruky“, *Eximbanka.sk*, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/bankove-produkty/neplatobne-bankove-zaruky.html?page_id=10842

zaujímavý pre vývozcov najmä v tých prípadoch, ak do tejto doby nemá vývozca akékoľvek predošlé skúsenosti s novým podnikateľským partnerom v zahraničí. Okrem toho môže ísť o situáciu, v ktorej samotný vývozca vníma existujúci kontrakt ako rizikový kvôli politickej alebo sociálnej situácii, ktorá môže spadnúť do nestability v krajine kupujúceho obchodného partnera. V týchto prípadoch sa podnikateľom môže zísť poistenie krátkodobých vývozných pohľadávok, ak ide do pohľadávky so splatnosťou do 24 mesiacov. V prípade ak nakupujúca strana má záujem v súvislosti s vývozným kontraktom o odklad splatnosti nad dva roky, môže sa zaujímať o poistenie stredno- až dlhodobých dodávateľských pohľadávok. Poistenie krátkodobého dodávateľského úveru vie pokrývať napríklad politické riziká, ale aj komerčné riziká alebo ich akúkoľvek kombináciu. Na druhej strane akákoľvek forma dlhodobého alebo strednodobého veru kryje zároveň komerčné ako aj politické riziká naraz³³.

Podniky so záujmom o vývoz alebo internacionalizáciu svojho podnikania majú možnosť požiadať o iné typy poistenia ponúkané Eximbankou Slovenskej republiky. Jedným z týchto typov poistenia je poistenie odberateľského úveru. Tento úver poskytuje exportérom možnosť poskytnúť zahraničnému kupcovi dlhodobé zdroje financií za podstatne výhodnejších podmienok. To tiež pomôže exportérovi sa dostať ku svojim plátbám skorej, priamo po jeho dodaní zahraničnému kupcovi. Poistenia prijíma v takomto prípade súkromná banka, ktorá poskytla úver. Eximbanka pritom preberie na svoje plecia riziko komerčnej banky financujúcej export pre ten prípad, že by kupujúci zo zahraničia nebol schopný alebo ochotný naplniť záväzky vyplývajúce z kontraktu. Poistenie odberateľského úveru vytvára spoluprácu medzi Eximbankou SR a komerčnými bankami na Slovensku, no okrem toho aj so zahraničnými finančnými inštitúciami, ktoré pôsobia v ostatných členských krajinách Európskej únie. Odberateľské poistenie sa zameriava na krytie komerčných a tiež politických rizík s vplyvom na vývoz financovaný cez takýto typ úveru. Častým je využívanie tohto typu poistenia najmä pri vývoze výrobkov v strojárskom priemysle alebo iných investičných celkov. Celková výška poistenia sa hradí dopredu

³³ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Poistenie exportu“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/poistenie-exportu/>

Eximbanka SR (2020) „Poistenie vývozných dodávateľských úverov (Produkt C)“, *Eximbanka.sk*, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/poistne-produkty/poistenie-vyvoznych-dodavatelських-uverov-produkt-c.html?page_id=122

a na jedenkrát. V prípade, že príde ku poistnej udalosti, obdrží poistné plnenie poistený, teda v tomto prípade komerčná banka³⁴.

Ďalším typom je poistenie výrobného rizika sa zameriava na problémy vyplývajúce z odstúpenia od zmluvy zo strany zahraničného nákupcu. Pomocou tohto poistenia si vie exportér vie odstrániť riziká plynúce zo situácie, kedy v čase výroby sa rozhodne zahraničný partner a teda kupujúci odstúpiť od zmluvy. Ide o hrozbu zrušenia alebo prerušenia zmluvy pred jeho naplnením. K tomuto môže dôjsť z dôvodu politických alebo komerčných rizík v čase plynúcom medzi dňom uzavretia zmluvy o exporte a samotným odoslaním vyrobeného tovaru zahraničnému kupcovi. Preferenciu pre tento typ poistenia ukazujú najmä tí vývozcovia poskytujúci zahraničnému kupujúcemu s špecifickým prispôbením priamo požiadavkám tohto zahraničného trhu. V takomto prípade, ak by došlo k odstúpeniu od zmluvy, by tento tovar bol len veľmi ťažko predateľný na inom trhu. Tento typ poistenia má podmienku, podľa ktorej je potrebné zabezpečiť konkrétny vývozný kontrakt cez platbu vopred, alebo samotnú platbu pri dodaní, alebo cez využitie poistenia exportnej pohľadávky, ako bolo spomenuté vyššie. Nejde teda o samostatne stojaci produkt, ale skôr o doplnok k nadväzujúcemu poisteniu úveru na strane dodávateľa alebo odoberateľa³⁵.

Na základe tohto prehľadu je vidieť, že Eximbanka ponúka záujemcom o export významné množstvo finančných nástrojov na priamu podporu malých a stredných podnikov pri ich pokusoch o expanziu na zahraničné trhy. Popri tom poskytuje ale Eximbanka aj iné typy služieb pre slovenských exportérov. Tieto služby majú podobu informatívnych ako aj poradenských služieb. Viažu sa na faktory, ktoré hrajú pre potenciálnych exportérov významnú úlohu. Medzi tieto aspekty podpory patria: služby podnikateľského centra, prepojenie na zahraničného obchodného partnera, informovanie

³⁴ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Poistenie exportu“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/poistenie-exportu/>

Eximbanka SR (2020) „Poistenie vývozných odberateľských úverov proti komerčným a politickým rizikám (Produkt D)“, *Eximbanka.sk*, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/poistne-produkty/poistenie-vyvozných-odberateľských-úverov-proti-komerčným-a-politickým-rizikám-produkt-d.html?page_id=123

³⁵ Zdroj: Eximbanka SR (2020) „Poistenie výrobného rizika (Produkt E)“, *Eximbanka.sk*, na https://www.eximbanka.sk/sk/nase-produkty/poistne-produkty/e-poistenie-vyrobného-rizika.html?page_id=124

o dostupných medzinárodných tendroch alebo verejných obstarávaní, možnosť účasti na medzinárodných veľtrhoch alebo výstavách a prepojenie na systém štátnych inštitúcií, ktoré podporujú export, či už spomedzi verejného alebo aj mimovládneho sektora³⁶.

3.2.3 Podnikateľské centrum Ministerstva zahraničných vecí

Jednou z verejných inštitúcií podpory je Podnikateľské centrum, ktoré pôsobí pri Ministerstve zahraničných vecí a európskych záležitostí. Toto centrum ponúka záujemcom kľúčové informácie, ktoré sú potrebné na zvýšenie ich šancí pri rozvoji ich podnikateľských aktivít v zahraničí. Špeciálne sa centrum snaží podporovať internacionalizáciu malých a stredných podnikov na zvýšenie ich podielu exportu tovarov a služieb do zahraničia, vytváranie nových partnerstiev a otváranie nových pobočiek v zahraničí. Toto Centrum pôsobí ako súčasť Sekcie hospodárskej spolupráce na Ministerstve. Popri Podnikateľskom centre podporuje Ministerstvo podnikateľov aj krokmi samotných predstaviteľov štátu alebo siete zastupiteľských úradov Slovenska v zahraničí. Služby pre podnikateľov a firmy poskytuje Ministerstvo bezodplatne. Zároveň vie ponuku služieb meniť v závislosti od kvality dialógu s konkrétnou firmou. Medzi základné typy služieb patria: 1) podpora obchodu a poradenský servis; 2) obchodné príležitosti a tendre; 3) informácie o trhu v podobe tlačového servisu. Samotná podpora obchodu je zameraná na základný prehľad o krajine z hľadiska politicko-ekonomického prostredia, podporu prepájania slovenských firiem s partnermi v krajine, prehľad investičných alebo obchodných príležitostí v cieľovej krajine, informácie o blížiacich sa dostupných veľtrhoch alebo výstavách v zahraničí, kde by sa mohli zúčastniť slovenské firmy, alebo pomoc so zapájaním slovenských podnikov do projektov regionálnej spolupráce³⁷.

Aktivity v tejto oblasti podporuje Podnikateľské centrum MZVaEZ prostredníctvom bezplatnej telefonickej linky Podnikateľského centra alebo cez emailovú adresu na zabezpečenie podpory alebo

³⁶ Zdroj: [Export.slovensko.sk](http://export.slovensko.sk) (2020) „Služby exportérom“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/?tabs=export-services>

³⁷ Zdroj: [Export.slovensko.sk](http://export.slovensko.sk) (2020) „Podnikateľské centrum (MZVaEZ SR)“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/podnikatelske-centrum-mzvaez-sr/?tabs=export-services>

konkrétnych informácií verejnosti a podnikateľom so záujmom o export. Popri tom zriadilo Podnikateľské centrum aj pozície referentov pre jednotlivé teritória. Ide o špecialistov ministerstva, ktorých expertíza je tiež dostupná pre podnikateľov. Zriadený bol aj portál „Podnikajme v zahraničí“ na internetovej stránke Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí s konkrétnymi informáciami pre podnikateľov.

Medzi ostatné formy podpory na úrovni Ministerstva patria Manuál verejného obstarávania spomedzi kľúčových medzinárodných hospodárskych alebo finančných organizácií, ako aj na základe jednotlivých cieľových krajín. Manuál tiež ponúka podporu pri registovaní do jednotlivých systémov verejného obstarávania v rámci medzinárodných organizácií. V tomto smere tiež pomáhajú stále misie Slovenskej republiky. Podpora v podobe informácií o trhu spolu s existujúcim tlačovým servisom pokrýva informáciami a analýzou situáciu v 107 krajinách sveta. Informácie sa týkajú obchodu s konkrétnou krajinou a možné stratégie odporúčané potenciálnym exportérom. Podpora sa okrem toho venuje aj pravidelne aktualizovaným informáciám o dostupných medzinárodných výstavách alebo veľtrhoch či iných blížiacich sa podujatiach zastupiteľských úradov v krajine. Do tohto servisu zapadá aj mapovanie zaujímavých podnikateľských príležitostí spolu s možnými investičnými stratégiami. Ministerstvo taktiež pravidelne posiela Ekonomické aktuality zo zahraničia elektronicky obchodným komorám, podnikom alebo zväzom zamestnávateľov. V nich informuje o dostupných príležitostiach, nadchádzajúcich tendroch, veľtrhoch a ďalších novinkách zo sveta medzinárodného obchodu³⁸.

3.3 Kľúčové schémy podpory internacionalizácie MSP na úrovni EÚ

Internationalizácia v podobe expanzie európskych podnikov domovskej krajiny ako aj mimo Únie je podporovaná zo strany európskych inštitúcií. Na úrovni Európskej únie sa pod internacionalizáciou rozumie zapojenie podniku do medzinárodných aktivít. Môže ísť o rôzne formy zapájania podniku do obchodu, investícií alebo inej formy zmluvnej spolupráce s firmami pôsobiacimi za hranicami. Do tejto formy aktivít sa počítajú aj spoločné výskumné a vývojové aktivity súkromných firiem. Ako v prípade

³⁸ Zdroj: Export.slovensko.sk (2020) „Podnikateľské centrum“, *Export.slovensko.sk*, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/podnikatelske-centrum-mzvaez-sr/?tabs=export-services>

podpory na národnej úrovni tak aj podpora na úrovni Európskej únie nemá len finančnú podobu, ale aj podobu informačných zdrojov. Jednotlivé nástroje podávajú záujemcom informácie, ako môžu podniky vyvážať tovar alebo služby do zahraničia, resp. rozvíjať svoju prítomnosť na zahraničných trhoch. Konkrétne informácie sa týkajú napríklad údajov o poplatkoch, daniach alebo tarifikách v konkrétnych členských krajinách Európskej únie ako aj mimo nej. Táto kapitola sumarizuje podporné programy Európskej únie z oboch hľadísk, teda z hľadiska finančnej ako aj informačnej podpory. Ako bolo naznačené vyššie na úrovni Európskej únie je viacero dôvodov pre rozvoj internacionalizácie malých a stredných podnikov. Primárnym cieľom je snaha o naštartovanie dlhodobého udržateľného rastu hospodárstva krajín Európskej únie. Malé a stredné podniky sa považujú za motor európskej ekonomiky. Tento motor sa inštitúciám EÚ zatiaľ naštartovať nedarí. To znamená, že Únia dlhodobo nevie dobehnúť svetových lídrov v oblasti ekonomického rozvoja. V tomto smere je kľúčový najmä rozvoj produktivity, rast zamestnanosti a celková miera inovatívnosti podnikateľského sektora. Podiel výkonu ekonomiky Európskej únie voči svetovému hrubému domácomu produktu sa od roku 2014 do 2019 znížil zo 17 % na 16,05 % s výhľadom na ďalší pokles tohto podielu v budúcnosti. Do roku 2024 má totiž podiel hospodárstva EÚ na celosvetovom HDP klesnúť na 14,65 percent³⁹.

Na druhej strane rozvojové a rozvíjajúce trhy mimo Európskej únie už v roku 2019 predstavovali 59,65 % svetového hrubého domáceho produktu. Na to, aby Európska únia vedela z tohto rozvoja profitovať, potrebuje Európska komisia stimulovať MSP k medzinárodnému obchodu⁴⁰. Zároveň je pre EÚ problémom, že sotva 25 % MSP vyváža do krajín v rámci jednotného trhu Európskej únie a len 13 percent zo všetkých MSP predávajú svoje tovary a služby do krajín mimo EÚ. To celkovo znižuje doterajší priestor na rast a rozvoj firiem, ale zároveň dáva priestor na rozvoj týchto aktivít v prípade, že sa toto číslo bude zvyšovať. Medzinárodný obchod totiž ponúka podnikom vyšší obrat, prispieva k tvorbe vyššieho množstva pracovných miest a prináša väčší tlak na inovácie a rozvoj. MSP môžu byť

³⁹ Zdroj: Plecher, H. (2020) *European Union: share in global gross domestic product based on purchasing-power parity from 2014 to 2024*, Statista, 2. júna 2020, na <https://www.statista.com/statistics/253512/share-of-the-eu-in-the-inflation-adjusted-global-gross-domestic-product/>

⁴⁰ Zdroj: Plecher, H. (2020) *Share of global regions in the gross domestic product (adjusted for purchasing power) in 2019*, Statista, 2. júna 2020, na <https://www.statista.com/statistics/256340/share-of-global-regions-in-the-gross-domestic-product/>

oveľa aktívnejšie v rozvoji medzinárodnej spolupráce, ako potvrdzuje aj fakt, že v roku 2017 zo 700-tisíc spoločností, ktoré vyvážali tovar alebo služby mimo Európskej únie, až 615-tisíc z nich boli malé a stredné podniky⁴¹.

Podpora Európskej únie pre malé a stredné podniky z hľadiska internacionalizácie sa delí podľa smerovania tejto obchodnej aktivity. Existuje podpora určená špecificky pre rozvoj podnikania v rámci Európskej únie, podpora špecificky zameraná na expanziu na trhy mimo Európskej únie, ako aj podpora, ktorá slúži na expanziu v rámci EÚ a tiež mimo nej. Medzi hlavné aspekty podpory internacionalizácie malých a stredných podnikov z krajín Európskej únie patrí niekoľko podnikateľských centier, helpdeskov, databáz alebo webových portálov, ako aj iných typov služieb na úrovni Európskej únie.

Významnú úlohu pre rozvoj internacionalizácie malých a stredných podnikov na úrovni Európskej únie zohrávajú informačné a podporné služby. Tie sa dajú rozdeliť podľa úrovne, na ktorej sa poskytujú a z hľadiska typu poskytovateľa. Podľa úrovne poskytovania sa informačné služby delia na:

- Programy poskytované na úrovni Európskej únie
- Programy podpory poskytované prostredníctvom jednotlivých členských štátov
- Podpora poskytovaná tretími krajinami podľa medzinárodných zmlúv a dohôd

S ohľadom na poskytovateľa sa dajú informačné služby dajú rozdeliť na:

- Služby poskytované verejnými inštitúciami
- Služby poskytované súkromnými organizáciami, ktoré sú financované z verejných zdrojov
- Komerčne poskytované služby

⁴¹ Zdroj: Európska komisia (2020) *Small businesses exporting outside the EU employ over 13 million people*, The Chief Economist note, 15. júna 2020, na <https://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=2154>

Prehľad rozdelenia informačnej podpory, ktorú môžu čerpať malé a stredné podniky vďaka členstvu v Európskej únii predstavuje tabuľka, ktorá dáva príklady informačnej podpory rozdelené podľa poskytovateľa a úrovne podpory⁴²:

Tabuľka 2: Formy poradenskej a informačnej podpory internacionalizácie MSP v EÚ

Poskytovateľ/Úroveň	Európska	Národná	Poskytovateľ z tretej krajiny
Verejná inštitúcia	Aktivity delegatúr Európskej komisie, vrátane ich informačných zdrojov. Sem patrí napríklad program Vaša Európa, či Exportný helpdesk	Aktivity úradov na úrovni členských krajín Európskej únie. Sem patria verejné informačné služby a tiež online portály národných agentúr. Príkladom sú aktivity na podporu exportu zo strany národných poskytovateľov	Služby inštitúcií z mimo Európskej únie zabezpečujúce príchod zahraničných investícií
Poskytovateľ s financiami z verejných zdrojov	Služby vrátane Enterprise Europe Network, alebo China / ASEAN IPR SME Helpdesk	Sem patria napríklad programy podporené z verejných grantov, alebo subvencií na vnútroštátnej úrovni	Napríklad EU - Japan Centre finančne podporené japonskou vládou. Ďalším príkladom sú služby podporené finančne verejnými inštitúciami tretích krajín, ako napríklad AL- Invest
Súkromný poskytovateľ služby	BusinessEurope či Eurochambers aktivity a iné podobné služby	Komerčné konzultačné firmy zamerané na rozvoj kapacít expanzie	Súkromné konzultačné spoločnosti z krajín

⁴² Zdroj: EuroPolicy (2013) *Európske nástroje na podporu podnikania v nečlenských krajinách EÚ*; EUROPOLICY O.Z. , august 2013

		súkromných podnikov. Okrem toho sem patria aj komerčne poskytované služby verejných inštitúcií	mimo EÚ, poskytujúce služby aj MSP z EÚ
--	--	--	---

Zdroj: EuroPolicy. 2013. Európske nástroje na podporu podnikania v nečlenských krajinách EÚ

3.3.1 Podpora internacionalizácie MSP v rámci spoločného trhu Európskej únie

Prvou skupinou podporných opatrení sú služby, ktoré rozširujú informácie pre malé a stredné podniky so záujmom o export do iných členských krajín Európskej únie. Sem patrí špecificky tri projekty, v rámci ktorých sa záujemca dozvie viac informácií o konkrétnych oblastiach, kde potrebuje poradiť. V skratke sú v tejto sekcii predstavené nasledovné portály:

- Podnikateľský portál Vaša Európa
- Európsky IPR helpdesk (Helpdesk o európskych právach duševného vlastníctva)
- Erasmus pre mladých podnikateľov

Podnikateľský portál Vaša Európa – je web spravovaný Európskou komisiou. Cieľom tohto priestoru je poskytovať záujemcom o export alebo bežným obyvateľom riešenia konkrétnych náročných situácií. Konkrétne sa tieto problémy môžu týkať napríklad zmeny pobytu, cestou za štúdiom, prácou alebo podnikania v inej členskej krajine. Portál má pomôcť ľuďom znížiť negatívne dopady administratívy a byrokratických problémov, ktorým budú čeliť. Za týmto cieľom ponúka portál Vaša Európa jednotlivcom alebo firmám informácie o ich základných právach a o tom, ako postupovať na efektívne na uplatnenie a vymáhanie týchto práv v inej členskej krajine Európskej únie. Tento portál zároveň ponúka záujemcovi e-mailové alebo telefonické prepojenie na asistenčné služby Európskej únie. Na týchto kontaktoch sa im poskytnú potrebné informácie a nevyhnutná pomoc. Špecificky sa jedna časť portálu venuje aj podnikateľom z Európy. Táto časť ponúka odkazy na ďalšie kľúčové portály inštitúcií Európskej únie, kde sa podnikateľom dostanú potrebné informácie o medzinárodnom obchode

s krajinami Európskej únie aj mimo EÚ, cle a colnej politike Európskej únie, politike a právach duševného vlastníctva a konkrétnych programoch Európskej únie, ktoré posilňujú účasť európskych podnikov v iných častiach sveta.⁴³

Európsky IPR helpdesk – Helpdesk o európskych právach duševného vlastníctva je financovaný Európskou komisiou a spravovaný Výkonnou agentúrou pre malé a stredné podniky. Tento Helpdesk poskytuje bezplatnú pomoc a poradenstvo v oblastiach informácií o pravidlách práv duševného vlastníctva naprieč krajinami Európskej únie. Toto poradenstvo a všetky služby Helpdesku spravuje konzorcium štyroch partnerov, medzi ktorých patria dve univerzity (Universidad de Alicante a Universidad de Navarra), konzultačná spoločnosť Eurice GmbH, a spoločnosť TUM-Tech GmbH. Samotné služby sú zamerané najmä na výskumníkov a malé a stredné podniky zapojené do projektov spolupráce v oblasti výskumu. Zároveň je to portál nápomocný pre malé a stredné podniky, ktoré sa chcú zapájať do transferu technológií⁴⁴. V tejto oblasti pôsobí aj ďalší portál s názvom Innovaccess, ktorý prepája národné organizácie zodpovedné za oblasť duševného vlastníctva. Cieľom a účelom tohto portálu je napĺňať potreby malých a stredných podnikov a zároveň pokračovať v zlepšovaní a zintenzívňovaní spolupráce s organizáciami na podporu podnikania v oblasti duševného vlastníctva. Toto malo byť dosiahnuté výmenou osvedčených postupov medzi národnými úradmi v oblasti duševného vlastníctva a zlepšením podporných služieb a nástrojov vhodných pre malé a stredné podniky⁴⁵.

Erasmus pre mladých podnikateľov – Tento cezhraničný výmenný program dáva začínajúcim podnikateľom príležitosť učiť sa od skúsených podnikateľov podnikajúcich v malom alebo strednom podniku v inej európskej krajine. Skúsenejší podnikateľ získava novú sviežu perspektívu na svoje podnikanie a zároveň má možnosť spolupráce s novými zahraničnými partnermi. Týmto získava možnosť spoznať nové trhy, o ktorých nemal doteraz informácie. Začínajúcim alebo budúcim

⁴³ Zdroj: Your Europe (2020) *About this site*, Your Europe, European Union, 27. mája 2020, na https://europa.eu/youreurope/business/about/index_en.htm

⁴⁴ Zdroj: European IP Helpdesk (2020) *About us*, European IP Helpdesk, na <https://www.iprhelpdesk.eu/about-us>

⁴⁵ Zdroj: Innovaccess (2020) *About us*, Innovaccess – Intellectual Property Portal, na <https://innovaccess.eu/about-us/>

podnikateľom poskytuje možnosť získať zručnosti nevyhnutné na úspešné spustenie podnikateľského projektu v rámci Európskej únie. Majú možnosť konfrontovať svoj podnikateľský nápad so skúsenejším podnikateľom, s ktorým spolupracujú po obdobie od jedného až po šesť mesiacov. Dlhodobým ziskom je budovanie rozsiahlejších sietí potenciálnych podnikateľských partnerov. Vzniknúť z toho môžu dlhodobé obchodné partnerstvá, spoločné podniky alebo dovozno-vývozný vzťah. Program „Erasmus pre mladých podnikateľov“ je financovaný Európskou komisiou a funguje prostredníctvom kontaktných miest zabezpečujúcich podporu podnikania. Sem patria napríklad Obchodné komory, podnikateľské centrá alebo inkubátory⁴⁶.

3.3.2 Podpora internacionalizácie MSP v rámci spoločného trhu EÚ aj mimo neho

Druhou skupinou podporných opatrení sú informačné a poradenské služby, ktoré môžu využiť malé a stredné podniky so záujmom podnikáť v iných krajinách Európskej únie, alebo aj mimo nej. V tejto časti kapitoly sú predstavené dve konkrétne iniciatívy v tejto oblasti:

- Enterprise Europe Network
- EUREKA: Eurostars Programme

Enterprise Europe Network (EEN) – ako iniciatíva Európskej komisie vznikla ešte vo februári 2008. Má za sebou teda dlhšiu skúsenosť v oblasti podpory internacionalizácie MSP. Mottom tejto siete je: Pomáhať spoločnostiam inovovať a rásť do iných krajín. Tieto ciele napĺňa EEN prostredníctvom troch primárnych oblastí podpory. Tými sú medzinárodné partnerstvá, poradenstvo v oblasti medzinárodného rastu a podpora podnikateľských inovácií. EEN vychádza z už predchádzajúcich skúseností už existujúcich iniciatív. Sama tak integruje Euro-informačné centrá (EIC), centrá na prenos inovácií (IRC) a služby podpory MSP⁴⁷. Samotným cieľom siete je poskytovať pomoc najmä smerom k malým a stredným podnikom. Pomoc má slúžiť na zlepšovanie ich inovatívneho potenciálu cez rady

⁴⁶ Zdroj: Erasmus for Young Entrepreneurs (2020) *The programme and its benefits*, Erasmus for Young Entrepreneurs, na <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?cid=20>

⁴⁷ Zdroj: Enterprise Europe Network (2020) „Databáza ponúk na partnerstvo (POD)“, *Enterprise Europe Network Slovensko*, na http://www.enterprise-europe-network.sk/?services_13/1008

v oblasti podnikania. Zároveň táto sieť poskytne záujemcom priestor na zvyšovanie ich know-how v oblasti podporných politík Európskej komisie. Táto sieť momentálne poskytuje približne 500 kontaktných miest, ktoré ponúkajú poradenstvo v oblasti rozvoja podnikateľských aktivít. Medzi členov tejto siete patria napríklad organizácie na podporu inovácií, univerzity a výskumné centrá, združenia obchodu a priemyslu alebo regionálne rozvojové organizácie⁴⁸.

EUREKA – je medzinárodná sieť založená v roku 1985 ako dohoda medzi 18 krajinami na podporu európskej integrácie a na podporu spolupráce v oblasti výskumu a vývoja. Odvtedy sa táto sieť rozšírila o viac ako 45 krajín v Európe aj mimo nej. Spája krajiny, ktoré majú záujem rozvíjať dostupné národné financovanie venované organizáciám podporujúcim aplikáciu vedy a výskumu v komerčnej praxi. V praxi sa zameranie Eureka zameriava na poskytovanie štyroch typov služieb pre podniky so záujmom o rozvoj podnikania v zahraničí. Patrí sem poskytovanie prístupu k verejnému financovaniu, podpora medzinárodnej spolupráce, podpora expanzie na nové trhy, a poskytovanie špecifického poradenstva⁴⁹. EUREKA poskytuje aj program Eurostars, ktorý je najväčším medzinárodným programom financovania pre malé a stredné podniky, ktoré chcú spolupracovať na výskumných projektoch. Výsledkom týchto projektov sú inovatívne produkty, procesy alebo služby pripravené na komerčné využitie. Záujemcovia si môžu vybrať projektových partnerov spomedzi MSP, univerzít a výskumných centier z ktorejkoľvek z 36 krajín tohto programu⁵⁰.

3.3.3 Podpora internacionalizácie MSP mimo spoločného trhu EÚ

V rámci programov podpory internacionalizácie smerom do krajín mimo Európskej únie existuje viacero podporných programov zameraných na jednotlivé krajiny, s ktorými EÚ rozvíja hospodárske vzťahy. Z hľadiska všeobecných rámcov podpory sú v tejto kapitole predstavené dve konkrétne iniciatívy zamerané na systematickú podporu a rozvoj expanzie firiem na trhy mimo EÚ. Sem patria:

⁴⁸ Zdroj: Enterprise Europe Network (2020) *About Enterprise Europe Network*, European Commission, na <https://een.ec.europa.eu/about/about>

⁴⁹ Zdroj: Eureka (2020) *Why Eureka*, Eureka, na <https://www.eurekanetwork.org/why-eureka/>

⁵⁰ Zdroj: Eureka (2020) *Eurostars*, Eureka, na <https://www.eurekanetwork.org/countries/spain/eurostars/>

- Podnikateľské centrá EÚ
- Databáza prístupu na trh

Podnikateľské centrá Európskej únie – sú inštitúciami založenými na podporu expanzie malých a stredných podnikov do krajín, kde ich EÚ vytvorí. Ide o podporné centrum poskytujúce komplexnú štruktúru podpory a informácií o konkrétnom zahraničnom trhu, prehľad potenciálnych partnerov a informácie o právnom/regulačnom systéme pre podnikateľov. EÚ doposiaľ takýmito centrami pokrýva tri rastové trhy mimo EÚ: Indiu, Čínu a región juhovýchodnej Ázie cez Thajsko. Na tieto účely vznikli Európske obchodné a technologické centrum v Indii, Európske centrum pre malé a stredné podniky v Číne a Európske obchodné centrum ASEAN v Thajsku. Tieto centrá radi európskym malým a stredným podnikom, ako investovať a využiť obchodné príležitosti v príslušných krajinách⁵¹.

Európska komisia zriaďuje aj ďalšie štruktúry pod názvom SEBSEAM (v preklade *Podpora európskeho podnikania na trhoch juhovýchodnej Ázie*). Tieto centrá vznikajú v Malajzii, Vietname, Indonézii, Mjanmarsku, Kambodži, Laose a na Filipínach. Centrá vznikli na základe už existujúcich podporných štruktúr. Celkovým cieľom týchto štruktúr SEBSEAM je zvýšiť obchodné a investičné toky medzi EÚ a jednotlivými krajinami, ako aj širším regiónom ASEAN.

Databáza prístupu na trh (MADB) – poskytuje informácie malým a stredným podnikom so záujmom o expanziu na trhy mimo EÚ. Samotná stránka ponúka niekoľko užitočných zdrojov a nástrojov medzi ktoré patria:

- Colné podmienky v závislosti od cieľovej krajiny
- Vyžadovaná dokumentácia pri dovoze a vývoze
- Štatistiky vrátane obchodných tokov medzi krajinami EÚ a konkrétnym partnerom
- Možné obchodné bariéry podľa krajín

⁵¹ Zdroj: Diplomatic Council (2015) *European Economic Diplomacy Policy*, Diplomatic Council, na <https://www.diplomatic-council.org/node/472>

- Pravidlá pôvodu⁵²

3.3.4 Európske programy finančnej podpory internacionalizácie MSP

Záujmom Na pôde Európskej únie existujú najmä dve programy, ktoré súvisia s internacionalizáciou Malých a stredných podnikov. Prvým programom je Európsky program pre konkurencieschopnosť malých a stredných podnikov COSME⁵³ na obdobie 2014 – 2020, druhým je Horizont 2020. Program COSME a Horizont 2020 sa zameriavajú na podporu internacionalizácie z hľadiska najväznejších výziev, ktorým čelia malé a stredné podniky pri ich prieniku na zahraničné trhy: prístup ku kapitálu na financovanie podnikateľských aktivít, prístup na nové zahraničné trhy a znižovanie administratívnej záťaže spojenej s rozvojom podnikateľských aktivít. Poskytované služby sa teda zameriavajú najmä na prekonanie informačných bariér vedúcich k relevantnej európskej legislatíve a podporným európskym programom, podporu pri hľadaní partnerov v nových členských krajinách EÚ, poradenstvo vo finančných službách, podporu technologického transferu a inovácie a združovanie relevantných aktérov v oblasti aktivít malých a stredných podnikov. Zároveň sa oba tieto programy snažia o podporu inovačných prístupov zameraných na zvyšovanie konkurencieschopnosti oproti globálnemu trhu, ktorý získava pred európskymi firmami náskok. Dôležitou súčasťou programov Horizon 2020 a COSME je aj podpora vedy a výskumu, ktoré by sa do budúcnosti mali stať ťažnou silou ekonomického rastu. Prepojením výskumu a inovácií sa tieto programy zameriavajú aj na riešenie spoločenských problémov, ktoré Európu začali sužovať. Tieto dva programy schválil Európsky parlament v júni 2013. Pričom oba projekty nahradili starší rámcový program pre konkurencieschopnosť a inovácie (CIP) (2007-2013). Nové programy sú zamerané na všetky druhy malých a stredných podnikov, pričom COSME sa má zameriavať všeobecne na ich rast a Horizont 2020 konkrétnejšie na start-upy.

⁵² Zdroj: Európska komisia (2020) „Exporting from the EU – what you need to know“, *European Commission, Trade*, na <http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>

⁵³ Euractiv (2014) „COSME: Prvý program EÚ pre malé a stredné podniky“, *Euractiv.sk*, 7. november 2014, na http://www.euractiv.sk/ekonomika-a-euro/zoznam_liniek/cosme-prvy-program-eu-pre-male-a-stredne-podniky-000321

COSME (2014-2020) – Celkovo sa prostredníctvom tohto programu poskytnú 2,3 miliardy eur v priebehu 7 rokov od roku 2014 do roku 2020. V priebehu týchto rokov bude možné mobilizovať celkovo 25 miliárd eur pomocou pákového efektu prostredníctvom finančných sprostredkovateľov. Vďaka tomuto efektu môže každé 1 euro záruky priniesť na financovanie z ďalších zdrojov sumu do výšky až 30 eur.

Samotný program COSME je pritom postavený na 4 základných cieľoch (v % podiel z 2,3 miliardy eur):

- Zlepšenie prístupu MSP k financovaniu (60%; 1,436 mld. eur)
- Zlepšenie prístupu na trhy (21,5%; 535,6 mil. eur)
- Podpora podnikania (11%; 384,4 mil. eur)
- Zlepšenie rámcových podmienok pre konkurencieschopnosť podnikov (2,5%; 86,8 mil. eur)

Očakáva sa, že úvery kryté zárukami dostane až 330 000 malých a stredných podnikov, pričom na základe predchádzajúcich skúseností sa predpokladá podiel 90% podnikov, ktoré majú do 10 zamestnancov. Priemerný zaručený úver by mal byť vo výške približne 65 000 €. A celková výška poskytnutých úverov by mala byť okolo 21 miliárd eur. Zvyšné 4 miliardy eur by mali ísť formou kapitálového nástroja, ktorý by sa mal venovať investíciám do rizikového kapitálu. Žiadateľmi o podporu z tohto programu môžu byť všeobecne podniky, avšak primárne by to mali byť malé a stredné podniky a ich podnikateľské organizácie. Rovnako môžu požiadať o pomoc aj budúci podnikatelia, ktorí majú problém so začatím podnikania. Prijemcami podpory môžu byť tiež úrady a orgány členských štátov, ktoré sa snažia implementovať reformy. Celkovo sa programu môžu zúčastniť všetky členské štáty EÚ a Európskeho združenia voľného obchodu (EZVO), ktoré sú členmi Európskeho hospodárskeho priestoru (EHP), čo znamená krajiny pridružené na základe dohody.

Horizont 2020⁵⁴ – je názov pre nový program EÚ cez ktorý sa majú financovať primárne inovácie a výskum. Horizont 2020 má byť v sedemročnom období hlavným nástrojom pre realizáciu inovácií.

⁵⁴ Európska komisia (2014) *HORIZON 2020: Stručný opis programu - Rámcový program EÚ pre výskum a inovácie*, Generálne riaditeľstvo pre vedu a výskum, Európska komisia, na https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/H2020_SK_KI0213413SKN.pdf

Horizont 2020 spája všetky existujúce zdroje financovania EÚ v oblasti výskumu a inovácií (vrátane rámcového programu pre výskum), činnosti súvisiace s inováciou v rámci programu pre konkurencieschopnosť a aktivít Európskeho inovačného a technologického inštitútu. Vyčlenený rozpočet je skoro 80 miliárd eur. Rozpočet je rozdelený na jednotlivé oblasti, pričom v lepšom prehľade nám pomôže tabuľka.

Tabuľka 3: Oblasti podpory v rámci programu Horizont 2020

Oblasť podpory	Rozpočet (v miliardách eur)	Popis oblasti
Výskum na hraniciach financovaný Európskou radou pre výskum (ERC)	13,095	Zvýšenie investícií v oblasti tzv. hraničného výskumu.
Opatrenia v rámci programu Marie Skłodowska-Curie	6,162	Podpora je určená mladým a skúseným výskumníkom, aby prostredníctvom odbornej prípravy alebo dočasnej pozície v inej krajine alebo v súkromnom sektore rozšírili svoje kariérne možnosti a vedomosti.
Nové a vznikajúce technológie	2,696	Financovanie na zlepšenie prostredia v oblasti nových technológií.
Infraštruktúra svetovej triedy	2,488	Finančná podpora určená primárne na vybavenie v súvislosti s výskumom.
Vedúce postavenie v oblasti podporných a priemyselných technológií	13,557	Podpora v oblasti informačných a komunikačných technológií a vesmíru.
Prístup k rizikovým financiam	2,842	Podpora projektov, ktoré majú ťažký prístup k financovaniu kvôli ich vysokorizikovému charakteru.
Zdravie a kvalita života	7,472	Finančná podpora v oblasti výskumu, ktorý súvisí so zdravím.

Potravinová bezpečnosť a udržateľné využívanie biologických zdrojov	3,851	Podpora v oblasti potravinovej bezpečnosti a biologických inovácií.
Udržateľná energia	5,931	Podpora v súvislosti s obnoviteľnými zdrojmi energie.
Ekologická a integrovaná mobilita	6,339	Podpora výskumu v oblasti dopravy, ktorá bude dlhodobou udržateľná.
Opatrenia v oblasti klímy, životné prostredie, efektívne využívanie zdrojov a suroviny	3,081	Podpora určená na výskum v oblasti ekologického hospodárstva.
Európa v meniacom sa svete – inkluzívne, inovačné a reflexívne spoločnosti	1,309	Financovaním sa podporujú nové formy inovácií, ako napríklad otvorené inovácie, inovácie obchodných modelov, inovácie vo verejnom sektore a sociálne inovácie v záujme splnenia sociálnych potrieb. Rovnako sa financuje vývoj riadiacich štruktúr, ktoré by mohli prekonať pretrvávajúcu hospodársku nestabilitu.
Bezpečné spoločnosti – ochrana slobody a bezpečnosti Európy a jej občanov	1,695	Podpora technológií, ktoré pomáhajú udržiavať bezpečnosť a práva v spoločnosti.
Šírenie excelentnosti a zvyšovanie účasti	0,816	Podpora spájania sa jednotlivých komunit výskumníkov.
Veda so spoločnosťou a pre spoločnosť	0,462	Podpora spájania a interakcie medzi výskumníkmi a laickou verejnosťou.
Jadrový výskum pre všetkých občanov	1,603	Podpora výskumu v oblasti jadrovej energie (medicínsky výskum, ochrana pred ožiareními a pod.)
Európsky inovačný a technologický inštitút (EIT)	2,711	Spája vysokoškolské vzdelávanie a výskum prostredníctvom

		znalostných a inovačných spoločností (ZIS)
Spolu	76,11	

Zdroj: Európska komisia (2014) HORIZON 2020: Stručný opis programu - Rámcový program EÚ pre výskum a inovácie

Samotné financovanie EÚ kryje až 100% všetkých oprávnených nákladov pre všetky výskumné a inovačné opatrenia. V prípade inovačných opatrení sa financovanie vzťahuje všeobecne na 70% oprávnených nákladov, avšak neziskových organizáciách sa však môže zvýšiť na 100%. Nepriame oprávnené náklady (napr. administratívne, komunikačné, kancelárske vybavenie) sa preplácajú v paušálnej výške 25% priamych oprávnených nákladov (nákladov priamo súvisiacich s vykonávaním opatrenia). Pri ochrane duševných práv platí, že výsledky výskumu musia byť verejne prístupné, keďže samotná podpora pochádza z peňazí daňových poplatníkov a teda by mala byť prístupná pre verejnosť. Avšak aj v tejto oblasti je za mimoriadnych okolností dostupná výnimka. Program v konečnom dôsledku nie je úplne určený na podporu internacionalizácie MSP, môže však pomôcť rozvíjať medzinárodnú spoluprácu firiem v špecifickej oblasti, napríklad v spolupráci vo výskumných a rozvojových aktivitách. Rovnako časť programu podporuje mimoriadne inovačné MSP, kde pomáha formou grantov alebo nepriamou formou zjednodušeného prístupu k dlhovým finančným nástrojom.

4. NAJLEPŠIE PRÍKLADY PODPORY INTERNACIONALIZÁCIE MSP V EÚ A VO SVETE

Táto kapitola prináša prehľad inšpiratívnych príkladov podpory cezhraničného podnikania malých a stredných podnikov zo strany verejného sektora. Jedná sa o príklady veľmi rôznorodých podporných prístupov zo 16 krajín, ktoré využili celú škálu finančných aj nefinančných nástrojov adresujúc všeobecné aj špecifické prekážky, ktorým MSP pri snahe o internacionalizáciu čelia.

4.1 Nórsko

Programy odbornej prípravy⁵⁵ – realizuje nórska štátna agentúra Innovation Norway, ktorá je zameraná na podporu podnikania. Jednou z jej kľúčových aktivít je aj podpora internacionalizácie domácich MSP, ktorá zahŕňa 12 až 14 mesiacov trvajúce programy odbornej prípravy pre lokálnych malých a stredných podnikateľov v nórskejších regiónoch. Cieľom je zvýšiť ich konkurenčnú schopnosť prostredníctvom podpory podnikateľských aktivít orientovaných na internacionalizáciu podnikania. Program Innovation Norway je koncipovaný obzvlášť pre MSP, ktoré majú rastový potenciál aj ekonomické kapacity pre takýto typ rozvoja svojho podnikania. Pilotná verzia bola spustená už v roku 1999 pod taktovkou regiónov Sør-Trøndelag a Nord-Trøndelag, ktorých zámerom bolo vybudovať robustnejšiu a lepšie koordinovanú podpornú schému pre miestne podniky, ktoré by mali záujem o cezhraničné obchodovanie. Na základe získaných skúseností a uskutočnených štúdií bol v roku 2001 program následne rozšírený a spustený s podporou Innovation Norway. Nové rozvojové programy boli založené predovšetkým na úzkej spolupráci medzi Innovation Norway, samosprávami, vzdelávacími inštitúciami, súkromnými konzultantmi, regionálnou obchodnou komorou a exportnými organizáciami. Podpora internacionalizácie sa vďaka tomu stala robustnejšou a lepšie cielenou. Už v nasledujúcich dvoch rokoch sa rôznych ponúkaných foriem programu zúčastnilo takmer 500 lokálnych MSP, pričom sa im vďaka tomu podarilo zvýšiť svoje vývozné tržby v priemere o 7 percent. Experti

⁵⁵ Zdroj: Innovation Norway. Export and international markets. Dostupné na:

<https://www.innovasjon Norge.no/en/start-page/our-services/export-and-internationalization/>

Innovation Norway a partnerských inštitúcií pokračovali v upravovaní a rozširovaní programu tak, aby čo najlepšie odrážal potreby MSP. Od roku 2005 potom tréningové programy pokrývali päťicu sektorových sietí: informačno-komunikačné technológie, energetiku, ropu a plyn, životné prostredie a zdravie. MSP zapojené do tréningových programov môžu získať nefinančnú podporu v podobe komplexného poradenstva, no taktiež aj finančnú podporu v podobe grantov na konkrétne podnikateľské projekty. Rozvojový program je rozdelený do štyroch fáz⁵⁶. Prvou je identifikácia a hodnotenie potrieb žiadateľov o podporu. To znamená preskúmanie, či sú tieto podniky ochotné, schopné a pripravené pre vstup na zahraničný trh a môžu mať z tohto podporného programu úžitok. Druhou fázou je analýza kapacít podniku v oblasti inovácií a technologického rozvoja, ktorá predstavujú základný predpoklad pre úspešnú realizáciu podnikateľských zámerov, ktoré majú byť podporené. Treťou fázou je plánovanie, ktoré zahŕňa pomoc zapojenému podniku pri vypracovaní podnikateľského plánu pre vstup na zahraničný trh. Napokon štvrtou fázou je samotná implementácia podnikateľského plánu. Zahŕňa pomoc zapojeným podnikom pri realizácii ich projektov prostredníctvom nástrojov podpory šitých na mieru.

Zmluvy o priemyselnom výskume a vývoji⁵⁷ – predstavujú ďalšiu formu podpory internacionalizácie pod taktovkou Innovation Norway. Tento program je určený pre nórske MSP, ktoré majú zahraničných obchodných partnerov. Zameraný je primárne na podporu rozvoja domáceho výskumu a vývoja, no nakoľko vďaka medzinárodnej spolupráci v tejto oblasti dokážu podniky vytvárať vyššiu pridanú hodnotu, zásadným prvkom programu je zároveň aj podpora internacionalizácie. Cieľom programu je rozvíjať kapacity nórskeho výskumu a vývoja pre výskum a vývoj inovatívnych produktov, služieb či postupov, ktoré majú potenciál generovať pre ich podnikanie vysokú pridanú hodnotu. Kľúčovým aspektom tejto podpory je posilňovanie inovačnej spolupráce medzi podnikmi a ich zákazníkmi na základe uzatvárania zmlúv o priemyselnom výskume a vývoji. Podmienkou poskytnutia podpory takémuto partnerstvu je,

⁵⁶ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 27

⁵⁷ Zdroj: Innovation Norway. Innovation and development. Dostupné na:

<https://www.innovasjon Norge.no/en/start-page/our-services/innovation-and-development/>

aby bola zákazníkom nórskeho MSP renomovaná zahraničná spoločnosť, ktorá patrí medzi trhových lídrov vo svojom odvetví. Konkrétny obsah spolupráce je ponechaný na partnerské spoločnosti, no ich spoločný projekt musí ponúkať vysokú mieru inovatívnosti, pridanej hodnoty a škálovateľnosti. Ak projekt spĺňa definované podmienky, Innovation Norway môže poskytnúť podporu do výšky 35 percent vykázaných nákladov. Počas prvých desiatich rokov fungovania tejto schémy (v rokoch 1995 až 2005) bolo finančne podporených 1200 projektov, z ktorých 44 percent dosiahlo významný komerčný úspech a len 12 percent projektov skončilo neúspechom. Celkovo bol projekt hodnotený ako vysoko úspešný, nakoľko sa vďaka nemu podarilo významne navýšiť objem nórskeho exportu⁵⁸.

4.2 Švédsko

Rozvojová agentúra Almi⁵⁹ – spustila inšpiratívny program pod názvom „Presuň sa, alebo ostaň a zlepši sa“ (Move or stay and improve)⁶⁰, ktorý poskytol malým a stredným podnikom nástroj na efektívnu kalkuláciu, či by boli ziskové v prípade expanzie na zahraničné trhy. Cieľom programu bolo poskytnúť malým a stredným podnikom podrobné informácie o väčšom počte premenných – ktoré expanzia na zahraničné trhy zahŕňa – než len mzdové náklady v iných krajinách. Švédskym MSP to malo dopomôcť k informovanejšiemu rozhodovaniu pri cezhraničnom obchode. Program pozostáva z informatívnej elektronickej aplikácie a príslušných poradenských služieb, na ktoré ALMI špeciálne vyškolila 35 konzultantov. Elektronická aplikácia vychádza pri kalkuláciách z výsledkov súvah konkrétnych MSP, ktoré sa ju rozhodli využiť, pričom sa v nej vyplňajú aj údaje o 18 rôznych faktoroch pre porovnanie situácie v desiatich rôznych krajinách. Výsledný výpočet potom ukazuje, ako sa zmenia príjmy podniku, ak sa rozhodne presunúť výrobu do inej krajiny. Aplikácia je ďalej vyvíjaná, aby dokázala simulovať rôzne aktivity s cieľom zvyšovania efektívnosti, ak sa spoločnosť rozhodne zostať doma a tiež na zistenie, aký efekt by tieto činnosti mali priniesť do výnosov spoločnosti. Údaje v nástroji sú

⁵⁸ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 30

⁵⁹ Zdroj: Almi. We Invest in Future Growth. Dostupné na: <https://www.almi.se/en/in-english/>

⁶⁰ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 31

aktualizované každý rok. Tento program je určený primárne pre MSP, ktoré uvažujú o presune svojej výroby mimo Švédska a taktiež tie, ktoré si chcú overiť svoju medzinárodnú konkurencieschopnosť. Tento nástroj v konečnom dôsledku umožňuje podnikom zamerať sa radšej na zvýšenie produktivity namiesto presunu výroby. Často ide pre daný podnik o vhodnejšie riešenie ako posilniť svoje trhové postavenie a zvýšiť zisky. Posilňuje sa tým zároveň európsky rozmer podnikania, pretože spoločnosti sú skrz podrobné kalkulácie nabádané, aby namiesto presunu výroby do Ázie radšej zvážili spoluprácu s ďalšími európskymi podnikmi. Celkovo 104 švédskych MSP s pomocou nástroja zhodnotilo, či by presunutím svojej výroby skôr získali, alebo stratili. Z nich sa 52 rozhodlo radšej zefektívniť svoju výrobu a 12 sa rozhodlo presunúť celú svoju výrobu, alebo jej časť, do zahraničia. Štyridsať spoločností použilo tento nástroj aj pre iné účely – pre analýzu svojej konkurencie, ziskovosti alebo ako podklad pre interné strategické diskusie. Celkom sa uskutočnilo 128 podujatí, ktoré mali za cieľ zvyšovať verejné povedomie o tomto podpornom nástroji.

Swedpartnership⁶¹ – je program na podporu internacionalizácie švédskych MSP, ktorý bol spustený v roku 2010. Realizuje ho Swefund, švédska štátna spoločnosť rizikového kapitálu, ktorá sa špecializuje na investičné projekty v rozvíjajúcich sa krajinách. Samotný program Swedpartnership je určený na podporu domácich MSP, ktorých zámerom je podnikáť na rozvíjajúcich sa trhoch Bieloruska, Ukrajiny, Moldavska, Arménska, Azerbajdžanu, Indie, alebo Číny. Swefund poskytuje finančnú podporu vo forme úverov, ktoré je však možné odpísať po dokončení a schválení predkladaného projektu. Objem podpory pre jednotlivý projekt môže dosiahnuť až 75-tisíc eur, pričom úver môže pokrývať najviac 40 percent projektovaných nákladov. Rozpočet programu dosiahol 3 milióny eur. Zapojilo sa doň 169 švédskych MSP, z ktorých sa následne 109 zúčastnilo aj do hodnotiaceho prieskumu spokojnosti. Až 95 percent respondentov uviedlo, že ich úvodné očakávania boli naplnené. Program Swedpartnership bol nastavený na základe predchádzajúcich skúseností s programami STARTsouth a STARTeast. Tieto mali obdobne nastavené podmienky, no orientované boli na podporu švédskych malých a stredných

⁶¹ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 48

podnikov so záujmom o investovanie v strednej a východnej Európe, Ázii, Latinskej Amerike a Afrike.

Pobaltské klastre⁶² – predstavujú spoločný program Švédska, Dánska a Lotyšska, ktorý funguje na báze budovania a podpory podnikateľských klastrov. Partnerské krajiny identifikovali podporu tohto typu podnikateľskej spolupráce ako sľubnú príležitosť pre kombinovanie miestnych ekonomických zdrojov a talentu do sietí s vyššou schopnosťou konkurovať a presadiť sa na zahraničných trhoch. Program pod oficiálnym názvom „Región Baltského mora – program budovania kapacity“ (BSR – CBP) má za cieľ vytvoriť a implementovať spoločný rámec pre klastrové politiky a nadnárodné inovačné iniciatívy. Program realizuje spoločne Dánska klastrová akadémia REG X, švédska inovačná agentúra VINNOVA a lotyšská agentúra pre investície a rozvoj LIAA. Kľúčovým aspektom programu je transfer znalostí a skúseností pri riadení klastrov. Partneri projektu preto kládli dôraz na navrhnutie pilotných školiacich modulov zameraných na podporu vytvárania klastrov, ich vhodnej podpory a riadenia. Cieľovými skupinami projektu preto nie sú priamo MSP, ale vedúci zamestnanci vo verejnej správe – špecificky manažéri klastrových organizácií a verejných inštitúcií zameraných na podporu podnikania, či už na celoštátnej, alebo regionálnej úrovni. Projekt BSR – CBP zahŕňa úvodný návrh a pilotnú implementáciu ôsmich modulov odbornej prípravy. Dva pokrývajú základné školenia pre využitie na regionálnej a národnej úrovni, tri moduly pokrývajú pokročilé školenia pre využitie na nadnárodnej úrovni a zvyšné tri moduly pokrývajú programy pre podporu klastrov zo strany verejných inštitúcií, ktoré majú byť využité taktiež na nadnárodnej úrovni⁶³. Zamýšľaným cieľom projektu BSR – CBP je tieto moduly odbornej prípravy zlúčiť do nadnárodnej strategickej platformy pre spoluprácu v rámci pobaltského regiónu. Program bol podporený sumou 300-tisíc eur zo zdrojov ERDF.

⁶² Zdroj: European Union. 2020. Capacity Building Programme on Trans-National Cluster and Innovation Systems in the Baltic Sea Region. Dostupné na: <https://keep.eu/projects/6163/Capacity-Building-Programme--EN/>

⁶³ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 37

4.3 Fínsko

Wenet Centre⁶⁴ – spustilo projekt odbornej prípravy zameraný na posilnenie podnikateľských zručností pre MSP podnikajúce v segmente udržateľného využívania palivového dreva v regióne Severná Karélia. Pre tento región ide o kľúčový zdroj ekonomickej aktivity, nakoľko východné Fínsko je svetovým lídrom v segmente lesníckych technológií. Centrum pozostávajúce zo siete 30 spoločností podnikajúcich v segmente udržateľných energií a z 15 výskumných a vzdelávacích inštitúcií bolo spustené v roku 2009. Zameraním Wenet Centre je udržanie konkurenčnej schopnosti miestnych MSP a ďalšie posilňovanie ich pozície na trhu s obnoviteľnými energiami. Ide o medzinárodný projekt, ktorý svoje ciele realizuje prostredníctvom posilňovania a výmeny odborných znalostí v oblasti udržateľných zdrojov energie. Miestnym MSP podnikajúcim v tomto segmente ponúka možnosť zapojiť sa do medzinárodnej podpornej a kooperačnej siete, vďaka ktorej majú možnosť lepšie využiť svoje know-how a posilniť vlastné postavenie na medzinárodnom trhu. Obsahom samotnej spolupráce medzi podnikmi a výskumnými inštitúciami je predovšetkým snaha hľadať čo najvhodnejšie komerčné riešenia pre poskytovanie energetických služieb klientom, no taktiež zlepšenie marketingu v zahraničí a posilnenie príležitostí pre export na nové trhy. Wenet Centre tak predstavuje príklad schémy, ktorá sa neobmedzila na podporu jediného aspektu podnikania, ale pokryla celý výrobný a distribučný reťazec. V tomto prípade od ťažby dreva, cez dopravu, vykurovanie, komunikáciu so zákazníkmi až po premenu drevného popola na hnojivo. Program dosiahol úspech vďaka prepájaniu už existujúcich znalostí a technológií, podpore hľadania nových a taktiež vďaka poskytovaniu výskumných služieb a školení. Lokálne MSP v Severnej Karélii podnikajúce v segmente obnoviteľných zdrojov energie vďaka Wenet Centre nadviazali užšiu spoluprácu medzi sebou aj so zahraničnými partnermi v ďalších krajinách EÚ, Rusku a Kanade. Vďaka projektu sa východné Fínsko zviditeľnilo ako priekopník v tomto segmente a posilnilo konkurenčnú schopnosť miestnych podnikov. Projekt bol spolufinancovaný z Európskeho fondu regionálneho rozvoja.

⁶⁴ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 40

Exportné partnerstvá⁶⁵ – predstavuje program pod taktovkou obchodného združenia Finpro. Zameriava sa na podporu vytvárania exportných klastrov, ktorého cieľom je zjednodušiť fínskym MSP vstup na zahraničné trhy. Pre získanie podpory musia tieto synergické exportné klastre založiť minimálne štyri malé a stredné podniky, ktoré spoločne mieria na rovnaký zahraničný trh, alebo skupinu trhov. Zástupca klastru najme externého manažéra, ktorý by mal optimálne sídliť na cieľovom trhu. Nie je to však podmienkou. Úlohou tohto manažéra je pomôcť klastru etablovať sa na cieľovom zahraničnom trhu. Konkrétnu náplň práce manažéra pre export si klastre navrhujú samé podľa svojich špecifických potrieb, nejde však o úplnú delegáciu procesu internacionalizácie. MSP združené v klastru sa na tomto procese aktívne podieľajú, vďaka čomu majú možnosť získať cenné skúsenosti. Náplňou práce manažéra pre export je zvyčajne pomoc pri nadväzovaní obchodných kontaktov na cieľovom trhu, vypracovávanie trhových analýz a koučing zodpovedných zástupcov MSP združených v exportnom klastru. Podpora v rámci projektu nie je viazaná na konkrétne trhy ani odvetvia. Samotné nadväzovanie exportných partnerstiev a ďalšie súvisiace formy nefinančnej podpory sú poskytované pod taktovkou Finpro, pričom finančná podpora je zabezpečená z verejných zdrojov. Doba trvania štátnej podpory v tomto programe je najviac tri a pol roka, no financovanie sa poskytuje naraz vždy len na obdobie najviac jedného roka s možnosťou toto obdobie následne predĺžiť. Cieľovou skupinou tohto podporného programu sú fínske malé a stredné podniky, pričom optimálne by sa malo jednať o podniky s vysokým potenciálom rastu. Program je otvorený aj pre podniky s nižším rastovým potenciálom, prípadne aj väčšie podniky, no tieto môžu získať menší objem finančnej podpory. Program podpory exportných partnerstiev funguje od roku 1993 a jeho ročný rozpočet dosahuje 3,7 milióna eur ročne. MSP, ktoré sa do programu zapájajú, však majú často záujem len o nefinančné nástroje podpory. Ide najmä o pomoc pri hľadaní a nadväzovaní obchodných kontaktov na zahraničných trhoch, získanie informácií o týchto trhoch a miestnej konkurencii, pomoc pri hľadaní distribučných sietí či pomoc pri príprave stratégie internacionalizácie. Už len samotné združovanie MSP do exportných klastrov je pritom efektívny spôsob zdieľania nákladov na zahraničnú expanziu. Program samotný má veľmi dobré ohlasy, pričom 90 percent všetkých zúčastnených podnikov by odporúčalo využiť program aj iným podnikom. Ich spokojnosť s konkrétnym exportným partnerstvom však bola

⁶⁵ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 44

rôzna. Zástupcovia 38 percent zapojených podnikov sa vyjadrili, že finančné ciele, pre ktoré nadviazali exportné partnerstvo, boli naplnené úplne, alebo aspoň čiastočne. Zástupcovia 64 percent zapojených podnikov, ktoré prejavili záujem len o nefinančnú podporu sa vyjadrili, že ich očakávania boli naplnené úplne, alebo aspoň čiastočne.

4.4 Estónsko

BioFix⁶⁶ – je projekt estónskeho podniku Fixtec (patriacemu do segmentu MSP), ktorému sa s podporou finančných zdrojov EÚ podarilo vyvinúť a internacionalizovať úspešnú environmentálnu technológiu. Fixtec podniká v oblasti environmentálnych technológií od roku 1992. Biofix je názov pre malé organické čističky odpadových vôd určené primárne pre domácnosti a zariadenia poskytujúce ubytovacie služby. Tento produkt vznikol v dôsledku prísnych environmentálnych regulácií v susednom Fínsku, ktoré od roku 2003 vyžadujú biochemické čistenie odpadových vôd aj od domácností. Fixtec reagoval na túto trhovú príležitosť vývojom vlastného produktu, nakoľko daný typ čističky pre domácnosti v danom čase väčšina výrobcov neponúkala. Projekt Biofix tak bol už od svojho vzniku koncipovaný s myšlienkou na exportné uplatnenie. Fínsko ostáva hlavným trhom Fixtecu, no podniku sa podarilo etablovať aj na domácom estónskom trhu a taktiež v Lotyšsku, nakoľko obe krajiny majú obdobné environmentálne predpisy. Projekt Biofix bol iniciatívou súkromného MSP, no jeho vznik a realizácia prebiehali s podporou estónskej štátnej agentúry Enterprise Estonia (EAS), ktorá patrí k inštitúciám zodpovedným za správu alokovaných fondov EÚ v Estónsku. EAS vďaka podpore zo strany Európskeho fondu regionálneho rozvoja (EFRR) realizuje celé spektrum projektov zameraných na podporu začínajúcim podnikom zameraným na výskum, vývoj či export. Realizovaná podpora má nefinančnú formu – ide najmä o poradenské služby v otázkach inovácií, technológií, patentov a rozvoja podnikania. Projekt BioFix je úspešným príkladom toho, ako je možné v regionálnom kontexte dobre využiť podporné financovanie z verejných zdrojov. Vďaka relatívne nízkej investícii zo zdrojov EÚ (zhruba 14-tisíc eur, ktoré predstavujú približne 30 percent celkových investičných nákladov) sa

⁶⁶ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 35

podarilo súkromnému podniku vyvinúť komerčne úspešný projekt, ktorý pomáha riešiť environmentálne relevantný problém a uplatniť sa s týmto projektom na zahraničných trhoch.

4.5 Nemecko

Exportná iniciatíva pre obnoviteľné zdroje energie⁶⁷ – jej hlavným zámerom je podporiť nemecké MSP pri exporte technológií súvisiacich s využívaním obnoviteľných zdrojov energie. Ide o zastrešujúcu iniciatívu, ktorá nemeckým podnikom v cieľovom segmente prehľadným a zrozumiteľným spôsobom poskytuje informácie o existujúcich podporných schémach a nástrojoch internacionalizácie. Zároveň však zastrešuje aj aktivity zamerané na propagáciu domácich MSP z cieľového segmentu na zahraničných trhoch. Exportnú iniciatívu pre obnoviteľné zdroje energie pomáha financovať a realizovať viacero verejných inštitúcií, vrátane Spolkového ministerstva hospodárstva a technológií a agentúry Germany Trade and Invest. Samotná podpora je potom poskytovaná vo viacerých formách. Ide napríklad o podporu účasti nemeckých MSP z cieľového segmentu na veľtrhoch, podporu ich obchodných ciest za potenciálnymi zákazníkmi v zahraničí, organizovanie tematických vzdelávacích a networkingových podujatí a konferencií. Podpora v rámci iniciatívy však má aj podobu poskytovania informácií o zahraničných trhoch a prípadne aj finančnej podpory realizovaných podnikateľských projektov z verejných zdrojov. Hlavným zameraním podpory však ostáva poskytovať nemeckým MSP relevantné informácie o zahraničných trhoch a pomôcť im s nadväzovaním obchodných kontaktov v zahraničí. Exportná iniciatíva pre obnoviteľné zdroje energie bola koncipovaná špeciálne pre MSP podnikajúce v segmente obnoviteľných zdrojov energií – konkrétne biopalív, veternej, slnečnej, vodnej a geotermálnej energie.

DRIVE for Growth⁶⁸ – ide o spoločný medzinárodný podporný program realizovaný v spolupráci Nemecka, Veľkej Británie a Írska. Ako napovedá plný názov programu „Directing Research Into Viable Enterprise for Growth“ (Smerovanie výskumu do životaschopného podnikania pre rast),

⁶⁷ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 45

⁶⁸ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 42

jeho cieľom je dopomôcť k prepájaniu aktivít výskumu a vývoja s potrebami podnikateľského sektora. Program je realizovaný v prvom rade na regionálnej báze, pričom každý z partnerských regiónov v rámci zapojených krajín si zriadil vlastnú Skupinu pre regionálne inovácie a rozvoj (Group for Regional Innovation and Development – GRID) s cieľom propagovať a podporovať užšie prepájanie miestnych výskumných komunít s miestnym priemyslom a verejnými inštitúciami pre podporu podnikania. Internacionalizačným prvkom programu DRIVE for Growth je následne vzájomná spolupráca jednotlivých regionálnych GRID skupín. Pomáhajú totiž vytvárať vzájomné medziregionálne a medzinárodné vzťahy, vďaka ktorým môžu MSP aj výskumné inštitúcie ťažiť z dosiahnutej koncentrácie zdrojov v oblasti výskumu a výrobných kapacít. Inovatívnym prvkom programu DRIVE for Growth v porovnaní s inými iniciatívami medziregionálnej spolupráce bolo zriadenie automatizovanej webovej platformy, ktorú využívajú členovia GRID skupín vo všetkých zapojených regiónoch. Táto webová platforma po registrácii nového člena – či už organizácie, alebo jednotlivca – automaticky sleduje predmety jeho záujmu ako napríklad nové výskumy či nových subdodávateľov. Platforma tiež pomáha výskumníkom s hľadaním komerčných partnerov v priemysle.

4.6 Holandsko

Holandská obchodná rada (Dutch Trade Board)⁶⁹ – vytvorila podporný nástroj v podobe webového portálu, ktorého účelom je pomôcť holandským MSP financovať ich internacionalizačné aktivity. Tento podporný projekt sa pritom sústreďuje na odstránenie významnej bariéry, ktorú holandské MSP pociťovali pri hľadaní potrebného financovania. Informácie o špecializovaných finančných produktoch totiž boli roztrieštené a neprehľadné. Na takýto stav boli citlivé obzvlášť podniky v segmente MSP, nakoľko pre svoje limitované personálne kapacity potrebujú okrem samotného financovania aj zrozumiteľný prehľad o tom, ako financovanie získať a pripraviť sa naň. Holandská obchodná rada tak vytvorila jednotný webový portál, ktorý domácim MSP významne zjednodušil a sprehľadnil prístup k potrebným informáciám o možnostiach financovania zo súkromných aj verejných zdrojov. Tento webový portál vznikol vďaka spolupráci s bankovým zväzom (NVB) a zväzom malých a stredných

⁶⁹ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 28

podnikov (MKB-NI). Samotná Holandská obchodná rada, ktorá tento projekt iniciovala, je verejno-súkromným poradenským orgánom vlády. Implementáciu projektu má na starosti holandská Agentúra pre medzinárodný obchod a spoluprácu (EVD). Výsledkom je teda webový portál www.internationaalondernemen.nl, ktorý na jedinom mieste prináša prehľadné informácie o dostupných možnostiach financovania internacionalizačných podnikateľských aktivít MSP zo strany súkromného finančného sektora, zo štátnych programov aj zo zdrojov EÚ. Z hľadiska financovania expanzie na zahraničné trhy sú pre MSP obzvlášť dôležité finančné produkty ako rizikový kapitál, lízing, faktoring či poistenie exportných úverov. Ponuky týchto rôznorodých finančných produktov sú na webe prehľadne zoskupené a prezentované spôsobom, ktorý umožňuje jednoduché porovnanie ich podmienok a cien. Pre čo najväčší užívateľský komfort obsahuje portál aj priame odkazy na webové portály ich poskytovateľov⁷⁰. Agentúra pre medzinárodný obchod a spoluprácu ako garant tohto projektu zverejnené informácie nestále aktualizuje a dopĺňa. Cieľovou skupinou projektu sú najmä domáce MSP z Holandska, ktoré v rámci svojho podnikania exportujú, investujú na zahraničných trhoch, alebo sú zapojené do cezhraničnej obchodnej spolupráce. Ohlasy finančného sektora, obchodných komôr aj zväzu malých a stredných podnikov na tento program boli veľmi pozitívne. Projekt totiž pomohol holandským MSP odstrániť významnú bariéru pri získavaní financovania.

Prepare2start⁷¹ – predstavuje program odbornej prípravy pre MSP, ktorý zastrešuje špecializovaná agentúra Agentschap NL. Zameraný je na poskytovanie poradenstva pri príprave podnikateľského plánu zahŕňajúceho vstup na zahraničný trh a následne aj pomoc pri realizácii tohto plánu. V rámci programu je taktiež možné získať finančnú podporu v podobe 50-percentného preplatenia nákladov na podnikateľské aktivity súvisiace so snahou o vstup na zahraničný trh. Môže sa jednať o súvisiace právne poradenstvo, účasť na veľtrhoch či hľadanie obchodných partnerov v zahraničí. Podmienky pre zapojenie sa do programu Prepare2start sú nasledovné: o podporu môžu žiadať len malé a stredné podniky, ktoré majú menej ako stovku zamestnancov, limitované či vôbec žiadne skúsenosti s cezhraničným obchodovaním, no zároveň majú zámer vstúpiť na trh, na ktorom aktuálne nepôsobia.

⁷⁰ Zdroj: Internationaal ondernemen. Dostupné na www.internationaalondernemen.nl

⁷¹ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 46

Program má získal počas svojho fungovania prevažne pozitívne ohlasy. V prieskume spokojnosti medzi podporenými podnikmi sa až 70 percent oslovených respondentov vyjadrilo, že ponúkaná podpora dobre, alebo veľmi dobre reflektovala potreby ich podniku. Po procesnej stránke bolo poskytovanie podpory hodnotené ako profesionálne a rýchle. Prepare2start nadväzuje na skúsenosti z predchádzajúcej schémy podpory internacionalizácie MSP pod názvom PSB (Program Starters in Foreign Markets), ktorá bola realizovaná v rokoch 1999 až 2007.

Netherlands Business Support Offices⁷² – tento podporný program internacionalizácie holandských MSP je zastrešený agentúrou Agentschap NL (Holandská agentúra na podporu podnikania) a spočíva v zriadení siete 24 kancelárií na podporu podnikania v 11 krajinách sveta. Cieľom programu pôvodne bolo podporiť expanziu holandských firiem na ekonomicky perspektívne, no relatívne uzatvorené, a tým pádom ťažšie prístupné trhy. Špecificky sa jednalo o Čínu, Indiu, Brazíliu a Rusko. Po niekoľkých rokoch však bola vzhľadom na úspech programu táto podpora rozšírená aj na pomoc s expanziou na relatívne prístupnejšie trhy. Program Netherlands Business Support Offices funguje od roku 1997. Nastavený je flexibilne tak, aby podporná schéma reagovala na aktuálne požiadavky domácich podnikov a priebežné hodnotenia efektivity poskytovanej podpory. To znamená, že jednotlivé kancelárie v existujúcich lokalitách môžu byť zrušené, prípadne zriadené nové kancelárie v iných krajinách. Obsahovou náplňou podpory zo strany holandských kancelárií na podporu podnikania je poskytovať domácim MSP všeobecné informácie aj podrobné analýzy o cieľových trhoch, prípadne spracovanie analýz podľa potrieb konkrétneho podporeného podniku, ktorý má záujem vstúpiť na ten ktorý zahraničný trh. Tieto obchodné zastúpenia taktiež pomáhajú nadväzovať holandským MSP vzťahy so zahraničnými obchodnými partnermi aj tamojšími verejnými inštitúciami. V rámci prieskumu spokojnosti realizovaného medzi podporenými podnikmi prevažná väčšina respondentov – až 82 percent – považovala poskytnutú podporu za užitočnú, alebo veľmi užitočnú. Podporené firmy taktiež oceňovali, že kancelárie na podporu podnikania sú umiestnené na vhodných trhoch.

⁷² Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 47

4.7 Luxembursko

Cezhraničná podpora remesiel⁷³ – cieľom tohto programu je rozvoj cezhraničných aktivít malých a stredných podnikov pôsobiacich v segmente remesiel. Podpora má formu poskytovania informácií o cezhraničných trhoch, aktívnej podpory v cezhraničných podnikateľských projektoch a networkingových aktivít. Geograficky je táto schéma lokalizovaná na prihraničné regióny krajín susediacich s Luxemburskom – nemecké Sársko, francúzske Lotrínsko a belgické Valónsko. Tieto regióny susedia s ďalšími ekonomicky významnými regiónmi v týchto krajinách, takže vstup luxemburských remeselníkov na trhy už len bezprostredne za hranice domáceho trhu im dodatočne otvára omnoho viac príležitostí pre rozvoj ich podnikania. Internacionalizácia však pre miestne MSP ostáva aj napriek týmto významným príležitostiam pre rast podnikania výzvou. Musia totiž čeliť administratívnym, právnym, technickým, jazykovým aj kultúrnym bariéram pre vstup na trhy hoci len bezprostredne za hranicami. Luxemburský program pre podporu internacionalizácie remeselníkov týmto komplexným výzvam čelí prostredníctvom vytvárania efektívnych informačných a poradenských sietí a taktiež prostredníctvom využívania digitálnych technológií. Webová stránka projektu ponúka prehľadnou formou na jedinom mieste všetky nariadenia, postupy aj formuláre žiadostí, ktoré luxemburskí remeselníci potrebujú pre vstup na cezhraničné trhy. Ďalšie podporné nástroje programu zahŕňajú individuálne poradenské služby, realizáciu informačných kampaní a taktiež zbieranie a výmeny skúseností so vstupom na cezhraničné trhy.

4.8 Španielsko

PIPEnet⁷⁴ – je na programom podporu internacionalizácie, ktorý zostavil a realizuje Španielsky inštitút pre zahraničný obchod (ICEX) s podporou finančných zdrojov Európskej komisie. Podpora je cielená na domáce MSP a má formu poradenských služieb a technologických nástrojov šitých na mieru potrebám

⁷³ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 34

⁷⁴ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 29

podporovaných podnikov. ICEX pri realizácii programu PIPEnet aktívne spolupracuje s poradenskými spoločnosťami, ktoré podporovaným MSP pomáhajú zostavovať strategické plány pre ich cezhraničné obchodné aktivity. Pri zostavovaní strategických plánov sú brané od úvahy Program tiež berie pri podpore do úvahy technologické, finančné a personálne potreby a kapacity podporovaného MSP. Prvá fáza podpory teda zahŕňa spracovanie kompletnej projektovej dokumentácie, na základe ktorej bude domáci podnik vstupovať na zahraničný trh. Druhá fáza podpory trvá po obdobie jedného roka od dodania hotovej projektovej dokumentácie, pričom podporený MSP má počas tohto obdobia k dispozícii ďalšie poradenstvo a technickú pomoc s realizáciou svojho internacionalizačného plánu. Podpora v rámci PIPEnet je hradená z verejných zdrojov len čiastočne. Zapojené podniky platia 20 percent nákladov za poskytované poradenské služby, pričom ICEX financuje zvyšných 80 percent nákladov. Výška jednotlivej podpory však nesmie presiahnuť 6-tisíc eur. Program PIPEnet je určený pre MSP pre všetky španielske MSP bez ohľadu na odvetvie či miesto podnikania. Podmienkou pre poskytnutie podpory však je, že MSP nesmie v čase podania žiadosti o podporu získavať viac ako 30 percent svojho obratu z exportných aktivít. Počas prvých dvoch rokov fungovania programu PIPEnet sa podarilo zabezpečiť úvodné konzultačné stretnutia s odborníkmi zhruba 1 500 podnikom, pričom viac ako 300 z nich absolvovalo kompletný konzultačný program. Program PIPEnet však okrem priamej podpory zahŕňa aj dva výskumné projekty. Prvý je zameraný na výskum rozvoja a ekonomického potenciálu nových technológií na zahraničných trhoch, druhý skúma aktivity popredných technologických spoločností.

4.9 Taliansko

Špecializovaná asistenčná služba (SAS)⁷⁵ – je talianskou podpornou inštitúciou pre MSP, ktorá zapojeným podnikom ponúka nástroje plne šité na mieru ich špecifickým potrebám. MSP tak môžu žiadať napríklad o podporu pri hľadaní potenciálnych klientov či obchodných partnerov, zostavenie analýzy o trhovej situácii, či zhodnotenie vlastnej konkurenčnej schopnosti. Špecializovaná asistenčná služba navyše zaviedla inovatívne prístupy k poskytovaniu podpory pre MSP – nastavenie konkrétnej

⁷⁵ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 33

podpory prebieha prostredníctvom priamej konzultácie so žiadateľom a SAS tiež podporeným podnikom ponúka podeliť si potenciálne riziká a úspechy podnikateľského projektu. V oblasti podpory internacionalizácie SAS prevádzkuje špecializovaný inkubačný program pod názvom Inkubačná služba pre internacionalizáciu (SIPI). Cieľom SIPI je podpora malých a stredných podnikov, ktoré si nemôžu dovoliť, aby výzvu internacionalizácie podstúpili svojpomocne. Predovšetkým funguje ako inkubátor, ktorý podporenému MSP pomáha rozvíjať postavenie na cieľovom zahraničnom trhu. Zároveň tu pre MSP existuje možnosť zdieľať so SIPI prípadné finančné riziká a úspechy spojené s expanziou na zahraničný trh. Jadrom inkubačného programu je však nefinančná pomoc v podobe mentoringu a poradenstva, ktoré SAS zabezpečuje vďaka spolupráci s viacerými národnými združeniami manažérov. Program počas svojej existencie úspešne pomohol s internacionalizáciou stovkám malých a stredných podnikov z rôznych odvetví, ktoré by inak túto výzvu nepodstúpili.

4.10 Grécko

Digi-lodge⁷⁶ – je podporný program určený pre grécke MSP pôsobiace v odvetví cestovného ruchu, predovšetkým však pre ubytovacie zariadenia v segmente MSP, ktoré podnikajú na základe štátom udelenej licencie. Cieľom programu je podporiť a urýchliť digitálne investície v odvetví cestovného ruchu, ktoré majú potenciál zvýšiť marketingový dosah ubytovacích zariadení na zahraničných zákazníkov. Program Digi-lodge reagoval na problém nízkej konkurenčnej schopnosti gréckych MSP v odvetví cestovného ruchu, ktorý vyplýval z nízkej miery využívania moderných informačných a komunikačných technológií. V čase spustenia programu malo iba 74 percent gréckych hotelov zavedený prístup k internetu, no v prípade menších ubytovacích zariadení – ako napríklad penziónov či apartmánov – to bolo iba 37 percent. Porovnateľná bola situácia aj so zriadením vlastných webových stránok. Len 63 percent gréckych hotelov malo vlastnú webovú stránku, no v prípade menších ubytovacích zariadení to bolo iba 30 percent. Navyše, vysoký podiel zo všetkých ubytovacích zariadení, ktoré aj vlastné weby zriadené mali, prostredníctvom nich neponúkali relevantné informácie a služby ako dostupnosť izieb, či možnosť online rezervácie. Obzvlášť menšie ubytovacie zariadenia, ktoré patria

⁷⁶ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 41

do segmentu MSP, tak mali dlhodobo problém prilákať bonitnejšiu klientelu. Situácia väčších hotelov bola síce relatívne lepšia, no kvôli slabej či úplne chýbajúcej ponuke online služieb ostávali závislé na cestovných kanceláriách. Podpora investícií do informačných a komunikačných technológií tak bola kľúčová pre zvýšenie konkurenčnej schopnosti aj ziskovosti gréckeho cestovného ruchu. Na jednej strane prostredníctvom ponuky kvalitnejších služieb a možnosti osloviť širšie spektrum potenciálnych zákazníkov, na strane druhej prostredníctvom zníženia vlastných prevádzkových nákladov vďaka využívaniu technológií. Pre dosiahnutie zamýšľaných cieľov programu však bolo potrebné investičnú podporu smerovať vo veľkej miere aj do podnikov v segmente MSP. Podpora v rámci programu Digi-lodge bola realizovaná vo forme finančnej spoluúčasti na investíciách do digitalizácie podnikov cestovného ruchu. Každý jednotlivý projekt mohol získať financovanie vo výške od 7-tisíc do 40-tisíc eur, pričom celková suma nesmela presiahnuť 60 percent celkových oprávnených nákladov. Výška novej spoluúčasti bola zároveň naviazaná na typ štátnej licencie – a teda veľkosť ubytovacieho zariadenia – a zároveň na jeho „hviezdičkové hodnotenie“. Za účelom zrýchlenia poskytovania podpory a zníženia súvisiacej byrokracie bolo žiadosti nutné predkladať online. V rámci programu Digi-lodge bolo napokon podporených takmer 1 500 ubytovacích zariadení, ktoré tak mohli začať ponúkať relevantné online služby. Celkový rozpočet podporného programu dosiahol 75 miliónov eur, pričom zdroje EÚ pokryli 36 miliónov eur.

4.11 Írsko

First Flight⁷⁷ – je program realizovaný pod taktovkou Enterprise Ireland, írskej agentúry na podporu podnikania. Zameraný je na poskytovanie pomoci domácim MSP pri prekonávaní nákladov a rizík spojených s expanziou na zahraničné trhy. Írsku vládu identifikovala internacionalizáciu ako aspekt podnikania, ktorý je síce na jednej strane pre MSP drahý a zdĺhavý, na strane druhej však predstavuje kľúčový krok pri rozvoji ich ekonomického potenciálu. Program First Flight ponúka podnikom pomoc s prípravou kvalitných plánov vstupu na zahraničné trhy tak, aby mali čo najlepšiu šancu presadiť sa. Dôraz je pritom kladený na rozvoj kľúčových schopností daného podniku. Aby ich bolo možné správne

⁷⁷ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 32

identifikovať a ďalej rozvíjať, pred vstupom do programu musia zástupcovia MSP s pomocou poradcu Enterprise Ireland vyplniť rozsiahly dotazník. Dotazník zahŕňa prehľad aktuálnej podnikateľskej činnosti podniku, jeho výkonnosť, dostupné personálne, finančné aj riadiace zdroje a taktiež úroveň znalostí o cieľovom zahraničnom trhu. Cieľom je lepšie pripraviť podporované MSP na otázky a výzvy, ktorým budú pri vstupe na zahraničný trh nevyhnutne čeliť. Na základe vyhodnotenia dotazníka poradcovia Enterprise Ireland spolu s podporeným podnikom zostavia na mieru šitý akčný plán čerpania ďalších dostupných foriem podpory. MSP sa môžu uchádzať napríklad o poradenské a mentorské služby, pomoc pri rozvoji podnikateľských zručností, pomoc s nájdením pracovníkov so špecifickými zručnosťami. Podpora však môže mať aj formu prizvania k účasti na obchodných misiách, alebo zostavenie analýzy cieľového trhu. Program First Flight je určený pre írske MSP, ktoré sa na zahraničný trh ešte len chystajú vstúpiť, prípadne na zahraničný trh vstúpili len nedávno. V konečnom dôsledku má pomôcť írskym podnikom znížiť riziká spojené so vstupom na nové trhy a pomôcť im etablovať sa tam. Ide však len o prvý krok smerom k ich dlhodobému medzinárodnému pôsobeniu.

4.12 Veľká Británia⁷⁸

Hidden Art – je britská nezisková organizácia, ktorá poskytuje dizajnérske mikropodnikom pôsobiacim v oblasti Londýna pomoc pri vstupe na zahraničné trhy. Základnou myšlienkou projektu je vzájomné prepájanie miestnych dizajnérov v rámci spoločnej platformy, ktorá je vhodným nástrojom pre nadväzovanie spolupráce, posilnenie propagácie v médiách aj zvýšenie možnosti komerčného platenia prostredníctvom špecializovaného elektronického obchodu Hidden Art. Zapojené podniky majú taktiež možnosť využiť podporu vo forme školení, pomoci pri nadväzovaní nových obchodných kontaktov na domácom aj zahraničnom trhu a podporu účasti na medzinárodných veľtrhoch. Hidden Art taktiež organizuje programy zamerané na podporu podnikateľských zručností svojich členov. Ide napríklad o individuálne poradenstvo. Kľúčovým aspektom platformy Hidden Art je však aj podnecovanie užšej spolupráce medzi jej niekoľkými tisíckami jej členov. Ide najmä o pravidelné networkingové podujatia a podporu možností vzájomnej spolupráce členov pri výrobe a distribúcii

⁷⁸ Zdroj: <https://hiddenart.co.uk>

svojich výrobkov⁷⁹. Platforma taktiež sprostredkúva, alebo aj priamo spravuje, spoločné marketingové spolupráce, podujatia a programy s cieľom maximalizovať možnosti komercializácie produktov svojich členov. Londýnski mikropodnikatelia pôsobiaci v odvetví dizajnu tak majú vďaka platforme Hidden Art prístup k infraštruktúre, ktorá im pomáha zviditeľniť sa aj podporiť ich podnikanie. Majú tak k dispozícii zdroje, ktoré sú zvyčajne dostupné len väčším podnikom.

Overseas Market Support (OMS)⁸⁰ – je schéma fungujúca od roku 2002 zameraná na podporu medzinárodného rozvoja škótskych podnikov. Schému realizuje Scottish Development International (SDI), ktorá je spoločným podnikom škótskej vlády, štátnej agentúry Scottish Enterprise (SE) a štátnej agentúry Highlands and Islands Enterprise (HIE). Poskytuje služby zamerané na podporu získania zahraničných investícií aj internacionalizáciu škótskych podnikov. Špecificky na podporu internacionalizácie domácich podnikov ponúka OMS nefinančné aj finančné nástroje. Podpora OMS je pritom určená predovšetkým škótskym podnikom, ktoré majú záujem o vstup na zahraničný trh a vykazujú obrat prevyšujúci 400-tisíc libier ročne. Medzi nefinančné patrí pomoc s prípravou na zahraničnú expanziu, pomoc s rozvojom medzinárodnej stratégie podniku, mentoringové služby, podporu pri vstupe na zahraničný trhy a taktiež podporu účasti domácich podnikov na veľtrhoch, misiách a vzdelávacích cestách. OMS poskytuje aj ďalšie nefinančné formy podpory šité na mieru žiadateľom. Ide napríklad o poskytovanie informácií a analýz o cieľových trhoch, pomoc pri identifikácii exportného potenciálu podniku, pomoc pri hľadaní a nadväzovaní obchodných partnerstiev v zahraničí či pomoc s prípravami marketingových stratégií a materiálov pre cieľový trh. Žiadatelia majú možnosť získať od OMS aj finančnú podporu pre svoju internacionalizáciu, financovanie však môže byť najviac do výšky polovice oprávnených nákladov. Tieto vyplývajú zo strategického plánu vypracovaného pre žiadateľa. Ďalšiu podporu nad rámec schémy OMS však môže žiadateľ získať priamo od Scottish Development International. Ide o podporu účasti na medzinárodných veľtrhoch, obchodných misiách

⁷⁹ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 43

⁸⁰ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 50

a vzdelávacích cestách, ktoré môžu podporenému podniku pomôcť s nadviazaním obchodných kontaktov na cieľovom trhu v zahraničí. Prieskum spokojnosti medzi podporenými MSP ukázal, že zhruba 70 percent respondentov bolo s poskytnutou podporou spokojných, alebo veľmi spokojných. Respondenti oslovení v prieskume si najviac cenili kvalitu poskytovaných informácií a užitočnosť poradenských služieb.

Tradeshaw Access Programme (TAP)⁸¹ – je grantový podporný program pre britské MSP, ktoré majú záujem zúčastňovať sa na zahraničných veľtrhoch. Program zastrešuje štátna agentúra UK Trade and Investment (UKTI). Cieľom TAP je pomáhať britským podnikom, ktoré majú záujem vstúpiť na zahraničné trhy, s prekonaním úvodných nákladov a prekážok spojených s týmto procesom. Účasť na zahraničných veľtrhoch je pre potenciálnych exportérov vítanou príležitosťou, ktorú môžu vďaka účasti v programe TAP zúžitkovať v maximálnej možnej miere. Program TAP je orientovaný najmä na pomoc technologickým podnikom, ktoré sa snažia nabádať, aby sa naučili využívať zámorské veľtrhy ako súčasť svojich plánov pre rozvoj podnikania v zahraničí. Cieľovou skupinou podpory sú však nie len MSP, ale aj výskumné organizácie či centrá vysokoškolského vzdelávania. Podniky a organizácie, ktoré takúto podporu získali, ju podľa prieskumu spokojnosti vo všeobecnosti hodnotia pozitívne. Účasť na programe je možná v dvoch formách – TAP Group (skupinovo), alebo TAP Solo (samostatne). V rámci TAP Group sa teda podnik môže na zahraničnom veľtrhu zúčastniť v rámci skupiny viacerých britských podnikateľov pod vedením akreditovanej obchodnej organizácie. Možná finančná podpora pre jednotlivé MSP, ktoré si vybrali účasť v rámci TAP Group sa pohybuje vo výške od 1000 do 1800 libier. Podpora v rámci TAP Solo je dostupná pre menší počet MSP na individuálnej báze a využívaná je v prípade, ak má daný podnik záujem vystavovať na zahraničných veľtrhoch, na ktorých sa nezúčastňuje žiadna skupina pod vedením akreditovanej obchodnej organizácie. Finančná podpora pri účasti v rámci TAP Solo predstavuje tisíc libier. Grantový program TAP podporuje účasť britských MSP na stovkách veľtrhov po celom svete, vrátane podujatí v Japonsku, Číne, Indii, Brazílii a na Ukrajine.

⁸¹ Zdroj: European Commission. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union, 2014, s. 49

4.13 Spojené štáty

USEAC (United States Export Assistance Center)⁸² – je iniciatívou federálnej vlády USA, ktorá vznikla na základe kooperácie Ministerstva obchodu (DoC), Ministerstva poľnohospodárstva (USDA), Exportno-importnej banky (Ex-Im Bank), Agentúry pre medzinárodný rozvoj (USAID) a Agentúry pre malé podnikanie (SBA). USEAC má rozsiahle fyzické zastúpenie vo viac ako stovke miest v Spojených štátoch a viac ako 80 krajinách sveta, prostredníctvom ktorých poskytuje komplexnú nefinančnú podporu domácim malým a stredným podnikom, ktoré majú záujem exportovať na zahraničné trhy. Medzi hlavné služby poskytované v rámci podpory patrí podnikateľské vzdelávanie, obchodné poradenstvo, poradenstvo pri príprave finančnej stratégie a pomoc pri identifikácii potenciálnych obchodných partnerov. Podnikateľské vzdelávanie vo forme online aj fyzických seminárov sa sústreďuje najmä na témy spojené s exportom – od poskytovania informácií o krajinách a odvetviach so sľubným exportným potenciálom až po praktické regulačné a administratívne záležitosti spojené s cezhraničným obchodom. Tieto vzdelávacie aktivity zároveň pomáhajú americkým MSP k príprave solídnejších internacionalizačných stratégií. Zatiaľ čo podnikateľské vzdelávanie poskytuje skôr všeobecné informácie, podpora v podobe obchodného poradenstva je potom šitá na mieru potrebám konkrétnych MSP. Centrá USEAC pomáhajú podnikom doladiť ich podnikateľské plány a pomôcť im zistiť všetky regulačné a administratívne požiadavky, ktoré musia spĺňať pri vstupe na ten-ktorý trh. Špecialisti USEAC pomáhajú MSP pripraviť aj finančnú stratégiu pre pokrytie ich internacionalizačných zámerov. Tá zahŕňa aj pomoc pri nastavení cenotvorby na zahraničnom trhu a zistenie možností pre získanie finančnej podpory od vládnych inštitúcií a obchodných združení. Centrá USEAC pomáhajú domácim podnikom aj s identifikáciou potenciálnych zákazníkov a obchodných partnerov v zahraničí. Túto formu podpory realizujú prostredníctvom organizovania networkingových podujatí a veľtrhov či vysielaním obchodných misií.

⁸² Zdroj: Columbia University. 2013. *SME Internationalization and Export Promotion Programs: Lessons from the United States for Latin America*, s. 27

SBDC Global⁸³ – je online platformou, ktorá umožňuje prepájanie MSP zo Spojených štátov a krajín Latinskej Ameriky s rozsiahlou sieťou Centier pre rozvoj malého podnikania (Small Business Development Centers – SBDC). Táto platforma ponúka vzdelávacie semináre, informácie o administratíve a reguláciách spojených s cezhraničným obchodovaním, prehľadný adresár potenciálnych firemných zákazníkov a tiež online trhovisko⁸⁴. V samotných Spojených štátoch je o platformu najväčší záujem medzi podnikateľmi v štátoch Kalifornia, Texas a Massachusetts, no najväčším prínosom je MSP z krajín Latinskej Ameriky, ktoré majú záujem o vstup na trh USA. Platforma SBDC Global slúži predovšetkým na prepájanie, pričom je úzko naviazaná na sieť fyzických podporných centier, ktoré následne poskytujú podporu. Ak má napríklad malá firma z Kolumbie záujem exportovať do Texasu, miestne SBDC jej poskytne analýzy miestneho trhu a ďalšiu praktickú podporu.

4.14 Kórejská republika

KOTRA⁸⁵ – Kórejská agentúra pre podporu investícií (KOTRA) sa od roku 2008 zameriava špecificky na podporu a rozvoj internacionalizácie kórejských MSP, pričom podpora podnikateľských aktivít MSP na domácom trhu prešla pod gesciu iných verejných inštitúcií. KOTRA svoje aktivity realizuje predovšetkým prostredníctvom svojej centrály v Soule, siete jedenástich regionálnych centier po celej krajine a siete viac ako stovky pobočiek v 86 krajinách sveta. Pre veľký záujem o poskytované služby sa pripravuje otvorenie ďalších. KOTRA vďaka tejto infraštruktúre dokáže poskytovať kórejským MSP komplexnú podporu vo všetkých fázach ich internacionalizačných plánov. Medzi hlavné podporné aktivity agentúry patrí organizovanie vzdelávacích seminárov, veľtrhov, vysielanie obchodných delegácií a prepájanie domácich MSP s potenciálnymi zákazníkmi a obchodnými partnermi v zahraničí⁸⁶. Zastúpenia KOTRA však prostredníctvom individuálnych konzultácií pomáhajú miestnym

⁸³ Zdroj: <https://www.sbdglobal.com>

⁸⁴ Zdroj: Columbia University. 2013. *SME Internationalization and Export Promotion Programs: Lessons from the United States for Latin America*, s. 22

⁸⁵ Zdroj: United Nations. 2016. *Making the WTO Trade Facilitation Agreement Work for SMEs*, s. 22

⁸⁶ Zdroj: Invest Korea. KOTRA's Regional Support Centers. 2018. Dostupné na:

MSP aj s prípravou marketingových kampaní v zahraničí a riešení konkrétnych podnikateľských problémov spojených so vstupom na zahraničný trh. Regionálne centrá KOTRA však sledujú aj strategickejšie ciele v snahe posilniť regionálne významné ekonomické aktivity prostredníctvom internacionalizácie. Podporu sa tak snažia cielene smerovať do firiem ponúkajúcich tovary a služby, ktoré sú pre ekonomiku toho-ktorého regiónu najvýznamnejšie.

TradeNAVI⁸⁷ – Ide o integrovaný informačný portál zriadený a spravovaný spoločne Kórejským združením medzinárodného obchodu a Ministerstvom obchodu, priemyslu a energetiky. Hlavným účelom tohto nástroja je prehľadným spôsobom združiť na jedinom mieste informácie, ktoré môžu byť pre kórejské MSP užitočné pri príprave ich expanzie na zahraničné trhy. Kórejské MSP tu majú k dispozícii napríklad prehľady ciel, regulácií, certifikácií a ďalších administratívnych povinností, ktoré je nutné spĺňať, ak chcú vstúpiť na zahraničné trhy. Zároveň tu majú k dispozícii aj profily viac ako pol milióna zahraničných firiem, ktoré by mohli osloviť ako potenciálnych obchodných partnerov⁸⁸. Portál umožňuje jednoduché vyhľadávanie všetkých potrebných informácií skrz profily krajín a ekonomických odvetví, takže je prehľadný a ľahko zrozumiteľný aj pre začínajúcich podnikateľov, respektíve pre podnikateľov, ktorí nemajú predchádzajúce skúsenosti s cezhraničným obchodom. Všetky tieto informácie boli pred vytvorením TradeNAVI roztrúsené na jednotlivých portáloch štátnych inštitúcií, samospráv a obchodných združení.

http://m.investkorea.org/m/published/zone.do;jsessionid=D3b1tS5VGP65bQIhWenPLvRbg1ydkBS7Wvw6GI9JJc5VbLi0mlpbEhoYQcJAIF.S168_WAS_servlet_iko2015?mode=view&articleNo=475733&article.offset=0&articleLimit=10

⁸⁷ Zdroj: United Nations. 2016. Making the WTO Trade Facilitation Agreement Work for SMEs, s. 22

⁸⁸ Zdroj: Korea International Trade Association. 2014. TradeNAVI, the Trade Information Portal, Provides 530,000 Overseas Companies' Information. Dostupné na:

http://www.kita.org/about/newsView.do?id=&no=1539&searchWrd=&result_url=

4. EKONOMICKÁ ANALÝZA TOKOV TOVAROV A SLUŽIEB Z HĽADISKA SLOVENSKA

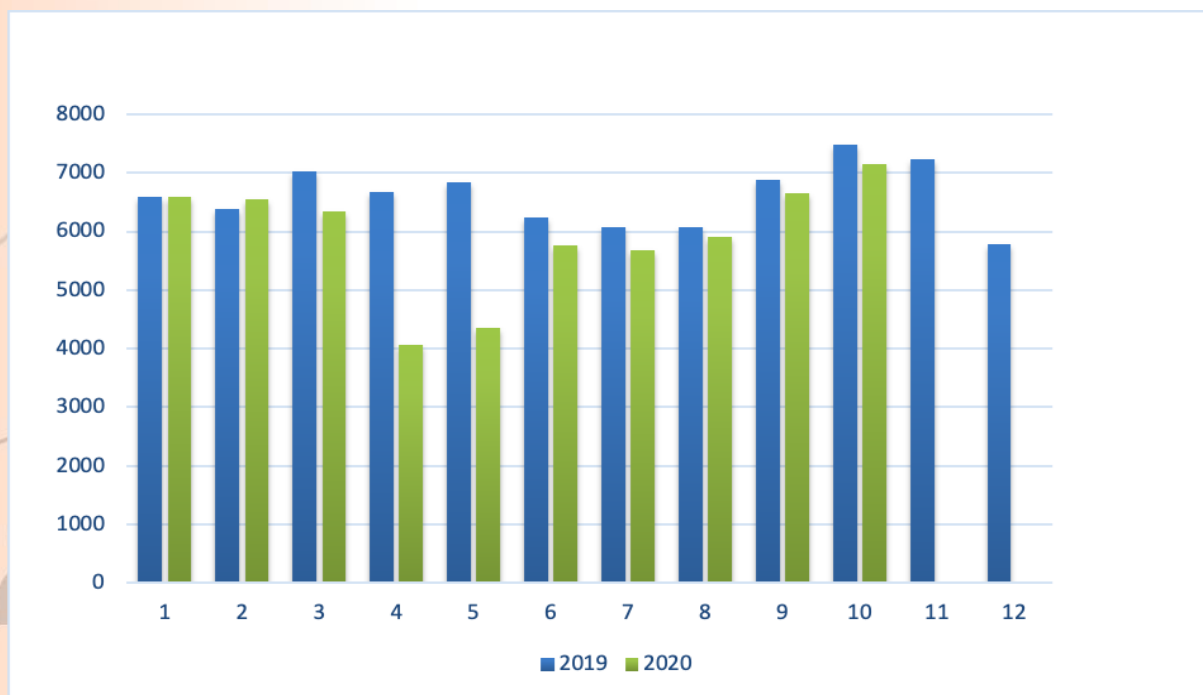
V tejto kapitole sa zameriame na rozbor aktuálneho prierezu výkonov zahraničného obchodu Slovenskej republiky s dôrazom na jeho geografickú a tovarovú štruktúru. Všetky použité údaje v tejto kapitole sú čerpané z publikácie Štatistického úradu SR pod názvom „Zahraničný obchod Slovenskej republiky 10/2020“, ktorá zachytáva vývoj za obdobie od januára do októbra 2020. V čase zostavovania tejto analýzy ide o najaktuálnejšie dostupné dáta o zahraničnom obchode SR.

Slovenská ekonomika bola v roku 2020 výrazne zasiahnutá dôsledkami pandémie koronavírusu. Napriek tomu, že sa trvajúca kríza premietla aj do výsledkov zahraničného obchodu, Slovenskej republike sa podarilo zachovať aktívne saldo. Zatiaľ čo celkový objem dovozu sa medzi januárom a októbrom 2020 v porovnaní s identickým obdobím predchádzajúceho roka prepadol o 10,9 percenta, celkový objem vývozu zaznamenal prepad o 8,7 percenta. Saldo zahraničného obchodu za obdobie prvých desiatich mesiacov roka 2020 vďaka tomu dosiahlo v nominálnom vyjadrení 2,35 miliardy eur.

Aj napriek pretrvávajúcim ekonomickým turbulenciám bol mimoriadne pozitívny výsledok zaznamenaný za október 2020, kedy hodnota exportu aj prebytok zahraničného obchodu dosiahli najvyššie hodnoty za posledné desaťročie. Celkový objem exportu za október 2020 dosiahol 7,9 miliardy eur a aktívne saldo 807,5 milióna eur.

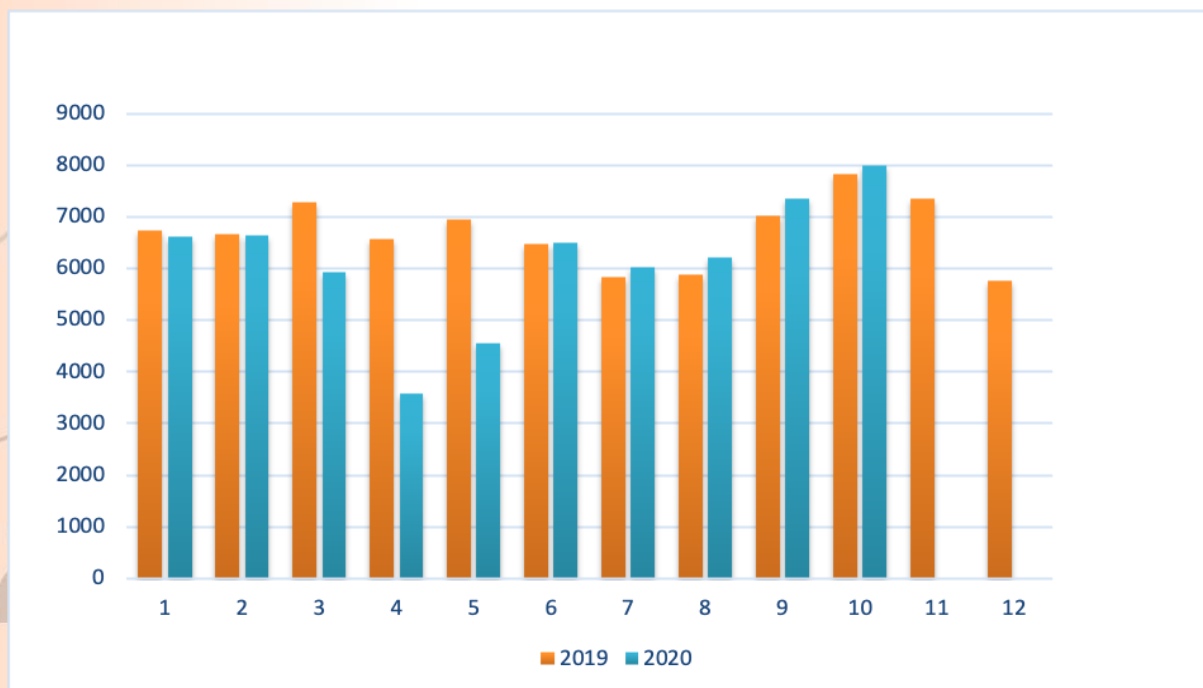
Tento mimoriadne pozitívny vývoj bol zapríčinený najmä výkonmi v automobilovom priemysle, nakoľko obchodný prebytok v tovarovej kategórii „stroje a prepravné zariadenia“ dosiahol 1,6 miliardy eur. Prebytok však bol dosiahnutý ešte v tovarovej kategórii trhových výrobkov.

Graf 4: Celkový dovoz podľa mesiacov za roky 2019 a 2020 (v miliónoch eur)



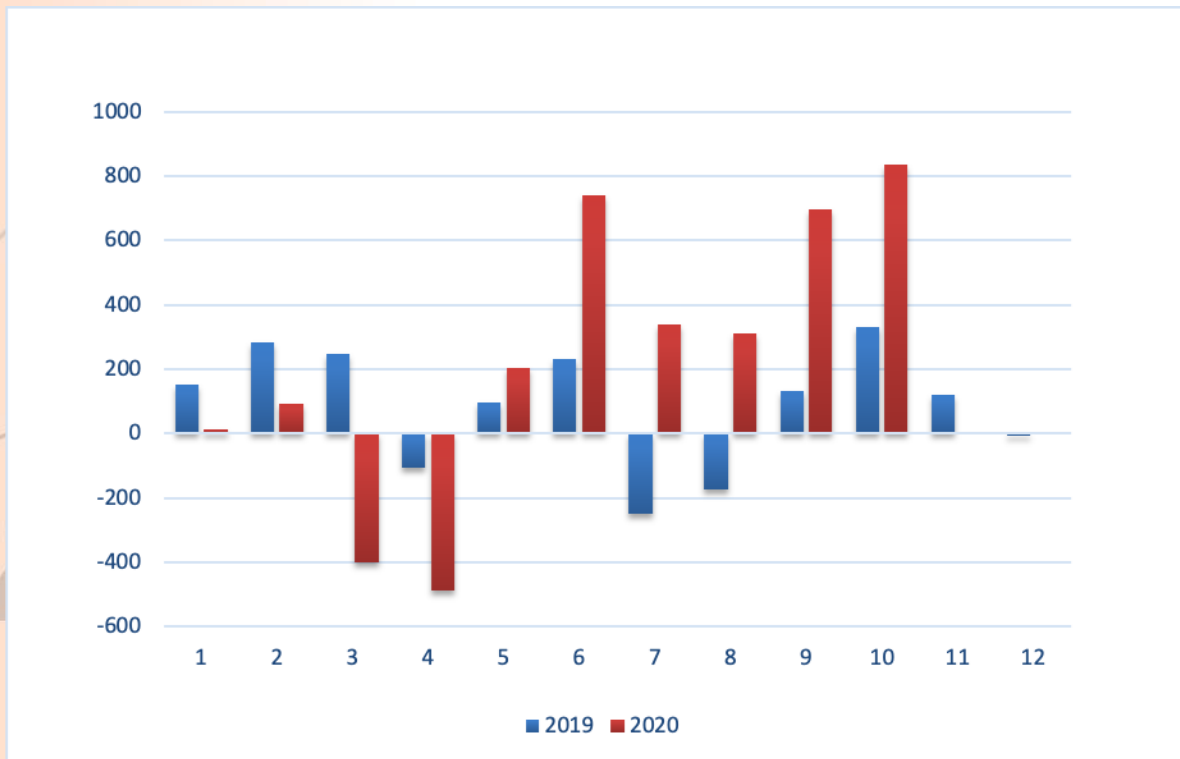
Zdroj: Štatistický úrad SR

Graf 5: Celkový vývoz podľa mesiacov za roky 2019 a 2020 (v miliónoch eur)



Zdroj: Štatistický úrad SR

Graf 6: Saldo zahraničného obchodu podľa mesiacov za roky 2019 a 2020 (v miliónoch eur)



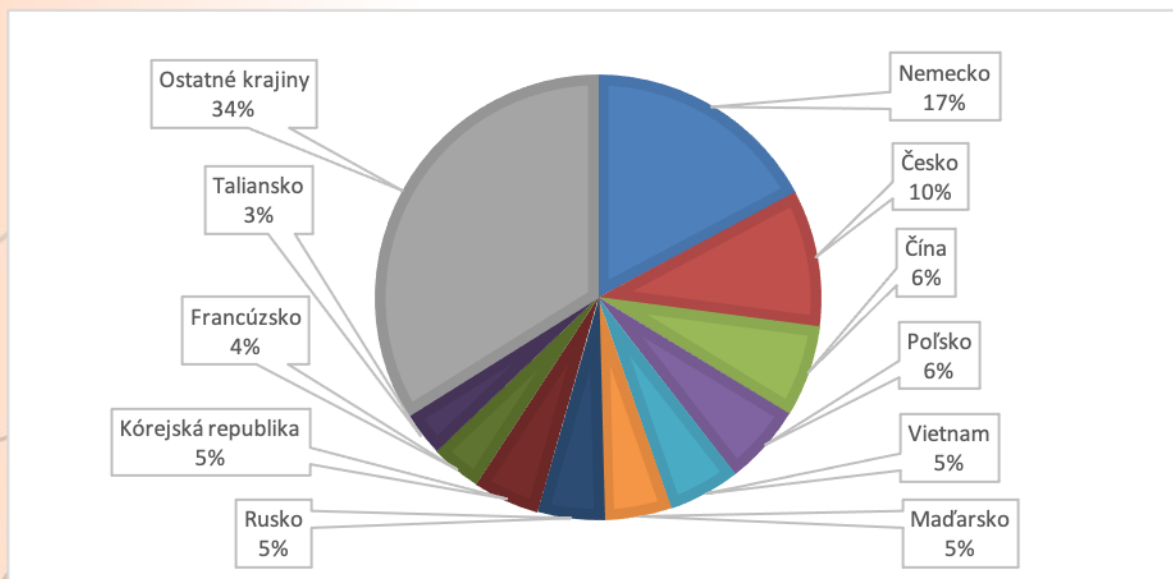
Zdroj: Štatistický úrad SR

4.1 Geografická štruktúra zahraničného obchodu SR

Z hľadiska štruktúry geografických blokov sú v prípade dovozu najväčšími obchodnými partnermi Slovenskej republiky: EÚ (66,8 percenta z celkového dovozu do SR), Ázia (21,2 percenta z celkového dovozu do SR) a Amerika (1,7 percenta z celkového dovozu do SR).

Pri geografickom rozbere z hľadiska jednotlivých krajín vyzerá aktuálna štruktúra desiatky najvýznamnejších obchodných partnerov nasledovne. Výrazne najväčší podiel dovozu do SR pochádza z Nemecka (17,2 percenta z celkového dovozu), Českej republiky (9,9 percenta z celkového dovozu) a Číny (6,6 percenta). Nasleduje Poľsko (5,8 percenta), Vietnam (5,2 percenta), Maďarsko (4,9 percenta), Rusko (4,8 percenta), Kórejská republika (4,8 percenta), Francúzsko (3,7 percenta) a Taliansko (3,2 percenta z celkového dovozu do SR).

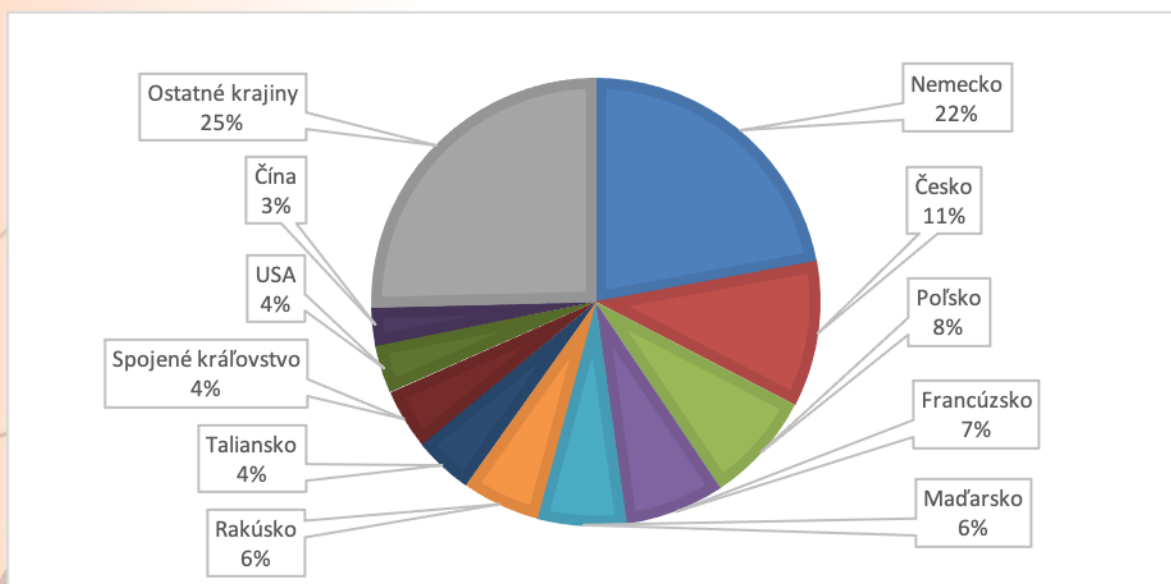
Graf 7: Geografická štruktúra dovozu za obdobie od januára do októbra 2020



Zdroj: Štatistický úrad SR, vlastné spracovanie

Z hľadiska štruktúry geografických blokov sú v prípade vývozu najväčšími obchodnými partnermi Slovenskej republiky: EÚ (78,8 percenta z celkového vývozu SR), Ázia (6 percent) a Amerika (4,4 percenta z celkového vývozu SR). Pri geografickom rozbere z hľadiska jednotlivých krajín vyzerá aktuálna štruktúra desiatky najvýznamnejších obchodných partnerov nasledovne. Výrazne najväčší podiel slovenského vývozu smeruje do Nemecka (22,1 percenta z celkového vývozu SR), Českej republiky (10,5 percenta) a do Poľska (8 percent). Nasleduje Francúzsko (7,2 percenta), Maďarsko (6,4 percenta), Rakúsko (5,6 percenta), Taliansko (4,3 percenta), Spojené kráľovstvo (4,3 percenta), USA (3,5 percenta) a napokon Čína (2,7 percenta)

Graf 8: Geografická štruktúra vývozu za obdobie od januára do októbra 2020

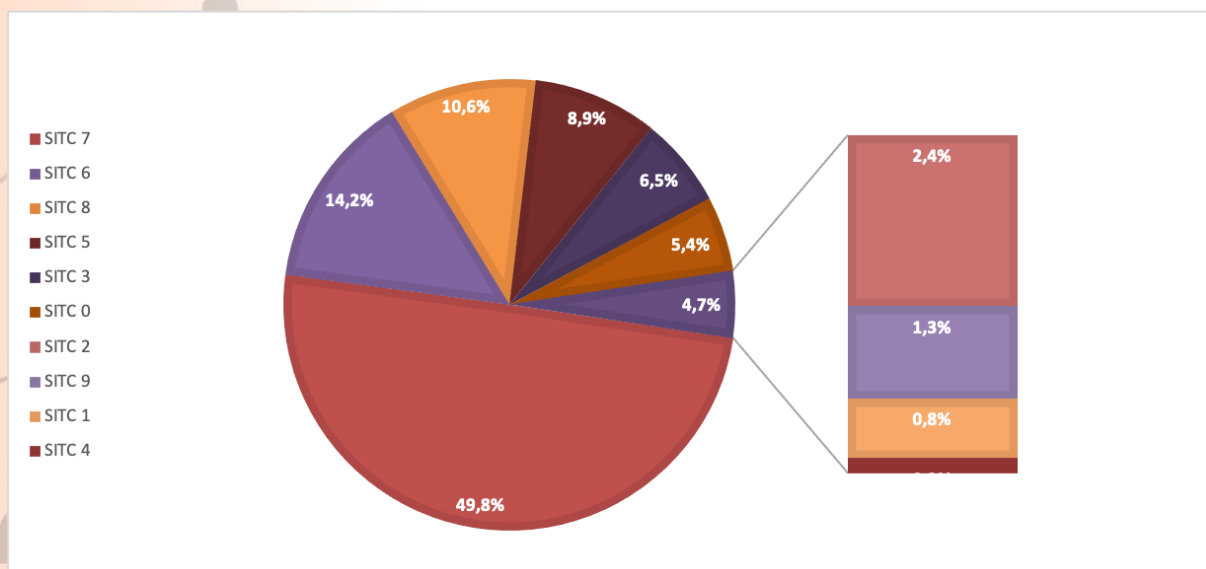


Zdroj: Štatistický úrad SR, vlastné spracovanie

4.2 Tovarová štruktúra zahraničného obchodu SR

Z hľadiska tovarovej štruktúry tvoria takmer polovicu celkového dovozu do Slovenskej republiky stroje a prepravné zariadenia (49,8 percenta). S výrazným odstupom nasledujú trhové výrobky (14,2 percenta z celkového dovozu), priemyselné výrobky (10,6 percenta), chemikálie (8,9 percenta), minerálne palivá (6,5 percenta), potraviny a živé zvieratá (5,4 percenta), surové materiály (2,4 percenta), nápoje a tabak (0,8 percenta) a napokon oleje, tuky a vosky (0,2 percenta z celkového dovozu).

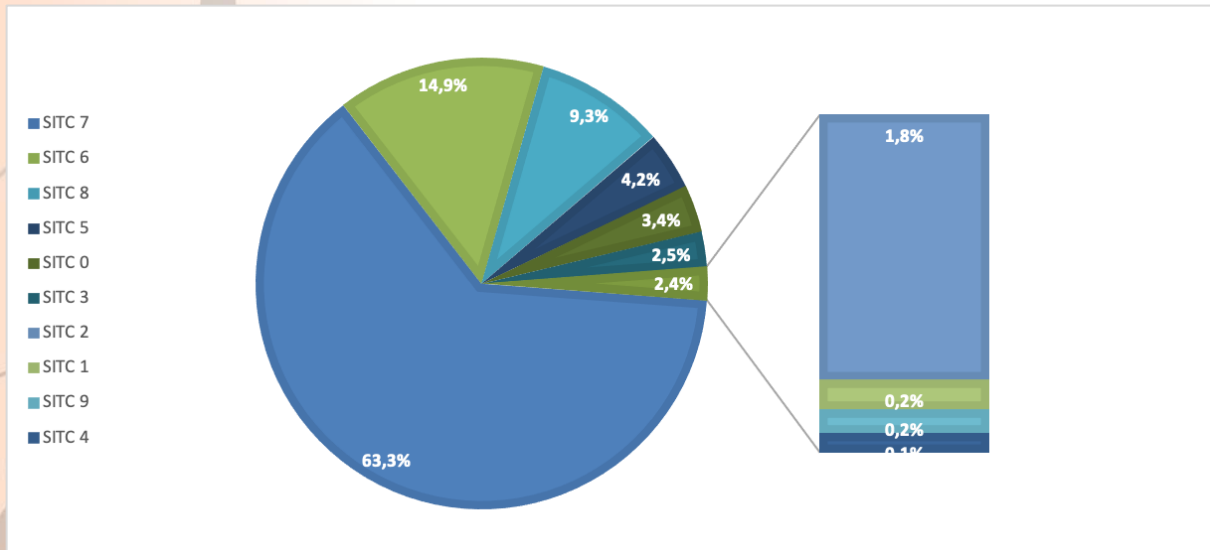
Graf 9: Tovarová štruktúra dovozu za obdobie od januára do októbra 2020 (v miliónoch eur)



Zdroj: Štatistický úrad SR, údaje podľa nomenklatúry SITC Rev.4v

Z hľadiska tovarovej štruktúry tvoria takmer dve tretiny vývozu Slovenskej republiky stroje a prepravné zariadenia (63,3 percenta). S výrazným odstupom nasledujú trhové výrobky (14,9 percenta z celkového vývozu), priemyselné výrobky (9,3 percenta), chemikálie (4,2 percenta), potraviny a živé zvieratá (3,4 percenta), minerálne palivá (2,5 percenta), surové materiály (1,8 percenta), nápoje a tabak (0,2 percenta), oleje, tuky a vosky (0,1 percenta z celkového vývozu).

Graf 10: Tovarová štruktúra vývozu za obdobie od januára do októbra 2020 (v miliónoch eur)



Zdroj: Štatistický úrad SR, nomenklatúry SITC Rev.4v

Tabuľka 4: Tovarová štruktúra dovozu a vývozu za január až október 2020 (v miliónoch eur)

Triedy SITC		Dovoz	Vývoz
SPOLU		59 053	61 403
SITC 0	Potraviny a živé zvieratá	3 193	2 098
SITC 1	Nápoje a tabak	494	126
SITC 2	Surové materiály	1 416	1 133
SITC 3	Minerálne palivá	3 820	1 536
SITC 4	Oleje, tuky a vosky	125	84
SITC 5	Chemikálie	5 256	2 567
SITC 6	Trhové výrobky	8 366	9 165
SITC 7	Stroje a prepravné zariadenia	29 385	38 895
SITC 8	Priemyselné výrobky	6 235	5 698
SITC 9	Ostatné	763	101

Zdroj: Štatistický úrad SR, nomenklatúry SITC Rev.4

5. TECHNOLOGICKÝ POTENCIÁL SLOVENSKÝCH MSP Z HĽADISKA ZAHRANIČNÝCH TRHOV

Štruktúra slovenskej ekonomiky je do značnej miery formovaná prítomnosťou dominantného automobilového priemyslu. Zásadnou mierou sa podieľa na celkovom ekonomickom výkone krajiny, prispieva k jej exportnej orientácii a dlhodobo je tiež značným zdrojom zahraničných investícií. Na automobilový priemysel je naviazané aj podnikanie významného podielu domácich malých a stredných podnikov. Vďaka týmto obchodným partnerstvám sa stávajú súčasťou medzinárodných dodávateľských a hodnotových reťazcov, čo otvára nové príležitosti pre internacionalizáciu ich podnikania. Automobilový priemysel navyše vyžaduje subdodávateľskú sieť podnikov pôsobiacich práve v tých odvetviach, ktoré sú kľúčové pre budovanie technologického potenciálu slovenskej ekonomiky.

Strojárske odvetvie patrí k najvýznamnejším prispievateľom k výkonu slovenskej ekonomiky. Podľa posledných údajov Štatistického úradu SR za rok 2019⁸⁹ sa strojárstvo podieľa 47 percentami na celkovej priemyselnej produkcii krajiny, pričom vytvára 38 percent pracovných miest v rámci priemyslu. To znamená, že strojárstvo zamestnáva 164-tisíc pracovníkov. Z celkového počtu 924 podnikov, ktoré v roku 2019 pôsobili v rámci strojárstva, bolo pritom viac ako 350 naviazaných na automobilový priemysel. Očakáva sa, že v nadväznosti na spustenie a rozširovanie výroby v štvrtom automobilovom závode bude toto číslo ešte ďalej rásť⁹⁰.

Elektrotechnické odvetvie na Slovensku taktiež výrazne profituje z možnosti zapájať sa do subdodávateľských reťazcov automobilového priemyslu. V tomto odvetví za rok 2019 pôsobilo 222 podnikov, ktoré sa spoločne na celkovej priemyselnej produkcii podieľali 9,35 percentami a zamestnávali 47-tisíc pracovníkov⁹¹. Elektrotechnika tak rovnako patrí k významným prispievateľom

⁸⁹ Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky. Ročenka priemyslu SR 2019. ISBN 978-80-8121-703-6

⁹⁰ Zdroj: SARIO. 2020. Machinery & Equipment Industry in SLOVAKIA. ISBN 978-80-89786-39-8

⁹¹ Zdroj: SARIO. 2020. Electronics & Electrical Components Industry in SLOVAKIA. ISBN 978-80-89786-39-8

k ekonomickému výkonu krajiny. Súčasný trhový trend v podobe napríklad mikroelektroniky, senzorov a elektrických motorov ponúkajú možnosť orientovať výrobu okrem tradičných komponentov aj na tieto produkty s vyššou pridanou hodnotou.

Sektor informačných a komunikačných technológií má v porovnaní s odvetvím strojárstva a elektrotechniky omnoho menej významné väzby na automobilový priemysel, no taktiež sa významne podieľa na tvorbe pracovných miest aj ekonomického výkonu. IKT sektor v roku 2019 tvoril 3,41 percenta všetkých pracovných miest v ekonomike – čo predstavuje 87-tisíc pracovných miest – a na tvorbe HDP sa podieľal 4,2 percentami⁹². V posledných rokoch navyše tento sektor ukázal vysoký rastový potenciál. Medzi rokmi 2008 a 2020 narástol počet pracovných miest v IKT o 60 percent⁹³. V kontexte silných trhových trendov smerom k elektronizácii, automatizácii a digitálnej ekonomike predstavuje odvetvie s najvyšším potenciálom rastu a tvorby pridanej hodnoty.

Súčasná štruktúra slovenskej ekonomiky tak poukazuje na prítomnosť solídneho technologického potenciálu v kľúčových odvetviach, ktoré sú navyše vysoko konkurenčné a vyžadujú neustále inovácie. Práve inovácie sú základným predpokladom pre posilňovanie technologického potenciálu a konkurenčnej schopnosti ekonomiky a zachovania jej udržateľného rastu.

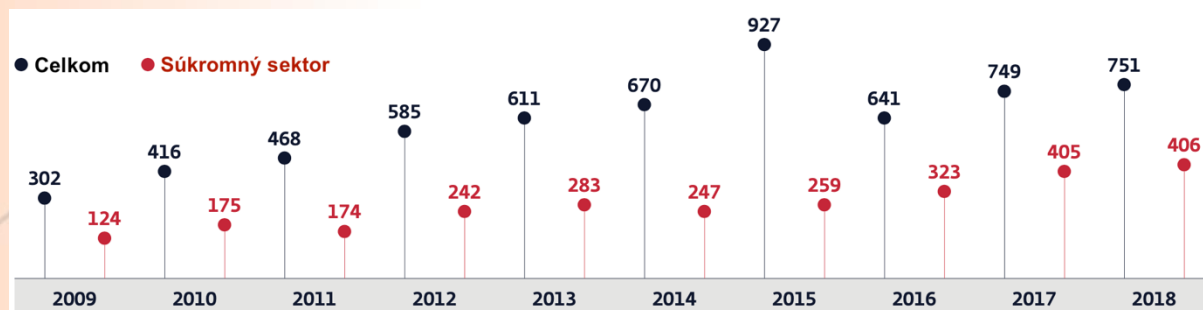
Slovensko dnes síce v objeme investícií do inovácií ešte stále citeľne zaostáva za rozvinutejšími ekonomikami, no ich objem za posledných desať rokov významne narástol. Celkový objem výdavkov na výskum a vývoj bol v roku 2018 v porovnaní so stavom z roku 2008 až 2,5-násobne vyšší. Výskum a vývoj pritom podľa posledných dát zamestnával na Slovensku takmer 36-tisíc pracovníkov⁹⁴.

⁹² Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky. Ročenka priemyslu SR 2019. ISBN 978-80-8121-703-6

⁹³ Zdroj: SARIO. 2020. Information & Communications Technology Sector in SLOVAKIA. ISBN 978-80-89786-36-7

⁹⁴ Ročenka vedy a techniky v Slovenskej republike. 2019. ISBN 978-80-8121-710-4

Graf 11: Výdavky na výskum a vývoj na Slovensku (v miliónoch eur)

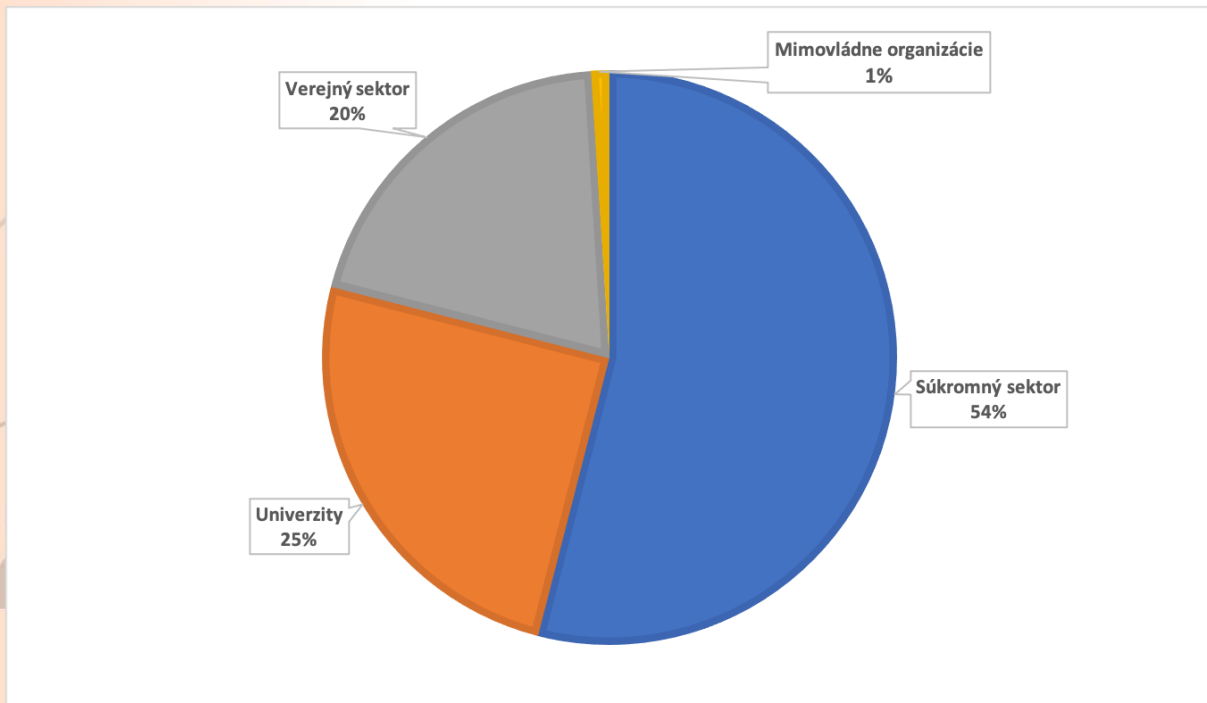


Zdroj: SARIO, Štatistický úrad SR, Grafton Recruitment

Na raste výdavkov na výskum a vývoj sa najvýznamnejšou mierou podieľa súkromný sektor – do značnej miery prostredníctvom zahraničných firiem⁹⁵. Súkromný sektor je podľa posledných dát zodpovedný za 54 percent celkového objemu na výskum a vývoj, univerzity za 25 percent, verejný sektor za 20 percent a mimovládne organizácie za 1 percento.

⁹⁵ Zdroj: SARIO. 2020. R&D & Innovation Sector in SLOVAKIA. ISBN 978–80–89786–30–5

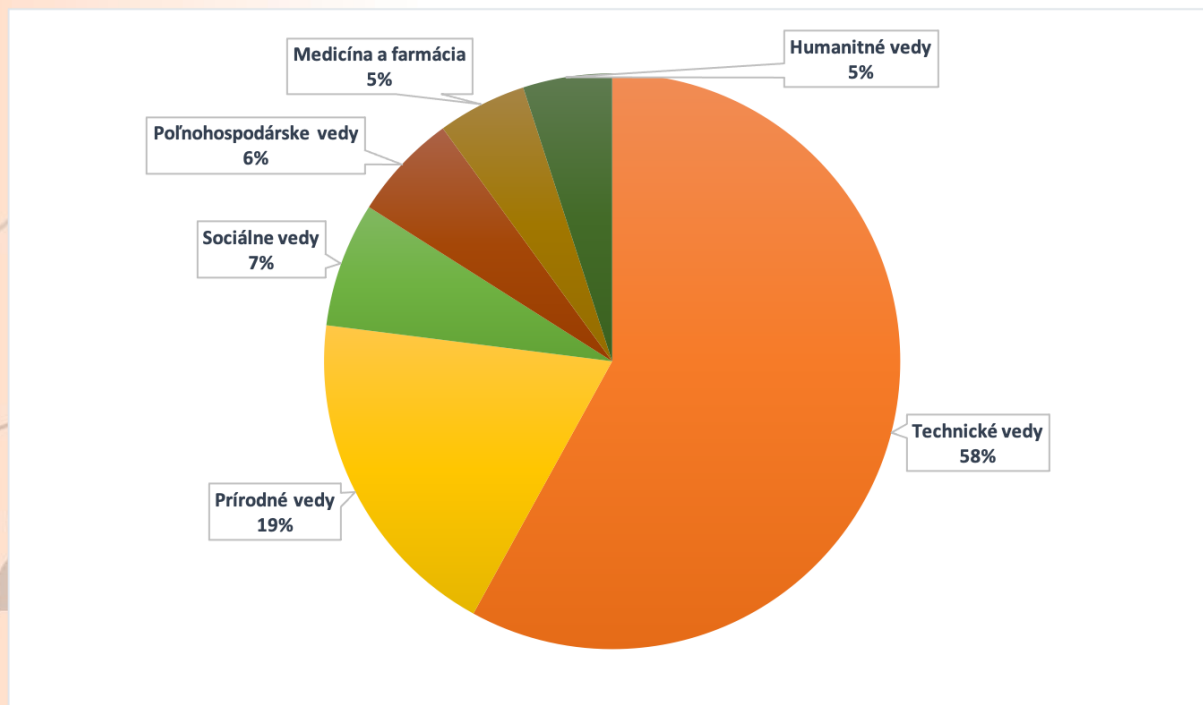
Graf 12: Sektorová štruktúra výdavkov na výskum a vývoj na Slovensku za rok 2019



Zdroj: SARIO, Štatistický úrad SR, Grafton Recruitment, vlastné spracovanie

To sa následne prejavuje aj v štruktúre týchto investícií. Až 58 percent prostriedkov preinvestovaných na výskum a vývoj smeruje do oblasti technických vied, 19 percent do oblasti prírodných vied, 7 percent do oblasti sociálnych vied, 6 percent do poľnohospodárskeho výskumu, 6 percent do medicíny a farmácie a 5 percent do humanitných vied.

Graf 13: Štruktúra výdavkov na výskum a vývoj na Slovensku za rok 2019 podľa ich zamerania



Zdroj: SARIO, Štatistický úrad SR, Grafton Recruitment, vlastné spracovanie

Napriek solídnej základni technologicky orientovaných firiem a pozitívnemu trendu v oblasti investícií do výskumu a vývoja má však Slovensko ešte stále významný priestor na ďalšie posilňovanie svojich inovačných kapacít a technologického potenciálu. Systematická podpora podnikateľských zručností a rozvoja inovácií je kľúčová, ak si má Slovensko zachovať svoju medzinárodnú konkurenčnú schopnosť. Obzvlášť to platí pre vysoko konkurenčné technologické odvetvia. V ďalších častiach tejto kapitoly predstavíme inštitúcie a schémy, ktoré v súčasnosti poskytujú podporu pre rozvoj technologických inovácií na Slovensku.

5.1 Podporné iniciatívy verejného sektora

Národné podnikateľské centrum⁹⁶ – zabezpečuje komplexné služby pre podporu malého a stredného podnikania, pričom ide o najrozsiahlejší projekt tohto typu na Slovensku. Národné podnikateľské centrum ponúka celý balík podporných služieb a mechanizmov vo forme one-stop-shop, ktorá podnikateľom umožňuje vybaviť všetko na jednom mieste. Projekt Národného podnikateľského centra zastrešuje Slovak Business Agency v spolupráci s Centrom vedecko-technických informácií SR. Podporné aktivity sú financované vďaka podpore európskych prostriedkov z Operačného programu Integrovaná infraštruktúra. Cieľom NPC je poskytovať komplexnú a systematickú podporu malého a stredného podnikania nielen rozsahom ponúkaných nástrojov, ale aj geograficky. Za týmto účelom boli zriadené pobočky aj vo všetkých krajských mestách. Medzi ponúkané služby patrí organizovanie tematických seminárov a workshopov, poskytovanie krátkodobého aj dlhodobého odborného poradenstva, konzultačných služieb, podpora účasti na medzinárodných veľtrhoch, stážach a podujatiach, inkubátorové programy, no taktiež finančná podpora. Významnou súčasťou aktivít NPC je však aj podpora prepájania výskumných a vzdelávacích inštitúcií so súkromným sektorom. Podporné schémy sú určené pre potenciálnych, začínajúcich aj etablovaných podnikateľov.

Z hľadiska podpory technologického potenciálu slovenských MSP je nutné zmieniť aj ponuku využitia kreatívnych technologických dielní⁹⁷, ktorú môžu využiť podnikatelia aj nepodnikatelia. Dielne Creative Point sa nachádzajú v rámci priestorov NPC v Bratislave, Žiline a Košiciach. Ponúkajú 3D tlačiarne, laserové a CNC frézy a ďalšie technológie, vďaka ktorým je za asistencie odborného personálu možné vytvoriť dizajny, modely či prototypy. NPC ďalej sprostredkúva aj využitie kreatívnej dielne FabLab, ktorá sa nachádza v rámci Vedeckého parku Univerzity Komenského v Bratislave. FabLab umožňuje využitie 3D tlačiarne, 3D skeneru, laserových vyrezávačov, ploterov, gravíriek a ďalších zariadení.

⁹⁶ Zdroj: Národné podnikateľské centrum. Skupiny služieb. Dostupné na: <https://www.npc.sk/sk/services/>

⁹⁷ Zdroj: Národné podnikateľské centrum. Creative Point/Fablab. Dostupné na: <https://www.npc.sk/sk/services/specialne-sluzby-creative-point/creative-point/>

5.2 Podporné iniciatívy univerzít a výskumných pracovísk

Digitálny Inovačný Hub Science City⁹⁸ – je špeciálnym účelovým zariadením Fakulty elektrotechniky a informatiky STU v Bratislave, ktoré bolo založené v roku 2019. Pôsobí ako univerzitné inovačné centrum, ktorého náplňou je prepájanie akademického výskumu v oblasti robotiky, umelej inteligencie, internetu vecí a digitálnych technológií so súkromným sektorom. Stará sa teda o transfer poznatkov z výskumu do praxe, no taktiež v predmetných oblastiach poskytuje podnikom odborné poradenstvo s cieľom podpory rozvoja ich inovácií. Cieľmi DIH SC sú najmä príprava a realizácia inovačných, výskumných a vedeckých projektov financovaných so súkromných aj verejných zdrojov a vytváranie partnerstiev medzi relevantnými organizáciami v oblasti výskumu, vývoja a vedy. DIH SC svoje ciele realizuje prostredníctvom aktivít v štyroch oblastiach, ktorými sú podpora pri hľadaní financií na rozvoj inovácií, rozvíjanie zručností inovatívnych podnikov, overovanie konceptov vyvíjaných inovácií a budovanie ekosystému inovatívnych spoločností.

Vedecký park Univerzity Komenského v Bratislave⁹⁹ – je špecializovaným pracoviskom Univerzity Komenského so zameraním na prehľbovanie a aplikáciu výskumu v oblastiach biotechnológií, bioinformatiky, biomedicíny a environmentálnej medicíny. Infraštruktúru vedeckého parku využívajú okrem vlastných zamestnancov aj výskumníci z ostatných fakúlt univerzity a taktiež pracovníci partnerských subjektov. Súčasťou Vedeckého parku Univerzity Komenského sú aj tri samostatné špecializované pracoviská.

Technologické centrum je výskumným a vývojovým pracoviskom. Predstavuje platformu pre spoluprácu s externými partnermi, vďaka čomu slúži na prepájanie odborných kapacít univerzity s praktickými potrebami podnikov. Zamerané je predovšetkým na výskum a vývoj nových výrobkov, služieb a technológií.

⁹⁸ Zdroj: Digitálny Inovačný Hub. Dostupné na: <https://www.dih.stuba.sk/>

⁹⁹ Zdroj: Vedecký park Univerzity Komenského v Bratislave. O vedeckom parku. Dostupné na: <https://cusp.uniba.sk/o-vedeckom-parku/>

Inkubátor má za úlohu podporovať komercializáciu vedeckej činnosti univerzity prostredníctvom start-upov, spin-offov aj transferu technológií etablovaným podnikom. Svoju činnosť vyvíja na regionálnej, národnej aj medzinárodnej úrovni.

Centrum transferu technológií má ako hlavnú úlohu vytýčené spravovanie priemyselného vlastníctva univerzity, čo zahŕňa jeho posudzovanie, ochranu a komerčné zhodnotenie. Činnosť centra z tohto dôvodu zahŕňa aj poskytovanie špecializovanej podpory a poradenstva výskumným pracovníkom a študentom univerzity v predmetnej oblasti.

Univerzitný vedecký park TECHNICOM¹⁰⁰ – je projektom Technickej univerzity v Košiciach, ktorý vznikol so zámerom vytvárať podmienky pre rozvoj výskumu a vývoja a ich aplikácie do praxe na regionálnej, národnej aj medzinárodnej úrovni. Tento zámer má byť realizovaný prostredníctvom prehlbovania spolupráce medzi pracoviskami jednotlivých univerzít a ústavov Slovenskej akadémie vied, no taktiež s podnikmi a ďalšími spoločenskými organizáciami. Výskum v rámci UVP TECHNIKOM je orientovaný predovšetkým na oblasti informačných a komunikačných technológií, elektrotechniky, automatizácie, strojárstva a environmentálneho inžinierstva. Špecifickým cieľom košického univerzitného vedeckého parku je zabezpečiť vznik a prevádzku technologických inkubátorov pre podporu hi-tech MSP, start-upov a spin-offov. Cieľom je taktiež ponúkať tematicky zamerané vzdelávacie aktivity, poskytovať odborné poradenstvo a vykonávať expertíznu činnosť.

Univerzitný vedecký park Žilinskej univerzity v Žiline¹⁰¹ – hlavným zameraním projektu je sústrediť výskumné kapacity univerzity na riešenie problémov z praxe a efektívne tým prepájať akademickú pôdu so súkromným sektorom. UVP Žilinskej univerzity si kladie za cieľ vybudovať robustnú infraštruktúru pre aplikovaný výskum a technologický transfer a podporiť tým rozvoj znalostných aj inovačných kapacít v regióne. Vzhľadom na odborné zameranie univerzity a sektorovú orientáciu ekonomiky v regióne sú výskumné kapacity univerzitného vedeckého parku realizované najmä

¹⁰⁰ Zdroj: Univerzitný vedecký park TECHNICOM. UVP TECHNICOM a jeho funkcie. Dostupné na: <https://www.uvptechnicom.sk/sk/>

¹⁰¹ Zdroj: Univerzitný vedecký park Žilinskej univerzity v Žiline. I. Fáza. Dostupné na: https://uvp.uniza.sk/sk_SK/univerzitny-vedecky-park-zilinskej-univerzity-v-ziline-i-faza/

v oblastiach inteligentných dopravných a výrobných systémov, progresívnych materiálov a technológií a taktiež v oblasti informačno-komunikačných technológií. Kľúčovou súčasťou aktivít Univerzitného vedeckého parku Žilinskej univerzity je podpora transferu technológií.

Tieto aktivity majú formu poskytovania špecializovaného právneho a ekonomického poradenstva, pomoc pri licencovaní technológií, pomoc pri zakladaní start-upov a spin-offov, no tiež zmluvný či spoločný výskum s podnikmi. Žilinský UVP tiež poskytuje služby podnikateľského inkubátora, ktoré zahŕňajú odborné workshopy, konzultácie, administratívnu, právnu a marketingovú podporu, pomoc pri vypracovaní podnikateľských plánov a taktiež podporu pri získavaní financovania nádejným podnikateľským projektom. Projekt vznikol vďaka podpore z finančných zdrojov EÚ.

InQb – je špecializovaným pracoviskom Slovenskej technickej univerzity v Bratislave, ktoré má za cieľ aktívne prepájať akademické vzdelávanie s praxou. Inkubátor bol založený v roku 2005 s podporou finančných prostriedkov EÚ a určený je najmä študentom a absolventom univerzity, ktorí majú záujem uplatniť svoje technicky orientované vzdelanie vo vlastných podnikateľských projektoch. Pomáha teda najmä perspektívnym a začínajúcim podnikateľom s inovatívnymi technologickými nápadmi. InQb okrem poskytovania odborného poradenstva organizuje aj tematické vzdelávacie a networkingové podujatia, svoje ciele však naplňa predovšetkým prostredníctvom dvoch inkubátorových programov.

Program Štart¹⁰² je trojmesačným programom podnikateľskej prípravy pre záujemcov, ktorí majú sľubný nápad, no len slabé či žiadne podnikateľské zručnosti. V rámci programu Štart sa nevyžaduje, aby mali uchádzači vopred založenú svoju firmu či živnosť. Určený je predovšetkým pre študentov stredných a vysokých škôl a absolventov vysokých škôl, ktorí v rámci programu môžu získať znalosti a zručnosti potrebné k tomu, aby svoj nápad dokázali úspešne pretransformovať do podnikania. Môže sa jednať o inovatívny produkt, službu, technológiu či materiál, ktoré majú potenciál priniesť komerčne uplatniteľné riešenia. Program Štart je realizovaný prostredníctvom odborného poradenstva a

¹⁰² Zdroj: Univerzitný technologický inkubátor STU. Program Štart. Dostupné na:
<https://www.inqb.sk/sk/programy/start>

mentoringu zameraného na rozvoj podnikateľských zručností vo všeobecnosti, no taktiež na pomoc s praktickými aspektmi podnikania ako marketing či získanie financovania.

Program InQb¹⁰³ je dvojročný inkubačný program určený najmä pre študentov a absolventov Slovenskej technickej univerzity, ktorí rozbiehajú svoje vlastné inovatívne podnikanie zamerané na materiály a produkty. Program je však otvorený aj pre existujúce podniky, ktoré vyvíjajú vlastnú technológiu so zámerom zvýšiť efektivitu výroby, práce, či vyriešiť špecifický problém. Podmienkou však je, že podnik nesmie pôsobiť na trhu viac ako tri roky, respektíve päť rokov v prípade, že podniká v oblasti nanotechnológií a biotechnológií. Program InQb ponúka zapojeným podnikateľom predovšetkým odborné vzdelávanie a mentoring zamerané na posilnenie ich podnikateľských zručností. Ďalej príležitosť na prepájanie s ďalšími inovatívnymi podnikmi a investormi, podporu v oblasti marketingu a prístup k technologickej kreatívnej dielni Fablab, ktorá im umožňuje výrobu prototypov svojich technológií.

5.3 Podporné iniciatívy súkromného sektora

Impact HUB Bratislava¹⁰⁴ – je súčasťou rozsiahlej siete inovačných centier Impact HUB, ktoré fungujú po celom svete. Jadrom fungovania Impact HUBu je coworkingové centrum, ktoré má komunitný charakter. Myšlienkou za týmto konceptom je posilňovanie prepojení medzi inovatívnymi podnikateľmi. Svojim členom Impact HUB ďalej ponúka celú škálu networkingových, odborných a vzdelávacích podujatí a taktiež na mieru prispôsobené profesionálne poradenstvo. Tieto aktivity sú zamerané na podporu rozvoja podnikateľských projektov a prostredníctvom spolupráce s hubmi v ďalších krajinách aj na pomoc pri vstupe na zahraničné trhy.

¹⁰³ Zdroj: Univerzitný technologický inkubátor STU. Program Štart. Dostupné na <https://www.inqb.sk/sk/programy/inqb>

¹⁰⁴ Zdroj: Impact HUB Bratislava. Business Services. Dostupné na: <http://impacthub.sk/services>

Impact HUB taktiež ponúka špecializovaný inkubačný a akceleračný program¹⁰⁵ pre podniky s vysokým rastovým potenciálom. Určený je najmä pre projekty zamerané na oblasti smart cities, mestskej mobility, inovácií pre skvalitnenie života v mestách, obehovej ekonomiky, využívania obnoviteľných zdrojov energií, veľkých dát a digitálnych inovácií. Impact HUB má aktuálne v ponuke desať komplexných inkubačných a akceleračných programov, ktoré zvyčajne trvajú dva až štyri mesiace. Zapojeným podnikateľom ponúkajú individuálne poradenstvo a mentoring, špecializované tréningové programy a workshopy, networkingové podujatia a pomoc pri hľadaní potenciálnych obchodných partnerov.

RubixLab¹⁰⁶ – je súkromné inovačné centrum so sídlom v Bratislave, ktoré pôsobí v rámci celého regiónu strednej Európy. Orientuje sa na podporu budovania a rozvoja inovatívnych podnikateľských ekosystémov v regióne. Dôraz pritom kladie na medzinárodný presah podnikania a oblasť digitálnych technológií. RubixLab svoju činnosť realizuje predovšetkým ako podnikateľský inkubátor pre začínajúce podniky s inovatívnymi nápadmi a vysokým komerčným potenciálom. Ponúkaný inkubačný program trvá jeden a pol roka, pričom úspešní uchádzači získavajú kvalitné poradenské a personálne služby, prístup do medzinárodnej siete inovatívnych podnikateľov a odborníkov, kancelárske priestory a financovanie do výšky 150-tisíc eur.

Launcher¹⁰⁷ – je inovačným štúdiom, ktoré sa orientuje na podporu začínajúcich inovatívnych podnikov s vysokým potenciálom rastu, obzvlášť tých v podobe start-upov a spin-offov. Launcher ponúka celú škálu služieb, vrátane co-workingových priestorov, networkingových eventov, mentoringu a odborného poradenstva, inkubátorového programu a taktiež poskytovania rôznych foriem rizikového kapitálu. Zapojeným podnikateľským projektom ponúka Launcher podporu najmä s nastavením ich biznis plánov, rozširovaním podnikania na zahraničné trhy a zostavovaním

¹⁰⁵ Zdroj: Impact HUB Bratislava. Incubation & Acceleration. Dostupné na:

<http://impacthub.sk/incubation-and-acceleration/>

¹⁰⁶ Zdroj: RubixLab. Dostupné na: <http://rubixlab.com>

¹⁰⁷ Zdroj: Launcher. Dostupné na: <https://launcher.sk/>

pracovních tímov. Launcher však podporuje aj rôzne formy kooperácie medzi obchodnými partnermi a inovatívnymi podnikateľskými projektmi.

6. ODPORÚČANIA NA PODPORU ROZVOJA INTERNACIONALIZÁCIE SLOVENSKÝCH MSP

Vychádzajúc z predchádzajúcich kapitol hodnotenia existujúcej situácie malých a stredných podnikov z hľadiska existujúcej štruktúry podpory, ich expanzie a príkladov najlepšej praxe zo zahraničia, ponúka táto kapitola niekoľko odporúčaní z hľadiska verejnej politiky. Slovenská republika má v oblasti podpory internacionalizácie niekoľko výrazných nedostatkov. Tie znižujú potenciál podnikov rásť a presadiť sa na zahraničných trhoch. Je tomu tak aj napriek faktu, že jednotný trh členských krajín je dostupný pre Slovensko s minimálnymi bariérami. Slovenské firmy ale v procesoch rastu a expanzie trpia z hľadiska celkovej kvality podnikateľského prostredia a samotných opatrení podpory internacionalizácie. Na prehľadné zhodnotenie kvality podnikateľského prostredia a správne identifikovanie najviac prospešných aspektov podpory predstavuje táto kapitola krátku SWOT analýzu (Analýza silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb). Tie pomôžu identifikovať kľúčové chýbajúce diely skladačky v oblasti internacionalizácie, ale aj v celkovej štruktúre podnikateľského prostredia a pridružených aspektov verejnej politiky. Ak sú hlavnými nedostatkami v slovenskom kontexte absencia dostatočných zdrojov u podnikateľov ako aj inštitucionálne nastavenie, tak existuje viacero opatrení, ktoré môžu podporiť internacionalizáciu nepriamym spôsobom. Práve v tomto smere sú významným aspektom administratívne a iné prekážky podnikania, ktoré zaťažujú nepomerne viac malé a stredné podniky. Tie mívajú svoje vzácne časové, finančné a ľudské zdroje, ktoré im potom chýbajú na nové podnikateľské projekty smerom do zahraničia alebo inovácie svojej podnikateľskej činnosti. Kvalita podnikateľského prostredia má teda obrovský potenciál ovplyvniť, pozitívne aj negatívne, ambície a schopnosti malého a stredného podnikania. Popri tom existuje ale aj slabá štruktúra verejnej podpory samotného rozvoja internacionalizácie. V tomto smere je problémom nedostatočná spolupráca jednotlivých inštitúcií podpory MSP a celkovo nízka pridaná hodnota poskytovaných služieb. K tomu sa pridáva aj slabo nastavený vzdelávací systém, s nízkymi dostupnými zdrojmi na vedu a výskum. Finálnym problémom je aj slabá informovanosť MSP o príležitostiach plynúcich z expanzie na nové trhy.

6.1 SWOT analýza predpokladov a podmienok internacionalizácie slovenských MSP

Slovensko sa za posledných dvadsať rokov ekonomicky vypracovalo najmä vďaka reformám, ktoré pomohli priniesť na Slovensko kľúčové zahraničné investície. Tie zadefinovali hospodárske smerovanie krajiny v podobe ťažiskových odvetví na najbližšie desaťročia. Práve z tohto vychádzajú kľúčové charakteristiky slovenského podnikateľského prostredia.

Tabuľka 5: SWOT analýza predpokladov a podmienok internacionalizácie slovenských MSP

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> Existencia silných partnerstiev medzi slovenskými MSP a veľkými zahraničnými firmami Nízke bariéry zahraničného obchodu a existencia dlhodobých obchodných partnerstiev Dobré jazykové zručnosti domáceho obyvateľstva Kvalitné informácie o dostupnej podpore internacionalizácie zo strany verejného sektora 	<ul style="list-style-type: none"> Slabá propagácia možností podpory internacionalizácie MSP zo strany verejného sektora Kvalita verejných služieb na podporu internacionalizácie MSP Nízke čerpanie dostupnej finančnej a odbornej podpory zo strany MSP Vysoká regulačná záťaž podnikania na Slovensku spojená so slabou prípravou na regulačné podmienky v zahraničí
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> Rastúca tendencia podnikov expandovať na zahraničné trhy Nové trendy v slovenskej ekonomike ako aj nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily bude viesť k návratu kvalifikovaných Slovákov zo zahraničia 	<ul style="list-style-type: none"> Relatívne nízky záujem slovenských investorov o realizáciu finančnej a konzultačnej podpory MSP pri ich snahách o expanziu do zahraničia Všeobecná averzia k riziku spojená s vnímanou hrozbou nízkej návratnosti

- Nárast crowdfundingového a súkromného financovania a potenciál získavania nových zdrojov rizikového kapitálu a anjelských investorov

investícií do cezhraničnej expanzie podnikania

6.1.1 Silné stránky

Medzi hlavné silné stránky podnikateľského prostredia Slovenskej republiky s dopadom na internacionalizáciu MSP patria:

- Existencia silných partnerstiev medzi slovenskými MSP a veľkými zahraničnými firmami**

Smerovanie slovenského zahraničného obchodu je zadefinované okrem členstva v Európskej únii najmä prítomnosťou veľkých firiem, ktoré majú zadefinované toky zahraničného obchodu ako aj dodávateľské reťazce s inými kľúčovými krajinami. Viacero slovenských firiem priamo alebo nepriamo spolupracuje s týmito zahraničnými partnermi, čo prináša možnú motiváciu pre rozvoj ich aktivít do zahraničia. Veľké podniky môžu malým a stredným firmám s konkrétnym know-how v oblasti zahraničného obchodu ako aj v podobe nadväzovania partnerstiev MSP so zahraničnými partnermi, čo je jednou z významných potrieb MSP v procesoch etablovania sa na zahraničných trhoch.

- Nízke bariéry zahraničného obchodu a existencia dlhodobých obchodných partnerstiev**

Slovensko z hľadiska kvality prostredia pre rozvoj zahraničného obchodu profituje zo svojho členstva v Európskej únii, vďaka ktorému majú slovenské firmy nulové colné a minimálne necolné bariéry expanzie do iných krajín Európskej únie. Tejto situácii prospievajú nie len existujúce vybudované štruktúry medzinárodne podnikajúcich firiem na Slovensku, ale aj fakt, že Slovensko je ako jediná krajina V4 aj členom eurozóny, čo znižuje riziká kurzovej výmeny a náklady s nimi spojené. Aj vďaka tomu je jednou z najsilnejších charakteristík slovenského podnikateľského prostredia vo viacerých medzinárodných hodnoteniach je jednoduchosť medzinárodného obchodu¹⁰⁸.

¹⁰⁸ IMD (2020) *World Competitiveness Rankings 2020 Results*, Lausanne: IMD World Competitiveness Center, na <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-competitiveness-ranking-2020/>

- **Dobré jazykové zručnosti domáceho obyvateľstva**

V tomto bode ide o významný faktor platný najmä pre mladú generáciu slovenských absolventov a zamestnancov do 30 rokov. U tejto generácie má Slovensko veľmi dobrý základ pre odstránenie citeľných jazykových bariér, ktorý by MSP mohli v procesoch internacionalizácie svojho podnikania. Okrem anglického jazyka, ktorý je na Slovensku na dlhodobjšie lepšej úrovni sa dostupný ľudský kapitál hýbe dopredu aj pri iných jazykoch. Potenciál má najmä nemecký jazyk, kvôli blízkosti Rakúska a faktu, že najsilnejšiemu obchodnému partnerovi v podobe Nemecka, kde majú firmy najväčší potenciál.

- **Kvalitné informácie o dostupnej podpore internacionalizácie zo strany verejného sektora**

Posledným aspektom, ktorý sa dá považovať za silnejšiu stránku, je obsah rôznych webových portálov, ktoré poskytujú informácie o jednotlivých aspektoch exportu a ako existujúce formy podpory reagujú na tieto potreby MSP. Inštitúcie verejného sektora ponúkajú z hľadiska obsahu kvalitné informácie pre firmy so záujmom o nájdenie si dostupnej podpory v tejto oblasti.

6.1.2 Slabé stránky

Z hľadiska slabých stránok podnikateľského prostredia s dopadom na internacionalizáciu MSP sú najdôležitejšie:

- **Slabá propagácia možností podpory internacionalizácie MSP zo strany verejného sektora.**

Problém slovenských malých a stredných podnikov je ich nízka miera informovanosti o dostupnej podpore pre firmy so záujmom o export svojich tovarov a služieb. Napriek tomu, že verejné inštitúcie poskytujú informácie na svojich portáloch, tieto informácie sa často nedostávajú k podnikom. Kvalitnejšia propagácia možností podpory by mohla inšpirovať domáce MSP k zváženiu rozšírenia podnikateľských aktivít aj do zahraničia. Bez dostupných informácií o podpore nemusia malé a stredné podniky veriť, že ich ambície smerom do zahraničia majú dostatočnú podporu, aj keby tieto aspekty verejný sektor priamo podporoval. Výsledkom je ich nižší záujem o internacionalizáciu a nižší konkurenčný potenciál slovenských malých a stredných podnikov.

- **Kvalita verejných služieb na podporu internacionalizácie MSP**

Druhým aspektom súvisiacim s charakteristikou podpory internacionalizácie na Slovensku je problém relatívne nižšej kvality služieb verejného sektora. Tento problém sa týka najmä slabého dôrazu poskytovanej verejnej podpory na rozvíjanie konkurencieschopnosti malých a stredných firiem a rozširovanie ich zručností a know-how potrebného pre etablovanie sa podniku v zahraničí. Opatrenia na úrovni verejného sektora musia cieľiť na slabé stránky podnikov a ponúkať riešenia napríklad v oblastiach rozvoja vedeckých a odborných kapacít, marketingových stratégií a iných kľúčových aspektov konkurencieschopnosti podnikateľského sektora.

- **Nízke čerpanie dostupnej finančnej a odbornej podpory zo strany MSP**

Iba málo malých a stredných podnikov sa na Slovensku uchádza o podporu a finančnú pomoc v procesoch plánovania ekonomických aktivít smerom do zahraničia. Rovnako aj málo MSP na Slovensku má záujem o využívanie podpory v podobe Obchodných radcov na Ministerstve zahraničných vecí a európskych záležitostí. Táto pozícia má na Ministerstve slúžiť ako kontaktný bod pre poskytovanie informácií o možnostiach podnikania v zahraničí. Na Slovensku iba málo firiem má povedomie o tejto funkcii a teda sa na týchto ľuďoch iba veľmi málo obracajú.

- **Vysoká regulačná záťaž podnikania na Slovensku spojená so slabou prípravou na regulačné podmienky v zahraničí**

Jednou z dlhodobých slabín slovenského podnikateľského prostredia je nestabilita regulačného prostredia a častá zmena podmienok podnikania, aj niekoľkokrát v rámci jedného roka. Tá zvyšuje neistotu podnikov a zhoršuje ich schopnosť plánovania zdrojov na nové investičné projekty do zahraničia. Zároveň expanzia podnikov na nové trhy v zahraničí sa spája s potrebou povedomia a prispôbenia sa reguláciám na trhoch tretích krajín, kde regulačné prostredie môže byť výrazne odlišné od toho slovenského. Práve učenie sa a prispôbenie sa novým regulačným povinnostiam tretích krajín na Slovensku absentuje. Práve konzultačná pomoc verejného sektora v tejto oblasti je dlhodobo nedostatočná.

6.1.3 Príležitosti

Z hľadiska príležitostí podnikateľského prostredia na Slovensku dominujú nasledovné oblasti:

- **Rastúca tendencia podnikov expandovať na zahraničné trhy**

Jedným zo silných prísľubov slovenskej podnikateľskej scény je nárast inovatívnych a digitálne orientovaných projektov, ktorých prirodzeným poslaním je rozširovať svoje služby alebo tovary do zahraničia. Tento faktor vychádza na jednej strane zo samotnej podstaty tohto typu služieb, pre ktoré sú fyzické hranice umelým konceptom, ale najmä pre potenciál oveľa širšieho záberu potenciálnych zákazníkov, pre ktorých postačujú malé zmeny v ponúkaných službách. Rozšírenie záujmu prenikať na zahraničné trhy tak vychádza z nových sektorov zameraných na zvyšovanie pridanej hodnoty a hospodárskeho rastu MSP na Slovensku a výsledkom môže byť oveľa väčšie povedomie o týchto možnostiach medzi malými a strednými podnikmi.

- **Nové trendy v slovenskej ekonomike ako aj nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily môže viesť k návratu kvalifikovaných Slovákov zo zahraničia**

Jedným z kľúčových aspektov príležitostí slovenských MSP je napredovanie a rozvíjanie ľudského kapitálu. To môže prísť okrem digitalizácie aj cez potrebu lákania talentovaných ľudí na manažérske a strategické pozície zo zahraničia. Prispieť k tomu môžu vyššie platy na týchto pozíciách, v kombinácii s potenciálom uplatnenia týchto expertov v rámci slovenských podnikateľských projektov. To povedie k rozvoju informovanosti MSP na Slovensku, ako aj k vyššiemu počtu pokusov o ich expanziu do zahraničia. Vyšší počet pokusov o internacionalizáciu tiež sám o sebe prispieva k vyššej pridanej hodnote ľudského kapitálu cez nové projektové skúsenosti a manažérske zručnosti vedúcich zamestnancov v týchto podnikoch na Slovensku. Sem môže patriť aj zvrátenie trendu odlivu mozgov cez stratu študentov odchádzajúcich na štúdiá mimo Slovenska. Títo študenti ak by sa vrátili, vedia na Slovensko priniesť jazykové znalosti, znalosti právneho a podnikateľského prostredia v zahraničí ako aj potenciálne kontakty pre slovenské MSP.

- **Nárast crowdfundingového a súkromného financovania a potenciál získavania nových zdrojov rizikového kapitálu a anjelských investorov**

Slovensko je stále v počiatkoch rozvoja svojich podnikateľských aktivít prostredníctvom nových alternatívnych foriem financovania, ktorých je v zahraničí bežne viacero. Rast financovania cez podporu na báze malých príspevkov možných záujemcov môže zabezpečiť zdroje pre rizikovejšie projekty alebo zabezpečiť financovanie projektov viac zameraných na potreby obyvateľstva. K tomu sa môžu pridať formy financovania prostredníctvom zdrojov rizikového kapitálu, ktoré na Slovensku stále majú významný priestor rásť a podporiť tak inovačné a exportné tendencie malých a stredných podnikov.

6.1.4 Hrozby

Čo sa týka hrozieb, najväčšie identifikované sú nasledujúcej povahy:

- **Relatívne nízky záujem slovenských investorov o realizáciu finančnej a konzultačnej podpory MSP pri ich snahách o expanziu do zahraničia**

Na Slovensku je dlhodobo slabá kultúra fundraisingu ako aj finančnej podpory podnikateľských projektov zo strany veľkých investorov alebo zahraničných firiem. Tie sa na Slovensku zdráhajú investovať do rozvoja a podpory potenciálnych projektov a iba málo zdieľajú svoje skúsenosti pri prieniku na nové zahraničné trhy.

- **Všeobecná averzia k riziku spojená s vnímanou hrozbou nízkej návratnosti investícií do cezhraničnej expanzie podnikania**

Slovenské podniky a spoločnosť je všeobecne orientovaná konzervatívnejšie z hľadiska vnímania rizík a pridanej hodnoty nových podnikateľských aktivít. Do veľkej miery na to vplyvajú aj skúsenosti slovenských firiem za obdobie od roku 1989, ktoré bolo ovplyvnené výraznejšou hospodárskou neistotou a rýchlo striedanými obdobiami hospodárskeho rastu a krízy. Prejavuje sa to aj v období krízy Covid-19, ktorá výrazne tlačí na finančnú stabilitu firiem. Preto je významnou hrozbou budúceho vývoja internacionalizácie hlavne pocit výrazného rizika a pochyb s ohľadom na pridanú hodnotu spojenú s investíciou do zahraničia. To bude viesť k odrádzaniu záujemcov o expanziu podnikateľských projektov do zahraničia.

6.2 Navrhované opatrenia na podporu internacionalizácie slovenských MSP

Na základe SWOT analýzy je možné konštatovať, že slovenské malé a stredné podniky čelia niekoľkým dlhodobým problémom z hľadiska stability slovenského podnikateľského prostredia, ako aj dostatočných zdrojov na rozvíjanie projektov do zahraničia. Z toho vyplývajú hlavné odporúčania na rozvoj príležitostí malých a stredných podnikov a zvyšovanie ich kapacity a odvahy podnikáť nové podnikateľské aktivity v zahraničí. Odporúčania a kroky na zlepšenie MSP pri ich pokusoch o rozmach na nové trhy môžu prísť teda v podobe samotného zlepšenia kvality podnikateľského prostredia, znižovania administratívnej záťaže, poskytovanie nových informácií o dostupnej forme podpory, skvalitňovanie inštitucionálnej podpory podnikov a zlepšenia finančných nástrojov pre podniky expandujúce na nové trhy. Je nad rámec tejto analýzy opisovať možné zlepšenia v rámci všetkých týchto oblastí. Medzi konkrétne oblasti, ktoré je potrebné riešiť primárne z hľadiska podpory MSP, patria najmä oblasti:

- Nastavenie systému na efektívne rozširovanie informácií o dostupnej podpore zo strany verejného sektora na expanziu MSP do zahraničia
- Zvyšovanie kvality verejných služieb zameraných na podporu internacionalizácie slovenských podnikov
- Efektívnejšie čerpanie dostupnej finančnej pomoci ako aj inštitúcií určených na expanziu podnikov (služby obchodného radcu na MZV)
- Znižovanie regulačnej záťaže spojenej s expanziou MSP na nové trhy
- Zlepšenie situácie z hľadiska anjelských investorov podporujúcich financovanie projektov internacionalizácie MSP
- Podpora návratností investícií do zahraničia

Konkrétne odporúčania vymenované nižšie reagujú špecificky na tieto prioritné oblasti rozvíjania internacionalizácie MSP na Slovensku. Podniky na Slovensku tiež trpia slabou koordináciou

a spoluprácou medzi verejným, súkromným a neziskovým sektorom v tejto oblasti. Zároveň dostupná podpora zo strany verejného sektora musí byť propagovaná systematicky a spôsobom aby sa dostala do povedomia MSP so záujmom o expanziu do zahraničia. Zároveň ale musí aj kvalita dostupných služieb. Medzi hlavné inštitucionálne slabiny na Slovensku patrí napríklad chýbajúca legislatíva prispôbená súčasnému vývoju v oblasti viacerých exportne orientovaných odvetví, absencia efektívnej komunikácie medzi inštitúciami podpory MSP a samotnými podnikmi, nedostatočné a absentujúce vzdelávacie programy, nedostatočná fyzická ako aj digitálna infraštruktúra zodpovedná za transfer vedomostí. V neposlednom rade je problémom aj slabé nadväzovanie nových medzinárodných partnerstiev a slabá podpora rozvoja inovatívneho výskumu alebo vedeckých projektov. Finančná kondícia firiem je negatívne ovplyvnená dvomi aspektmi. Na jednej strane trpia slovenské MSP vysokou mierou daňovo-odvodového zaťaženia. Na druhej strane chýbajú inovatívne zdroje financovania, prostriedky rizikového kapitálu, anjelskí investori a informácie o existujúcich projektoch podpory. Na základe tejto diagnostiky problémov MSP na Slovensku v oblasti internacionalizácie odporúča táto analýza nasledujúce kroky na efektívne zlepšenie podpory MSP z hľadiska medzinárodných obchodných aktivít.

6.2.1 Systematická legislatívna podpora MSP s ohľadom na digitalizáciu

Ako bolo naznačené vyššie, významný potenciál na rozvoj internacionalizácie malých a stredných podnikov na Slovensku súvisí s povahovou nových podnikateľských projektov v prichádzajúcej ére digitalizácie. S príchodom nových technologických riešení sa príležitosti a pridaná hodnota medzinárodného obchodu výrazne zvyšujú. Nové digitálne služby môžu priniesť riešenia jednoduchšie aplikovateľné naprieč hranicami, najmä v blízkosti veľkých metropolitných centier, ako Bratislava a Viedeň, ale aj v rámci regiónov. Tieto zmeny v podobe nových podnikateľských modelov však potrebujú aj revíziu legislatívneho prostredia. Legislatívny rámec podpory MSP musí reflektovať tieto zmeny. Na jednej strane digitalizácia poháňa zmeny vyžadujúce nové legislatívne riešenia. Tie prichádzajú v podobe nových hrozieb pre ochranu súkromia zákazníkov. V ňom sú potrebné štandardy a regulácie garantujúce informovanosť zákazníkov o ich právach ako aj brániace zneužitiu osobných informácií. Zároveň podpora nových projektov sa musí orientovať na rozvíjanie kapacít MSP v tejto

oblasti. Medzi kľúčové budú patriť flexibilné a prehľadné pravidlá podnikateľského prostredia a nové formy podnikania, zamestnávania alebo digitálnych riešení povinností MSP. Na druhej strane sa mnohé regulácie podnikateľského prostredia v rámci ekonomiky stávajú nepotrebnými až zastaralými a obmedzujúcimi podnikanie. Lepšia príprava podnikateľského prostredia na maximalizovanie potenciálu expanzie MSP cez digitálny priestor, najmä v čase dopadov COVID-19, je nevyhnutným prvým krokom na podporu expanzie MSP zo Slovenska. Práve v tomto priestore existuje najväčšia príležitosť pre podniky minimalizovať straty a získať nových zákazníkov. Do tohto vstupujú aspekty národnej ako aj európskej legislatívy.

6.2.2 Rozvoj a skvalitnenie fyzickej a digitálnej infraštruktúry dostupnej pre MSP

Druhým krokom rozvoja príležitostí na expandovanie MSP do zahraničia je skvalitnenie dlhodobu zanedbávanej fyzickej, digitálnej alebo aj inštitucionálnej infraštruktúry. Zameranie tejto podpory a jej účinnosť bude rozdielna pri projektoch expanzie tovarov a expanzie služieb. V prípade exportu tovarov je nevyhnutné zabezpečenie rozvoja spoľahlivej, kvalitnej a cenovo dostupnej prepravy tovarov za hranice Slovenska. Nízka kvalita infraštruktúry mimo hlavných dopravných ťahov je dlhodobu spomínaná ako kritická príčina nízkej miery investícií do konkrétnych regiónov zo strany zahraničných investorov. Zároveň je to aj príčina prečo veľká časť malých a stredných podnikov v sektore výroby produktov musí brať tento aspekt do úvahy pri zabezpečení exportu svojho tovaru do zahraničia. Slovensko by mohlo oveľa viac čerpať zo svojej geografickej polohy a rozvíjať práve potenciál dopravnej siete, ktorá by mohla poskytnúť slovenským MSP oveľa viac príležitostí napojenia na nové dodávateľské reťazce do zahraničia. Druhým samozrejým aspektom je aj rozvoj a maximalizácia potenciálu spoľahlivého internetového pripojenia, ktoré by umožňovalo zapojenie slovenských MSP do nových projektov medzinárodných platforiem. Prítomnosť viacerých kreatívnych a kultúrnych centier v blízkosti Slovenska by mohlo mať za následok zapájanie krajiny do regionálnych medzinárodných podnikateľských projektov. Tie vedia prepájať podnikateľské subjekty a mimovládne inštitúcie bez ohľadu na štátne hranice. Využitie potenciálu týchto centier, ako Viedeň, Brno, Budapešť či Krakov spraviť zo Slovenska dôveryhodnejšieho partnera a umožní slovenským firmám nové medzinárodné partnerstvá. Na dosiahnutie tohto je ale potrebné hlavne regionálne zamerané

skvalitnenie digitálnej infraštruktúry ako aj digitálnych služieb verejného sektora a kvalitnej vzdelanostnej základne MSP na Slovensku. V neposlednom rade ale chýba na Slovensku aj infraštruktúra prepájajúca vedecké a podnikateľské kapacity na Slovensku podporujúci transfer technológií, alebo umožňujúci pracovné príležitosti pre študentov pred ukončením štúdia. Výsledkom je slabé podporovanie inovačných kapacít a nízka reputácia slovenských inovačných kapacít v zahraničí. V prípade úspechu môžu mať nové technologické partnerstvá a podnikateľské podniky synergický efekt pre regionálne podnikateľské prostredie a môžu viesť k zedefinovaniu miest alebo regiónov z hľadiska pridanej hodnoty v konkrétnej oblasti digitálnej ekonomiky.

6.2.3 Znižovanie regulačného zaťaženia pre MSP

Okrem legislatívnej podpory priamo súvisiacej s podmienkami podnikania s ohľadom na digitálne odvetvia, musí Slovensko výrazne zosekať zbytočnú záťaž, ktorej musia podniky na Slovensku čeliť. Vláda by sa mala zamerať na razantné obmedzenie regulačného zaťaženia s ohľadom na oblasti s výraznými nákladmi pre MSP. Sem patria najmä Zákon o Bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci, Zákonník práce, alebo regulácie zamerané na vznik a zánik firiem alebo náklady spojené s administratívnymi povinnosťami firiem. V poslednom období vláda publikovala niekoľko kôl balíčkov znižovania regulačného zaťaženia. Slovensko v tomto smere ale oproti konkurencii v našom okolí aj naďalej výrazne stráca. Slovensko potrebuje sprehľadniť podnikateľskú legislatívu a hlavne urobiť jasné gesto smerom k podnikom, že toto prostredie bude z dlhodobého hľadiska stabilné a náklady podnikateľov nebudú nečakane a skokovo rásť, kvôli sociálnym alebo iným opatreniam vlády. Špecifickými oblasťami zlepšenia sú oblasti finančné nástroje na podporu MSP ako aj všeobecné nástroje dotačnej politiky. Hoci tieto opatrenia nevlývajú priamo na rozvoj aktivít firiem v oblasti zahraničného obchodu, ušetrenie zdrojov a kapacít pri podnikaní na domácom trhu umožňuje firmám venovať viac financií na internacionalizáciu svojich aktivít. Druhým aspektom regulačného zaťaženia sú priamo regulácie prepojené s fungovaním na nových trhoch – sem patria regulácie ovplyvňujúce presun osôb, tovaru alebo kapitálu, regulácie duševného vlastníctva alebo koordinácia podnikateľských regulácií s okolitými krajinami. Aktivity vlády sa môžu zamerať aj na podklady o nákladoch na rozvoj podnikateľských aktivít do zahraničia a nevyhnutných procesoch pri expanzii

slovenských MSP. V prípade našich kľúčových obchodných partnerov by riešenie mohlo prísť aj v podobe spoločného prístupu k regulácií týchto oblastí.

6.2.4 Zlepšenie informovanosti MSP o možnostiach podpory internacionalizácie

Tento bod nadväzuje na predošlé nastavenie regulačného rámca a jeho prepájanie so zahraničnými rámcami. Podpora v oblasti internacionalizácie by mohla byť vo forme dobudovania portálov ako export.slovensko.sk a jeho propagácie medzi ostatnými inštitúciami verejnej správy ako aj aktérmi podpory MSP na Slovensku. V tomto smere by bola osožná aj informačná reklamná kampaň cez médiá, aby sa informácie o dostupnej podpore dostali medzi bežných obyvateľov ako aj mikro a malé a stredné podniky, ktoré mohli o týchto témach premýšľať. Malé a stredné podniky potrebujú výrazné zlepšenie imidžu verejného sektora, ktorý sa za posledných pätnásť rokov ocitol viac v pozícií vytvárania nových povinností a nákladov pre podnikateľský sektor. Práve z tohto dôvodu je reputácia verejného sektora kľúčovým aspektom, aby malé a stredné podniky dokázali vnímať verejný sektor a jeho inštitúcie ako dôveryhodného partnera v situácií, kedy potrebujú poradenstvo alebo konkrétnu inštitucionálnu podporu. Práve zameranie sa na reputáciu konkrétnych verejných inštitúcií cez gestá minimalizovanie negatívnych dopadov na podnikateľské prostredie dokáže zvýšiť u mikro podnikov a MSP tendenciu obrátiť sa na verejný sektor a jeho kapacity v časoch, kedy potrebujú pomoc pri expandovaní.

6.2.5 Posilnenie komunikácie medzi verejným a súkromným sektorom

Konkrétnym aspektom, ktorý je súčasťou predošlých tematických okruhov je aj rozvoj dlhodobou fungujúcich a spoľahlivých kanálov komunikácie medzi verejným a súkromným sektorom. Vláda musí pri tvorbe podnikateľského prostredia počúvať názory širokej škály zasiahnutých aktérov, ktorí vedú ovplyvniť toky tovarov a služieb v rámci regiónu. Sem patria aj názory obchodných komôr cudzích krajín na Slovensku, regionálnych alebo sektorových podnikateľských združení ale aj zástupcov malých a stredných podnikov. Je potrebné, aby mohlo dôjsť ku komunikácií požiadaviek zo strany MSP smerom k verejným inštitúciám na rozvoj podnikateľských aktivít smerom do zahraničia. Podnikatelia takto môžu identifikovať príklady dobrej praxe inštitucionálnej podpory zo zahraničia. To by mohlo inšpirovať

slovenské verejné inštitúcie k preneseniu tejto dobrej praxe na Slovensko. Zároveň ale nesmie vláda, ani samotné podniky, zabúdať na potrebu zapájania kľúčových aktérov mimo podnikateľského sektoru. Sem patria aj vzdelávacie inštitúcie, výskumné centrá, kultúrne a iné komunity, ktoré vedia posilniť cezhraničné toky pracovnej sily, tovarov, služieb alebo kapacít na rozvíjanie podnikateľského potenciálu.

6.2.6 Reforma vzdelávacieho systému

Z dlhodobého hľadiska je jedno z najvýznamnejších odporúčaní pre podporu malých a stredných podnikov reforma vzdelávacieho systému. Slovensko dlhodobo trpí okrem odlivu mozgov aj nesúlalom medzi kvalifikáciami absolventov stredných a vysokých škôl a potrebami podnikov na Slovensku. Problém sa stáva nie len slabé zastúpenie technických odborov potrebných v období digitalizácie, najmä u bujnejšieho IKT sektora na Slovensku. Slovensko trpí aj z hľadiska slabo zastúpených podnikateľských zručností, ktoré sa prejavujú na slabom rozvoji strategického plánovania firiem z hľadiska expanzie do zahraničia. Reforma vzdelávacieho systému je samozrejme téma na celú veľkú analýzu. V prípade kapacít internacionalizácie MSP ide hlavne o pravidelné hodnotenie relevantnosti vzdelávacích programov slovenského školstva pre potreby podnikov na Slovensku. To by zároveň umožnilo školám vytvoriť si potenciálne prospešné väzby medzi jednotlivými vzdelávacími programami a podnikateľskou základňou v konkrétnych odvetviach. Umožnilo by to rozširovanie kvality odborného vzdelávania, ktoré sa môže inšpirovať osvedčenými modelmi zo zahraničia s ohľadom na ciele a preferované inštitucionálne nastavenie. Tieto partnerstvá by mohli byť prvým krokom následnej kampane na zvyšovanie reputácie a nastavenia systému odborného vzdelávania a prilákanie študentov do odvetví, v ktorých chýba kvalifikovaná pracovná sila malým a stredným podnikom. Zameranie sa na rozvoj podnikateľských schopností a ich zapracovanie do osnov vzdelávacích programov na stredných a vysokých školách ako súčasť programovej reformy by znamenalo vyššiu profesionalitu podnikateľských projektov pri príprave expanzie do zahraničia a teda aj vyššiu šancu ich úspechu. Spolu s tým je potrebné rozvíjať interdisciplinárne kapacity na Slovensku, ktoré chýbajú pri projektoch technologického transferu alebo medzinárodných podnikateľských partnerstiev.

6.2.7 Strategická podpora vedy a výskumu

S rozvojom stredného a vysokého školstva súvisí aj špecifická podpora vedy a výskumu v podobe vedeckých štruktúr zameraných na perspektívne exportné odvetvia v krajine. Slovensku chýba vlastná definícia odvetví, v ktorých by Európskej únii alebo širšiemu svetu vedelo alebo chcelo poskytnúť výskum na svetovej úrovni a zamerať sa na dominantné odvetvia priemyslu v prepojení na príležitosti digitálnej revolúcie je veľmi sľubným štartom. Slovensko vie aj cez tento aspekt bojovať proti odlivu mozgov spomedzi vedeckých kapacít, ktoré cítia, že im na Slovensku chýba zmysluplné uplatnenie. Potrebuje príležitosti na rozvoj vedeckých špičiek v odvetviach, kde by výskum vedel byť využitý priamo v komerčnej praxi. Práve tomu vie pomôcť podnikateľsky zameraný rozvoj výskumu a vývoja na Slovensku. Slovensko potrebuje podporovať vedeckú kvalitu na úkor kvantity, vo vysokom školstve alebo aj mimo neho a výrazne profesionalizovať kapacity v týchto inštitúciách. Podobne ako v prípade verejných inštitúcií podpory môže ísť v prvom rade o oblasť reputácie, kedy ľudia so záujmom o vedu a výskum na Slovensku musia vidieť potenciál svojich projektov a ich využitie v praxi v pozícií, kedy si môžu vyberať, kde sa usadia. Práve tieto kapacity a príležitosti chýbajú inovatívne orientovaným podnikom v oblastiach IKT ako aj iných, kde im chýba priestor na testovanie a vývoj svojich riešení. Dostupnosť týchto kapacít by mohla pre tieto podniky znamenať možnosť efektívnejšie a rýchlejšie dodávať digitálne riešenia zákazníkom na Slovensku, ktorí by z nich priamo profitovali. Zároveň by dostupnosť týchto kapacít inšpirovala firmy k novým podnikateľským aktivitám v zahraničí a rozvíjaniu svojich inovácií s potenciálom uplatnenia sa na zahraničných trhoch. Výsledky vedeckej práce by mali pre podniky oveľa vyššiu pridanú hodnotu práve ak by ich vedeli otestovať na Slovensku a následne vyvieť do zahraničia.

7. ZHRNUTIE

Táto analýza sa zamerala na zhodnotenie malého a stredného podnikania na Slovensku s ohľadom na rozvoj ich podnikateľských aktivít smerom do zahraničia. Štruktúra tejto analýzy sa zameriavala na definovanie kľúčových charakteristík malých a stredných podnikov a analýze existujúcej podpory internacionalizácie MSP na národnej ako aj európskej úrovni. Slovensko má v Európskej únii dostupných niekoľko príkladov pozitívnej praxe, ktorými sa môže v tomto smere inšpirovať. V prvom rade spomedzi krajín strednej a východnej Európy je množstvo krajín s výrazne lepšími podmienkami podnikateľského prostredia, ktoré je základom pre rozmach úspešných a exportne zameraných podnikateľských projektov. Na strane druhej je v rámci Európy viacero veľkých krajín, ktoré dokážu efektívne podporovať svoje MSP cez zvyšovanie ich kapacít a pripravenosti na export.

Dôvodom, pre ktoré je internacionalizácia MSP významnou témou je viacero. Na jednej strane je pozícia MSP na Slovensku. Ich šanca na rozvoj je obmedzená malým domácim trhom a súvisiacou nízkou úrovňou domáceho dopytu. MSP tvoria kosť ekonomiky. Priestor na rozvoj ich rastu cez ich prítomnosť na zahraničných trhoch, by sa prejavila v podobe vyššej produktivity, zamestnanosti a využitia ľudského kapitálu. Z toho by výrazne vedelo získať Slovensko v podobe ekonomického rozvoja. Na to, aby sa MSP na Slovensku odvážili exportovať svoje aktivity musí verejný sektor pracovať na odstránení kľúčových bariér odrádzajúcich od týchto investičných aktivít. Medzi hlavné bariéry slovenských MSP patrí v súčasnosti napríklad slabá informovanosť o zahraničných trhoch, o potenciálnych partneroch v zahraničí alebo vysoké finančné riziká, ktoré môžu znamenať utopenie zdrojov investovaných do týchto projektov. Tieto faktory spolu so slabou propagáciou dostupných služieb verejného sektora odrádzajú malé a stredné podniky od investičných aktivít do zahraničia. Je úlohou vlády, ako bude vedieť minimalizovať tieto bariéry a podporiť inovatívne projekty s vyššou šancou na úspech v zahraničí.

Súčasná forma dostupnej podpory na Slovensku je zameraná na informačné portály a niekoľko kľúčových inštitúcií. Z hľadiska informácií poskytuje verejná správa väčšinu kľúčových foriem podpory na portáli export.slovensko.sk. Z hľadiska konkrétnych foriem podpory je dominantnou najmä oblasť finančnej podpory, ktorá sa uskutočňuje cez Eximbanku SR. Medzi ďalšie dostupné služby patrí podpora vyhľadávania obchodných partnerov v zahraničí, poskytovanie informácií o podmienkach

účasti na medzinárodných výstavách alebo veľtrhoch, či projektoch, do ktorých by sa mohli slovenské malé a stredné podniky zapájať. Istá miera podpory, najmä v podobe finančných nástrojov, sa poskytuje aj na úrovni Európskej únie. Tie sa delia podľa zamerania podnikateľských aktivít z hľadiska cieľových krajín. Veľkú časť podpory tvoria informačné portály v kombinácii s nástrojmi ako sú podnikateľské centrá v potenciálne zaujímavých regiónoch sveta. Jednou z významných výhod Európskej únie je vzájomný obchod bez colných a kľúčových necolných bariér, ako aj možnosť porovnávať pozitívne príklady podpory internacionalizácie MSP v jednotlivých krajinách.

Z hľadiska hodnotenia obchodných tokov medzi Slovenskom a zahraničím je významným aspektom technologický potenciál slovenských MSP smerom k našim hlavným exportným partnerom. Slovenskému exportu u malých a stredných podnikov dlhodobejšie dominoval najmä export zariadení a strojov, automobilov a iných vozidiel a kovových výrobkov. Medzi hlavných exportných partnerov patria najmä susedné krajiny a následne Nemecko alebo Taliansko. Z hľadiska budúcnosti je kľúčovou výzva rozvoja digitálnych dodávateľských reťazcov a zapojenie Slovenska do novej technologickej infraštruktúry ako aj vzdelávanie pracovnej sily na plné využitie potenciálu ľudského kapitálu. Výsledkom tohto by malo byť rozvinutie možností technologického transferu a komerčného využívania vývoja nových digitálnych technológií do praxe. Rozvoj digitálnych služieb a aplikácií zdieľanej ekonomiky má tiež významný hospodársky potenciál pre rozvoj MSP, najmä v čase, kedy veľká časť z nich má výrazne obmedzené tradičné toky príjmov, kvôli dopadom ochorenia Covid-19. Slovenským malým a stredným podnikom by okrem rozvoja digitálnych technológií prospela expanzia na vzdialenejšie a technologicky rozvinutejšie trhy v Číne, Japonsku, Spojených štátoch či Južnej Kórei. Práve dopyt a partnerstvá s firmami v týchto krajinách vedia výrazne pomôcť slovenským MSP v rozvoji svojej produktivity, pridanej hodnoty a adopcii najmodernejších technológií. Čo sa týka technologických charakteristík MSP malo Slovensko dlhodobejšie najvyššiu pridanú hodnotu v matematických a technologicky orientovaných vedách. V týchto oblastiach majú slovenskí študenti a absolventi celosvetové úspechy. Popri tom aj rozvoj startupovej scény na Slovensku priniesol komerčné uplatnenie pre technologické inovácie

Vychádzajúc z týchto častí ako aj príkladov dobrej praxe zo zahraničí vyhodnotila táto analýza ako hlavné slabiny cez SWOT analýzu nasledovné aspekty:

- Slabú propagáciu dostupnej podpory expanzie MSP na zahraničné trhy,

- Nízku kvalitu verejných služieb pri snahách podnikov o internacionalizáciu,
- Nízku mieru čerpania finančnej pomoci,
- Slabé využívanie služieb obchodného radcu na Ministerstve zahraničných vecí,
- Vysoké regulačné zaťaženie MSP v rámci ich pôsobenia na Slovensku ako aj v procesoch expanzie na nové trhy,
- Slabé využívanie inovatívnych foriem financovania MSP, či už v podobe rizikového kapitálu, crowdfundingu, anjelských investorov alebo iných zdrojov. Zároveň existuje aj slabá inštitucionálna podpora MSP zo strany veľkých investorov,
- Riziko spojené s nízkou návratnosťou investícií do zahraničia.

Ako najvýznamnejšie opatrenia podpory internacionalizácie MSP boli v tejto analýze identifikované:

- Efektívna a systematická legislatívna podpora malého a stredného podnikania s ohľadom na digitalizáciu
- Rozvoj a skvalitnenie nedostatočnej fyzickej a digitálnej infraštruktúry dostupnej pre súkromné podniky
- Celkové znižovanie regulačného zaťaženia pre malé a stredné podniky so špecifickým zameraním na oblasti relevantné pre expanziu do zahraničia
- Systematický prístup k informovanosti MSP o podpore internacionalizácie podnikateľských aktivít
- Nastavenie pravidelnej komunikácie medzi verejným a súkromným sektorom
- Reforma vzdelávacieho systému
- Strategická podpora rozvoja vedy a výskumu

Spolu so znižovaním daňovo-odvodového zaťaženia by tieto opatrenia dokázali priniesť komplexnú stratégiu podpory internacionalizácie MSP na Slovensku. Výsledkom by bolo naštartovanie potenciálu MSP z hľadiska ich úlohy pri vedeckom, technologickom a hospodárskom rozvoji Slovenska.

ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

1. Almi. We Invest in Future Growth. Dostupné na: <https://www.almi.se/en/in-english/>
2. Centre for Strategy and Evaluation Services (2010) A Trade Strategy for Europe 2020: Focus on the Role of the Local and Regional Authorities and SMEs, European Union and the Committee of Regions, ISBN: 978-92-895-0636-6, DOI: 10.2863/6260
3. Columbia University. 2013. SME Internationalization and Export Promotion Programs: Lessons from the United States for Latin America.
4. Digitálny Inovačný Hub. Dostupné na: <https://www.dih.stuba.sk/>
5. Diplomatic Council (2015) European Economic Diplomacy Policy, Diplomatic Council, na <https://www.diplomatic-council.org/node/472>
6. Enterprise Europe Network (2020) „Databáza ponúk na partnerstvo (POD)“, Enterprise Europe Network Slovensko, na http://www.enterprise-europe-network.sk/?services_13/1008
7. Enterprise Europe Network (2020) About Enterprise Europe Network, European Commission, na <https://een.ec.europa.eu/about/about>
8. Erasmus for Young Entrepreneurs (2020) The programme and its benefits, Erasmus for Young Entrepreneurs, na <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?cid=20>
9. Euractiv (2014) „COSME: Prvý program EÚ pre malé a stredné podniky“, Euractiv.sk, 7. november 2014, na http://www.euractiv.sk/ekonomika-a-euro/zoznam_liniek/cosme-prvy-program-eu-pre-male-a-stredne-podniky-000321
10. Eureka (2020) Eurostars, Eureka, na <https://www.eurekanetwork.org/countries/spain/eurostars/>
11. Eureka (2020) Why Eureka, Eureka, na <https://www.eurekanetwork.org/why-eureka/>
12. EUR-Lex (2016) A ‘small business act’ for European SMEs, Brussels: EUR-Lex, 24. februára 2016, na <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aet0001>
13. Europa.eu (2011) Integrovaná priemyselná politika vo veku globalizácie, Europa: Súhrn právnych predpisov EÚ, na http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/industry/et0005_sk.htm

14. European Commission. 2014. Supporting the Internationalisation of SMEs. Belgium: European Union. ISBN 978-92-79-36490-7
15. European Commission. 2015. User guide to the SME Definition. Luxembourg: Publications Office of the European Union. ISBN 978-92-79-45301-4
16. European Commission. 2015. User guide to the SME Definition. Luxembourg: Publications Office of the European Union. ISBN 978-92-79-45301-4
17. European IP Helpdesk (2020) About us, European IP Helpdesk, na <https://www.iprhelpdesk.eu/about-us>
18. European Union. 2020. Capacity Building Programme on Trans-National Cluster and Innovation Systems in the Baltic Sea Region. Dostupné na: <https://keep.eu/projects/6163/Capacity-Building-Programme--EN/>
19. EuroPolicy (2013) Európske nástroje na podporu podnikania v nečlenských krajinách EÚ; EUROPOLICY O.Z. , august 2013
20. Európska komisia (2011) Zabezpečiť inteligentný, udržateľný a inkluzívny rast: Piata správa o hospodárskej, sociálnej a územnej súdržnosti, Panorama Inforegio 36, Zima 2010-2011
21. Európska komisia (2014) HORIZON 2020: Stručný opis programu - Rámcový program EÚ pre výskum a inovácie, Generálne riaditeľstvo pre vedu a výskum, Európska komisia, na https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/H2020_SK_KI02134_13SKN.pdf
22. Európska komisia (2020) „Exporting from the EU – what you need to know“, European Commission, Trade, na <http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>
23. Európska komisia (2020) Small businesses exporting outside the EU employ over 13 million people, The Chief Economist note, 15. júna 2020, na <https://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=2154>
24. Európsky hospodársky a sociálny výbor (2012) „Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov: Malý podnik, veľký svet – nové partnerstvo na pomoc MSP pri využívaní globálnych príležitostí“, Európsky hospodársky a sociálny výbor, 23. máj 2012

25. Eximbanka SR (2020) „Financovanie vývozných odberateľských úverov“, Eximbanka.sk, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/bankove-produkty/vyvozny-odberatelsky-uver.html?page_id=10849
26. Eximbanka SR (2020) „Neplatobné bankové záruky“, Eximbanka.sk, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/bankove-produkty/neplatobne-bankove-zaruky.html?page_id=10842
27. Eximbanka SR (2020) „Platobné bankové záruky“, Eximbanka.sk, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/bankove-produkty/platobne-bankove-zaruky.html?page_id=10841
28. Eximbanka SR (2020) „Poistenie výrobného rizika (Produkt E)“, Eximbanka.sk, na https://www.eximbanka.sk/sk/nase-produkty/poistne-produkty/e-poistenie-vyrobnego-rizika.html?page_id=124
29. Eximbanka SR (2020) „Poistenie vývozných dodávateľských úverov (Produkt C)“, Eximbanka.sk, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/poistne-produkty/poistenie-vyvozných-dodavateľských-uverov-produkt-c.html?page_id=122
30. Eximbanka SR (2020) „Poistenie vývozných odberateľských úverov proti komerčným a politickým rizikám (Produkt D)“, Eximbanka.sk, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/poistne-produkty/poistenie-vyvozných-odberateľských-uverov-proti-komercnym-a-politickým-rizikam-produkt-d.html?page_id=123
31. Eximbanka SR (2020) „Priamy úver na financovanie investície v zahraničí“, Eximbanka.sk, na https://www.eximbanka.sk/sk/nase-produkty/bankove-produkty/priame-uvery-na-financovanie-investicie.html?page_id=10847
32. Eximbanka SR (2020) „Refinančné úvery na podporu vývozu“, Eximbanka.sk, na https://www.eximbanka.sk/sk/nase-produkty/bankove-produkty/refinancne-uvery-na-podporu-vyvozu.html?page_id=10843
33. Eximbanka SR (2020) „Úver na pohľadávky z vývozu“, Eximbanka.sk, na https://www.eximbanka.sk/slovenska-verzia/produkty-eximbanky-sr/bankove-produkty/uver-na-pohľadavky-z-vyvozu.html?page_id=10844

34. Export.slovensko.sk (2020) „Bankové záruky“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/bankove-zaruky/>
35. Export.slovensko.sk (2020) „Financovanie exportu“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/?tabs=export-finance>
36. Export.slovensko.sk (2020) „Medzinárodné tendre a verejné obstarávania“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/medzinarodne-tendre-a-verejne-obstaravania/?tabs=export-services>
37. Export.slovensko.sk (2020) „O portáli“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/o-portali/>
38. Export.slovensko.sk (2020) „Podnikateľské centrum (MZVaEZ SR)“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/podnikatelske-centrum-mzvaez-sr/?tabs=export-services>
39. Export.slovensko.sk (2020) „Poistenie exportu“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/poistenie-exportu/>
40. Export.slovensko.sk (2020) „Poistenie exportu“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/poistenie-exportu/>
41. Export.slovensko.sk (2020) „Priame úvery“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/produkty-a-sluzby-exportno-importnej-banky-sr/>
42. Export.slovensko.sk (2020) „Refinančné úvery na podporu vývozu“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/financovanie-exportu/refinancne-uvery-na-podporu-vyvozu/>
43. Export.slovensko.sk (2020) „Služby exportérom“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/?tabs=export-services>

44. Export.slovensko.sk (2020) „Služby SARIO“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/sluzby-sario/?tabs=export-services>
45. Export.slovensko.sk (2020) „Typ podujatia: Veľtrhy a výstavy“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na https://export.slovensko.sk/typ_podujatia/veltrhy-a-vystavy/?tabs=export-expositions
46. Export.slovensko.sk (2020) „Vyhľadanie obchodného partnera v zahraničí“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/sluzby-exporterom/vyhľadanie-obchodneho-partnera-v-zahranici/?tabs=export-services>
47. Export.slovensko.sk (2020) „Začíname s exportom“, Export.slovensko.sk, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <http://export.slovensko.sk/zaciname-s-exportom/?tabs=export-start>
48. Hidden Art. Dostupné na: <https://hiddenart.co.uk>
49. IMD (2020) World Competitiveness Rankings 2020 Results, Lausanne: IMD World Competitiveness Center, na <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-competitiveness-ranking-2020/>
50. Impact HUB Bratislava. Business Services. Dostupné na: <http://impacthub.sk/services>
51. Impact HUB Bratislava. Incubation & Acceleration. Dostupné na: <http://impacthub.sk/incubation-and-acceleration/>
52. Innovaccess (2020) About us, Innovaccess – Intellectual Property Portal, na <https://innovaccess.eu/about-us/>
53. Innovation Norway. Export and international markets. Dostupné na:
54. <https://www.innovasjon Norge.no/en/start-page/our-services/export-and-internationalization/>
55. Innovation Norway. Innovation and development. Dostupné na:
56. <https://www.innovasjon Norge.no/en/start-page/our-services/innovation-and-development/>
57. Internationaal ondernemen. Dostupné na: www.internationaalondernemen.nl

58. Invest Korea. KOTRA's Regional Support Centers. 2018. Dostupné na:
59. http://m.investkorea.org/m/published/zone.do;jsessionid=D3b1tS5VGP65bQlhWenPLvRbg1ydkBS7Wvw6GI9Jc5VbLi0mllpbEhoYQcJAIF.S168_WAS_servlet_iko2015?mode=view&articleNo=475733&article.offset=0&articleLimit=10
60. Korea International Trade Association. 2014. TradeNAVI, the Trade Information Portal, Provides 530,000 Overseas Companies' Information. Dostupné na:
61. http://www.kita.org/about/newsView.do?id=&no=1539&searchWrd=&result_url=
62. Launcher. Dostupné na: <https://launcher.sk/>
63. Národné podnikateľské centrum. Creative Point/Fablab. Dostupné na: <https://www.npc.sk/sk/services/specialne-sluzby-creative-point/creative-point/>
64. Národné podnikateľské centrum. Skupiny služieb. Dostupné na: <https://www.npc.sk/sk/services/>
65. Plecher, H. (2020) European Union: share in global gross domestic product based on purchasing-power-parity from 2014 to 2024, Statista, 2. júna 2020, na <https://www.statista.com/statistics/253512/share-of-the-eu-in-the-inflation-adjusted-global-gross-domestic-product/>
66. Plecher, H. (2020) Share of global regions in the gross domestic product (adjusted for purchasing power) in 2019, Statista, 2. júna 2020, na <https://www.statista.com/statistics/256340/share-of-global-regions-in-the-gross-domestic-product/>
67. RubixLab. Dostupné na: <http://rubixlab.com>
68. SARIO. 2020. Electronics & Electrical Components Industry in SLOVAKIA. ISBN 978–80–89786–39–8
69. SARIO. 2020. Information & Communications Technology Sector in SLOVAKIA. ISBN 978–80–89786–36–7
70. SARIO. 2020. Machinery & Equipment Industry in SLOVAKIA. ISBN 978–80–89786–39–8
71. SARIO. 2020. R&D & Innovation Sector in SLOVAKIA. ISBN 978–80–89786–30–5
72. SARIO. 2020. Exportná akadémia, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <https://www.sario.sk/sk/podpora-msp/exportna-akademia>

73. SARIO. 2020. Podpora internacionalizácie MSP, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, na <https://www.sario.sk/sk/np>
74. SARIO. 2020. Veľtrhy a výstavy, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, <https://www.sario.sk/sk/exportujte-do-zahranicia/veltrhy-vystavy>
75. SBDC Global. Dostupné na: <https://www.sbdcglobal.com>
76. Slovak Business Agency (2020) „Zákon o malých a stredných podnikoch (Small Business Act)“, Slovak Business Agency, na <http://www.sbagency.sk/zakon-o-malych-a-strednych-podnikoch-small-business-act>
77. Slovak Business Agency (2020) Národný projekt podpora internacionalizácie MSP, Slovak Business Agency, na <http://www.sbagency.sk/narodny-projekt-podpora-internacionalizacie-msp>
78. Slovak Business Agency (2020) O nás, Slovak Business Agency, na <http://www.sbagency.sk/o-nas>
79. Slovak Business Agency (2020) Politika štátnej podpory MSP, Slovak Business Agency (www.sbagency.sk), na <http://www.sbagency.sk/politika-statnej-podpory-msp>
80. Slovak Business Agency (2020) Small Business Act for Europe, Slovak Business Agency, na <http://www.sbagency.sk/en/small-business-act-for-europe>
81. United Nations. 2016. Making the WTO Trade Facilitation Agreement Work for SMEs
82. Univerzitný technologický inkubátor STU. Program Štart. Dostupné na: <https://www.inqb.sk/sk/programy/start>
83. Univerzitný technologický inkubátor STU. Program Štart. Dostupné na <https://www.inqb.sk/sk/programy/inqb>
84. Univerzitný vedecký park TECHNICOM. UVP TECHNICOM a jeho funkcie. Dostupné na: <https://www.uvptechnicom.sk/sk/>
85. Univerzitný vedecký park Žilinskej univerzity v Žiline. I. Fáza. Dostupné na: https://uvp.uniza.sk/sk_SK/univerzitny-vedecky-park-zilinskej-univerzity-v-ziline-i-faza/
86. Vedecký park Univerzity Komenského v Bratislave. O vedeckom parku. Dostupné na: <https://cusp.uniba.sk/o-vedeckom-parku/>

87. Your Europe (2020) About this site, Your Europe, European Union, 27. mája 2020, na
https://europa.eu/youreurope/business/about/index_en.htm