



EURÓPSKA ÚNIA

Európsky fond regionálneho rozvoja
OP Integrovaná infraštruktúra 2014 – 2020



MINISTERSTVO
HOSPODÁRSTVA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

POSÚDENIE EFEKTOV FINANČNEJ A NEFINANČNEJ POMOCI MSP POSKYTOVANEJ PROSTREDNÍCTVOM NÁRODNÝCH PROJEKTOV IMPLEMENTOVANÝCH V GESCII MH SR V RÁMCI OP INTEGROVANÁ INFRAŠTRUKTÚRA



Prognostický ústav CSPV SAV

Bratislava

2021

Obsah

Úvod	9
1. Zhrnutie.....	10
Summary	16
2. Priebeh realizácie aktivít hodnotenia	22
2.1 Realizované kroky posúdenia efektov nefinančnej podpory	22
2.2 Realizované kroky posúdenia efektov finančnej podpory	23
3. Posúdenie efektov poskytovanej nefinančnej podpory.....	24
3.1 Sieť Národných podnikateľských centier	24
3.1.1 Štruktúra národných projektov	25
3.1.2 Štruktúra hlavných aktivít projektov NPC relevantných k hodnoteniu	26
3.1.3 Zameranie hodnotenia efektov nefinančnej podpory	26
3.1.4 Hodnotiace otázky a použité metódy	31
3.2 Aká je štandardná metodológia hodnotení podobnej podpory vo vyspelých krajinách OECD?	32
3.2.1 Rámec OECD pre hodnotenie dopadov politik podpory MSP	32
3.2.2 Výsledky metaanalýz.....	33
3.2.3 Prehľad kľúčových štúdií.....	35
3.2.4 Odporúčania pre hodnotenie efektov poradenstva na rozvoj podnikov v SR.....	38
3.3 Nakoľko je cieľová skupina podnikov totožná s typickou vzorkou podnikov regiónu?	39
3.3.1 Benefitujúce subjekty v projekte „NPC v regiónoch“ v regionálnom kontexte	40
3.3.2 Benefitujúce subjekty v projekte „NPC II – BA kraj“	42
3.4 Aká je štruktúra podnikov benefitujúcich z podpory v rámci NPC z hľadiska odvetvovej príslušnosti a štruktúry aktivít?	43
3.4.1 Odvetvová štruktúra subjektov v projekte „NPC v regiónoch“	43
3.4.2 Odvetvová štruktúra subjektov v projekte „NPC II – BA kraj“	50
3.5 Aký je profil firiem (z pohľadu štádia životného cyklu podniku), ktoré sa obracajú na NPC?	56
3.5.1 Veková štruktúra podnikov v programoch projektov NPC	56
3.5.2 Priebežné zhodnotenie.....	58
3.6 Aké sú vstupné predstavy klientov o tom, čo malo NPC poskytovať a existujú nejaké bariéry pre klientov, ktorí majú záujem o podporu?.....	61
3.7 Aký je relatívny záujem o jednotlivé druhy služieb a ktoré faktory to ovplyvňujú?.....	68
3.7.1 Celková účasť podnikov a hodnota poskytnutej služby v projekte „NPC v regiónoch“	68
3.7.2 Priebežné zhodnotenie.....	71
3.7.3 Celková účasť podnikov a hodnota poskytnutej služby v projekte „NPC II – BA kraj“	81
3.7.4 Priebežné zhodnotenie.....	82
3.8 Ktoré interné a externé faktory (pozitívne a/alebo negatívne) ovplyvňujú účinnosť nefinančnej podpory MSP a ako ovplyvňujú motiváciu klientov obracať sa na NPC?.....	91
3.8.1 Priebežné mapovanie	91
3.8.2 Vlastný prieskum	93
3.9 Aká je spokojnosť klientov NPC s poskytovanými službami?	98
3.9.1 Národný projekt NPC II BA kraj	98
3.9.2 Národný projekt NPC v regiónoch	108
3.9.3 Spokojnosť s poskytovanými službami (dotazníkový prieskum).....	114
3.10 Aké sú aktuálne a očakávané potreby podnikov v oblasti poskytovanej podpory a odporúčania pre ďalšie obdobie, využitie nefinančných podpôr, grantov a finančných nástrojov a v členení podľa regiónov (vzhľadom na regionálne ekonomické špecifiká)?	117
3.10.1 Priebežné zhodnotenie	117

3.10.2 Vlastný prieskum.....	119
4. Posúdenie efektov finančnej - voucherovej podpory.....	127
4.1 Kreatívne vouchre	127
4.1.1 Štruktúra národného projektu.....	128
4.1.2 Štruktúra hlavných aktivít projektu relevantných k hodnoteniu.....	128
4.1.3 Posúdenie efektov voucherovej podpory:.....	128
4.1.4 Hodnotiace otázky a použité metódy.....	129
4.2 Aký je záujem MSP o voucherovú podporu?.....	130
4.2.1 Záujemcovia o podporu zo strany malých a stredných podnikov.....	130
4.2.2 Záujem realizátorov o voucherovú podporu	135
4.3 Aký je profil firiem využívajúcich voucherovú podporu?	138
4.3.1 Finančná analýza žiadateľov.....	141
4.4 Aký je profil aktérov kreatívneho priemyslu, ktorí v rámci voucherovej podpory poskytujú služby?	143
4.4.1 Finančná analýza realizátorov.....	145
4.4.2 Sieťovanie žiadateľov a realizátorov.....	147
4.5 Ktoré interné a externé faktory (pozitívne a/alebo negatívne) ovplyvňujú účinnosť zvolených foriem podpory kreatívneho priemyslu a ako vplyvajú na motiváciu klientov obracať sa na NP?..	151
4.6 Aké sú vstupné predstavy MSP o tom, čo by mala voucherová podpora prinášať?.....	158
4.7 Viedla podpora prostredníctvom voucherov k inováciám procesov, produktov, alebo služieb prostredníctvom vzájomnej spolupráce MSP s aktérmi kreatívneho priemyslu?.....	159
5. Závbery, zistenia a odporúčania	166
5.1 Závbery v oblasti nefinančnej podpory	166
5.2 Identifikované zistenia a návrhy odporúčaní v oblasti nefinančnej podpory	169
5.3 Závbery v oblasti v oblasti finančnej podpory.....	173
5.4 Identifikované zistenia a návrhy odporúčaní v oblasti finančnej podpory.....	175
5.5 Návrhy odporúčaní v oblasti dizajnu a hodnotenia poradenských podporných schém.....	177
6. Tím hodnotiteľov	179
7. Zoznam použitej literatúry	180
8. Prílohy.....	182
Príloha č. 1: Dotazníky pre posúdenie finančnej a nefinančnej podpory	
Príloha č. 2: Rozdelenie odvetví do technologických sektorov	
Príloha č. 3: Efekty nefinančnej podpory na ekonomické výsledky podnikov	
Príloha č. 4: Efekty finančnej podpory na ekonomické výsledky podnikov	

ZOZNAM BOXOV

Box 1: Projekty NPC.....	24
Box 2: Efekt samovýberu na výsledok hodnotenia pomocou DiD.....	34
Box 3: Poradenstvo pre mexické MSP a mikropodniky.....	35
Box 4: Formy poradenstva a ich efektívnosť	37
Box 5: Tematické poradenstvo prostredníctvom kolektívneho učenia	38
Box 6: Efekty nefinančnej podpory na ekonomické výsledky podnikov	55
Box 7: Prípadová štúdia využitia služieb regionálneho NPC	63
Box 8: Národný projekt Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku.....	127
Box 9: Efekty finančnej podpory na ekonomické výsledky podnikov.....	144
Box 10: Motivácia podnikateľ.....	157
Box 11: Prípadová štúdia využitia kreatívneho vouchera.....	161
Box 12: Rastúci záujem o Kreatívne vouchre.....	173

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1: Kroky pri stanovení dopadov politik podporujúcich rozvoj MSP	32
Tabuľka 2: Prehľad kľúčových štúdií	36
Tabuľka 3: Regionálne rozdelenie hodnoty poskytnutej pomoci (PO+FO - podnikateľ)	40
Tabuľka 4: Lokalizačný koeficient – fyzické osoby (počet živnostníkov)	41
Tabuľka 5: Lokalizačný koeficient – právnické osoby (počet podnikov)	42
Tabuľka 6: Lokalizačný koeficient – Ekonomické subjekty v Bratislavskom kraji.....	42
Tabuľka 7: Hodnota služieb podľa NACE SK a programov (PO+FO - podnikateľ) v EUR v projekte „NPC v regiónoch“	43
Tabuľka 8: Hodnota služieb podľa NACE SK a podaktivít/programov (PO+FO - podnikateľ) v % v projekte „NPC v regiónoch“	44
Tabuľka 9: Detailná štruktúra hodnoty poskytnutých služieb v sektoroch C - Priemyselnej výroby a M - Odborné vedecké a technické činnosti (FO - podnikateľ+PO) v projekte „NPC v regiónoch“	45
Tabuľka 10: Štruktúra benefitujúcich subjektov z hľadiska technologickej náročnosti podľa krajov (%) v projekte „NPC v regiónoch“	47
Tabuľka 11: Vývoj vybraných pomerových ukazovateľov podnikov v projekte „NPC v regiónoch“ mediánové hodnoty	49
Tabuľka 12: Hodnota služieb podľa NACE SK a programov (PO+FO - podnikateľ) v EUR v projekte „NPC II – BA kraj“	50
Tabuľka 13: Hodnota služieb podľa NACE SK a programov (PO+FO - podnikateľ) v % v projekte „NPC II – BA kraj“	51
Tabuľka 14: Detailná štruktúra hodnoty poskytnutých služieb vo vybraných sektoroch projektu „NPC II – BA kraj“	51
Tabuľka 15: Vývoj vybraných pomerových ukazovateľov podnikov v projekte „NPC II – BA kraj“ – mediánové hodnoty	54
Tabuľka 16: Veková štruktúra benefitujúcich subjektov (FO - podnikateľ+PO) podľa sektora NACE SK v projekte „NPC v regiónoch“	56
Tabuľka 17: Veková štruktúra benefitujúcich subjektov (FO - podnikateľ+PO) podľa sektora NACE SK v projekte „NPC II – BA kraj“	58
Tabuľka 18: Štatistika týkajúca sa počtu start-up a spin-off podnikov, NPC v regiónoch.....	61
Tabuľka 19: Štatistika týkajúca sa počtu start-up a spin-off podnikov, NPC II - BA kraj	61
Tabuľka 20: Účasť a hodnota poskytnutej služby podľa programov projektu	68
Tabuľka 21: Poskytnutá pomoc podľa typu služby (PO+FO - podnikateľ) v EUR	69
Tabuľka 22: Vývoj čerpania programov podľa rokov (PO+FO - podnikateľ)	70
Tabuľka 23: Účasť a hodnota poskytnutej služby podľa programov projektu	81
Tabuľka 24: Poskytnutá pomoc podľa typu služby (PO+FO - podnikateľ) v EUR	81
Tabuľka 25: Vývoj čerpania programov podľa rokov (PO+ FO - podnikateľ)	82
Tabuľka 26: Interné a externé faktory vplývajúce na úspešnosť podpory NPC.	97
Tabuľka 27: Podiel klientov, ktorí uviedli odpoveď „ÁNO“ na otázku, či mala pre nich poskytnutá služba vysokú pridanú hodnotu , NPC II BA kraj	98
Tabuľka 28: Podiel klientov, ktorí uviedli odpoveď „ÁNO“ na otázku, či mala pre nich poskytnutá služba vysokú pridanú hodnotu , NPC regióny	109
Tabuľka 29: Žiadatelia o kreatívny voucher podľa odvetvia kreatívneho priemyslu	130
Tabuľka 30: Požadovaná hodnota kreatívnych voucherov podľa odvetvia kreatívneho priemyslu.....	130

Tabuľka 31: Zastúpenie žiadostí podľa kraja a odvetvia kreatívneho priemyslu (%).....	131
Tabuľka 32: Žiadatelia podľa sektorov ekonomických činností a odvetví kreatívneho priemyslu	132
Tabuľka 33: Profil žiadostí realizátorov kreatívnych voucherov	135
Tabuľka 34: Štruktúra realizátorov podľa odvetvia kreatívneho priemyslu	135
Tabuľka 35: Rozdelenie registrovaných realizátorov podľa sektora ekonomických činností (%).....	136
Tabuľka 36: Priebeh čerpania kreatívnych voucherov podľa kreatívnych odvetví	138
Tabuľka 37: Regionálne rozloženie podnikov čerpajúcich kreatívne vouchere podľa kreatívnych odvetví	139
Tabuľka 38: Rozloženie podnikov čerpajúcich kreatívne vouchere podľa odvetví ekonomických činností NACE SK a kreatívnych odvetví	140
Tabuľka 39 Vývoj vybraných pomerových ukazovateľov žiadateľov v projekte „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ – mediánové hodnoty	142
Tabuľka 40: Rozdelenie realizovaných kreatívnych voucherov podľa kreatívnych odvetví.....	143
Tabuľka 41: Rozdelenie realizátorov podľa krajov a odvetví kreatívneho priemyslu.....	143
Tabuľka 42 Vývoj vybraných pomerových ukazovateľov realizátorov v projekte „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ – mediánové hodnoty	146
Tabuľka 43: Interné a externé faktory vplyvajúce na úspešnosť podpory NPC.	154

ZOZNAM GRAFOV

Graf 1: Štruktúra benefitujúcich subjektov z hľadiska technologickej náročnosti v % (FO - podnikateľ+PO) v projekte „NPC v regiónoch“	47
Graf 2: Vývoj vybraných finančných ukazovateľov podnikov v projekte „NPC v regiónoch“ (priemer 1 045 podnikov, v EUR) – mediánové hodnoty	48
Graf 3: Štruktúra benefitujúcich subjektov z hľadiska technologickej náročnosti v % (FO - podnikateľ+PO) v projekte „NPC II – BA kraj“	53
Graf 4: Vývoj vybraných finančných ukazovateľov podnikov v projekte „NPC II – BA kraj“ (priemer 598 podnikov, v EUR) – mediánové hodnoty	53
Graf 5: Veková štruktúra benefitujúcich subjektov podľa právnej formy v projekte „NPC v regiónoch“	56
Graf 6: Veková štruktúra benefitujúcich subjektov podľa právnej formy v projekte „NPC II – BA kraj“.....	57
Graf 7: Počet klientov podľa kategórií za obdobie 2017-apríl 2021	59
Graf 8: Počet klientov k 30.4.2021	59
Graf 9: Počet jedinečných klientov NPC v regiónoch – MSP, zapojených do Rastového programu.....	60
Graf 10: Počet jedinečných klientov NPC v regiónoch – MSP, zapojených do Rastového programu.....	60
Graf 11: Motivácia vstupu do programov	67
Graf 12: Počet jedinečných klientov NPC v regiónoch za jednotlivé roky	71
Graf 13: Počet jedinečných klientov- nepodnikateľov, NPC v regiónoch za jednotlivé roky	72
Graf 14: Počet jedinečných klientov MSP, NPC v regiónoch za jednotlivé roky	72
Graf 15: Počet klientov-nepodnikateľov, za jednotlivé regióny	73
Graf 16: Počet klientov NPC - nepodnikateľov v regiónoch za celé obdobie.....	73
Graf 17: Počet klientov – MSP, za jednotlivé regióny	74
Graf 18: Počet klientov NPC MSP v regiónoch za celé obdobie	74
Graf 19: Počet všetkých klientov NPC v regiónoch za celé obdobie	75

Graf 20: Počet jedinečných klientov Akceleračného programu v regiónoch, podľa programov	76
Graf 21: Počet jedinečných klientov Akceleračného programu za jednotlivé regióny	76
Graf 22: Počet jedinečných klientov Stážového programu za jednotlivé regióny.....	77
Graf 23: Počet jedinečných klientov Inkubačného programu za jednotlivé regióny	77
Graf 24: Počet jedinečných klientov Rastového programu, podľa služieb.....	78
Graf 25: Počet klientov Rastového programu za jednotlivé regióny	79
Graf 26: Počet jedinečných klientov Rastového programu 3+, podľa služieb.....	79
Graf 27: Počet klientov Rastového programu 3+ za jednotlivé regióny	80
Graf 28: Počet klientov NPC v Bratislavskom kraji za jednotlivé roky	83
Graf 29: Počet klientov – nepodnikateľov v NPC v Bratislavskom kraji podľa programov	84
Graf 30: Počet klientov – MSP v NPC v Bratislavskom kraji podľa programov	84
Graf 31: Počet klientov – nepodnikateľov v NPC v Bratislavskom kraji programe Creative point.....	86
Graf 32: Počet klientov – MSP v NPC v Bratislavskom kraji podľa v programe Creative point	87
Graf 33: Počet klientov – nepodnikateľov v NPC v Bratislavskom kraji podľa služieb Akceleračného programu	88
Graf 34: Počet klientov – MSP v NPC v Bratislavskom kraji podľa služieb Inkubačného programu.....	89
Graf 35: Počet klientov – MSP v NPC v Bratislavskom kraji podľa služieb Rastového programu.....	90
Graf 36: Hodnotenie náročnosti praktických ukážok a teoretickej časti v programe Creative point... 100	
Graf 37: Hodnotenie spokojnosti účastníkov skupinových podujatí v rámci Akceleračného programu 101	
Graf 38: Hodnotenie organizačnej a technickej stránky skupinových podujatí v rámci Akceleračného programu	101
Graf 39: Hodnotenie obsahu a aktuálnosti poznatkov, informácií skupinových podujatí v rámci Akceleračného programu	102
Graf 40: Hodnotenie času aktivity skupinových podujatí v rámci Akceleračného programu	102
Graf 41: Hodnotenie spokojnosti so skupinovými odbornými podujatiami v rámci Rastového programu	106
Graf 42: Hodnotenie organizačnej a technickej stránky a obsahu a aktuálnosti poznatkov, informácií, SOP Rastového programu.....	106
Graf 43: Hodnotenie času aktivity a dĺžky trvania aktivity, SOP Rastového programu.....	107
Graf 44: Hodnotenie spokojnosti klientov Krátkodobého individuálneho poradenstva v rámci Rastového programu.....	107
Graf 45: Hodnotenie rozsahu krátkodobého individuálneho poradenstva, RP	113
Graf 46: Zhodnotenie výrokov v oblasti získania znalostí a kvality ľudských zdrojov.....	115
Graf 47: Zhodnotenie platnosti výrokov v oblasti prínosov programu	115
Graf 48: Hodnotenie zlepšenia celkovej vize podnikania a strategického plánovania.....	116
Graf 49: Záujem o odborné krátkodobé individuálne poradenstvo (10 hodín).....	122
Graf 50: Záujem o odborné dlhodobé individuálne poradenstvo (80 hodín).....	122
Graf 51: Záujem o špecializované skupinové poradenstvo.....	123
Graf 52: Záujem o podporu pri nadväzovaní spolupráce (doma a v zahraničí)	123
Graf 53: Záujem o granty do 50 000 € so spolufinancovaním.....	124
Graf 54: Záujem o granty do 200 000 € so spolufinancovaním	124
Graf 55: Záujem o granty nad 200 000 € so spolufinancovaním	125
Graf 56: Záujem o zvýhodnené úvery (výhodnejšie ako trhové)	125
Graf 57: Záujem o kombináciu grantu a zvýhodneného úveru.....	126
Graf 58: Záujem o rizikový kapitál.....	126

Graf 59: Priemerná a mediánová výška požadovanej hodnoty kreatívneho vouchera	131
Graf 60: Žiadatelia o kreatívny voucher podľa krajov (v %)	131
Graf 61: Žiadatelia kreatívnych voucherov podľa sektora ekonomických činností	132
Graf 62: Motivácia k využitiu kreatívnych voucherov MSP	134
Graf 63: Štruktúra realizátorov podľa počtu odvetví kreatívneho priemyslu v ktorých sa registrovali (%).....	136
Graf 64: Rozdelenie akceptovaných realizátorov podľa krajov.....	136
Graf 65: Motivácia kreatívcov k zapojeniu sa do schémy KV	137
Graf 66: Regionálne rozloženie podnikov čerpajúcich kreatívne vouchre (%).....	139
Graf 67: Rozloženie podnikov čerpajúcich kreatívne vouchere podľa odvetví ekonomických činností NACE SK	140
Graf 68: Vývoj vybraných finančných ukazovateľov žiadateľov v projekte „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ (2016 -2019; v EUR)	141
Graf 69: Rozloženie realizátorov podľa odvetví ekonomických činností NACE SK.....	144
Graf 70: Vývoj vybraných finančných ukazovateľov realizátorov v projekte „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ (2016 -2019; v EUR)	145
Graf 71: Sieťovanie žiadateľov a realizátorov na regionálnej úrovni.	148
Graf 72: Sieťovanie žiadateľov a realizátorov na odvetvovej úrovni.....	149
Graf 73: Dôležitosť faktorov ovplyvňujúcich podnikanie.....	151
Graf 74: Spokojnosť so schémou a budúci záujem o ňu	155
Graf 75: Faktory ovplyvňujúce záujem žiadať o kreatívny voucher	155
Graf 76: Hodnotenie systému poskytovania kreatívnych voucherov	156
Graf 77: Pridaná hodnota kreatívnych voucherov pre malé a stredné podniky	162
Graf 78: Stav spolupráce s príjmom kreatívneho vouchera	163
Graf 79: Pridaná hodnota zapojenia sa do galérie realizátorov.....	164
Graf 80: Stav spolupráce s príjmom kreatívneho vouchera	165

ZOZNAM SKRATIEK

AP	Akceleračný program
BOZP	Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci
BSK	Bratislavský samosprávny kraj
CP	Creative point
CVTI	Centrum vedecko-technických informácií
DiD	Difference in differences
EÚ	Európska únia
FO	Fyzická osoba
IKS SBA	Informačno-komunikačný systém SBA
IP	Inkubačný program
KP	Kreatívny priemysel
KV	Kreatívny voucher
MH SR	Ministerstvo hospodárstva SR
MK SR	Ministerstvo kultúry SR
MSP	Malé a stredné podniky
NACE	Štatistická klasifikácia ekonomických činností
NUTS	Nomenclature of territorial units of statistics (štatistická územná jednotka)
NFP	Nenávratný finančný príspevok
NPC	Národné podnikateľské centrum
OECD	Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj

OP II	Operačný program Integrovaná Infraštruktúra
OP Val	Operačný program Výskum a inovácie
PO	Právnická osoba
RP	Rastový program
SBA	Slovak Business Agency
SIEA	Slovenská inovačná a energetická agentúra
SP	Stážový program
ŠU SR	Štatistický úrad SR
VaV	Veda a výskum

ÚVOD

Účelom hodnotenia bolo posúdenie doterajšej implementácie národných projektov najmä v kontexte prínosu k napĺňaniu potrieb cieľovej skupiny. Výstupy hodnotenia majú prispieť k zvýšeniu relevantnosti, zacielenia a účinnosti poskytovaných služieb a budú tiež vstupom pre prípravu nového programového obdobia 2021 – 2027.

Hodnotenie sa zameriava na posúdenie vybraných efektov finančnej a nefinančnej pomoci MSP poskytovanej prostredníctvom nasledujúcich národných projektov:

- Národný projekt NPC II – BA kraj – Kód projektu 3130411861
- Národný projekt NPC v regiónoch – Kód projektu 3130311870
- Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku – Kód projektu 313000K874

Pri hodnotení národných projektov je potrebné predstaviť širší kontext nastavenia národných projektov.

Malé a stredné podniky predstavujú drvivú väčšinu všetkých podnikateľských subjektov v Slovenskej republike. V roku 2019 predstavovalo až 99,9% kategóriu MSP¹. Celkovo až 96,9% podnikov boli mikropodniky, 2,4% malé podniky a 0,5% stredné podniky. Len 0,1% všetkých podnikov v SR bolo tvorených veľkými podnikmi.² Kategória mikropodnikov je z hľadiska európskeho porovnania významnejšia.

Kreatívny priemysel patrí medzi najinovatívnejšiu zložku ekonomiky. Napriek tomu je nedostatočne rozvinutý. Pridaná hodnota podnikov predstavovala 1,21% z celkovej ekonomiky (EÚ = 2,4%). Podiel zamestnanosti bol len 0,58%, pričom v EÚ27 sa jednalo o 0,81%.³ V rokoch 2011-2019 došlo k poklesu. Jedná sa tak o minoritnú veľmi špecifickú cieľovú skupinu.

Projekty budovania siete NPC boli pôvodne plánované ako súčasť širšej podpory MSP, pričom podpora kreatívneho priemyslu (ďalej ako KP) bola vyňatá do separátneho národného projektu z dôvodu snahy poskytovať cielenejšie opatrenia pre inovatívne odvetvia KP.

Vo všetkých prípadoch sa predpokladala realizácia série ďalších komplementárnych aktivít, ktoré mali generovať synergické efekty v podpore MSP a KP, pričom predmetné NP predstavujú len jeden z nástrojov.

V prípade rozvoja MSP bol o.i. prijatý Zákon č. 290/2016 Z. z. o podpore malého a stredného podnikania. Rozvoj MSP je ukotvený aj v niekoľkých strategických dokumentoch, ktoré predpokladali realizáciu množstva komplementárnych opatrení. Rozvoj MSP je plne v gescii Ministerstva hospodárstva SR (ďalej ako MH SR). V tejto oblasti realizovalo MH SR množstvo aktivít financovaných najmä zo zdrojov OP Val (v súčasnosti OP II).

Kreatívny priemysel je možné vnímať ako odvetvie tematicky a kompetenčne stojace na rozhraní Ministerstva kultúry SR (ďalej ako MK SR) a MH SR. Pre vytvorenie funkčného podporného rámca je preto potrebná aktivita oboch rezortov, ktorá by mala vychádzať zo schválených strategických dokumentov. Napriek pôvodnému záujmu, podporné mechanizmy, ktoré mali byť vytvorené zo strany MK SR doposiaľ neboli v adekvátnej miere zrealizované.

Hodnotenie sa zameriava na vybrané oblasti národných projektov, na základe ktorých bude MH SR schopné posúdiť zmysluplnosť pokračovania poskytovania predmetnej formy podpory, príp. jednotlivých aktivít v novom programovom období. V rámci hodnotenia sú navrhnuté opatrenia na zefektívnenie novej realizácie v ďalšom období.

Hodnotenie sa zameriava na posúdenie štruktúry žiadateľov z hľadiska regionálnych špecifik a posúdenie spokojnosti a prínosov podporených subjektov s poskytovanými službami financovanými z národných projektov.

¹ Neboli zohľadnené prepojenia medzi podnikmi.

² <https://slovak.statistics.sk/>

³ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture/data/database>

1. ZHRNUTIE

Predmetom hodnotenia s názvom „Posúdenie efektov finančnej a nefinančnej podpory MSP poskytovanej prostredníctvom národných projektov implementovaných v gescii MH SR v rámci OP Integrovaná infraštruktúra“ boli vybrané oblasti podpory poskytované v rámci národných projektov:

- Národný projekt NPC II – BA kraj
- Národný projekt NPC v regiónoch
- Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku

Hodnotené obdobie predstavoval časový interval od začiatku realizácie národných projektov do 30.6.2020.⁴

Významnou zložkou podnikateľských subjektov na Slovensku sú malé a stredné podniky, ktoré predstavujú až 99,9% všetkých podnikov, pričom až 96,9% sú mikropodniky. Z nich mnohé majú svoj rozvoj inhibovaný rôznymi faktormi, pričom je možné predpokladať, že jedným z významných je obmedzený rozsah vedomostí a zručností v témach podporujúcich ich inovačné aktivity.

S cieľom podporiť rozvoj malých a stredných podnikov sú v rámci Operačného programu Integrovaná infraštruktúra implementované dva národné projekty: Národný projekt NPC II – BA kraj a Národný projekt NPC v regiónoch, ktorých spoločným cieľom „je etablovanie inštitúcie poskytujúcej komplexnú, systematickú podporu a odborné poradenstvo pre malých a stredných podnikateľov, ako aj pre záujemcov o podnikanie (vrátane znevýhodnených sociálnych skupín ako napríklad ženy, seniori/generácia 50+, sociálne a zdravotne handicapovaní a pod.)“. Prostredníctvom týchto dvoch národných projektov bola poskytovaná široká škála odborného poradenstva rôznym typom malých a stredných podnikov, ako aj fyzických osôb.

Toto hodnotenie sa zameralo na samostatné posúdenie programov:

- i. Front office
- ii. Akceleračný program
- iii. Stážový program
- iv. Inkubačný program
- v. Rastový program
- vi. Creative point

Slovenská ekonomika je charakteristická nízkou mierou inovácií v prostredí malých a stredných podnikov. Z tohto dôvodu je potrebné podporovať medzisektorovú spoluprácu stimulujúcu inovácie. Vysoký inovačný potenciál v sebe nesie tzv. kreatívny priemysel (ďalej len „KP“). Napriek tomu je rozvoj KP a spolupráca s inými odvetvami suboptimálna. Z tohto dôvodu je implementovaný národný projekt Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku, ktorého cieľom je „vytvoriť podmienky pre posilnenie konkurencieschopnosti a rastu malých a stredných podnikov (ďalej len „MSP“) tvorbou nových inovatívnych riešení fungovania podnikateľských subjektov pôsobiacich v kreatívnom priemysle a stimulovanie inovačného procesu prostredníctvom vzájomnej spolupráce MSP s aktérmi kreatívneho priemyslu za účelom zlepšenia ich inovačnej výkonnosti a konkurencieschopnosti“. Oblasť kreatívneho priemyslu v rámci národného projektu bola koncepcne užšie vymedzená odvetvami:

- i. reklama a marketing,
- ii. architektúra,
- iii. oblasť IKT a
- iv. dizajn a módný dizajn.

Toto hodnotenie sa zameralo na posúdenie jednej z aktivít národného projektu, a to je poskytovanie finančnej podpory, ktorá je v rámci národného projektu realizovaná prostredníctvom tzv. Kreatívnych

⁴ Dostupné kvantitatívne údaje zapojenia podnikateľských subjektov boli spracované do konca roka 2020 z dôvodu protipandemických opatrení, ktoré ovplyvnili zapojenie subjektov.

voucherov. Tieto majú stimulovať práve spoluprácu domácich malých a stredných podnikov s poskytovateľmi služieb kreatívneho priemyslu. Súčasne systém poskytovania kreatívnych voucherov predstavuje pilotné vyskúšanie tejto formy finančnej podpory, ktorá by mala viesť k zlepšeniu medzisektorovej spolupráce.

Cieľom hodnotenia bola okrem iného aj formulácia odporúčaní pre zlepšenie fungovania podpory podnikateľských subjektov aj v pripravovanom programovom období rokov 2021-2027.

Zhrnutie hlavných zistení hodnotenia nefinančnej podpory poskytovanej v rámci Národných podnikateľských centier („NPC“)

Odborné poradenstvo bolo poskytované v rámci všetkých krajov SR. V rámci národného projektu "NPC v regiónoch" bolo v období 2017 až 2020 podporených spolu 7801 podnikov (FO aj PO), ktorým bola poskytnutá nefinančná podpora v celkovej výške 3,091 mil. EUR. Najvyšší podiel na poskytnutej nefinančnej podpore mali Rastový program (MSP do 3 rokov) so 43%-ným podielom a Rastový program 3+ (MSP nad 3 roky) so 44%-ným podielom. V Bratislavskom kraji, v ktorom sa realizoval Národný projekt NPC II – BA kraj, bolo podporených 3 554 podnikov (FO PO) v celkovej výške 1,392 mil. EUR. Aj v tomto projekte dominoval Rastový program s 84%-zastúpením. Z pohľadu hodnoty poskytnutej nefinančnej podpory boli identifikované kraje s intenzívnejšou pomocou, a to Banskobystrický kraj, Košický kraj, Trenčiansky kraj a Žilinský kraj. Naopak, ku krajom s nižšou intenzitou poskytnutej nefinančnej podpory patrili Trnavský kraj, Nitriansky kraj a Prešovský kraj.

Z hľadiska sektorového rozdelenia podpory (podľa NACE kódov) sa ukázalo, že vysoké zastúpenie medzi benefitujúcimi subjektmi vykazuje Veľkoobchod a maloobchod, Oprava motorových vozidiel a motocyklov, ale aj Finančné a poisťovacie činnosti. Subjekty kategorizované v oblasti priemyselnej výroby mali pomerne proporcionálne zastúpenie v poskytovanej podpore. Podporené subjekty z Bratislavského kraja zodpovedali typickej vzorke podnikov z hľadiska štruktúry regionálnej ekonomiky. Len mierne nadproporcionálne zastúpené boli subjekty zo sektorov Informácie a komunikácia, ale aj Finančné a poisťovacie činnosti.

Potrebnou (a želanou) kvalitatívnou zmenou v štruktúre slovenskej ekonomiky a najmä sektora MSP je zvyšovanie jej technologickej náročnosti. V rámci tohto analytického pohľadu boli najviac zastúpené odvetvia znalostne intenzívnych trhových služieb, čo hodnotíme ako pozitívny fakt.

Z hľadiska vekovej štruktúry podporených subjektov dominovali v oboch projektoch subjekty s vekom do 3 rokov. Môžeme teda konštatovať, že poskytovaná podpora smerovala subjektom v počiatkových štádiách rozvoja.

Jednotlivé hodnotené programy poskytujú rôzne typy nefinančnej podpory šitej na mieru MSP. Celkovo sa záujem o poskytované služby postupne zvyšoval. Medzi podnikateľmi bol najvyšší záujem o služby v Rastovom programe, v prípade nepodnikateľov bol najvyšší záujem o Akceleračný program. Podporené podniky, ale aj nepodnikatelia mali rôzne očakávania od samotnej podpory zo strany NPC. Nepodnikatelia očakávali od siete NPC najmä nové poznatky, inšpiráciu, ale aj zdieľanie skúseností. Naopak, podnikatelia očakávali konkrétne, praktické rady týkajúce sa ich podnikania. Využívanie nefinančnej podpory bolo inhibované najmä vnímanou vyššou administratívnou náročnosťou, ale aj nízkym povedomím o aktivitách NPC.

Na druhej strane, jedným z hlavných atraktorov programov bol proklientský prístup zamestnancov NPC, ktorý viedol k vysokej miere spokojnosti klientov s poskytovanými službami, čo bolo v rámci hodnotenia opakovane potvrdené. Z tohto dôvodu klienti deklarovali záujem o opakované využívanie služieb aj v budúcnosti. Malé a stredné podniky mali záujem aj o finančnú podporu, najmä nenávratné granty a následne rôzne typy finančného inžinierstva.

Tabuľka: Faktory vplyvajúce na efektivitu poskytovania nefinančnej podpory.

	Interné	Externé
Pozitívne	<ul style="list-style-type: none"> • Poskytovanie bezodplatného poradenstva • Zameranie na prax a ponuka riešení so zapojením lektorov so skúsenosťami • Individuálny prístup ku každému klientovi • Možnosť sprostredkovania dlhodobej podpory • Flexibilita jednotlivých centier • Motivovaní a proklientsky orientovaní zamestnanci NPC • Zdieľané infraštruktúrne kapacity • Podpora všetkých typov podnikateľských subjektov 	<ul style="list-style-type: none"> • Záujem firiem o špecializované poradenstvo • Dôvera firiem ktoré využívajú opakovane služby NPC (budovanie značky NPC) • Kvalita a renomé konzultantov • Rastúci záujem expertov o zapojenie do programov • Zmeny ovplyvňujúce podnikanie (trhové, Covid, megatrendy) • Podpora MSP v rámci SR a EÚ a národných politík a programov • Finančné mechanizmy podpory
Negatívne	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatočná viditeľnosť NPC • Administratívna náročnosť poskytovania služieb • Interné kapacity zahltené administratívou • Nároky na zdravie firmy (postupne sa menilo) • Koncentrácia služieb v centre kraja a limitované aktivity v rámci regiónu 	<ul style="list-style-type: none"> • Malý záujem o podnikanie • Nedostatočná spolupráca s inými organizáciami • Suboptimálny ľudský kapitál vo firmách • Obmedzené kapacity inkubátorov (mimo online režim) • Podkapitalizovanie firiem a nepodnikateľov • Slabé prepojenie na vedu a výskum • Vysoké administratívne zaťaženie podnikateľských aktivít • Chýbajúca infraštruktúra v krajoch • Nedostatočná medializácia služieb • Nastavenie verejného obstarávania

Kontrafaktuálna analýza porovnávala ekonomické výsledky podporených podnikov jednak s kontrolnou vzorkou, a jednak so vzorkou nepodporených žiadateľov. Analýza zistila, že podporené MSP vo veku nad tri roky dosiahli v porovnaní s kontrolnou vzorkou signifikantne vyšší nárast aktív, vlastného imania a pridanej hodnoty. Pri porovnaní s nepodporenými žiadateľmi sa tento rozdiel stratil – obe skupiny dosiahli porovnateľné zlepšenie ekonomických ukazovateľov. Ide o klasický efekt samovýberu, keď sa do schémy hlásia vysoko motivované podniky, ktoré by zlepšenie dosiahli aj bez podpory⁵. Priemerná hodnota podpory (400 EUR) bola pri priemernom objeme aktív 220 tisíc EUR príliš nízka na to, aby mala reálny vplyv na fungovanie podnikov. Štúdie zo zahraničia poukazujú na to, že (i) samovýber do podpornej schémy je štandardná forma správania podnikov a (ii) suma podpory musí byť pomerne vysoká, aby mala žiadúci efekt. Samotný fakt, že zlepšenie ekonomických výsledkov bolo dané vysokou motiváciou podnikov zapojiť sa do schémy je de facto hlavnou pridanou hodnotou schémy. Umožnila identifikovať skupinu vysoko motivovaných podnikov, s ktorými je možné pracovať v budúcnosti. Tieto podniky napríklad môžu byť prizvané do schém podporujúcich produktové inovácie.

Pre zabezpečenie efektívnejšieho poskytovania nefinančnej podpory podnikateľským subjektom sú hodnotiteľom navrhované nasledovné opatrenia⁶:

- Poskytovať služby všetkým cieľovým skupinám
- Poskytovať služby celoplošne
- Prehodnotiť tvorbu vysunutých pracovísk
- Poskytovanie komplementárnych služieb
- Zabezpečiť predvídateľnosť a platnosť podmienok

⁵ V dotazníkovom prieskume až 87,6% respondentov súhlasilo s tvrdením „Podnikanie je mojou vytúženou kariérou voľbou“. V reprezentatívnom prieskume Amcham v roku 2016 na túto otázku kladne odpovedalo len 42% respondentov.

⁶ Detailnejšie popísané v kapitole 5 „Záver, zistenia a odporúčania“

- Zrýchliť proces zmenového konania
- Podporiť informačný tok v rámci siete NPC a medzi programami
- Znížiť náročnosť a komplexnosť niektorých krokov
- Znížiť administratívnu náročnosť interných procesov
- Znížiť administratívnu náročnosť na strane MSP
- Zvýšiť kapacitu preferovaných programov
- Zvýšiť povedomie cieľových skupín
- Zabezpečiť adekvátne ohodnotenie externých odborníkov
- Rozšíriť využívanie online priestoru
- Znížiť zaťaženie administrátorov programov
- Štandardizovať zabezpečenie podujatí
- Poskytovať služby pre špecifické cieľové skupiny
- Poskytovať poradenstvo motivovaným subjektom
- Poskytovať služby stimulujúce rozvoj

Zhrnutie hlavných zistení hodnotenia finančnej podpory – kreatívne vouchre

O podporu vo forme kreatívneho vouchera požiadalo celkovo 1 587 ekonomických subjektov (FO - podnikateľ a PO), ktorí spolu zaregistrovali 2001 žiadostí. Záujem o poskytovanie kreatívnych služieb prejavilo spolu 1 406 ekonomických subjektov (FO - podnikateľ a PO), ktorí zaslali spolu 1 930 žiadostí. Akceptovaných bolo spolu 833 žiadostí potenciálnych realizátorov. Voucherovú podporu využilo 424 podnikov v celkovej výške 2,084 mil. EUR. Priemerná výška realizovaného kreatívneho vouchera bola 4 915,1 EUR.

Kreatívne vouchre boli poskytované v rámci celého územia SR, pričom najvyšší záujem o tento typ finančnej podpory bol v Bratislavskom kraji. Z odvetvového hľadiska dominovali žiadatelia zo sektoru Veľkoobchodu, maloobchodu a opravy motorových vozidiel (27%). Medzi subjektami kreatívneho priemyslu bol najvyšší záujem o zapojenie do schémy v prípade subjektov kreatívneho priemyslu z oblastí reklamy (68%). Najviac subjektov bolo z Bratislavského kraja (40%).

Záujem z hľadiska podporovaných oblastí kreatívneho priemyslu bol disproporčný. Najvyšší záujem o využitie vouchera bol v oblasti marketingu (44%), nasledovali IKT a programovanie (26%), dizajn (20%) a oblasť architektúry (10%). Z hľadiska štruktúry podporených subjektov situácia kopíruje štruktúru žiadateľov o kreatívny voucher. Dominuje Bratislavský kraj s takmer 40 %-ným zastúpením.

Z pohľadu výšky finančnej podpory subjektov poskytujúcich služby kreatívneho priemyslu, najviac zdrojov smerovalo do reklamy a marketingu (36%) a IKT (29%). Z pohľadu kombinácie regionálneho a odvetvového členenia, ako najúspešnejšie je možné označiť odvetvie dizajnu v Bratislavskom kraji, ktoré využilo 15% celkových zdrojov. Takmer 1/3 všetkých vytvorených partnerstiev medzi MSP a subjektami kreatívneho priemyslu je koncentrovaná do Bratislavského kraja, čo je možné interpretovať vysokou mierou koncentrácie podnikov v oblasti kreatívneho priemyslu práve v Bratislave. Vo väčšine krajov prevláda spolupráca v rámci regiónu (okrem Nitrianskeho kraja a Trenčianskeho kraja), najvyššia miera medziregionálnej spolupráce je medzi realizátormi z Bratislavského kraja a podporenými žiadateľmi z Nitrianskeho kraja (3,3 % zo všetkých spoluprác).

Tabuľka: Faktory vplývajúce na efektívnosť poskytovania finančnej podpory – prostredníctvom kreatívnych voucherov.

	Interné	Externé
pozitívne	<ul style="list-style-type: none"> • Získanie dodatočných finančných zdrojov pre MSP • Ochota a proklientský prístup zamestnancov SIEA • Snaha zjednodušiť a zefektívniť procesy 	<ul style="list-style-type: none"> • Dôraz na dôležitosť služieb dodávaných KP medzi MSP • Kultivácia podnikateľského prostredia v zmysle skvalitňovanie prezentácie a služieb MSP • Povzbudenie MSP investovať do služieb dodávaných KP
negatívne	<ul style="list-style-type: none"> • Potreba predfinancovať KV zo strany MSP/ Uhradenie sumy KV vopred • Formálny jazyk výziev a sprievodných dokumentov nezrozumiteľný pre MSP • Nedostatočné personálne kapacity SIEA • Dlhé trvanie celého procesu • Administratívna náročnosť • Absencia vhodného IT systému podporujúceho procesné riadenie 	<ul style="list-style-type: none"> • Celospoločenský postoj/Nedôvera voči EŠIF (obavy ohľadom netransparentnosti, korupcie, náročnej administratívy) • Nevyhnutnosť realizácie cenového prieskumu • Absencia komplementárnych prvkov ekosystému zameraného na podporu KP

Subjekty, ktoré mali záujem o kreatívny voucher mali vo väčšine prípadov ucelenú predstavu p tom, čo im schéma umožňuje. Niektoré subjekty by mali záujem o intenzívnejšiu podporu z hľadiska výšky a intenzity pomoci. Zapojené subjekty očakávali nižšiu mieru administratívneho zaťaženia, ale aj dĺžku trvania celého procesu získania kreatívneho voucheru. Získané kreatívne vouchre umožnili subjektom realizovať rôzne typy projektov s inovatívnym prvkom. Jednalo sa o organizačné a marketingové inovácie na úrovni podniku (napr. nová web stránka, spustenie on line predaja).

V rámci dotazníkového prieskumu bolo zistené, že „zlepšenie ekonomických výsledkov“, „zlepšenie pozície na trhu“, „zachytenie nových obchodných príležitostí“ a „zlepšenie marketingu produktov a služieb“ boli hlavnými motívmi účasti firiem na schéme a tieto ciele firmy aj naplnili. Kontrafaktálna analýza zistila, že podporení žiadatelia mali podstatne vyšší nárast aktív, vlastného imania a tržieb ako kontrolná vzorka, nie však vyšší ako nepodporení žiadatelia, ktorí podporu nedostali. V prípade žiadateľov bol lepší ekonomický výkon žiadateľov ako kontrolnej vzorky spôsobený samovýberom do schémy na základe vysokej motivácie zmeniť spôsob marketingu a predaja.

U realizátorov (kreatívov) bola situácia iná. Podporení kreatívci mali dvojnásobne vyšší nárast aktív a tržieb ako nepodporení kreatívci. Zistilo sa teda, že aj po zohľadnení efektu samovýberu mali podporení kreatívci výrazne lepšie ekonomické výsledky ako nepodporení. V dotazníkovom prieskume kreatívci ako najvyššiu pridanú hodnotu schémy označili „zlepšenie ekonomických výsledkov“, „vyhovenie požiadavkám zákazníkov“ a „zachytenie nových obchodných príležitostí“. Kontrafaktálna analýza a výsledky prieskumu sa navzájom doplnili. Kreatívci v prieskume označovali aj hodnoty, ktoré sú pre nich v podnikaní kľúčové. Podobne ako pri zahraničných prieskumoch sa zistilo, že „rast tržieb a zisku“ síce považujú za dôležitý, ale za najvýznamnejšie hodnoty považujú „naplnenie tvorivou prácou“, „uplatnenie talentu a zručností“ a „nezávislosť a kontrolu nad vlastným životom“. Tieto zistenia naznačujú, na ktoré hodnoty by mali v budúcnosti cieľiť schémy zamerané na kreatívny priemysel.

Dá sa konštatovať, že systém kreatívnych voucherov je nositeľom mikro-inovácií, ktoré sú realizované na úrovni konkrétneho MSP prostredníctvom spolupráce s kreatívnym priemyslom. Za inováciu môže byť považovaný samotný model KV, nakoľko tento sa snaží priniesť spoločenskú zmenu vo forme kultivácie a profesionalizácie MSP. Sieťová analýza zistila, že väzby medzi realizátormi a žiadateľmi boli výrazne koncentrované do štyroch regionálnych klastrov, ktoré kopírovali metropolitné a vysoko-urbanizované regionálne celky. Podobne ako vo vyspelých krajinách EÚ, aj v SR boli stredmi týchto klastrov hlavné mesto Bratislava a krajské mestá. Sieťová analýza poukázala aj na sieťovanie žiadateľov a realizátorov do odvetvovo-definovaných klastrov, v ktorých malo centrálnu úlohu odvetvie J62-Počítačové programovanie. Schéma kreatívnych voucherov tak zo pomerne nízky objem finančnej podpory dokázala podporiť tvorbu neformálnych regionálnych a odvetvových spoluprác a vytvoriť tak

potenciál pre vznik inovatívnych produktov. Podpora sieťovania je pravdepodobne najvýznamnejším efektom schémy.

Pre zabezpečenie efektívnejšieho poskytovania finančnej podpory prostredníctvom kreatívnych voucherov sú hodnotiteľom navrhované nasledovné opatrenia⁷:

- Rozšíriť zameranie podpory
- Rozšíriť cieľové skupiny využívajúce vouchre
- Podporiť generovanie synergických efektov
- Zvýšiť povedomie o pozitívnych vplyvoch podpory
- Zvýšiť povedomie o existencii KP
- Rozšíriť regionálne pokrytie
- Hľadať možnosti pre vyššiu mieru zrozumiteľnosti programu
- Segmentovať cieľovú skupinu podpory
- Optimalizovať webové rozhranie programu
- Prehodnotiť požiadavky v oblasti verejného obstarávania
- Obmedziť počet KV pre jeden subjekt kreatívneho priemyslu
- Optimalizovať administratívne kapacity projektu
- Digitalizovať procesy

⁷ Detailnejšie popísané v kapitole 5 „Záver, zistenia a odporúčania“

SUMMARY

The subjects of the evaluation, titled 'Assessment of the effects of financial and non-financial support for SMEs provided through national projects implemented under the responsibility of the Ministry of Economy of the Slovak Republic under the OP Integrated Infrastructure', were selected areas of support provided within the following national projects:

- National project NBC II – Bratislava region
- National project NBC in Regions
- Support for the Development of Creative Industries in Slovakia

The evaluated period represented the time interval from the beginning of the implementation of national projects to 30.6.2020.⁸

An important component of business entities in Slovakia is small and medium-sized enterprises (hereinafter 'SMEs'), representing up to 99.9% of all enterprises, while up to 96.9% are micro-enterprises. Many of them have their development inhibited by various factors. It can be assumed that one of the important inhibiting factors is the limited range of knowledge and skills in area that could support their innovative activities.

To support the development of small and medium-sized enterprises, two national projects, National Project NBC II – BA region and National Project NBC in Regions, are implemented, within the Operational Program Integrated Infrastructure, the common goal of which is 'to establish institution offering comprehensive, systematic support and expert advice for small and medium-sized entrepreneurs, as well as for those interested in starting their business (including disadvantaged social groups such as women, seniors /50+ generation and people with social and health handicaps)'. Through these two national projects, a wide range of expert advice was provided to different types of SMEs and natural persons.

This evaluation focused on the separate assessment of the following programmes:

- i. Front office
- ii. Acceleration programme
- iii. Internship programme
- iv. Incubation programme
- v. Growth programme
- vi. Creative point

The Slovak economy is characterised by a low level of innovation in the environment of small and medium-sized enterprises. For this reason, cross-sectoral cooperation stimulating innovation needs to be promoted. The so-called creative industries (hereinafter 'CI') carry a high innovation potential. Nevertheless, the development of CI and cooperation with other sectors is suboptimal. For this reason, the national project Support for the Development of Creative Industries in Slovakia is implemented, which aims to 'create conditions for strengthening the competitiveness and growth of small and medium-sized enterprises by creating new innovative solutions for businesses operating in the creative industries and stimulating innovation process through mutual cooperation of SMEs with actors in the creative industries in order to improve their innovation performance and competitiveness'. The area of the creative industry within the national project was conceptually more narrowly defined by the following sectors:

- i. advertising and marketing
- ii. architecture
- iii. ICT
- iv. design and fashion design

⁸ Available quantitative data on involvement of business entities were processed by the end of 2020 due to anti-pandemic measures which affected their involvement.

This evaluation focused on assessing one of the activities of the national project – the provision of financial support – which is implemented within the national project through the so-called creative vouchers. These are intended to stimulate the cooperation of domestic small and medium-sized enterprises with service providers in creative industries. At the same time, the system of providing creative vouchers represents a pilot testing of this form of financial support to business entities, which should lead to improved cross-sectoral cooperation.

The aim of the evaluation was, among other things, the formulation of recommendations for improving the functioning of support for business entities in the prepared programming period 2021–2027.

Summary of the main findings of the evaluation of non-financial support provided within the National Business Centers (NBCs)

Expert advice was provided in all regions of the Slovak Republic. Within the national project 'NBCs in Regions', 7 801 enterprises (natural persons and legal persons) were supported in the period from 2017 to 2020, to which non-financial support was provided in 3.091 mil. EUR. The highest share on non-financial support had the Growth Programme (SMEs up to 3 years) with a share of 43% and the Growth Programme 3+ (SMEs over 3 years) with a share of 44%. In the Bratislava region, in which the National Project NBC II – BA Region was implemented, 3 554 enterprises (natural persons and legal persons) were supported in 1.392 mil. EUR. In this project, the Growth Programme was dominant as well, with the representation of 84%. In terms of the value of non-financial support provided, regions with more intensive assistance were identified. Those were the Banská Bystrica region, the Košice region, the Trenčín region and the Žilina region. On the contrary, the regions with a lower intensity of provided non-financial support included the Trnava region, the Nitra region and the Prešov region.

In terms of the sectoral breakdown of support (according to NACE codes), it was shown that Wholesale and retail trade, the Repair of motor vehicles and motorcycles and Financial and insurance activities reported a high proportion of beneficiaries. The entities categorised in the field of Manufacturing had a relatively proportional representation in the provided support. Supported entities from the Bratislava region corresponded to a typical sample of companies in terms of the regional economic structure. The entities in the areas of Information and communication and Financial and insurance activities were only slightly disproportionately represented.

A necessary (and desired) qualitative change in the structure of the Slovak economy, and especially in the SME sector, was an increase in its technological intensity. Within this analytical view, the sectors of knowledge-intensive market services were the most represented, which we evaluate as a positive fact.

In terms of the age composition of supported entities, both projects were dominated by entities up to 3 years of age. Therefore, we can conclude that the support provided was directed to entities in the early stages of development.

The individual programmes that were evaluated provided different types of non-financial support tailored to SMEs. Overall, the interest in the provided services gradually increased. Among entrepreneurs, the highest interest was in the Growth Programme. In the case of non-entrepreneurs, the highest interest was in the Acceleration Programme. The supported companies, but also non-entrepreneurs, had different expectations from the actual support from NBCs. In particular, non-entrepreneurs expected not only new knowledge and inspiration but also the sharing of experience. On the contrary, the entrepreneurs expected concrete, practical advice about their business. The use of non-financial support was inhibited mainly by perceived higher administrative burden and low awareness about NBC activities.

On the other hand, one of the main attractors of the programmes was the pro-client approach of NBC employees, which led to a high degree of client satisfaction with the provided services, which was repeatedly confirmed during the evaluation. For this reason, the clients declared their interest in reusing the services in the future. Furthermore, small and medium-sized enterprises were also interested in financial support, particularly in non-repayable grants and various financial engineering types.

Table: Factors influencing the effectiveness of providing non-financial support.

	Internal	External
Positive	<ul style="list-style-type: none"> • Providing free consulting/expert advice • Focusing on practice and offering solutions with the involvement of experienced lecturers/experts • Individual approach to each client • Possibility of arranging long-term support • Flexibility of individual centres • Motivated and client-oriented NBC employees • Shared infrastructure capacities • Support for all types of business entities 	<ul style="list-style-type: none"> • Interest of companies in specialised/expert consulting • Trust of companies that repeatedly use NBC services (building an NBC brand) • Quality and reputation of consultants • Growing interest of experts in participating in programmes • Changes affecting business (market changes, Covid-19, megatrends) • Support for SMEs within the Slovak Republic, the EU, national policies and programmes • Financial support mechanisms
Negative	<ul style="list-style-type: none"> • Insufficient visibility of NBCs • Administrative difficulty of providing services • Internal capacities overloaded by the administrative tasks • Company health requirements (gradually changed) • Concentration of services in the centre of the region and limited activities within the region 	<ul style="list-style-type: none"> • Little interest in starting own business • Insufficient cooperation with other organisations • Suboptimal human capital in companies • Limited incubator capacities (out of online mode) • Undercapitalisation of companies and non-entrepreneurs • Weak links to science and research • High administrative burden of business activities • Lack of infrastructure in the regions • Insufficient promotion of services in media • Public procurement settings

The counterfactual analysis compared the economic results of supported companies (legal entities) with a control sample and a sample of unsupported applicants. The analysis found that supported SMEs over the age of 3 years achieved significantly higher increase in assets, equity and value-added compared to the control sample. When compared to unsupported applicants, this difference was lost – both groups achieved a comparable improvement in economic indicators. This is a classic self-selection effect when highly motivated companies that would improve even without support, applied to the scheme.⁹ With an average asset volume of EUR 220 000, the average value of the support (EUR 400) was too low to have a real impact on companies' functioning. The studies from other countries show that (i) self-selection into a support scheme is a standard form of corporate behaviour and (ii) the amount of support must be relatively high to have the desired effect. The very fact that the improvement in economic results was due to the high motivation of companies to participate in the scheme is de facto the main added value of the scheme. It made it possible to identify a group of highly motivated companies appropriate for further collaboration in the future. For example, these companies may be invited to schemes that support product innovation.

To ensure more effective provision of non-financial support to businesses, the evaluators propose the following measures¹⁰:

- Provide services to all target groups
- Provide nationwide services

⁹ In the questionnaire survey, up to 87.6% of respondents agreed with the statement 'Entrepreneurship is my wishing career choice'. In a representative Amcham survey in 2016, only 42% of respondents answered affirmatively.

¹⁰ Described in more detail in Chapter 5 'Conclusions, findings and recommendations'.

- Re-evaluate the establishment of extended workplaces
- Provide complementary services
- Ensure predictability and validity of conditions
- Speed up the change process
- Support the flow of information within the NBC network and between programmes
- Reduce the complexity of some steps
- Reduce the administrative burden of internal processes
- Reduce administrative burdens on the part of SMEs
- Increase the capacity of preferred programmes
- Raise awareness of target groups
- Ensure adequate compensation for external experts
- Expand the use of online space
- Reduce the burden on programme administrators
- Standardise organisation of events
- Provide services for specific target groups
- Provide advice to motivated entities
- Provide development-stimulating services

Summary of the main findings of the evaluation of financial support – creative vouchers

A total of 1 587 economic entities (natural persons – entrepreneurs and legal persons) applied for support in the form of a creative voucher; together 2 001 applications were registered. A total of 1 406 economic entities (natural persons – entrepreneurs and legal persons) expressed interest in providing creative services; together, 1 930 applications were received. A total of 833 applications from potential implementers (providers of creative services) were accepted. Voucher support was used by 424 economic entities amounting to 2.084 mil. EUR. The average amount of the creative voucher was EUR 4 915.1.

Creative vouchers were provided throughout the whole territory of the Slovak Republic, while the highest interest in this type of financial support was in the Bratislava region. From the sectoral point of view, the applicants from the wholesale, retail trade and repair of motor vehicles sector dominated (27%). Among the subjects of the creative industry, the highest interest in participating in the scheme was among the subjects of the creative industry in advertising (68%). Most subjects were from the Bratislava region (40%).

The interest in terms of supported areas of the creative industry was disproportionate. The highest interest in using the voucher was in the field of marketing (44%), followed by ICT and programming (26%), design (20%) and architecture (10%). In terms of the structure of supported entities, the situation copied the structure of applicants for a creative voucher. The Bratislava region dominated with almost 40% representation.

In terms of the amount of financial support for entities providing services within the creative industry, most resources were allotted to advertising and marketing (36%) and ICT (29%). From the point of view of the combination of regional and sector division, the most successful was the design segment in the Bratislava region, which used 15% of the total resources. Almost one-third of all created partnerships between SMEs and entities of the creative industry were concentrated in the Bratislava region. This can be interpreted as a high degree of concentration of companies in the field of the creative industry in the Bratislava region. Although, in most regions, cooperation within the region prevailed (except for the Nitra region and the Trenčín region), the highest level of interregional cooperation was between implementers from the Bratislava region and supported applicants from the Nitra region (3.3% of all cooperation).

Table: Factors influencing the effectiveness of providing financial support – through creative vouchers.

	Internal	External
Positive	<ul style="list-style-type: none"> • Obtaining additional financial resources for SMEs • Willingness to help and pro-client approach of SIEA employees • Efforts to simplify and streamline processes 	<ul style="list-style-type: none"> • Emphasis on the importance of services provided by CI among SMEs • Cultivation of the business environment in terms of improving the presentation/publicity and services of SMEs • Encouraging SMEs to invest in services provided by CI
Negative	<ul style="list-style-type: none"> • The need to pre-finance creative vouchers by SMEs/payment of the amount of creative voucher in advance • Formal language of calls and accompanying documents incomprehensible to SMEs • Insufficient personal capacity of the SIEA • Long duration of the whole process • Administrative difficulty • Absence of a suitable IT system supporting process management 	<ul style="list-style-type: none"> • Society-wide attitude/distrust regarding EU funds (concerns about non-transparency, corruption, excessive administrative burden) • The need to carry out a price survey • Absence of complementary elements of the ecosystem aimed at supporting CI

The subjects interested in a creative voucher had a comprehensive idea of what the scheme allowed them to do in most cases. Some entities would be interested in more intensive support in terms of aid amount and intensity. The involved subjects expected a lower level of administrative burden, but also the shorter length of the whole process of obtaining a creative voucher. The acquired creative vouchers enabled the subjects to implement various types of projects with an innovative element. These were organisational and marketing innovations at the company level (e.g. a new website, launch of online sales).

The questionnaire survey found that ‘improving economic performance’, ‘improving market position’, ‘capturing new business opportunities’ and ‘improving product and service marketing’ were the main motives for companies to participate in the scheme. Companies reported that they met these objectives. The counterfactual analysis found that the supported applicants had a significantly higher increase in assets, equity and sales than the control sample. However, it was not higher than the unsupported applicants who did not receive the aid from the scheme. In the case of applicants, the better economic performance of the applicants than the control sample was due to self-selection into the scheme based on a high motivation to change marketing and sales in their businesses.

The situation was different for implementers (providers of creative services). Supported implementers had twice the increase in assets and sales than unsupported implementers. Thus, it was found that even after considering self-selection, the supported implementers had significantly better economic results than unsupported ones. In the questionnaire survey, the implementers identified ‘improving economic performance’, ‘meeting customer requirements’ and ‘capturing new business opportunities’ as the highest added value of the scheme. Thus, the counterfactual analysis and the results of the survey complemented each other. The implementers in the survey also identified the values that were key to them in business. As in surveys from other countries, it was found that ‘sales and profit growth’ were considered important, but the most important values were ‘fulfilment from creative work’, ‘talent and skills application’ and ‘independence and control over one's own life’. These findings suggest which values should be the target of schemes aimed at the creative industries in the future.

It can be stated that the system of creative vouchers is a carrier of micro-innovations, which are implemented at the level of a specific SME through cooperation with the creative industry. The CI model itself can be considered an innovation, as it seeks to bring about social change in the form of cultivation and professionalisation of SMEs. The network analysis found that the links between implementers and applicants were significantly concentrated in four regional clusters, which copied metropolitan and highly

urbanised regional units. As in developed EU countries, the centres of these clusters in the Slovak Republic were the capital Bratislava and cities that are administrative centres of individual regions. The network analysis also pointed to the networking of applicants and implementers into sectoral clusters, in which the J62-Computer Programming sector played a central role. The scheme of creative vouchers was able to support the creation of informal regional and sectoral cooperation and thus create a potential for the emergence of innovative products out of the relatively low volume of financial support. Networking support was probably the most significant effect of the scheme.

To ensure more effective provision of financial support through creative vouchers, the following measures are proposed by the evaluators:¹¹

- Expand the focus of support
- Expand voucher target groups
- Support the generation of synergy effects
- Raise awareness of the positive effects of support
- Raise awareness of the existence of CI
- Expand regional coverage
- Look for options for a better programme comprehensibility
- Break down the target group of support
- Optimise the programme's web interface
- Reassess public procurement requirements
- Limit the number of CVs for one creative industry entity
- Optimise the administrative capacity of the project
- Digitise processes

¹¹ Described in more detail in Chapter 5 'Conclusions, findings and recommendations'

2. PRIEBEH REALIZÁCIE AKTIVÍT HODNOTENIA

2.1 Realizované kroky posúdenia efektov nefinančnej podpory

Kroky riešenia:

1. Bola vypracovaná metaanalýza hodnotiacich prístupov podobných podporných programov implementovaných v krajinách OECD. Na základe zistení boli navrhnuté odporúčania pre realizáciu ďalších hodnotení podpory MSP. Vybrané aspekty aplikovaných prístupov boli využité aj v realizovanom hodnotení.
2. Zo získaných dát o podporených subjektoch (ktoré poskytol prijímateľ národných projektov) a s využitím iných kontextových externých údajov (FinStat, ŠÚ SR a pod.) bolo pripravené porovnanie benefitujúcich subjektov z rôznych hľadísk ako je napr. regionálne hľadisko (NUTS 3), program (typ služby), vek, právna forma, sektor resp. odvetvie (NACE SK), technologická intenzita ako aj relatívne postavenie benefitujúcich subjektov v rámci regiónu. Do hodnotenia boli zahrnuté všetky subjekty, ktoré získali podporu do konca roka 2020¹². Realizovala sa deskriptívna analýza vybraných finančných ukazovateľov (aktíva, tržby, hospodársky výsledok, vlastné imanie) benefitujúcich subjektov¹³ za obdobie 2016-2019. Do analýzy sme zahrnuli len tie subjekty (právnické osoby a fyzické osoby – podnikateľov) pri ktorých hodnota nefinančnej pomoci mala nenulovú hodnotu.
3. Bol realizovaný obsahly desk research Žiadostí o NFP, interných evaluačných správ ako aj výročných správ oboch národných projektov podporujúcich NPC.
4. Na základe vypracovaných dotazníkov a definovaných cieľov výskumu boli realizované hĺbkové štruktúrované rozhovory s regionálnymi manažérmi jednotlivých programov. Rozhovory boli realizované v rámci NPC v nasledovných krajoch: Bratislava, Trenčín, Košice, Banská Bystrica. Rozhovory sa uskutočnili v mesiacoch február – marec 2021.¹⁴
5. Následne sa realizovali osobné hĺbkové polo-štruktúrované rozhovory s manažérmi, riaditeľmi a/alebo majiteľmi podporených podnikov, ktoré boli zapojené do jednotlivých programov v NPC v nasledovných krajoch: Bratislava, Trenčín, Košice, Banská Bystrica. Rozhovory sa realizovali v mesiacoch apríl – jún 2021.
6. Zistenia boli doplnené prostredníctvom dotazníkového (online) prieskumu do ktorého boli zapojené subjekty, ktoré získali podporu v rámci siete NPC. Dotazníkový prieskum sa uskutočnil v mesiaci jún 2021.¹⁵
7. Na základe získaných kvalitatívnych údajov bola vypracovaná prípadová štúdia zameraná na vstupné predstavy klientov o tom, čo malo NPC poskytovať a existenciu bariér využívania NPC.
8. Zo získaných kvantitatívnych a kvalitatívnych dát a poznatkov bola vypracovaná komplexná syntetická analýza.

¹² Z dôvodu protipandemických opatrení, ktoré mali vplyv na technické zabezpečenie činnosti NPC a záujem cieľových skupín o poskytované služby.

¹³ Z dôvodu dátových obmedzení bola kvantitatívna analýza pripravená len pre právnické osoby.

¹⁴ Celkovo sa realizovalo 23 hĺbkových rozhovorov s administrátormi/manažérmi NPC a 16 podnikmi, ktoré využili niektorú zo služieb siete NPC.

¹⁵ Dotazník bol úspešne doručený na 1602 emailových adries podnikov, ktoré aktívne využili služby niektorého zo siete NPC. Do prieskumu sa zapojilo celkovo 249 podnikov čo predstavuje návratnosť 15,5%.

2.2 Realizované kroky posúdenia efektov finančnej podpory

Kroky riešenia:

1. Bolo spracované základné zmapovanie a profilové porovnanie registrovaných žiadateľov, podporených subjektov (subjekty využívajúce voucherovú podporu), zaregistrovaných poskytovateľov kreatívnych služieb ako aj poskytovateľov kreatívnych služieb, ktorí boli zapojení do realizácie kreatívnych služieb. Uvedené 4 skupiny participujúcich aktérov boli komparované z hľadiska regionálneho (NUTS 3) a štrukturálneho (odvetvia NACE SK) v kontexte štyroch oblastí kreatívneho priemyslu. Do hodnotenia boli zahrnuté všetky subjekty, ktoré získali podporu do konca roka 2020¹⁶.
2. S vybranými podporenými subjektami sa uskutočnili hĺbkové štruktúrované rozhovory na základe vypracovaného dotazníka zameraného na hodnotiace otázky. Hĺbkové rozhovory sa uskutočnili s vybranými subjektami, ktoré získali voucher, aktérmi kreatívneho priemyslu (poskytovateľmi služieb), ako aj manažérmi programov. Rozhovory sa uskutočnili v mesiacoch február – apríl 2021.¹⁷
3. Následne bol realizovaný dotazníkový prieskum do ktorého boli zapojené subjekty, ktoré získali kreatívnych voucher, ako aj aktéri kreatívneho priemyslu (poskytovatelia služieb). Dotazníkový prieskum sa uskutočnil v mesiaci máj 2021.
4. Bola vypracovaná jedna prípadová štúdia zameraná na posúdenie schopnosti voucherov podporovať inováciu procesov, produktov, alebo služieb v rámci spolupráce MSP s aktérmi kreatívneho priemyslu.
5. Zo získaných dát bola pripravená komplexná syntetická analýza.

¹⁶ Z dôvodu protipandemických opatrení, ktoré mali vplyv na technické zabezpečenie činnosti NPC a záujem cieľových skupín o poskytované služby.

¹⁷ Celkovo sa realizovali štyri rozhovory s manažérmi/administrátormi programu, štyri so zástupcami malých a stredných podnikov, ktoré využili voucher a štyri so zástupcami kreatívneho priemyslu, ktorí boli zapísaní v galérii realizátorov a poskytli služby financované prostredníctvom schémy. Celková responsivita zástupcov kreatívneho priemyslu bola na úrovni 5% a na strane MSP 12%.

3. POSÚDENIE EFEKTOV POSKYTOVANEJ NEFINANČNEJ PODPORY

3.1 Sieť Národných podnikateľských centier

Vybudovanie siete Národných podnikateľských centier (NPC) v regiónoch mal v programovom období 2014-2020 za cieľ národný projekt NPC v regiónoch.

Národný projekt NPC II – BA kraj nadväzuje na realizáciu Národného projektu „Podpora zriadenia a rozvoja podnikateľského centra na Slovensku – I. etapa“, ktorý realizovala SBA ešte v programovom období 2007 – 2013 v rámci Operačného programu Výskum a Vývoj. V rámci tohto NP bolo v Bratislave vybudované podnikateľské centrum ako komplexné podporné miesto typu one-stop-shop.

Z hľadiska poskytovaných služieb/programov v NPC sa jedná o dva komplementárne projekty, rozdelené z dôvodu špecifického postavenia Bratislavského kraja v oblasti EŠIF.

Box 1: Projekty NPC

Národný projekt NPC II – BA kraj

Akronym: NP NPC II BA-kraj

Schválené celkové oprávnené náklady: 25 492 823,56 EUR

Schválené percento spolufinancovania zo zdrojov EÚ a ŠR: 100%

Kód žiadosti o NFP: NFP3130401861

Výzva: OPVai-MH/NP/2016/4.1.1-03 - Vyzvanie na predloženie národného projektu s názvom "Národný projekt NPC II - BA kraj" žiadateľ a Slovak Business Agency v rámci operačného programu Výskum a inovácie

Žiadateľ: Slovak Business Agency

Partner: Centrum vedecko-technických informácií SR

Národný projekt NPC v regiónoch

Akronym: NP NPC v regiónoch

Schválené celkové oprávnené náklady: 44 786 717,20 EUR

Schválené percento spolufinancovania zo zdrojov EÚ a ŠR: 100%

Kód žiadosti o NFP: NFP3130301870

Výzva: OPVai-MH/NP/2016/3.1.1/3.3.1-02 - Vyzvanie na predloženie národného projektu s názvom "Národný projekt NPC v regiónoch" žiadateľ a Slovak Business Agency (SBA) v rámci operačného programu Výskum a inovácie

Žiadateľ: Slovak Business Agency

Partner: Centrum vedecko-technických informácií SR

Hlavný cieľ projektov

Etablovanie inštitúcie poskytujúcej komplexnú, systematickú podporu a odborné poradenstvo pre malých a stredných podnikateľov, ako aj pre záujemcov o podnikanie (vrátane znevýhodnených sociálnych skupín ako napríklad ženy, seniori/generácia 50+, sociálne a zdravotne handicapovaní a pod.).

Deklarované východiská/opodstatnenosť realizácie plánovaných aktivít:

- Nevybudovaná infraštruktúra podnikateľských centier v regiónoch (VZNIK REGIONÁLNYCH NPC)
- Neexistencia jednotného fyzického kontaktného miesta pre získanie informácií pre podnikateľov (FRONT OFFICE)
- Neexistencia ucelenej podpory záujemcov o podnikanie (AKCELERAČNÝ PROGRAM)
- Nedostatočné skúsenosti MSP so zahraničnými trhmi (STÁŽOVÝ PROGRAM)
- Vysoká miera zániku nových firiem (INKUBAČNÝ PROGRAM)
- Obmedzená rastová schopnosť firiem (RASTOVÝ PROGRAM)
- Nedostatočné technologické vybavenie firiem (CREATIVE POINT)

3.1.1 ŠTRUKTÚRA NÁRODNÝCH PROJEKTOV

Oba komplementárne projekty realizujú v značnej miere identické aktivity s cieľom poskytovania identických služieb v rámci celého územia Slovenskej republiky.

CVTI realizuje aktivity samostatne, ale aj v spolupráci s SBA. Hodnotenie sa týka len aktivít realizovaných v spolupráci s SBA v priestoroch NPC.

Hlavné aktivity projektu NP NPC II BA-kraj

Hlavná aktivita	Názov	Realizátor	Relevancia k hodnoteniu
1	Národné Podnikateľské Centrum v BSK	SBA	áno
2	Zintenzívnenie spolupráce medzi akademickými inštitúciami/VaV sférou a hospodárskou praxou	CVTI	nie

Podpora je realizovaná v Bratislavskom samosprávnom kraji

Hlavné aktivity projektu NP NPC v regiónoch

Hlavná aktivita	Názov	Realizátor	Relevancia k hodnoteniu
1	Národné Podnikateľské Centrum v 7 samosprávnych krajoch Slovenska, s výnimkou BSK	SBA	áno
2	Podpora rozvoja MSP	SBA	áno
3	Externé kapacity regionálnych NPC	CVTI	nie
4	Zintenzívnenie spolupráce medzi akademickými inštitúciami/VaV sférou a hospodárskou praxou	CVTI	nie

Podpora je realizovaná v regiónoch/krajoch:

- Západné Slovensko: samosprávne kraje Trnava, Nitra, Trenčín
- Stredné Slovensko: samosprávne kraje Žilina, Banská Bystrica
- Východné Slovensko: samosprávne kraje Prešov, Košice

Ciel'ové skupiny:

- Podnikateľské subjekty
- Nepodnikatelia (fyzické osoby)

3.1.2 ŠTRUKTÚRA HLAVNÝCH AKTIVÍT PROJEKTOV NPC RELEVANTNÝCH K HODNOTENIU

Hlavná aktivita č. 1 projektu **NP NPC II BA-kraj** pozostáva z nasledujúcich podaktivít realizovaných SBA:

- Podaktivita/Odborná činnosť 1.1 : FRONT OFFICE
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.2 : AKCELERAČNÝ PROGRAM (AP)
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.3: STÁŽOVÝ PROGRAM (SP)
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.4: INKUBAČNÝ PROGRAM (IP)
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.5 : RASTOVÝ PROGRAM (RP)
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.6 : CREATIVE POINT

Hlavná aktivita č. 1 **NP NPC v regiónoch** pozostáva z nasledujúcich podaktivít realizovaných SBA:

- Podaktivita/Odborná činnosť 1.1: Vznik regionálnych NPC v 7 samosprávnych krajoch Slovenska, s výnimkou BSK
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.2 : Front Office v regionálnych NPC
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.3: Creative point - ako súčasť priestorov NPC a/alebo jeho mobilný variant
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.4 : Akceleračný program NPC v regiónoch Slovenska (AP)
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.5 : Stážový program NPC v regiónoch Slovenska (SP)
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.6: Inkubačný program NPC v regiónoch Slovenska (IP)
- Podaktivita/Odborná činnosť 1.7: Rastový program NPC v regiónoch Slovenska (RP) - pre MSP do 3 rokov od založenia

Hlavná aktivita č. 2 **NP NPC v regiónoch** pozostáva z nasledujúcich podaktivít realizovaných SBA:

- Podaktivita/Odborná činnosť 2.1 : Rastový program NPC v regiónoch Slovenska (RP) - pre etablovaných MSP (t.j. 3 a viac rokov od založenia)

Realizácia všetkých podaktivít projektu bude podporená komplexným informačno-komunikačným systémom SBA (IKS SBA), ktorý bude o.i. fungovať ako rezervačný a reportingový systém. IKS SBA má výrazne zefektívniť implementáciu národného projektu.

3.1.3 ZAMERANIE HODNOTENIA EFEKTOV NEFINANČNEJ PODPORY

Zmluva s objednávateľom definuje, že hodnotenie má popísať a posúdiť reálny a predpokladaný príspevok národných projektov (NP) „Národné podnikateľské centrum v regiónoch“, „Národné podnikateľské centrum II – Bratislavský kraj“ k napĺňaniu potrieb cieľovej skupiny, so samostatným posúdením programov:

- Front office
- Akceleračný program,
- Stážový program,
- Inkubačný program,
- Rastový program,
- Creative point.

FRONT OFFICE

Podľa ŽoNFP by mal Front Office predstavovať prvé kontaktné miesto pre riešenie rôznych problémov všetkých cieľových skupín. Front Office by tak mal predstavovať „predsieň Národného podnikateľského centra“. Klientami Front Office sú fyzické osoby-nepodnikatelia/záujemcovia o podnikanie, ako aj existujúce MSP v rôznych štádiách ich životného cyklu.

Hlavným cieľom Front Office NPC je „v spolupráci s vybranými spolupracujúcimi subjektmi - efektívne informovať, nasmerovať, pomôcť, ale aj odporučiť vybrané podnikateľské know-how slovenským MSP a záujemcom o podnikanie a sprostredkovať základné informácie a služby ostatných organizácií orientovaných na podporu podnikania alebo súvisiacich s podnikaním v rôznych oblastiach záujmu“.

Front Office by mal poskytovať širokú škálu informácií aj vďaka zastúpeniu iných organizácií v jeho priestoroch. ŽoNFP NP „NPC II - BA kraj“ deklarovala zastúpenie nasledovných organizácií/zmluvných partnerov:

- CVTI
- Exportno-importná banka SR
- Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR
- Pôdohospodárska platobná agentúra
- Slovenská záručná a rozvojová banka
- Finančná správa SR
- Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu
- Ústredie práce sociálnych vecí a rodiny
- Všeobecná zdravotná poisťovňa

Okrem toho boli realizované rokovania o prístupní nasledovných organizácií:

- Slovenská agentúra životného prostredia
- Slovenská inovačná a energetická agentúra
- Slovenská pošta, a.s.
- Sociálna poisťovňa

Zameranie Front Office

Poskytovanie najmä nasledovných služieb:

- Informovanie o ponuke služieb NPC a vo Front Office zastúpených subjektov
- Sprostredkovanie služieb vo Front Office zastúpených subjektov
- Doplnkové služby (napr. registrovanie klientov)

Plánované výstupy

- Zmluvy o spolupráci s inštitúciami zastúpenými v priestoroch Front Office a prítomní zamestnanci, ktorí zastupujú inštitúciu, s ktorou je uzatvorená dohoda
- Registrovaní a overení klienti NPC
- Otváracie hodiny pre klientov v pracovných dňoch od 9:00 do 17:30 (vrátane obedovej pauzy)¹⁸

¹⁸ NPC v rámci proklientského nastavenie zmenilo otváracie hodiny, pričom aktuálne sú od 7:30 do 18:00h (zmena od 12.6.2020).

AKCELERAČNÝ PROGRAM (AP)

Cieľom Akceleračného programu je „budovanie vzťahu k podnikaniu, zvyšovanie motivácie pre tvorbu nových podnikateľských nápadov a rozvoj základných podnikateľských zručností“, pričom sa zameriava na fyzické osoby – nepodnikateľov, záujemcov o podnikanie z radov širokej verejnosti.

V rámci Akceleračného programu sa poskytujú rôzne individuálne, alebo skupinové aktivity a to jednak v priestoroch NPC, príp. „s podporou technologických riešení, ktoré sú súčasťou virtuálneho prostredia NPC“.

Zameranie Akceleračného programu

Odborné činnosti určené pre individuálnych registrovaných, overených klientov :

- Odborné individuálne poradenstvo poskytované v rámci AP

Odborné činnosti určené pre uzavreté skupiny registrovaných, overených klientov :

- Skupinové modulové poradenstvo
- Letná škola Akceleračného programu

Odborné činnosti určené pre otvorené skupiny registrovaných, overených klientov :

- Skupinové poradenstvo

Odborné činnosti určené pre záujemcov o podnikanie z radov širokej verejnosti a zároveň pre registrovaných klientov NPC.

- Roadshow pre stredné a vysoké školy

Dlhodobé odborné činnosti určené pre individuálnych registrovaných, overených klientov:

- Coworking AP
- Akcelerátor

Plánované výstupy

- Skupinové odborné poradenstvo (napr. Letná škola)
- Informačné a popularizačné aktivity (napr. Roadshow)
- Vzdelávacie podujatia
- Poskytnuté individuálne odborné poradenstvo
- Členstvo v Akcelerátore a Coworkingu AP
- FO –nepodnikatelia, záujemcovia o podnikanie - klienti NPC
- Vypracované správy z účasti v Akcelerátore/ Coworkingu AP

STÁŽOVÝ PROGRAM (SP)

Stážový program umožní „účasť na stážových pobytoch a/alebo odborných podujatiach (napr. medzinárodné konferencie, workshop-y a pod.)“ oprávneným subjektom a to podnikateľským subjektom (do 3 rokov), ale aj fyzickým osobám-nepodnikateľom v kategórii 18-35 rokov. Stážový program umožňuje podporiť stáž MSP v zahraničí, realizáciu kombinovaných stážových pobytov MSP a fyzických osôb, ako aj účasť na medzinárodných odborných podujatiach, ako sú napr. odborné konferencie, semináre, workshopy.

Zameranie Stážového programu

- Zahraničný stážový pobyt – dlhodobá zahraničná stáž MSP
- Kombinovaný stážový pobyt pre MSP a pre fyzické osoby - nepodnikateľov
- Účasť MSP, alebo fyzických osôb – nepodnikateľov na medzinárodných odborných podujatiach – krátkodobá účasť na medzinárodných podujatiach.

Plánované výstupy

- Účasť na medzinárodných odborných podujatiach,
- Účasť na zahraničných stážových pobytoch
- Účasť na kombinovaných stážových pobytoch
- Vypracovanie správy z účasti na medzinárodnom odbornom podujatí/stážovom pobyte

INKUBAČNÝ PROGRAM (IP)

Cieľom Inkubačného programu je „počas pobytu v inkubátore - podporovať a rozvíjať začínajúce MSP v najrizikovejšej etape svojho vývoja, a tým zvýšiť mieru ich prežitia v prvých kritických rokoch podnikania.“ Inkubačný program poskytuje dve formy podpory a to fyzickú a virtuálnu účasť v programe.

Zameranie Inkubačného programu spoločné pre fyzické aj virtuálne členstvo

- Individuálne dlhodobé poradenstvo poskytované v rámci IP zvoleným mentorom
- Individuálne odborné poradenstvo poskytované v rámci IP
- Networkingové vzdelávacie podujatia v Bratislave

Plánované výstupy

- Fyzický Inkubátor (Ien BSK)
- Virtuálny inkubátor
- Poskytnuté individuálne odborné poradenstvo
- Networkingové vzdelávacie podujatia
- Inkubované MSP – klienti NPC
- Vypracované správy z účasti v Inkubátore

RASTOVÝ PROGRAM (RP)

Rastový program „poskytuje všeobecnú podporu malým a stredným podnikateľom, ktorí majú potenciál rásť, inovovať, zväčšovať svoj trhovú podiel, či územne expandovať nielen na slovenskom trhu, ale aj posilňovať svoju konkurencieschopnosť, uzatvárať obchodné partnerstvá a penetrovat' na jednotný trh EÚ a zahraničné trhy. Program je v rámci Bratislavského kraja určený aj na pomoc podnikateľom, ktorí „majú záujem o zapojenie sa do niektorého z komunitárnych programov EÚ, alebo potrebujú individuálnu a na mieru šitú odbornú pomoc a podporu, súvisiacu s konkrétnou požiadavkou“. V oblasti podpory internacionalizácie je v rámci NPC BA-kraj vytvorený tzv. Trade Point, ktorý „komplementárne dopĺňa obdobný spôsob poskytovania týchto služieb na území mimo BSK (synergia a komplementarita s NP Internacionalizácia MSP)“. Rastový program NPC v regiónoch je členený podľa dĺžky existencie MSP (do a nad 3 roky).

Zameranie Rastového programu

Odborné činnosti RP určené pre individuálnych registrovaných, overených klientov :

- Krátkodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP
- Dlhodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP
- Odborné projektové poradenstvo pre zapájanie MSP do komunitárnych programov EÚ (Ien BSK)
- Motivačné a aktivačné tímové aktivity RP pre jednotlivé MSP

Odborné činnosti RP určené pre otvorené skupiny registrovaných, overených klientov :

- Informačné a popularizačné aktivity a skupinové odborné poradenstvo
- Vzdelávacie podujatia
- Účasť na medzinárodných odborných podujatiach v zahraničí (mimo BSK, iba MSP nad 3 roky)

Podpora a služby poskytované v rámci Rastového programu– Internacionalizačné aktivity RP (len BSK):

- Účasť na veľtrhoch, prezentačných podujatiach a výstavách
- Účasť na medzinárodných odborných podujatiach v zahraničí (iba MSP nad 3 roky)
- Propagácia MSP prostredníctvom elektronických médií

Plánované výstupy

- Odborné skupinové poradenstvo pre MSP
- Počet vzdelávacích podujatí
- Počet informačných a popularizačných aktivít pre MSP
- Počet hodín poskytnutého odborného individuálneho poradenstva (krátkodobé, dlhodobé)
- Počet účasť na propagačných podujatiach v zahraničí (len BSK)
- Počet účasť na medzinárodných odborných podujatiach v zahraničí
- Prezentácia MSP vstupujúcich na zahraničné trhy prostredníctvom veľtrhov a výstav (len BSK)
- Počet zapojených MSP do komunitárnych programov EU (len BSK)
- Počet MSP propagujúcich svoje produkty/služby prostredníctvom elektronických médií (len BSK)
- Počet účastníkmi vypracovaných správ z účasť na medzinárodnom odbornom podujatí / veľtrhu, /výstave

CREATIVE POINT

Creative point predstavuje priestor poskytujúci „nové technológie ako obrábacie stroje, 3D tlačiarne, laser, elektronické, diagnostické prístroje a zariadenia slúžiace na rozvoj zručností a tvorivých nápadov pre zhotovovanie prototypov, modelov či dizajnov.“ Hlavným cieľom Creative point „je pomôcť záujemcom o podnikanie a MSP na základe sprístupnenia služieb technického a technologického charakteru s ohľadom na zdieľanie poznatkov, osvedčených postupov a taktiež pre vytváranie, skúšanie a testovanie funkčnosti podnikateľských nápadov, modelov, prototypov, dizajnov a podobne“. Creative point je fyzicky zriadený v Bratislave a Žiline. Okrem toho mal byť špeciálne zriadený autobus Creative point.

Zameranie Creative point

Odborné činnosti CP určené pre individuálnych registrovaných, overených klientov :

- Odborné individuálne poradenstvo poskytované v rámci CP
- Jednorazové individuálne poradenstvo poskytované v rámci BOZP
- Dlhodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci CP

Odborné činnosti CP určené pre otvorené skupiny registrovaných, overených klientov:

- Jednorazové – ad hoc - skupinové poradenstvo : Špeciálne workshopy
- Pravidelná forma skupinového poradenstva „Technické utorky“

Odborné činnosti CP určené pre záujemcov o podnikanie z radov širokej verejnosti a zároveň pre registrovaných klientov NPC:

- Roadshow CP pre stredné a vysoké školy.
- Exkurzie v CP

Plánované výstupy

- Odborné skupinové poradenstvo pre MSP
- Počet informačných a popularizačných aktivít
- Odborné individuálne poradenstvo v rámci CP (krátkodobé, dlhodobé)
- Vytvorené prototypy/jedinečné projekty

3.1.4 HODNOTIACE OTÁZKY A POUŽITÉ METÓDY

	Hodnotiace otázky	Použité metódy	Typ údajov	Zdroj údajov
1.	Aká je štandardná metodológia hodnotení podobnej podpory vo vyspelých krajinách OECD?	Metaanalýza	Štúdie a vedecké a odborné články	Vedecké a odborné zdroje
2.	Nakoľko je cieľová skupina podnikov totožná s typickou vzorkou podnikov regiónu?	Štatistická a dátová analýza	Kvantitatívne údaje	Údaje SBA FinStat ŠU SR
3.	Aká je štruktúra podnikov benefitujúcich z podpory v rámci NPC z hľadiska odvetvovej príslušnosti a štruktúry aktív?	Štatistická a dátová analýza	Kvantitatívne údaje	Údaje SBA Evalučné štúdie NPC FinStat
4.	Aký je profil firiem (z pohľadu štádia životného cyklu podniku), ktoré sa obracajú na NPC?	Štatistická a dátová analýza	Kvantitatívne údaje	Údaje SBA FinStat
5.	Aké sú vstupné predstavy klientov o tom, čo malo NPC poskytovať a existujú nejaké bariéry pre klientov, ktorí majú záujem o podporu?	Desk research Hĺbkové rozhovory a ich analýza Prípadová štúdia Dotazníkový prieskum a analýza získaných dát	Kvalitatívne údaje	Evalučné štúdie NPC Vlastný prieskum Vlastné interview
6.	Aký je relatívny záujem o jednotlivé druhy služieb a ktoré faktory to ovplyvňujú?	Štatistická a dátová analýza Desk research Hĺbkové rozhovory a ich analýza	Kvantitatívne údaje Kvalitatívne údaje	Evalučné štúdie NPC Vlastný prieskum Vlastné interview
7.	Ktoré interné a externé faktory (pozitívne a/alebo negatívne) ovplyvňujú účinnosť nefinančnej podpory MSP a ako ovplyvňujú motiváciu klientov obracať sa na NPC?	Desk research Hĺbkové rozhovory a ich analýza	Kvalitatívne údaje	Evalučné štúdie NPC Vlastný prieskum Vlastné interview
8.	Aká je spokojnosť klientov NPC s poskytovanými službami?	Desk research Hĺbkové rozhovory a ich analýza Dotazníkový prieskum a analýza získaných dát	Kvantitatívne údaje Kvalitatívne údaje	Evalučné štúdie NPC Vlastný prieskum Vlastné interview
9.	Aké sú aktuálne a očakávané potreby podnikov v oblasti poskytovanej podpory a odporúčania pre ďalšie obdobie, využitie nefinančných podpôr,	Desk research Hĺbkové rozhovory a ich analýza Dotazníkový prieskum a analýza získaných dát	Kvantitatívne údaje Kvalitatívne údaje	Evalučné štúdie NPC Vlastný prieskum Vlastné interview

grantov a finančných nástrojov a v členení podľa regiónov (vzhľadom na regionálne ekonomické špecifiká)?			
--	--	--	--

Využitie metód záviselo od externých faktorov typu vis major (napr. protipandemické opatrenia obmedzujúce osobné stretnutia). Využitie kvantitatívnych metód pri riešení otázok 2, 3 a 4 záviselo od dostupnosti údajov za hodnotiace obdobie, ktoré bolo realizované len pre právnické osoby.

3.2 Aká je štandardná metodológia hodnotení podobnej podpory vo vyspelých krajinách OECD?

3.2.1 RÁMEC OECD PRE HODNOTENIE DOPADOV POLITÍK PODPORY MSP

Metodika hodnotenia dopadov verejných politík na rozvoj malých a stredných podnikov (MSP) je založená na postupnej gradácii hodnotenia. Metodika rozoznáva tri kroky vo fáze monitoringu a ďalšie tri vo fáze evaluácie (Tabuľka 1).

Tabuľka 1: Kroky pri stanovení dopadov politík podporujúcich rozvoj MSP

A. Monitoring
1. Implementácia schémy (počet participantov ako indikátor úspechu)
2. Hodnotenie spokojnosti prijímateľov so schémou
3. Hodnotenie názorov prijímateľov na pridanú hodnotu schémy
B. Evaluácia
4. Porovnanie výkonu podporených subjektov s typickými subjektami
5. Porovnanie výkonu podporených subjektov so spárovanou kontrolnou skupinou
6. Zohľadnenie vplyvu samovýberu subjektov do podpornej schémy

Zdroj: OECD (2007): *OECD Framework for the Evaluation of SME and Entrepreneurship Policies and Programmes*, OECD: Paris

Fáza monitoringu (kroky 1 - 3): V prvých troch krokoch sa podporná schéma implementuje a monitoruje. Zbierajú sa názory prijímateľov na priebeh implementácie schémy, a s určitým časovým odstupom, aj na jej pridanú hodnotu. V tejto fáze sa však nevykonáva porovnanie s kontrolnou skupinou.

Fáza hodnotenia (kroky 4 – 6): Až v tejto fáze dochádza v kroku 4 k porovnaní výkonu podporených subjektov (intervenčnou vzorkou) s typickými nepodporenými subjektami (kontrolnou vzorkou). „Typické subjekty“ zhruba zodpovedajú skupine podporených subjektov (napríklad v oboch prípadoch ide o mikro-podniky), ale ešte nedochádza k párovaniu vzoriek („*matching*“) na základe viacerých znakov (napr. obrat, počet zamestnancov, vek podniku a pod.) a nepoužíva sa štatisticky validná párovacia technika. V niektorých prípadoch môže byť vytvorenie kontrolnej vzorky problematické¹⁹.

Až v kroku 5 sa na základe párovania vytvára štatisticky validná kontrolná vzorka, ktorá umožňuje kontrafaktuálnu analýzu. Ani samotná kontrafaktuálna analýza ešte nemusí zohľadniť skutočný efekt podpory. Tento efekt môže byť ovplyvnený nepozorovanými externými faktormi („*unobservables*“).

¹⁹ Najmä v malých krajinách a/alebo krajinách s krátkou históriou podpory je v niektorých prípadoch ťažké vytvoriť kontrolnú skupinu. Napríklad počet firiem vykonávajúcich výskum a vývoj je v SR pomerne malý. Veľa slovenských firiem aktívnych vo výskume a vývoji už nejakú formu podpory čerpal, dokonca aj viacnásobne. Zostrojenie validnej kontrolnej skupiny preto môže byť problematické.

K takýmto externým faktorom patrí napríklad samovýber. Existujú dva časté zdroje samovýberu. Prvým je motivácia subjektov participovať v určitej schéme, druhým zas výber vykonaný orgánom podpory.

- Subjekty participujúce na podpornej schéme sa do nej nedostávajú náhodne, ale na základe vlastnej motivácie. Vysoko motivované subjekty dokážu byť v biznise úspešné aj bez podpory z verejných zdrojov.
- Podobný typ skreslenia môže vzniknúť pri pridelovaní pomoci. Ak hodnotiaca komisia vyberie pre podporu tých najlepších kandidátov z veľkého počtu žiadateľov, potom sa nejedná o náhodný výber. Žiadatelia s najlepšimi parametrami majú vyššiu pravdepodobnosť rastu aj v prípade, že by podporná schéma neexistovala. Nezohľadnenie nepozorovaných faktorov môže viesť k nadhodnoteniu efektu podpory (pozri Widerstedt 2015, Box 1). V ideálnom prípade, kde to údajová základňa dovoľuje, by kontrolná skupina mala zohľadniť čo najvyšší počet nepozorovaných faktorov.

Problém samovýberu je možné ošetriť vytvorením špeciálnych kontrolných skupín, ktoré napríklad obsahujú firmy podporené z iných zdrojov (krok 6, pozri aj Box 2). Podmienkou na vytvorenie špeciálnej kontrolnej skupiny je dostatočná údajová základňa.

3.2.2 VÝSLEDKY METAANALÝZ

Metaanalýza OECD

Rámec OECD pre hodnotenie MSP (OECD 2007) analyzuje výsledky ôsmich veľkoplošných evaluačných štúdií týkajúcich sa poradenstva pre MSP. Štúdie pochádzali z USA, Veľkej Británie, Belgicka, Švédska a Bangladéšu a pokrývali obdobia rokov 1988-2003. Väčšina štúdií bola založená na vyhodnotení názorov firiem (krok 3). Len jedna štúdia dokázala zohľadniť efekty samovýberu (krok 6).

Len dve štúdie našli jednoznačne pozitívne dopady poradenstva na výkon MSP (vyššie miery rastu tržieb a vyššie miery prežitia). Obdive tieto štúdie však nedokázali zohľadniť efekt samovýberu. Ostatné štúdie zistili, že „obrovská väčšina firiem poradenstvo hodnotí pozitívne, ale neexistuje dôkaz o tom, že poradenstvo viedlo k lepšiemu výkonu firmy“ (OECD 2007: 45).

Metaanalýza What Works Centre

What Works Centre (WWC) je kolaboračný projekt pre evaluáciu medzi London School of Economics and Political Science a britským think-tankom Centre for Cities. WWC je podporované britskou vládou a britskými vedeckými agentúrami. Cieľom WWC je zdokonaľiť dizajn ekonomických a sociálnych politík, zabezpečiť kvalitu evaluácií politík a identifikovať tie politiky, ktoré mali preukázaný efekt.

Metaanalýza WWC v prvej fáze identifikovala 690 evaluačných štúdií z krajín OECD. Všetky štúdie sa týkali efektov poradenstva na výkon malých a stredných podnikov (vrátane živností). Metaanalýza sa netýkala štúdií zameraných na finančnú pomoc a/alebo inkubátory. Robustnosť výsledkov štúdií bola hodnotená na základe tzv. Marylandskej škály vedeckých metód (MSMS). Škála má 5 stupňov, ktoré sa v podstate prekrývajú s krokmi 4 až 6 OECD. Krok 5 OECD zodpovedá stupňu 3 MSMS, a krok 6 OECD je stupňom 4 a 5 MSMS. Zo spomínaných 690 evaluačných štúdií identifikovaných v rámci Metaanalýzy WWC len 19 zodpovedalo štandardom kroku 5 OECD a len štyri štúdie kroku 6. Celkový počet štúdií zahrnutých do metaanalýzy s prísnyimi kritériami bol teda nízky (23), čo poukazuje na problémy so zostrojením vzoriek vhodných na kontrafaktuálnu analýzu.

Box 2: Efekt samovýberu na výsledok hodnotenia pomocou DiD

Barbro Widerstedt (2015) merala efekty poradenstva poskytovaného prostredníctvom voucherov vo Švédsku. Vouchery boli cieleňé na tvorbu pracovných miest v menej osídlených regiónoch Švédska. Vouchery boli dizajnované ako investičný grant, ktorý uhrádzal 30 až 50% nákladov na projekt. Priemerná hodnota voucheru činila 6000 EUR. Podpora sa poskytovala novým aj existujúcim podnikom.

Efekt podpory sa určoval metódou Difference-in-Differences (DiD). Intervenčná vzorka mala 2971 firiem, z ktorých bolo do párovacej procedúry vybratých 1011.

Na posúdenie efektov podpory boli vytvorené dve kontrolné skupiny. V prvej kontrolnej skupine boli firmy, ktoré nikdy nedostali podporu, ale mali podobné charakteristiky ako podporené firmy. V druhej kontrolnej skupine boli firmy, ktoré už v minulosti dostali nejakú podporu, resp. žiadali o ňu:

Firmy podporené voucherami mali štatisticky významný o 14% vyšší nárast pridanej hodnoty a 12% vyšší nárast zamestnanosti v porovnaní s prvou kontrolnou skupinou.

V porovnaní s druhou kontrolnou skupinou bol v intervenčnej vzorke nárast pridanej hodnoty vyšší o 12% a nárast zamestnanosti o 5%. Ani v jednom prípade však tento nárast nebol štatisticky významný.

Výsledok DiD poukazuje na efekt samovýberu firiem do podpornej schémy: firmy s podporou rastú rýchlejšie ako firmy, ktoré nikdy o podporu nežiadali, nie však rýchlejšie ako firmy, ktoré o podporu žiadali a nedostali ju, resp. benefitovali z inej formy podpory. Výsledok hodnotenia podporených subjektov bol oproti prvej kontrolnej skupine nadhodnotený samovýberom firiem v intervenčnej vzorke.

Súbor 23 štúdií sa týka programov implementovaných najmä v USA, Veľkej Británii, Nemecku, Švédsku, Fínsku, Mexiku. Štúdie pokrývajú obdobie od konca 80-tych rokov minulého storočia až po rok 2010.

Kľúčové závery metaanalýzy sú nasledovné:

- Väčšina programov sledovala viacero cieľov, pričom niektoré ciele boli vágne pomenované. Hodnotenie takýchto programov nie je jednoduché. Metaanalýza stanovila, že poradenstvo malo pozitívny vplyv aspoň na jeden z cieľov (rast tržieb, rast zamestnanosti, a pod.) pri 14 z 23 hodnotených programov.
- Pomerne vysoký podiel programov s pozitívnym výsledkom však môže byť nadhodnotený dvoma faktormi: (1) len 4 z 23 štúdií zohľadnilo problém samovýberu (krok 6 OECD) a (2) väčšina štúdií mala tendenciu reportovať len pozitívne, nie však negatívne výsledky.
- Vo všeobecnosti sa viac podarilo zvýšiť tržby ako zamestnanosť a/alebo produktivitu práce. Zo 17 štúdií zameraných na nárast zamestnanosti len 6 reportovalo pozitívny a 8 nulový výsledok (pozri Kösters and Obschonka 2011). Na druhej strane pozitívny výsledok reportovalo 8 zo 16 štúdií zameraných na rast tržieb resp. obratu. V niektorých prípadoch re-evaluácia programu priniesla odlišné výsledky ako prvá evaluácia. Napríklad Benus et al (2009) považovali americký poradenský program GATE pre začínajúcich podnikateľov za úspešný, Fairlie et al (2015) zistili, že mnoho novo-vytvorených živností a podnikov do jedného roka zanikne a po 18 mesiacoch už neexistuje rozdiel medzi intervenčnou a kontrolnou vzorkou.
- Štúdie zahrnuté do metaanalýzy hodnotili rôzne formy poradenstva z hľadiska dĺžky, intenzity a nákladov na podporu. Najmenej sa využívalo jednorazové resp. krátkodobé a všeobecne zamerané poradenstvo, ktoré usmernilo klienta k ďalším zdrojom informácií (tzv. *Light Touch* programy). Častejšou formou bolo intenzívnejšie a interaktívne poradenstvo zamerané na špecifické potreby klienta (tzv. *Managed Brokerage* programy, pozri napr. Van Cauwenberge et al 2013). Vo výnimočných prípadoch takéto poradenstvo trvalo až jeden rok (Bruhn et al 2012, pozri Box 3). Špecifickým typom poradenstva sú krátkodobé intenzívne tréningové a poradenské programy zamerané na dosiahnutie konkrétneho výsledku (tzv. *Pipeline Forcing* programy), napríklad na založenie živnosti (Oberschachtsiek and Scioch, 2015). Programy

poskytujúce intenzívnejšie poradenstvo (viacnásobnú interakciu poradcu s firmou) mali vo všeobecnosti vyšší efekt ako programy poskytujúce jednorazové alebo krátkodobé poradenstvo (Mole et al 2011, Cumming and Fischer 2012). Vybudovanie dôvery medzi poradcom a firemným klientom má pravdepodobne kľúčový význam pre pozitívne výsledky programu. Budovanie dôvery vyžaduje dlhodobú spoluprácu klienta a poradcu.

- Zaujímavým zistením metaanalýzy bolo, že typ poradcu (verejná verus súkromná, resp. národná verus lokálna inštitúcia) nemal vplyv na efektívnosť programu. Podnikatelia získavajú pomoc z rozličných zdrojov. Okrem štátom dotovaného poradenstva sú cenným zdrojom informácií aj obchodné komory, podnikateľské združenia, ale aj rodina a známi. Posledný kanál má veľký význam pre emocionálnu podporu, najmä v problémových situáciách (Kuhn et al 2017).

3.2.3 PREHĽAD KĹÚČOVÝCH ŠTÚDIÍ

Táto kapitola prináša detailnejšiu analýzu vybraných kľúčových štúdií z metaanalýz (Tabuľka 2). Predmetom analýzy sú:

- typ poskytovaného poradenstva
- najčastejšie triediace premenné pre zaradenie podnikov do intervenčnej a kontrolnej vzorky
- najčastejšie výsledkové premenné
- stupeň sofistikovanosti analýzy podľa metodiky OECD
- typ matematicko-štatistickej stratégie použitej na odhadovanie efektov intervencií.

Box 3: Poradenstvo pre mexické MSP a mikropodniky

Bruhn et al (2012) vykonali randomizovaný experiment zameraný na efektívnosť poradenských služieb. V rámci podpornej schémy o tieto služby požiadalo 432 firiem. Z nich bolo náhodne vybraných 150 firiem, ktoré počas jedného roka dostali poradenstvo 4 hodiny týždenne. Ostatných 282 slúžilo ako kontrolná vzorka. Týmto spôsobom bol ošetrovaný problém samovýberu.

Predmetom poradenstva boli najmä tieto otázky:

- Definovanie misie a vízie
- Účtovníctvo (školenia a/alebo nákup softvéru)
- Optimalizácia organizačnej štruktúry
- Stratégia marketingu a predaja
- Výber predajných miest
- Kontrola kvality
- Prístup k finančným zdrojom
- Ľudské zdroje a nábor zamestnancov

Špecifickými oblasťami zisťovania boli psychologické danosti manažéra/ vlastníka pre podnikanie („index podnikateľského ducha“) a prístup k riadeniu ľudských zdrojov. Dopad poradenstva sa meral pomocou prieskumov a tiež matematicko-štatistickými metódami. Prieskumy sa implementovali na začiatku poradenstva a rok po jeho ukončení. Podporené firmy odpovedali na otázky ohľadne investícií, procesných a produktových inovácií, a tiež na otázky o motivácii podnikat'ľ. Matematicko-štatistické metódy hodnotili vývoj tržieb, ziskov, aktív, produktivity práce a zamestnanosti. Vývoj ukazovateľov sa porovnával v období dva roky pred začatím poradenstva a päť rokov po ňom. Hodnotiaca štúdia zistila krátkodobé a dlhodobé efekty poradenstva. V horizonte jedného roka (nie však dlhšie) mali podporené firmy vyššiu ziskovosť a produktivitu práce ako nepodporené. V 5-ročnej perspektíve podporené firmy vykázali vyššiu zamestnanosť a objem vyplatených miezd. Interview s poradenskými firmami odhalila, že väčšina firiem nemala jasne stanovenú víziu a sústred'ovala sa len na prežitie. Poradenstvo pomohlo firmám definovať biznis plán a rastovú stratégiu. Bruhn et al (2012) vysvetľujú dlhodobý úspech podporených firiem stanovením jasných cieľov a prijatím stratégie na ich dosiahnutie.

Tabuľka 2: Prehľad kľúčových štúdií

Zdrojová štúdia	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Typ poradenstva	MB	MB	MB	LT,MB	LT,MB	LT	LT	PF	PF	PF
triediaca premenná										
počet zamestnancov	x			x	x					
právna forma podniku				x	x					
vek podniku v rokoch	x		x		x		x			
charakteristika manažéra	x		x		x		x	x	x	X
typ biznis stratégie			x		x		x			
Odvetvie	x		x	x						
technologický sektor			x							
výsledková premenná										
rast tržieb / obratu	x			x	x				x	X
rast aktív	x		x							
rast zisku	x			x						
rast produktivity	x	x					x			
rast zamestnanosti			x	x	x	x	x			X
udržanie živnosti, podniku			x				x	x	x	X
spokojnosť, motivácia podnikateľ									x	X
OECD krok	6	4	4	4	5	6	6	4	6	6
odhadovacia stratégia	DiD, OLS	CD	MLR, OLS	OL	H2s	DiD	DiD	DiD, MD	DiD, OLS	2s IV

Zdrojové štúdie: (1) Bruhn et al 2012; (2) Cauwenberge et al 2013; (3) Kösters and Obschonka; 2011; (4) Robson and Bennet, 2000; (5) Mole et al, 2011; (6) Widerstedt, 2015; (7) Chatterji et al, 2018; (8) Oberschachtsiek and Scioch, 2015; (9) Benus et al 2009; (10) Fairlie et al, 2015.

Typ poradenstva: LT= Light Touch; MB = Managed Brokerage; PF = Pipeline Forcing.

DiD = difference-in differences; CD = Cobb-Douglasova produkčná funkcia; OL = ordinálny logit; MD = DiD s Mahalanobisovou dĺžkou. OLS = lineárna regresia; MLR = multinominálna logistická regresia; H2s = Heckmanov dvojstupňový model; 2s IV = dvojstupňový model s inštrumentálnou premennou.

Charakteristika manažéra: vek, pohlavie, vzdelanie a pod.

Štúdie (1) až (7) pokrývali podporené programy cielené na podniky – právnické i fyzické osoby. Štúdie (8), (9) a (10) sa zameriavali na aktívnu prípravu nezamestnaných na založenie vlastného biznisu. Poradenstvo bolo poskytované formou intenzívnych kurzov.

Väčšina poradenstva bola poskytnutá formou interaktívnej spolupráce klienta a poradenskej inštitúcie (managed brokerage). Špecifickou formou poradenstva boli intenzívne kurzy pre začínajúcich podnikateľov, ktoré mali vyústiť do založenia vlastného biznisu (pipeline forcing).

Box 4: Formy poradenstva a ich efektívnosť

Britská vláda prevádzkovala v rokoch 1994-2011 rozsiahlu sieť poradenských centier pre malé a stredné podniky (Business Link Organisations, BLO). Poradenstvo sa týkalo viacerých problémových oblastí v podnikaní, od zlepšenie imidžu firmy, cez skvalitnenie finančného manažmentu až po zvýšenie inovatívnosti a zlepšenie kvality výrobkov a služieb. Podporené firmy za poradenstvo s najvyššou pridanou hodnotou označili zlepšenie imidžu firmy, zlepšenie prístupu k finančným zdrojom, zlepšenie schopnosti plánovať a zlepšenie schopnosti dodržiavať zákony, nariadenia a regulácie,

Poradenstvo sa poskytovalo tromi spôsobmi.

Najčastejšie a najmenej intenzívne poradenstvo (zvyčajne jednorazové) sa uskutočňovalo cez telefón (tzv. light touch advisory, LT). Tento typ poradenstva nepočítal so spätnou väzbou od podnikateľov. Poradenstvo tohto typu malo nízke náklady a relatívne vysoké počty klientov z radov podnikateľov.

Druhý typ poradenstva bol založený na osobných stretnutiach a interaktívnej spolupráci poradcu a klienta (tzv. managed brokerage, MB). Spolupráca poradcu a klienta umožňovala budovať vzťah založený na dôvere. Toto poradenstvo bolo pomerne nákladné.

Tretí typ poradenstva (tzv. pipeline forcing, PF) ponúkal väčšinou intenzívne, no spravidla krátkodobejšie a finančne nenáročné poradenstvo zamerané na dosiahnutie špecifického cieľa za určitý čas (napríklad založenie biznisu).

Mole et al (2011) analyzovali efektívnosť uvedených typov poradenstva na rast tržieb, zamestnanosti a produktivity práce. Intenzívne a relatívne nákladné poradenstvo zamerané na menší počet firiem malo vyššie efekty ako menej nákladné poradenstvo zamerané na veľký počet subjektov.

Na rozdelenie podporených podnikov do intervenčnej a kontrolnej vzorky sa používali triediace premenné charakterizujúce právnu formu podniku, vek podniku, a jeho veľkosť (z hľadiska počtu zamestnancov) a odvetvie resp. technologický sektor. Tieto údaje sa spravidla získali z verejne dostupných zdrojov, najmä obchodných registrov alebo iných databáz. V niektorých prípadoch autori štúdií doplnili údaje aj vlastným zisťovaním. V takýchto prípadoch boli predmetom záujmu najmä niektoré charakteristiky vlastníka / manažéra (vek, pohlavie, vzdelanie, resp. psychologické premenné) a tiež typ manažérskej a obchodnej stratégie uplatňovaný pri riadení podniku. Najmä pri štúdiách namierených na zakladanie nových podnikov boli charakteristiky podporeného záujemcu jediným typom triediaceho kritéria.

Box 5: Tematické poradenstvo prostredníctvom kolektívneho učenia

Sawang et al (2016) analyzovali efekty austrálskeho poradenského programu pre malé a stredné firmy. Poradenstvo poskytovala nezisková organizácia a austrálska vláda preplácala 25-100% nákladov. Firmy žiadajúce o poradenstvo vyplnili dotazník o svojich problémoch a absolvovali aj úvodné rozhovory s poradenskou firmou. Tá na základe dotazníkov a rozhovorov pripravila pre skupiny firiem špecializované tematické workshopy v trvaní jeden až päť dní. Do 12 mesiacov sa zorganizoval dodatočný workshop, kde firmy poskytovali spätnú väzbu. Poradenská firma vychádzala z predpokladu, že vzájomné preberanie skúseností v špecifických oblastiach je pre firmy efektívnejšie ako komunikácia s poradcom. Výsledky z workshopu s podporenými firmami boli porovnané s výsledkami firiem, ktoré nedostali poradenstvo, ale vyplnili dotazník o manažérskych procesoch a organizačných inováciách.

Na základe spätnej väzby od firiem bolo zistené, že podporené firmy mali cca trikrát vyššiu mieru procesných, produktových, organizačných a marketingových inovácií ako firmy z kontrolnej vzorky. Na mieru inovácií nemali vplyv tradičné triediace premenné ako vek firmy, počet zamestnancov alebo obrat. Hlavným faktorom miery inovácií bola motivácia firiem tieto zmeny urobiť.

Výsledky štúdie mohli byť ovplyvnené aj efektami samovýberu. V kontrolnej vzorke neboli firmy, ktoré sa hlásili na tematické workshopy.

Výsledkové premenné merali úspech podporného opatrenia a tiež efektívnosť podpory. Pri existujúcich právnických osobách boli predmetom záujmu najmä rast tržieb, zisku, produktivity a zamestnanosti. Pri štúdiách namierených na založenie podniku alebo živnosti sa efektívnosť podpory merala mierou prežitia podniku v krátkodobom i dlhodobom časovom horizonte. Niektoré štúdie založené na zbere vlastných údajov sa zaujímali aj o psychologické aspekty podporených jedincov (napríklad spokojnosť a ďalšia motivácia podnikat').

Do podrobnejšej analýzy boli zahrnuté najmä štúdie využívajúce postupy randomizácie (OECD krok 6). Tieto postupy zaručujú najkvalitnejšie výsledky, ale sú pomerne náročné na zdroje a kvalitu údajov. Randomizovaných štúdií na efekty podnikového poradenstva je pomerne málo.

Najčastejšie využívanou odhadovacou stratégiou bola klasická metóda difference-in-differences (DiD) v kombinácii s testovaním priemerných hodnôt resp. regresným modelom. Niektoré štúdie však využívali aj dvojstupňové regresné modely (Heckmanov model resp. model s inštrumentálnou premenou).

3.2.4 ODPORÚČANIA PRE HODNOTENIE EFEKTOV PORADENSTVA NA ROZVOJ PODNIKOV V SR

Odporúčania vyplývajúce z metaanalýz, ako aj z podrobnejších analýz špecifických štúdií sa týkajú dizajnu politík, ako aj dizajnu hodnotiacich metód.

Odporúčania pre dizajn podporných programov

Hlavným cieľom evaluácie je stanoviť efekty politík. Stanovenie efektov podporuje informované rozhodnutia o alokácii verejných zdrojov. Daňoví poplatníci, ale aj podniky, musia vedieť, či zdroje boli využité efektívne. Výsledky evaluácií by mali následne slúžiť na zlepšenie dizajnu a implementácie podporných programov v budúcnosti.

Implementácia programu by mala byť sprevádzaná prieskumom očakávaní. Pri navrhovaní programov poradenstva je vhodné konzultovať ich dizajn s potenciálnymi príjemcami. Predmetom konzultácií by mal byť predovšetkým obsah poradenstva (organizačná štruktúra, plánovanie predaja, marketing) a jeho forma. Kvalitný dizajn programu zlepšuje šance na jeho úspech.

Aby bolo možné efekty programov správne vyhodnotiť, poradenské programy musia mať (1) jasne stanovené ciele a (2) indikátory výsledkov, ktoré sú pre tieto ciele relevantné. Ak má program viac ako dva ciele, je pomerne ťažké vyhodnotiť, či bol úspešný. Väčšina poradenských programov zahrnutých do metaanalýz mali príliš komplexné a vágne stanovené ciele.

Z praktického hľadiska sa ako ukazovatele výsledku najviac osvedčili tržby resp. obrat²⁰. Ukazovatele rastu zamestnanosti a/alebo produktivity sa ukázali ako menej citlivé na intervenciu.

Neexistuje preukázaný vzťah medzi typom inštitúcie a efektami poradenstva. Poradenstvo môžu poskytovať verejné i súkromné inštitúcie. Dôležitá je však dĺžka a intenzita poradenstva. Programy využívajúce opakované a interaktívne poradenstvo umožňujú budovať vzťah založený na dôvere a fungujú lepšie ako programy s jednorazovým poradenstvom.

Odporúčania pre dizajn hodnotiacich metód

Kvalitné vyhodnotenie efektov je podmienené kvalitnými údajmi o podporených podnikoch. Niektoré ekonomické údaje je možné získať z verejne dostupných databáz. Iné dôležité údaje (najmä charakteristika vlastníka manažéra, typ biznis stratégie, motivácia podnikat' a očakávania ohľadne efektov podpory) by mali byť získané pri ex ante hodnotení, napríklad formou dotazníka pre príjemcov podpory.

Pri ex post evaluácii možno využiť viaceré hodnotiace metódy. V ideálnom prípade by sa mali najprv hodnotiť efekty veľkoplošných programov pomocou štandardných kvantitatívnych metód, podľa možnosti s využitím kontrolnej skupiny a kontrafaktuálnej analýzy. Veľkoplošné kvantitatívne hodnotenia by následne mali byť doplnené kvalitatívnymi metódami. Postupy ako hĺbkové rozhovory, fokusové skupiny, prípadové štúdie a peer review môžu priniesť cenné informácie o tom, ako podporné politiky fungujú na lokálnej úrovni a ako je možné ich zdokonaľiť. Kvalitatívne postupy môžu byť prvou voľbou aj v prípadoch, kde je vzorka podporených podnikov malá.

Metodika OECD odporúča, aby sa pri evaluácii programov používali rovnaké hodnotiace metódy. Čím sú hodnotiace metódy homogénnejšie, tým viac sú porovnateľné výsledky hodnotenia. Menej sofistikované metódy hodnotenia (kroky 1 až 4) zvyknú nadhodnocovať efekty podporných politík. Nie je preto správne porovnávať efekty politík stanovené metódami v kroku 3 resp. 4 s efektami stanovenými v krokoch 5 a 6.

3.3 Nakoľko je cieľová skupina podnikov totožná s typickou vzorkou podnikov regiónu?

Nasledujúca analýza ukáže nakoľko štruktúra benefitujúcich subjektov (PO a FO) zodpovedá štruktúre ekonomických subjektov v regiónu (NUTS III). Ako kontextuálne indikátory na úrovni NUTS III sme zvolili:

- a) Počet ekonomicky aktívneho obyvateľstva
- b) Počet živnostníkov (fyzické osoby)
- c) Počet podnikov (právnické osoby)

Pre potreby našej analýzy sme vytvorili jednoduchý ukazovateľ:

Intenzita regionálnej pomoci = hodnota poskytnutej služby v kraji/ ekonomicky aktívne obyvateľstvo v kraji.

Podobnú, ale detailnejšiu informáciu o regionálnej a odvetvovej distribúcií poskytovaných služieb v kontexte podnikového sektora nám poskytuje **lokalizačný koeficient** (LK), ktorý sme kvantifikovali samostatne pre právnické osoby a fyzické osoby (živnostníkov)²¹.

²⁰ K podobným záverom dospela aj štúdia hodnotiaca efekty opatrení podporujúcich výskum a inovácie v SR v programovom období 2007-2013. Pozri: Baláž, V., Karasová, K. a Chrančoková, M. (2019): *Do research and innovation stimuli improve competitiveness of private firms? Evidence from the Slovak Republic*. Book of Proceedings 37th International Scientific Conference on Economic and Social Development – "Socio Economic Problems of Sustainable Development" - Baku, 14-15 February 2019.

²¹ V prípade právnických osôb (podnikov) boli do celkového počtu, ako aj desagregovaných úrovní počtu podnikov v danom regiónu *r* a odvetví *i* zahrnuté aj veľké podniky. Uvedomujeme si, že evaluácia sa týka len malých

LK pre živnostníkov = (počet benefítujúcich živnostníkov v regióne *r* a odvetví *i*/počet benefítujúcich živnostníkov v regióne *r* spolu)/(počet všetkých živnostníkov v regióne *r* a odvetví *i*/počet všetkých živnostníkov v regióne *r*)

LK pre PO = (počet benefítujúcich PO v regióne *r* a odvetví *i*/počet benefítujúcich PO v regióne *r* spolu)/(počet všetkých PO v regióne *r* a odvetví *i*/počet všetkých PO v regióne *r*)

V prípade že hodnota LK je od 0 do 1, počet benefítujúcich podnikov bol v danom regióne a odvetví **podproporcionálny**, vzhľadom na celkový počet FO - podnikateľov (resp. PO) podnikajúcich v danom regióne a odvetví. V prípade, že hodnota LK je vyššia ako 1, počet benefítujúcich podnikov bol v danom regióne a odvetví **nadproporcionálny**, vzhľadom na celkový počet FO - podnikateľov (resp. PO) podnikajúcich v danom regióne a odvetví. V prípade, že hodnota LK sa rovná 1, počet benefítujúcich podnikov bol v danom regióne a odvetví **proporcionálny**, vzhľadom na celkový počet FO - podnikateľov (resp. PO) podnikajúcich v danom regióne a odvetví.

3.3.1 BENEFITUJÚCE SUBJEKTY V PROJEKTE „NPC V REGIÓNOCH“ V REGIONÁLNO M KONTEXTE

V tabuľke 3 sme porovnali benefítujúce subjekty (právnické aj fyzické osoby spolu) v kraji (NUTS III) s ekonomicky aktívnym obyvateľstvom v kraji. Ekonomicky aktívne obyvateľstvo sme zvolili ako kritérium ekonomického potenciálu v regióne. Nami vytvorený jednoduchý ukazovateľ **intenzita regionálnej pomoci** indikuje ako sa regionálne distribuovala projektová pomoc vzhľadom na ekonomický potenciál regiónu. Z tohto pohľadu tie kraje, ktoré mali hodnotu indikátora vyššiu ako 1,29 (t.j. priemerná hodnota za všetky kraje spolu; posledný riadok tabuľky 3) môžeme hodnotiť ako kraje s intenzívnejšou pomocou (Banskobystrický kraj, Košický kraj, Trenčiansky kraj, Žilinský kraj). Na druhej strane Trnavský kraj, Nitriansky kraj a Prešovský kraj môžeme hodnotiť ako regióny s nižšou intenzitou pomoci.

Tabuľka 3: Regionálne rozdelenie hodnoty poskytnutej pomoci (PO+FO - podnikateľ)

Kraj	Počet benefítujúcich subjektov*	Hodnota poskytnutej služby v EUR	Hodnota poskytnutej služby v %	Ekonomicky aktívne obyvateľstvo**	Intenzita regionálnej pomoci = hodnota poskytnutej služby/ Ekonomicky aktívne obyvateľstvo	Poradie podľa Intenzity regionálnej pomoci
Prešovský	1 226	448 379	14,51	403 802	1,11	5.
Banskobystrický	1 302	544 915	17,63	331 767	1,64	1.
Košický	1 252	547 138	17,70	385 335	1,42	3.
Nitriansky	955	361 116	11,68	342 310	1,05	6.
Trenčiansky	1 120	404 339	13,08	301 710	1,34	4.
Trnavský	649	248 735	8,05	283 775	0,88	7.
Žilinský	1 297	536 422	17,35	346 034	1,55	2.
Spolu	7 801	3 091 044	100,00	2 394 733	1,29	

Zdroj: podklady SBA a ŠU SR (2021); * - jeden FO - podnikateľ/PO sa mohol zúčastniť viackrát, tento stĺpec môžeme interpretovať aj ako počet účasí ** - december 2020, Zdroj: UPSVAR (2021)

a stredných podnikov. Avšak dostupnosť štatistických údajov je pomerne limitovaná (kombinácia údajov o veľkosti, odvetví a regióne). Podiel veľkých podnikov na celkovom počte je však značne nízky (menej ako 0,5%), teda na výsledky našej analýzy nemá ich zahrnutie žiadny efekt.

Lokalizačný koeficient (LK) je pomerne jednoduchý ukazovateľ, ktorý pre naše potreby indikuje nakoľko je cieľová (podporená) skupina podnikov totožná s typickou vzorkou podnikov regiónu (príslušnosť k „typickej vzorke“ je daná príslušnosťou k právnej forme a ekonomickému sektoru podľa NACE SK). Hodnoty lokalizačného koeficientu uvádzame pre fyzické osoby – živnostníkov v tabuľke 4 a pre právnické osoby v tabuľke 5.

Môžeme pozorovať niekoľko skutočností. V prípade oboch právnych foriem PO a FO – podnikateľov vo všetkých regiónoch dosahuje najvyššie hodnoty LK sektor K - Finančné a poisťovacie činnosti. PO a FO – podnikatelia z tohto sektora mali teda najvyššie relatívne zastúpenie medzi všetkými benefitujúcimi subjektami. V prípade PO je nadproporcionálne zastúpenie tohto sektora značné. Avšak vzhľadom na celkovú nízku hodnotu služieb tohto sektora to nepovažujeme za nedostatok. Analýza indikuje vysoké zastúpenie sektora G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov. Avšak hodnota LK tohoto sektora ukazuje, že jeho podiel v rámci benefitujúcich subjektov viac-menej zodpovedá postaveniu sektora v ekonomike. V prípade FO - podnikateľov je len mierne nadproporcionálne (LK = 1,2, v prípade FO - podnikateľov dokonca podproporcionálne (LK = 0,88).

V prípade priemyselnej výroby vidíme, že benefitujúce FO – podnikatelia mali relatívne nízke zastúpenie (nízke hodnoty koeficienta najmä v Nitrianskom kraji, Žilinskom kraji a Košickom kraji). Benefitujúce PO z odvetvia priemyselnej výroby majú pomerne proporcionálne zastúpenie, len v Žilinskom kraji bolo nízke zastúpenie. Výška LK za príslušnú PO resp. FO - podnikateľ, kraj a odvetvie umožňuje riadiacemu orgánu do budúcnosti zamerať sa na skupiny subjektov ktorých hodnota LK je nižšia ako 1 a zvýšiť ich zapojenie do ponúkaných služieb projektu.

Tabuľka 4: Lokalizačný koeficient – fyzické osoby (počet živnostníkov)

	TT	TN	NR	ZA	BB	PO	KE	Spolu
A - Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov	0,30	0,42	0,00	0,17	0,14	0,22	0,38	0,26
C - Priemyselná výroba	0,77	0,70	0,38	0,36	0,62	0,58	0,38	0,57
E - Dodávka vody; čistenie a odvod odpadových vôd, odpady a služby odstraňovania odpadov	2,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,35
F - Stavebníctvo	0,40	0,50	0,16	0,24	0,70	0,36	0,29	0,41
G - Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov	1,28	1,00	1,54	1,16	1,04	1,51	1,17	1,20
H - Doprava a skladovanie	0,31	0,39	0,51	1,26	0,74	1,30	0,53	0,67
I - Ubytovacie a stravovacie služby	0,46	0,81	1,21	1,31	0,87	0,54	0,89	0,88
J - Informácie a komunikácia	2,20	1,87	1,78	4,24	1,28	3,21	2,97	1,97
K - Finančné a poisťovacie činnosti	7,32	8,50	2,92	5,80	4,82	3,58	5,94	5,55
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	1,11	0,72	1,90	1,80	1,12	3,76	2,83	1,57
M - Odborné, vedecké a technické činnosti	1,27	1,63	1,44	2,79	1,52	2,69	1,78	1,67
N - Administratívne a podporné služby	1,11	1,79	2,45	2,13	1,03	2,24	1,62	1,52
P - Vzdelávanie	1,92	3,45	2,90	5,02	2,77	1,74	0,98	2,36
Q - Zdravotníctvo a sociálna pomoc	1,87	0,96	1,72	3,57	1,24	0,00	0,95	1,36
R - Umenie, zábava a rekreácia	2,12	1,34	5,69	3,00	2,38	3,48	1,05	2,35
S - Ostatné činnosti	1,52	1,11	1,15	1,02	1,59	1,04	0,64	1,18

Zdroj: podklady SBAa ŠU SR (2021)

Poznámky: PO - Prešovský kraj, BB - Banskobystrický kraj, KE - Košický kraj, NR - Nitriansky kraj, TN - Trenčiansky kraj, TT - Trnavský kraj, ZA - Žilinský kraj

Tabuľka 5: Lokalizačný koeficient – právnické osoby (počet podnikov)

	PO	BB	KE	NR	TN	TT	ZA	Spolu
A - Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov	-	0,10	0,13	-	0,15	0,06	0,03	0,08
C - Priemyselná výroba	1,01	1,02	1,00	1,02	1,17	1,11	0,62	0,94
E - Dodávka vody; čistenie a odvod odpadových vôd, odpady a služby odstraňovania odpadov	0,34	0,64	0,34	1,94	1,03	-	-	0,61
F - Stavebníctvo	0,85	0,99	0,73	0,62	0,90	0,57	0,74	0,75
G - Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov	1,02	0,90	0,94	0,90	0,90	0,87	0,70	0,88
H - Doprava a skladovanie	0,66	0,70	0,38	0,34	0,43	0,30	0,37	0,41
I - Ubytovacie a stravovacie služby	0,72	1,50	0,67	2,81	0,88	1,40	2,00	1,45
J - Informácie a komunikácia	2,56	1,07	2,30	1,51	1,58	2,56	2,46	1,94
K - Finančné a poisťovacie činnosti	9,83	6,76	8,70	13,45	13,41	17,61	14,63	11,95
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	0,89	0,82	1,39	1,02	0,64	0,34	1,19	0,97
M - Odborné, vedecké a technické činnosti	1,66	1,26	1,36	1,06	1,15	1,48	1,44	1,32
N - Administratívne a podporné služby	0,71	0,95	1,01	0,71	0,76	0,91	1,19	0,94
P - Vzdelávanie	1,76	1,81	0,18	3,11	4,04	2,45	1,25	2,01
Q - Zdravotníctvo a sociálna pomoc	0,47	0,36	0,70	0,24	0,45	0,23	0,23	0,38
R - Umenie, zábava a rekreácia	1,30	1,80	0,83	3,18	1,58	0,96	3,22	1,95
S - Ostatné činnosti	1,55	2,51	0,79	1,85	1,88	1,23	1,97	1,68

Zdroj: podklady SBA a ŠU SR (2021)

Poznámky: PO - Prešovský kraj, BB - Banskobystrický kraj, KE - Košický kraj, NR - Nitriansky kraj, TN - Trenčiansky kraj, TT - Trnavský kraj, ZA - Žilinský kraj

3.3.2 BENEFITUJÚCE SUBJEKTY V PROJEKTE „NPC II – BA KRAJ“

V prípade benefitujúcich subjektov v projekte „NPC II – BA kraj“ disponujeme len jednodimenzionálnym pohľadom na celkový ekonomický kontext. Participujúcimi subjektami boli subjekty z Bratislavského kraja, teda medziregionálne porovnanie nebolo možné realizovať. V tabuľke 6 uvádzame hodnoty lokalizačného koeficientu pre podniky (PO) a FO - podnikateľ. Výsledky ukazujú, že benefitujúce subjekty mali pomerne rovnomerné zastúpenie, teda zodpovedalo typickej vzorke podnikov (v rámci právnej formy a sekcie ekonomických činností v Bratislavskom kraji). V prípade právnických osôb, bolo mierne nadproporcionálne zastúpenie v prípade sektorov: J - Informácie a komunikácia a K - Finančné a poisťovacie činnosti, čo však nie je negatívne zistenie. Odvetvia s pomerne vysokým zastúpením medzi benefitujúcimi subjektami: C - Priemyselná výroba a G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov majú hodnoty LK blízko 1, teda ich podiel v rámci projektu sa takmer rovná ich podielu v rámci celej ekonomiky Bratislavského kraja.

Tabuľka 6: Lokalizačný koeficient – Ekonomické subjekty v Bratislavskom kraji

Sekcia NACE SK	PO	FO - podnikateľ	Ekonomické subjekty spolu
C - Priemyselná výroba	1,1	0,7	1,0
D - Dodávka elektriny plynu pary a studeného vzduchu	0,3	0,0	0,4
E - Dodávka vody čistenie a odvod odpadových vôd odpady a služby odstraňovania odpadov	0,0	0,0	0,1
F – Stavebníctvo	0,6	0,2	0,4
G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	1,1	0,8	1,0
H - Doprava a skladovanie	0,5	0,3	0,4
I - Ubytovacie a stravovacie služby	0,8	0,3	0,7

J - Informácie a komunikácia	2,1	1,3	1,8
K - Finančné a poisťovacie činnosti	2,2	1,6	1,9
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	0,5	0,0	0,5
M - Odborné vedecké a technické činnosti	1,0	1,9	1,2
N - Administratívne a podporné služby	0,5	1,3	0,7
P – Vzdelávanie	2,9	1,8	2,4
Q - Zdravotníctvo a sociálna pomoc	0,5	0,3	0,5
R - Umenie, zábava a rekreácia	1,9	1,7	1,9
S - Ostatné činnosti	1,6	0,6	1,0

Zdroj: podklady SBA a ŠU SR (2021)

3.4 Aká je štruktúra podnikov benefitujúcich z podpory v rámci NPC z hľadiska odvetvovej príslušnosti a štruktúry aktív?

3.4.1 ODVETVOVÁ ŠTRUKTÚRA SUBJEKTOV V PROJEKTE „NPC V REGIÓNOCH“

Z hľadiska odvetvovej štruktúry benefitujúcich podnikov (tabuľky 7 a 8) podľa programov smerovala najvyššia nefinančná podpora do týchto sektorov (s viac ako 10% podielom na celkovej hodnote poskytnutých služieb):

G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov (19,1 %),

M - Odborné vedecké a technické činnosti (17,7%).

C - Priemyselná výroba (11,6 %),

J - Informácie a komunikácia (10,2%),

Z hľadiska sektorového pohľadu na doteraz realizované programy najvyššia hodnota služieb smerovala v Rastovom programe (MSP nad 3 roky) do sektora G - Veľkoobchod a maloobchod, oprava motorových vozidiel a motocyklov vo výške 317 tis. EUR, čo predstavuje 23 % programu a zároveň 10,3 % realizovanej hodnoty celého projektu.

Tabuľka 7: Hodnota služieb podľa NACE SK a programov (PO+FO - podnikateľ) v EUR v projekte „NPC v regiónoch“

NACE SK – sekcie	CREATIVE POINT	RASTOVÝ PROGRAM (MSP do 3 rokov)	RASTOVÝ PROGRAM (MSP nad 3 roky)	STÁŽOVÝ/ INKUBAČNÝ PROGRAM	Spolu
A - Poľnohospodárstvo lesníctvo a rybolov		7 878	6 856	928	15 662
C - Priemyselná výroba	400	183 124	124 794	48 984	357 302
D - Dodávka elektriny plynu pary a studeného vzduchu		400	4 800		5 200
E - Dodávka vody čistenie a odvod odpadových vôd odpady a služby odstraňovania odpadov		3 627	2 469		6 095
F – Stavebníctvo		121 401	150 028	6 062	277 491

G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	300	224 447	317 843	47 109	589 699
H - Doprava a skladovanie		30 163	33 901	6 918	70 981
I - Ubytovacie a stravovacie služby		70 368	60 581	17 394	148 343
J - Informácie a komunikácia	300	108 194	110 980	96 013	315 487
K - Finančné a poisťovacie činnosti		29 166	40 804	799	70 769
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností		48 574	46 147	11 111	105 832
M - Odborné vedecké a technické činnosti	610	239 703	222 565	84 712	547 590
N - Administratívne a podporné služby	240	119 050	75 972	19 995	215 257
O - Verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie		863	5 611		6 474
P – Vzdelávanie	30	42 523	45 599	27 426	115 578
Q - Zdravotníctvo a sociálna pomoc		7 413	38 010	1 200	46 624
R - Umenie, zábava a rekreácia	-	32 588	25 136	4 376	62 100
S - Ostatné činnosti	-	65 805	51 660	16 696	134 161
U - Činnosti extrateritoriálnych organizácií a združení		400			400
Spolu	1 880	1 334 486	1 363 755	364 603	3 091 044

Zdroj: podklady SBA

Tabuľka 8: Hodnota služieb podľa NACE SK a podaktivít/programov (PO+FO - podnikateľ) v % v projekte „NPC v regiónoch“

Sekcia NACE SK	CREATIVE POINT	RASTOVÝ PROGRAM (MSP do 3 rokov)	RASTOVÝ PROGRAM (MSP nad 3 roky)	STÁŽOVÝ/INKUBAČNÝ PROGRAM	Spolu
A - Poľnohospodárstvo lesníctvo a rybolov	0,0	0,6	0,5	0,2	0,5
C - Priemyselná výroba	21,3	13,7	9,2	12,6	11,6
D - Dodávka elektriny plynu pary a studeného vzduchu	0,0	0,0	0,4	0,0	0,2
E - Dodávka vody čistenie a odvod odpadových vôd odpady a služby odstraňovania odpadov	0,0	0,3	0,2	0,0	0,2
F – Stavebníctvo	0,0	9,1	11,0	1,6	9,0
G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	16,0	16,8	23,3	12,1	19,1
H - Doprava a skladovanie	0,0	2,3	2,5	1,8	2,3
I - Ubytovacie a stravovacie služby	0,0	5,3	4,4	4,5	4,8
J - Informácie a komunikácia	16,0	8,1	8,1	24,6	10,2
K - Finančné a poisťovacie činnosti	0,0	2,2	3,0	0,2	2,3

L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	0,0	3,6	3,4	2,9	3,4
M - Odborné vedecké a technické činnosti	32,4	17,9	16,3	21,7	17,7
N - Administratívne a podporné služby	12,8	8,9	5,6	5,1	7,0
O - Verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie	0,0	0,1	0,4	0,0	0,2
P - Vzdelávanie	1,6	3,2	3,3	7,0	3,7
Q - Zdravníctvo a sociálna pomoc	0,0	0,6	2,8	0,3	1,5
R - Umenie, zábava a rekreácia	0,0	2,4	1,8	1,1	2,0
S - Ostatné činnosti	0,0	4,9	3,8	4,3	4,3
U - Činnosti extrateritoriálnych organizácií a združení	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Spolu	100	100	100	100	100

Zdroj: podklady SBA

V kontexte podnikov profitujúcich z podpory a z hľadiska celkového profilu slovenskej ekonomiky uvádzame podrobnejšiu štruktúru sektorov C – Priemyselnej výroby a M – Odborných vedeckých a technických činností. Sektor priemyselnej výroby je pilierom slovenskej ekonomiky a má podrobnejšie vnútorné členenie. Sektor odborných, vedeckých a technických činností je znalostne intenzívnym sektorom, z hľadiska konkurencieschopnosti a prechodu do postindustriálnej fázy ekonomického rozvoja zohráva vo vyspelých ekonomikách dôležitú úlohu a jeho vyššie zastúpenie v štruktúre ekonomiky je cieľom každej hospodárskej politiky.

V rámci odvetví priemyselnej výroby vidíme (tabuľka 9) vyššie zastúpenie poskytnutých služieb v rámci ľahkého priemyslu: 10 Výroba potravín (10%) 16 Spracovanie dreva a výroba výrobkov z dreva a korku okrem nábytku výroba predmetov zo slamy a prúteného materiálu (12%) a o niečo v menšej miere v odvetviach 13 Výroba textilu (9%) a 14 Výroba odevov (8%). Vo všeobecnosti, v týchto odvetviach ide o výroby s nízkou technologickou intenzitou (tj. nízky pomer výdavkov na VV a pridanej hodnoty). V rámci celkovej priemyselnej výroby má však najvyššie zastúpenie odvetvie 25 Výroba kovových konštrukcií okrem strojov a zariadení (14 %-ný podiel na priemyselnej výrobe). Produkcia tohto odvetvia patrí medzi výroby so stredne nízkou technologickou intenzitou. V rámci sektora M - odborných, vedeckých a technických činností, ktorý patrí medzi znalostne intenzívne služby majú viac ako 20%-ný podiel odvetvia 70 Vedenie firiem poradenstvo v oblasti riadenia 73 Reklama a prieskum trhu.

Tabuľka 9: Detailná štruktúra hodnoty poskytnutých služieb v sektoroch C - Priemyselnej výroby a M - Odborné vedecké a technické činnosti (FO - podnikateľ+PO) v projekte „NPC v regiónoch“

	Odvetvie	Počet podnikov*	Hodnota poskytnutej služby v EUR	Hodnota poskytnutej služby v %
C - PRIEMYSELNÁ VÝROBA	10 Výroba potravín	112	36 052	10,1
	11 Výroba nápojov	25	11 583	3,2
	12 Výroba tabakových výrobkov	1	400	0,1
	13 Výroba textilu	59	31 330	8,8
	14 Výroba odevov	108	28 517	8,0
	15 Výroba kože a kožených výrobkov	9	5 175	1,4
	16 Spracovanie dreva a výroba výrobkov z dreva a korku okrem nábytku výroba predmetov zo slamy a prúteného materiálu	100	40 956	11,5
	17 Výroba papiera a papierových výrobkov	20	4 646	1,3
	18 Tlač a reprodukcia záznamových médií	35	13 896	3,9
	19 Výroba koksu a rafinovaných ropných produktov	1	600	0,2

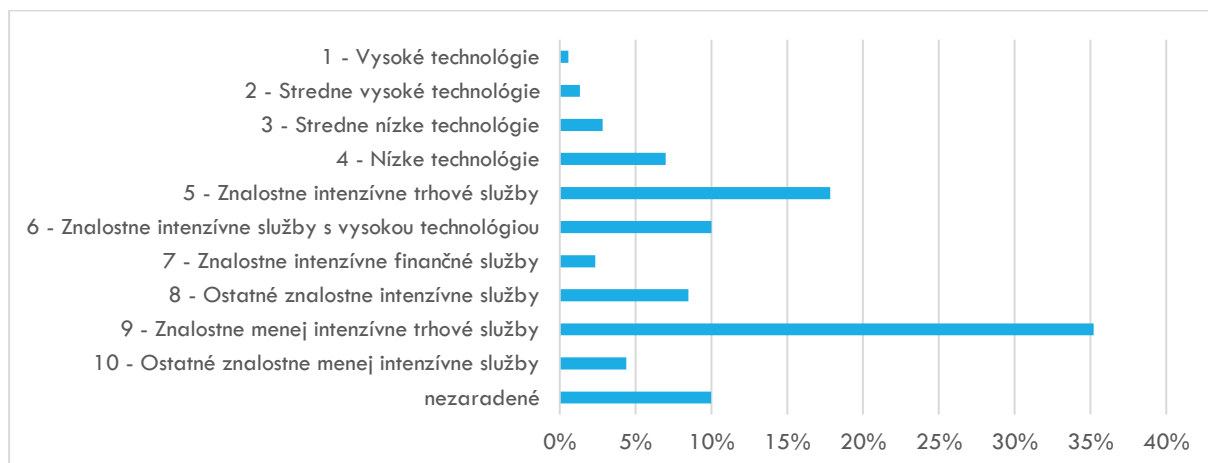
	20 Výroba chemikálií a chemických produktov	25	11 512	3,2
	21 Výroba základných farmaceutických výrobkov a farmaceutických prípravkov	3	4 000	1,1
	22 Výroba výrobkov z gummy a plastu	25	7 394	2,1
	23 Výroba ostatných nekovových minerálnych výrobkov	30	8 260	2,3
	24 Výroba a spracovanie kovov	10	3 653	1,0
	25 Výroba kovových konštrukcií okrem strojov a zariadení	112	49 757	13,9
	26 Výroba počítačových elektronických a optických výrobkov	30	12 115	3,4
	27 Výroba elektrických zariadení	31	17 943	5,0
	28 Výroba strojov a zariadení i n.	26	9 643	2,7
	29 Výroba motorových vozidiel návesov a prívesov	5	1 228	0,3
	31 Výroba nábytku	23	9 021	2,5
	32 Iná výroba	77	29 104	8,1
	33 Oprava a inštalácia strojov a prístrojov	44	20 517	5,7
	Spolu C - PRIEMYSELNÁ VÝROBA	911	357 302	100
M - ODBORNÉ VEDECKÉ A TECHNICKÉ ČINNOSTI	69 Právne a účtovnícke činnosti	309	91 307	16,7
	70 Vedenie firiem poradenstvo v oblasti riadenia	362	130 353	23,8
	71 Architektonické a inžinierske činnosti technické testovanie a analýzy	208	90 132	16,5
	72 Vedecký výskum a vývoj	19	7 452	1,4
	73 Reklama a prieskum trhu	326	127 444	23,3
	74 Ostatné odborné vedecké a technické činnosti	265	93 395	17,1
	75 Veterinárne činnosti	20	7 507	1,4
	Spolu M - ODBORNÉ VEDECKÉ A TECHNICKÉ ČINNOSTI	1509	54 7590	100

Zdroj: podklady SBA; *:jeden FO - podnikateľ/PO sa mohol zúčastniť viackrát, tento stĺpec môžeme interpretovať aj ako počet účastí

Istým kvalitatívnym ukazovateľom štruktúry ekonomiky je rozdelenie odvetví podľa technologickej náročnosti. Vysoká technologická intenzita či už spracovateľského odvetvia alebo služieb garantuje vysokú konkurencieschopnosť. V grafe 1 uvádzame rozdelenie celkovej hodnoty služieb podľa 10 skupín technologickej náročnosti benefitujúcich subjektov (metodológia v prílohe 2).

Viac ako tretina hodnoty poskytnutých služieb bola alokovaná do sektora znalostne menej intenzívnych služieb, čo je dôsledok vysokého zastúpenia odvetví 45 Veľkoobchod a maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov; 46 Veľkoobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov; 47 Maloobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov medzi benefitujúcimi subjektami. Znalostne menej intenzívne trhové služby tvoria najvyšší podiel v každom kraji (tabuľka 10). V Nitrianskom kraji až 40 %, najmenej v Trenčianskom kraji (28 %). Jednoznačne pozitívne možno hodnotiť relatívne vysoký podiel zastúpenia znalostne intenzívnych trhových služieb, ktoré tvorí druhú najvýznamnejšou technologickú skupinu v rámci benefitujúcich subjektov (je najmä vysoký podielom odvetví sektora M - Odborné, vedecké a technické činnosti). V rámci regionálneho rozloženia má táto skupina služieb druhé najvyššie zastúpenie v každom kraji, okrem Trnavského, v ktorom majú však relatívne vysoké postavenie znalostne intenzívne služby s vysokou technológiou (čo sú v našom prípade najmä IKT subjekty). Zo spracovateľského priemyslu majú najvyššie zastúpenia odvetvia s nízkou technologickou náročnosťou (čo sme už uviedli vyššie, sú to odvetvia ľahkého priemyslu).

Graf 1: Štruktúra benefítujúcich subjektov z hľadiska technologickej náročnosti v % (FO - podnikateľ+PO) v projekte „NPC v regiónoch“



Zdroj: podklady SBA

Tabuľka 10: Štruktúra benefítujúcich subjektov z hľadiska technologickej náročnosti podľa krajov (%) v projekte „NPC v regiónoch“

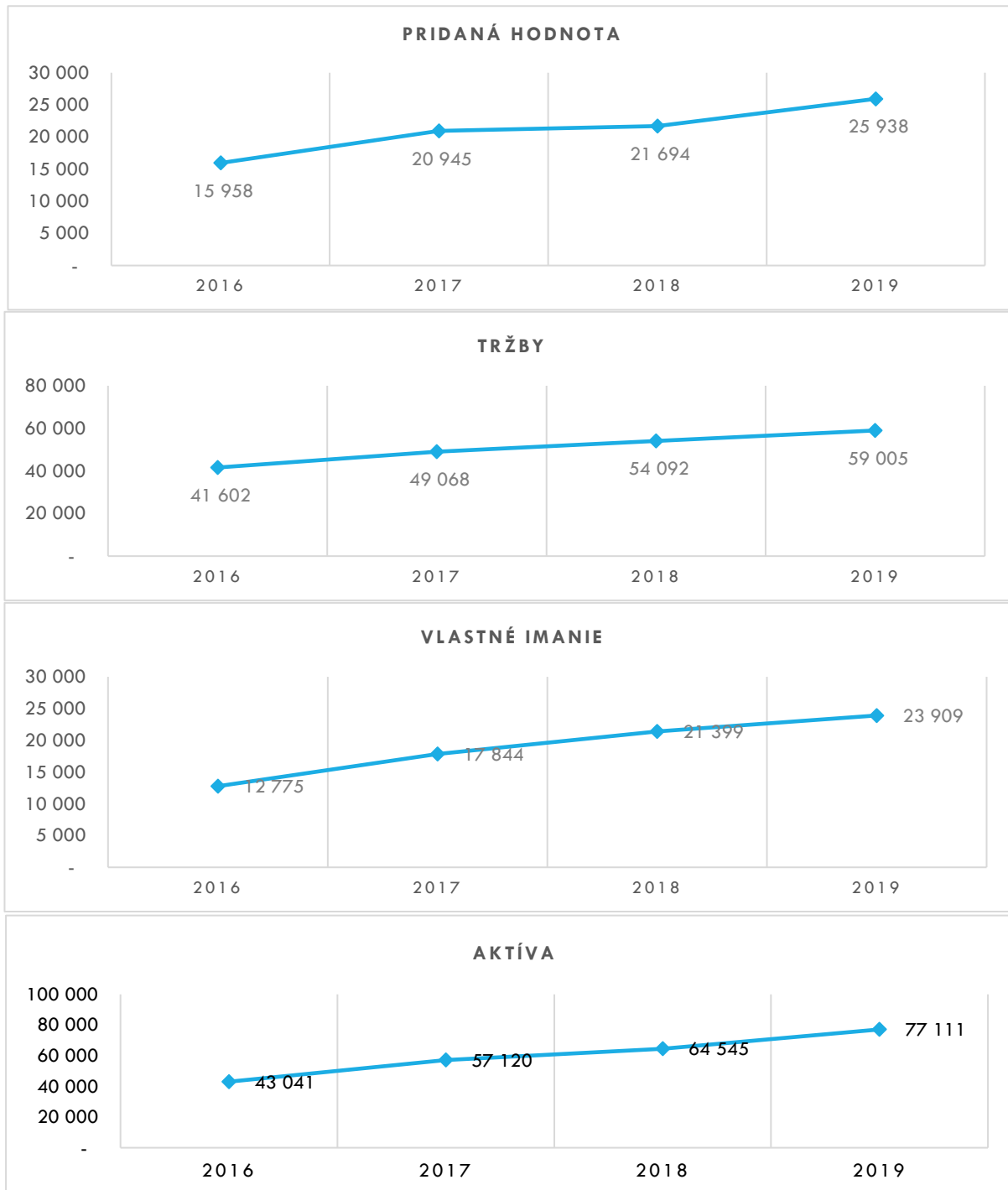
Technologický sektor	PO	BB	KE	NR	TN	TT	ZA	Spolu
1 - Vysoké technológie	0,3	0,9	0,5	0,4	0,7	0,5	0,6	1
2 - Stredne vysoké technológie	0,9	0,8	2,0	0,7	2,2	0,7	1,7	1
3 - Stredne nízke technológie	5,9	2,7	2,4	1,2	3,1	3,4	1,4	3
4 - Nízke technológie	7,7	6,9	6,7	7,1	8,1	9,6	4,7	7
5 - Znalostne intenzívne trhové služby	16,5	20,3	14,7	20,7	20,6	16,5	16,3	18
6 - Znalostne intenzívne služby s vysokou technológiou	8,0	4,1	12,4	9,4	8,6	17,2	13,4	10
7 - Znalostne intenzívne finančné služby	1,8	2,0	2,9	1,6	3,0	3,9	2,0	2
8 - Ostatné znalostne intenzívne služby	7,2	7,3	7,5	8,9	8,6	9,9	10,8	8
9 - Znalostne menej intenzívne trhové služby	36,6	36,3	36,7	40,1	28,3	30,2	35,7	35
10 - Ostatné znalostne menej intenzívne služby	3,1	6,7	4,4	4,9	4,4	2,2	3,8	4
Nezaradené	12,0	12,2	9,9	5,1	12,5	6,0	9,4	10
Spolu	100	100	100	100	100	100	100	100

Zdroj: podklady SBA; Pozn.: skupina nezaradených odvetví sú poľnohospodárstvo a stavebníctvo.

Finančná analýza benefitujúcich podnikov v projekte „NPC regióny“

Cieľom tejto časti je základné zhodnotenie finančnej a ekonomickej výkonnosti subjektov využívajúcich nefinančnú podporu/služby NPC v regiónoch. Analyzujeme päť základných finančných indikátorov: aktíva, tržby, hospodársky výsledok, vlastné imania a pridanú hodnotu benefitujúcich podnikov za obdobie 2016 – 2019. Skúmaný súbor podnikov tvoria právnické osoby (dominujú spoločnosti s ručením obmedzeným) v počte 1 045. Do súboru boli zaradené podniky, pri ktorých boli k dispozícii finančné údaje za obdobie 2016 – 2019 bez ohľadu na dátum poskytnutia služby.

Graf 2: Vývoj vybraných finančných ukazovateľov podnikov v projekte „NPC v regiónoch“ (priemer 1 045 podnikov, v EUR) – mediánové hodnoty





Zdroj: vlastné spracovanie údajov SBA a Finstat

Vývoj vybraných finančných ukazovateľov benefitujúcich podnikov v rokoch 2016-2019 dokumentujeme v grafe 2. Vývoj priemerných aktív, tržieb, vlastného imania ako aj pridanej hodnoty majú rastúcu tendenciu. Vývoj hospodárskeho výsledku medzi rokmi 2016 a 2017 rástol, po tomto období bol stabilný. Mediánové hodnoty analyzovaného súboru podnikov za obdobie 2016-2019 v prípade aktív 66 tis. EUR, vlastného imania 19 tisíc EUR, tržieb 51 tisíc EUR, pridanej hodnoty 21 tisíc EUR a hospodárskeho výsledku 5 tisíc EUR. Na základe týchto hodnôt môžeme o.i. indikovať (bez údajov o počte zamestnancov) že v priemere sa jedná o mikropodniky, ktoré sú v rastovej fáze. Obrat (v našom prípade tržby), a bilančná hodnota (v našom prípade aktíva) sú hlboko pod úrovňou 2 mil. EUR).

Tabuľka 11: Vývoj vybraných pomerových ukazovateľov podnikov v projekte „NPC v regiónoch“ mediánové hodnoty

	%				
	2016	2017	2018	2019	priemer
ROA - rentabilita aktív	9	10	7	6	9
ROE - rentabilita vlastného imania	25	28	19	18	23
ROS - rentability tržieb	8	9	6	5	7
Podiel pridanej hodnoty na tržbách	35	35	35	34	34
	medziročná zmena v %				
ROA - hrubá rentabilita aktív		10	-35	-13	-13
ROE - rentabilita vlastného imania		12	-34	-2	-8
ROS - rentability tržieb		13	-34	-8	-10
Podiel pridanej hodnoty na tržbách		1	-2	-3	-1

Zdroj: vlastné spracovanie údajov SBA a Finstat

V tabuľke 11 uvádzame vývoj mediánových hodnôt vybraných pomerových ukazovateľov podnikov v projekte „NPC v regiónoch“ ako aj ich medziročné zmeny:

- rentabilitu aktív (hospodársky výsledok / aktíva x 100)
- rentabilitu vlastného imania (vlastné imanie / aktíva x 100)
- rentabilitu tržieb (hospodársky výsledok / tržby x 100) a
- podiel pridanej hodnoty na tržbách (pridaná hodnota / tržby x 100).

Vzhľadom na veľký výskyt extrémnych hodnôt v súbore podnikov uvádzame mediánové hodnoty ukazovateľov.

3.4.2 ODVETVOVÁ ŠTRUKTÚRA SUBJEKTOV V PROJEKTE „NPC II – BA KRAJ“

V rámci projektu „NPC II – BA kraj“ bola odvetvová štruktúra benefitujúcich subjektov podobná ako v projekte „NPC v regiónoch“ vysoké zastúpenie mali sektory: M - Odborné vedecké a technické činnosti (26%); J - Informácie a komunikácia (21%); G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov (14%); C - Priemyselná výroba a N - Administratívne a podporné služby (8%).

Tabuľka 12: Hodnota služieb podľa NACE SK a programov (PO+FO - podnikateľ) v EUR v projekte „NPC II – BA kraj“

	Creative point	Inkubačný program	Rastový program	Stážový program	Spolu
A - Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov			1 800		1 800
C - Priemyselná výroba	1 588		101 558	9 642	112 789
D - Dodávka elektriny plynu pary a studeného vzduchu			3 600		3 600
E - Dodávka vody čistenie a odvod odpadových vôd odpady a služby odstraňovania odpadov			30		30
F - Stavebníctvo	248		65 263	575	66 086
G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	1 308	16 154	172 582	6 510	196 554
H - Doprava a skladovanie			9 326		9 326
I - Ubytovacie a stravovacie služby	8		34 752	1 000	35 760
J - Informácie a komunikácia	2 174	18 772	256 177	18 945	296 067
K - Finančné a poisťovacie činnosti		9 755	16 711	2 495	28 962
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	80		48 981		49 061
M - Odborné vedecké a technické činnosti	5 536	53 946	268 439	30 830	358 751
N - Administratívne a podporné služby	840	11 542	92 457	6 249	111 087
O - Verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie			1 200		1 200
P - Vzdelávanie	952	10 312	32 629	6 230	50 123
Q - Zdravotníctvo a sociálna pomoc			14 797		14 797
R - Umenie, zábava a rekreácia	55		18 667	721	19 443
S - Ostatné činnosti			32 574	4 507	37 081
Spolu	12 789	120 482	1 171 545	87 703	1 392 519

Zdroj: podklady SBA

Tabuľka 13: Hodnota služieb podľa NACE SK a programov (PO+FO - podnikateľ) v % v projekte „NPC II – BA kraj“

	Creative point	Inkubačný program	Rastový program	Stážový program	Spolu
A - Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov			0,2		0,1
C - Priemyselná výroba	12		9	11	8
D - Dodávka elektriny plynu pary a studeného vzduchu			0,1		0,3
E - Dodávka vody čistenie a odvod odpadových vôd odpady a služby odstraňovania odpadov			0,01		0,01
F – Stavebníctvo	2		6	1	5
G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	10	13	15	7	14
H - Doprava a skladovanie			1		1
I - Ubytovacie a stravovacie služby	0,1		3	1	3
J - Informácie a komunikácia	17	16	22	22	21
K - Finančné a poisťovacie činnosti		8	1	3	2
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	1		4		4
M - Odborné vedecké a technické činnosti	43	45	23	35	26
N - Administratívne a podporné služby	7	10	8	7	8
O - Verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie			0,1		0,1
P – Vzdelávanie	7	9	3	7	4
Q - Zdravotníctvo a sociálna pomoc			1		1
R - Umenie, zábava a rekreácia	0,4		2	1	1
S - Ostatné činnosti			3	5	3
Spolu	100	100	100	100	100

Zdroj: podklady SBA

V tabuľke 14 sme podrobnejšie zmapovali štruktúru sektorov J - Informácie a komunikácia; M - Odborné vedecké a technické činnosti a N - Administratívne a podporné služby. V rámci tých troch sektorov služieb majú vysoké zastúpenie odvetvia 62 Počítačové programovanie poradenstvo a súvisiace služby (344 účasť podnikov); 70 Vedenie firiem poradenstvo v oblasti riadenia (311 účasť podnikov); 73 Reklama a prieskum trhu (211 účasť podnikov); 74 Ostatné odborné vedecké a technické činnosti (182 účasť podnikov) a 82 Administratívne pomocné kancelárske a iné obchodné pomocné činnosti (190 účasť podnikov).

Tabuľka 14: Detailná štruktúra hodnoty poskytnutých služieb vo vybraných sektoroch projektu „NPC II – BA kraj“

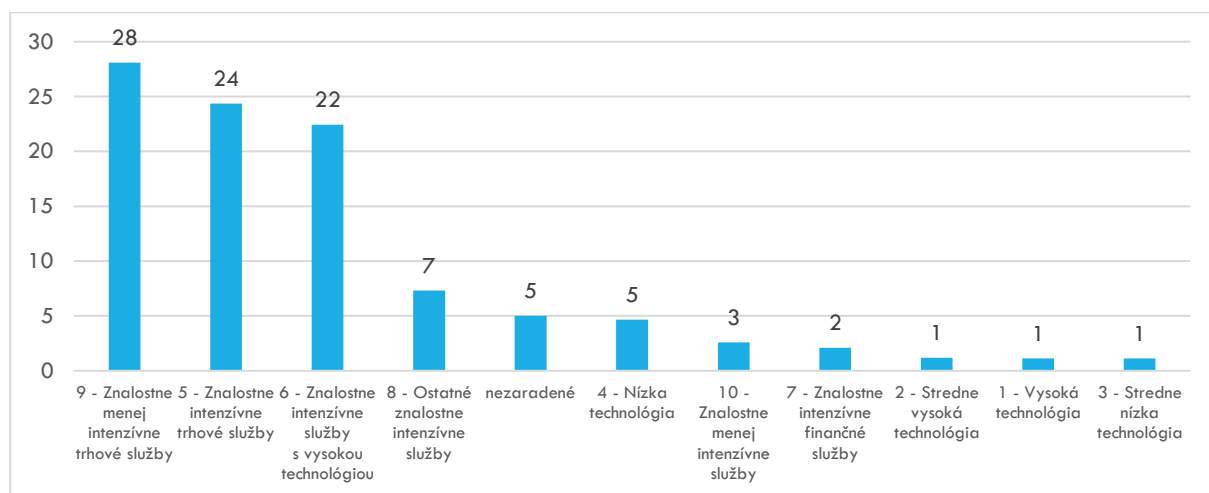
		Počet podnikov*	Hodnota poskytnutej služby v EUR	Hodnota poskytnutej služby v %
J - Informácie a komunikácia	58 Nakladateľské činnosti	54	15 680	5
	59 Výroba filmov videozáznamov a televíznych programov príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok	41	19 465	7
	60 Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie	1	11	0,0

	61 Telekomunikácie	22	5 593	2
	62 Počítačové programovanie poradenstvo a súvisiace služby	344	227 608	77
	63 Informačné služby	94	27 710	9
	J - Informácie a komunikácia	556	296 067	100
M - Odborné vedecké a technické činnosti	69 Právne a účtovnícke činnosti	113	21 517	6
	70 Vedenie firiem poradenstvo v oblasti riadenia	311	101 206	28
	71 Architektonické a inžinierske činnosti technické testovanie a analýzy	122	81 367	23
	72 Vedecký výskum a vývoj	18	31 670	9
	73 Reklama a prieskum trhu	211	52 980	15
	74 Ostatné odborné vedecké a technické činnosti	182	69 611	19
	75 Veterinárne činnosti	1	400	0,1
	M - Odborné vedecké a technické činnosti	958	358 751	100
N - Administratívne a podporné služby	77 Prenájom a lízing	3	421	0,4
	78 Sprostredkovanie práce	8	11 518	10
	79 Činnosti cestovných agentúr rezervačné služby cestovných kancelárií a súvisiace činnosti	79	25 028	23
	80 Bezpečnostné a pátracie služby	4	493	0,4
	81 Činnosti súvisiace s údržbou zariadení a krajinnou úpravou	23	10 595	10
	82 Administratívne pomocné kancelárske a iné obchodné pomocné činnosti	190	63 033	57
	N - Administratívne a podporné služby	307	111 087	100

Zdroj: podklady SBA,*- jeden FO - podnikateľ/PO sa mohol zúčastniť viackrát, tento stĺpec môžeme interpretovať aj ako počet účastí

Z hľadiska odvetvovej štruktúry benefitujúcich subjektov a jej technologickej/znalostnej náročnosti majú podobne ako v projekte „NPC v regiónoch“ najvyššie zastúpenie odvetvia znalostne menej intenzívnych trhových služieb (čo je dané vysokými podielmi podnikov z maloobchodu, veľkoobchodu ako aj podnikov a administratívnych, pomocných kancelárskych činností). Avšak pozitívne môžeme hodnotiť pomerne vysoké podiely znalostne intenzívnych trhových služieb a znalostne intenzívnych služieb z vysokou technológiou, ktoré sa nachádzajú na 2. a 3. mieste. (čo vypovedá o zastúpení firiem z IKT a ostatných odborných, vedeckých a technických činnostiach a poradenstva, čo sú odvetvia charakteristické pre mestské ekonomiky a teda aj pre Bratislavský kraj).

Graf 3: Štruktúra benefítujúcich subjektov z hľadiska technologickej náročnosti v % (FO - podnikateľ+PO) v projekte „NPC II – BA kraj“

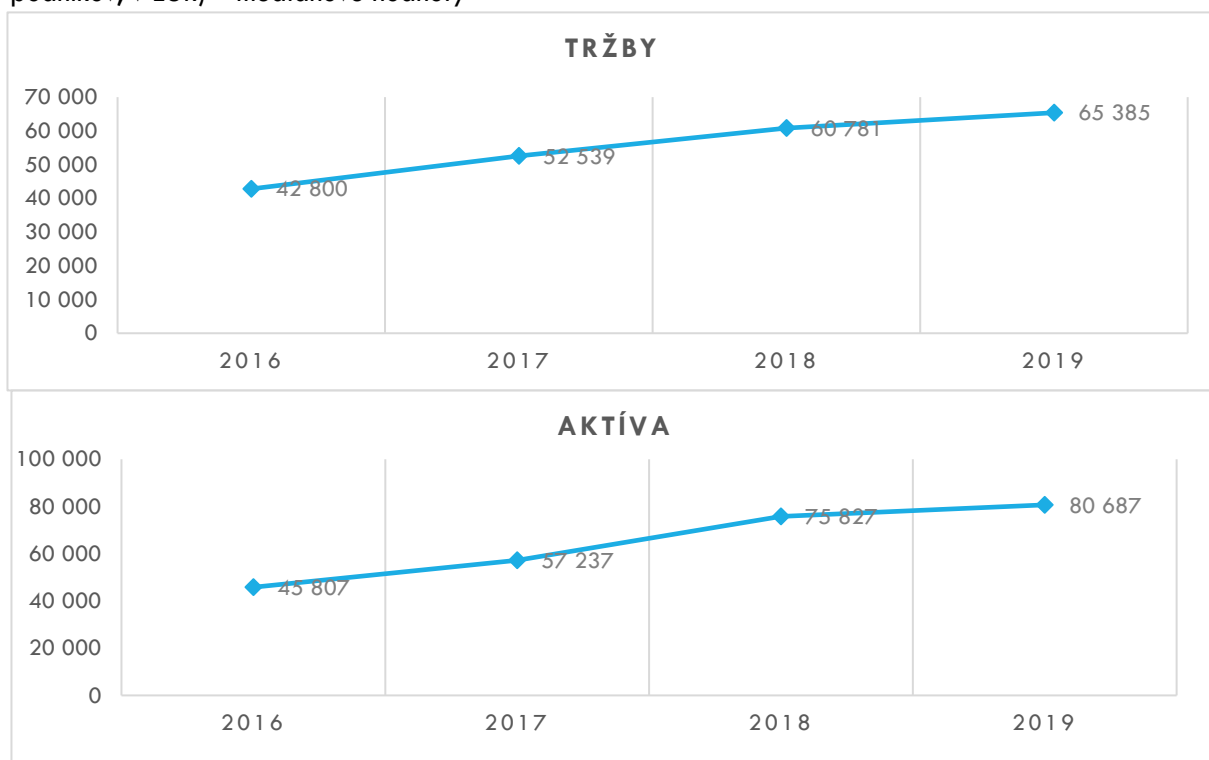


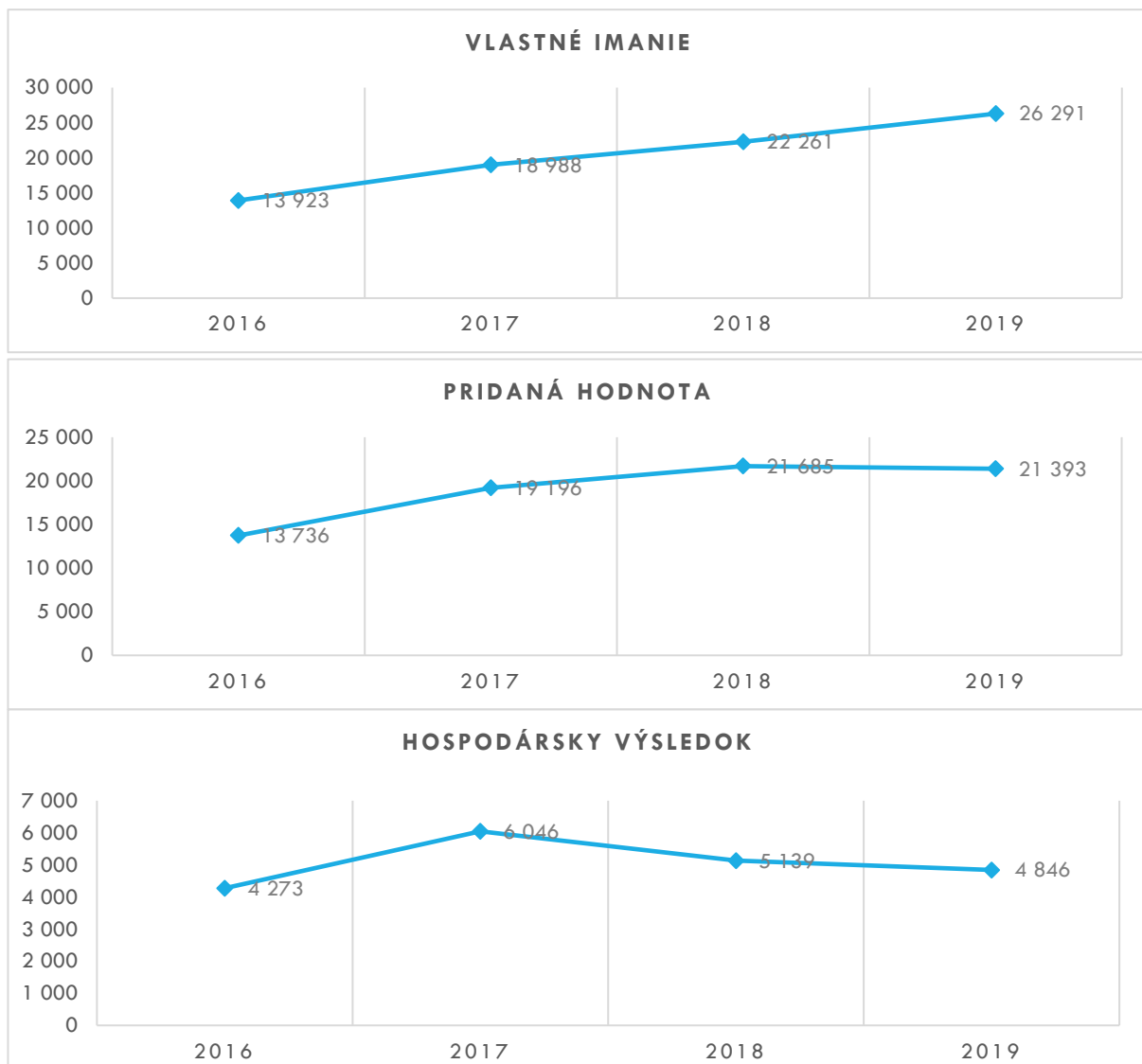
Zdroj: podklady SBA

Finančná analýza benefítujúcich podnikov v projekte „NPC II - BA kraj“

Cieľom tejto časti je základné zhodnotenie finančnej a ekonomickej výkonnosti subjektov využívajúcich nefinančnú podporu/služby NPC v Bratislave. Analyzujeme päť finančných indikátorov: aktíva, tržby, hospodársky výsledok, vlastné imania a pridanú hodnotu benefítujúcich podnikov za obdobie 2016 – 2019. Skúmaný súbor podnikov tvoria právnické osoby (dominujú spoločnosti s ručením obmedzeným) v počte 598. Do súboru boli zaradené podniky, pri ktorých boli k dispozícii finančné údaje za obdobie 2016 – 2019 bez ohľadu na dátum poskytnutia služby.

Graf 4: Vývoj vybraných finančných ukazovateľov podnikov v projekte „NPC II – BA kraj“ (priemer 598 podnikov, v EUR) – mediánové hodnoty





Zdroj: vlastné spracovanie údajov SBA a Finstat

Vývoj vybraných finančných ukazovateľov benefitujúcich podnikov v rokoch 2016-2019 dokumentujeme v grafe 4. Vývoj priemerných aktív, tržieb, vlastného imania ako aj pridanej hodnoty majú rastúcu tendenciu. Vývoj hospodárskeho výsledku medzi rokmi 2016 a 2017 rástol, po tomto období mierne poklesol. Mediánové hodnoty analyzovaného súboru podnikov za obdobie 2016-2019 v prípade aktív 65 tis. EUR, vlastného imania 20 tisíc EUR, tržieb 55 tisíc EUR, pridanej hodnoty 19 tisíc EUR a hospodárskeho výsledku 5 tisíc EUR. Uvedené hodnoty sú veľmi podobné ako v prípade benefitujúcich podnikov v projekte „NPC regióny“. Na základe týchto hodnôt môžeme napríklad indikovať (bez údajov za počet zamestnancov) že v priemere sa jedná o mikropodniky v rastovej fáze. Obrat (v našom prípade tržby), a bilančná hodnota (v našom prípade aktíva) sú hlboko pod úrovňou 2 mil. EUR).

Tabuľka 15: Vývoj vybraných pomerových ukazovateľov podnikov v projekte „NPC II – BA kraj“ – mediánové hodnoty

	%				
	2016	2017	2018	2019	priemer
ROA - rentabilita aktív	9,4	9,6	7,3	6,7	8,2
ROE – rentabilita vlastného imania	44,8	43,1	41,6	39,8	42,3
ROS - rentability tržieb	8,1	9,4	6,4	5,7	7,4
Podiel pridanej hodnoty na tržbách	31,1	32,2	29,7	31,6	31,1
	Medziročná zmena v%				

ROA - hrubá rentabilita aktív		2	-24	-9	-10
ROE - rentabilita vlastného imania		-4	-4	-4	-4
ROS - rentability tržieb		17	-32	-10	-9
Podiel pridanej hodnoty na tržbách		4	-8	6	1

Zdroj: vlastné spracovanie údajov Finstat

V tabuľke 15 uvádzame vývoj mediánových hodnôt vybraných pomerových ukazovateľov podnikov v projekte „NPC v regiónoch“ ako aj ich medziročne zmeny pre rentabilitu aktív, rentabilitu vlastného imania, rentabilitu tržieb a podiel pridanej hodnoty na tržbách.

Vzhľadom na veľký výskyt extrémnych hodnôt v súbore podnikov uvádzame mediánové hodnoty ukazovateľov.

Box 6: Efekty nefinančnej podpory na ekonomické výsledky podnikov

Cieľom analýzy bolo zistiť či:

- i. podporené podniky dosahujú lepšie hospodárske výsledky ako ich kontrolné vzorky a
- ii. či sa pri hodnotení efektov podpory uplatňujú efekty samo-výberu a či sa podporené podniky líšia vo svojich hospodárskych výsledkoch od nepodporených. Kontrafaktuálna analýza sa uskutočnila na náhodne vybraných ekonomicky podobných podporených subjektoch Rastového programu v rámci Bratislavského a regionálnych NPC v období 2018 – 1. pol rok 2019.

NPC regióny:

Podporené MSP do troch rokov dosiahli vcelku lepšie výsledky ako nepodporené, a to najmä v štatisticky významnom raste pridanej hodnoty a tiež vo vyššom (i keď nie štatisticky významnom) raste tržieb. Podporené MSP nad tri roky dosiahli významne lepšie výsledky ako nepodporené najmä v náraste aktív, vlastného imania a pridanej hodnoty. Podporené podniky mali aj výrazne vyšší nárast tržieb ako nepodporené, aj keď tento rozdiel nebol štatisticky významný. MSP nad tri roky s podporou vyššou ako 400 EUR nevykázali lepšie výsledky ako celková vzorka podporených MSP nad tri roky.

NPC Bratislava:

Podporené podniky dosiahli lepšie výsledky ako nepodporené najmä v náraste aktív a pridanej hodnoty, a išlo o štatisticky významné zlepšenie. Podporené podniky mali tiež vyšší nárast tržieb, vlastného imania a zisku ako nepodporené, no tieto nárasty neboli štatisticky významné. Aj v prípade Bratislavy existovali výrazné rozdiely medzi výškou prijatej podpory. Kým typická (mediánová) podpora činila 400 EUR, maximálna prijatá podpora činila 14 267 EUR a minimálna 3 EUR. Výška prijatej podpory však nebola korelovaná so zmenou ekonomických ukazovateľov.

Porovnanie neúspešných žiadateľov s podporenými žiadateľmi a so základnou vzorkou

Porovnanie neúspešných žiadateľov so základnou vzorkou indikuje, že neúspešní žiadatelia mali mierne nadpriemerné hodnoty vývoja ekonomických ukazovateľov, čo môže byť spôsobené efektom samo-výberu. Porovnanie neúspešných a podporených žiadateľov zas indikuje veľmi podobné ekonomické výsledky v čase. Obidve porovnania naznačujú, že zlepšenie ekonomických výsledkov nie je dôsledkom podpory, ale skôr dôsledkom samo-výberu podnikov do účasti v podpornej schéme. Viac v prílohe č. 3.

3.5 Aký je profil firiem (z pohľadu štádia životného cyklu podniku), ktoré sa obracajú na NPC?

3.5.1 VEKOVÁ ŠTRUKTÚRA PODNIKOV V PROGRAMOCH PROJEKTOV NPC

Z hľadiska vekovej štruktúry benefitujúcich subjektov v projekte „NPC v regiónoch“ (graf 5) v prípade fyzických osôb dominujú živnostníci s vekom²² 1 a 2 roky (v oboch prípadoch viac ako 400 subjektov). Podiel živnostníkov, ktorí mali viac ako 3 roky je nízky. V prípade právnických osôb je veková štruktúra mierne odlišná od FO. Taktiež dominujú podniky do 3 rokov, ale v starších kategóriách je zastúpenie právnických osôb vyššie než u živnostníkov. Takéto rozdelenie zodpovedá aj „ekonomickým poučkám“, keď u individuálnych podnikateľoch – živnostníkoch sa predpokladá nižšia životnosť. V tabuľke 16 je uvedená aj veková štruktúra podnikov v jednotlivých ekonomických sektoroch podľa NACE SK.

Graf 5: Veková štruktúra benefitujúcich subjektov podľa právnej formy v projekte „NPC v regiónoch“



Zdroj: podklady SBA

Tabuľka 16: Veková štruktúra benefitujúcich subjektov (FO - podnikateľ+PO) podľa sektora NACE SK v projekte „NPC v regiónoch“

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16-20	21+	Spolu
A Poľnohospodárstvo lesníctvo a rybolov	5	8	3	1	1	1	1	2					1	1	1	2	3	30
C Priemyselná výroba	127	120	56	27	12	13	9	11	6	12	6	10	7	12	6	28	36	498
D Dodávka elektriny plynu pary a studeného vzduchu		1							1							0	0	2
E Dodávka vody čistenie a odvod odpadových vôd odpady a služby odstraňovania odpadov	3	3	1	1											1		3	12
F Stavebníctvo	87	93	41	19	15	23	15	12	14	13	5	6	14	9	4	24	28	422
G Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	123	138	121	67	34	25	28	38	26	33	22	15	21	22	13	60	92	878
H Doprava a skladovanie	30	23	18	4	2	2	8	3	2	1	1	1	3	4	3	1	8	114
I	37	40	16	9	5	13	9	4	7	3	3	3	3	1	1	7	14	175

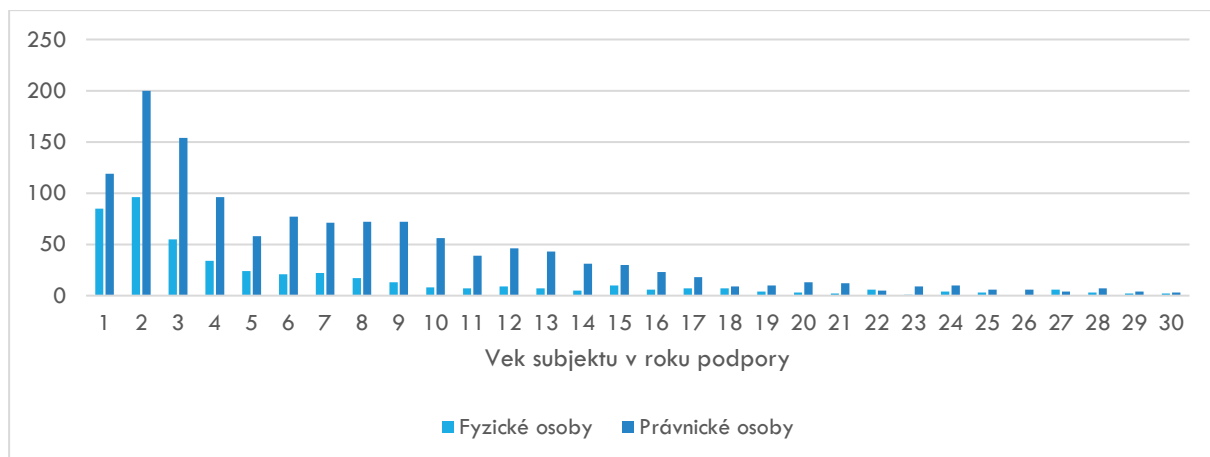
²² Dĺžka pôsobenia subjektu na trhu v roku, v ktorom sa zapojil do projektu.

Ubytovacie a stravovacie služby																				
J Informácie a komunikácia	52	74	51	33	21	16	13	21	10	7	7	7	8	5	4	11	13			353
K Finančné a poisťovacie činnosti	27	40	16	11	12	4	7	5	3	5	7		5			10	7			159
L Činnosti v oblasti nehnuteľností	31	31	31	8	3	6	2	4	4	4	2	6	1	2	2	3	8			148
M Odborné vedecké a technické činnosti	147	169	103	50	37	42	32	32	21	23	25	15	17	8	23	37	33			814
N Administratívne a podporné služby	92	91	46	26	19	21	14	5	12	8	5	4	5	3	1	7	7			366
O Verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie	1	1					1			1		1								5
P Vzdelávanie	33	25	14	13	4	8	5	6	1	1	4	1	1	1	1	5	6			129
Q Zdravníctvo a sociálna pomoc		6	3	2	3	2	3	5	3	1	1		6	3	4	8	1			51
R Umenie, zábava a rekreácia	27	29	11	6	2	1	5	3	2	2	1	1				1	4			95
S – Ostatné činnosti	40	48	24	11	11	2	7	4	9	1	6	2	5	4	1	11	10			196
U Činnosti extrateritoriálnych organizácií a združení		1																		1
Spolu	862	941	555	288	181	179	159	155	121	115	95	72	97	75	65	215	273			4448

Zdroj: podklady SBA

Veková štruktúra benefitujúcich subjektov v projekte „NPC II – BA kraj“ je podobná ako v projekte „NPC v regiónoch“ (graf 6). V prípade fyzických osôb dominujú živnostníci s vekom do 3 rokov. Podiel živnostníkov, ktorí mali viac ako 3 roky je nízky. V prípade právnických osôb je veková štruktúra mierne odlišná. Taktiež dominujú podniky do 3 rokov, ale v starších kategóriách je zastúpenie právnických osôb vyššie než u živnostníkov. V tabuľke 17 uvádzame aj vekovú štruktúru podnikov v jednotlivých ekonomických sektoroch podľa NACE SK.

Graf 6: Veková štruktúra benefitujúcich subjektov podľa právnej formy v projekte „NPC II – BA kraj“



Zdroj: podklady SBA

Tabuľka 17: Veková štruktúra benefitujúcich subjektov (FO - podnikateľ+PO) podľa sektora NACE SK v projekte „NPC II – BA kraj“

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16-20	20+	Spolu
A - Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov		2	1													1		4
C - Priemyselná výroba	20	30	16	12	3	3	7	4	5	1	2	3	3	3	2	9	7	130
F - Stavebníctvo		15	10	5	1	2	6	3	4	6	3	2	1	3	4	8	8	81
G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	30	31	30	25	10	16	13	15	17	10	10	14	7	11	7	20	29	295
H - Doprava a skladovanie	9	2	3	1	2	1	3	6	1	3		1	1					33
I - Ubytovacie a stravovacie služby	6	7	5	3	1	2		1	3	2	1	3	3	1	2	2		42
J - Informácie a komunikácia	28	51	36	16	13	18	12	14	14	12	3	6	4	7	5	15	11	265
K - Finančné a poisťovacie činnosti	1	6	1	4	3	2	3		3	1	1			2	2	1	1	31
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	6	4	7	4	5	1	2	6	1	4	3		3	1	1	7	1	56
M - Odborné vedecké a technické činnosti	61	95	55	34	21	30	31	22	21	12	15	16	18	4	13	30	28	506
N - Administratívne a podporné služby	28	26	19	10	10	9	5	5	7	2	3	6	5	1	2	1	5	104
P - Vzdelávanie	7	11	8	3	7	8	2	3	4	5	3	1	2	1		2	2	69
Q - Zdravotníctvo a sociálna pomoc	1	1	2				3	1		1					2	1		12
R - Umenie, zábava a rekreácia	3	7	13	7	1	2	4	5	2	3		1	2	1				51
S - Ostatné činnosti	4	7	3	6	5	4	2	4	2	1	2	2	1	1		3	6	53
Spolu	204	296	209	131	82	98	93	89	85	64	46	55	50	36	40	100	98	1776

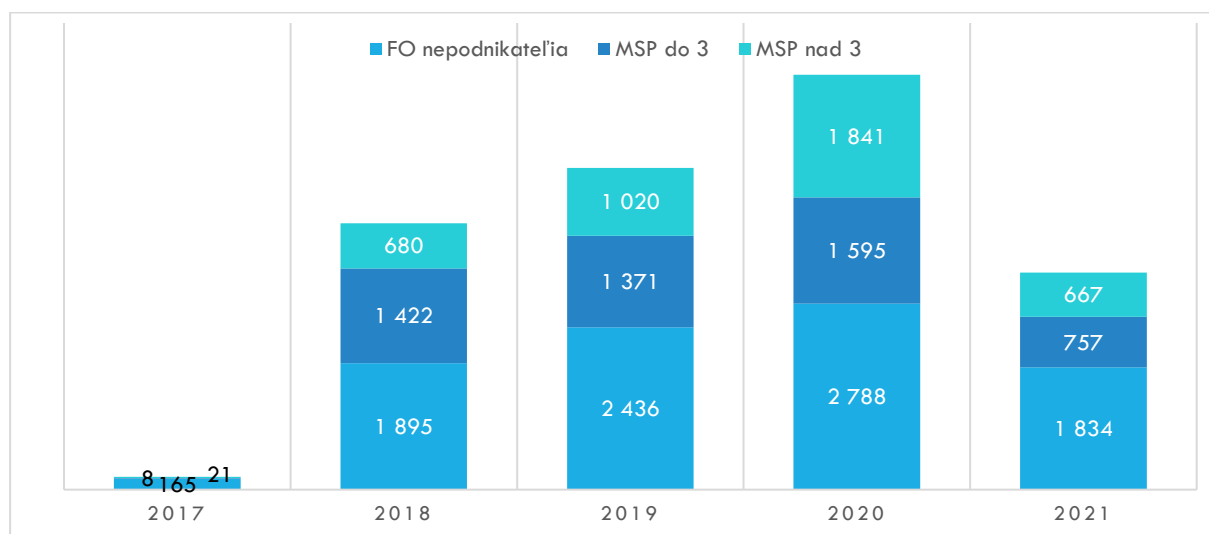
Zdroj: podklady SBA

3.5.2 PRIEBEŽNÉ ZHODNOTENIE

Programy NPC sú cieľené na MSP v rôznych štádiách životného cyklu. Stážový program, Inkubačný program a Rastový program (okrem Rastový program 3+) sú určené pre podniky, ktoré existujú max. 3 roky, to znamená, že v čase podania žiadosti o konkrétnu službu prešli maximálne 3 roky od ich registrácie do OR SR alebo ŽR SR alebo iného samostatného registra oprávňujúceho ich na podnikanie. Pre firmy, ktoré existujú viac ako 3 roky je určený Rastový program 3+. Evalvačné správy za jednotlivé roky (*Evalvačná správa za rok 2018, Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019 a Evalvačná správa-Hodnotiacia správa za 1.polrok 2020*) poskytujú údaje o počte jedinečných klientov jednotlivých programov.

Údaje o celkovom počte podporených MSP v regiónoch z hľadiska štádia ich životného cyklu poskytla SBA. V roku 2017 bolo v rámci NP NPC v regiónoch podporených 29 MSP, z čoho 8 bolo podnikov do 3 rokov a 21 podnikov nad 3 roky. V ďalšom roku už bolo podporených 2 102 MSP, pričom vyšší podiel (takmer 68%) tvorili MSP do troch rokov. V roku 2019 sa oproti predchádzajúcemu roku zvýšil podiel firiem nad 3 roky na celkovom počte MSP. V roku 2020 počet firiem nad 3 roky prevyšoval počet novo vzniknutých MSP. V roku 2020 bolo celkovo podporených viac ako 3 400 MSP, pričom MSP do troch rokov tvorili 46% podiel na celkovom počte MSP.

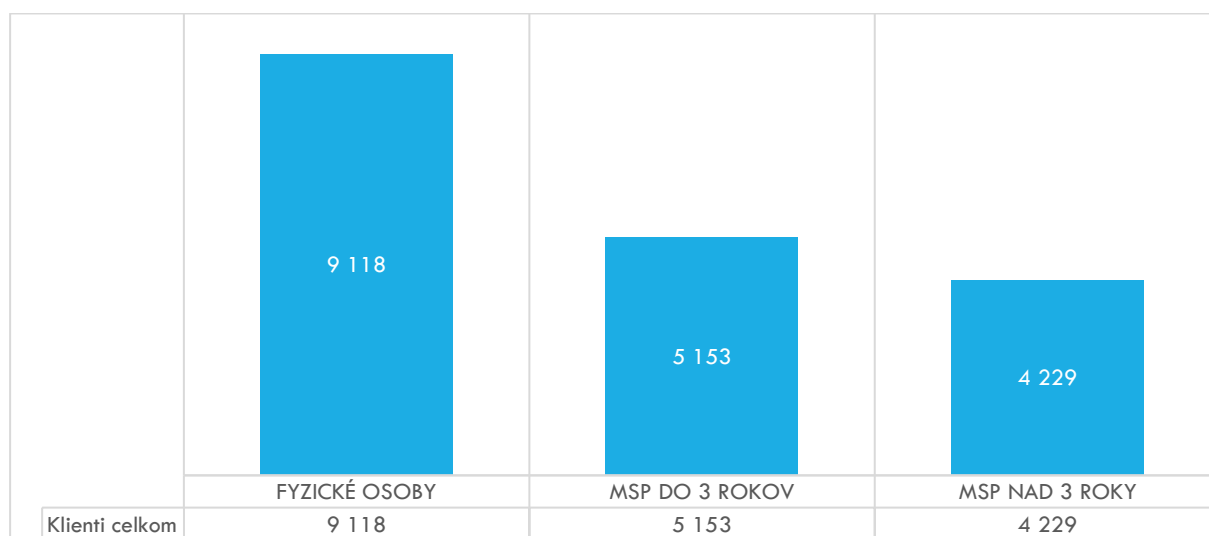
Graf 7: Počet klientov podľa kategórií za obdobie 2017-apríl 2021



Zdroj: SBA, Čerpanie a MU v roku 2021, NP NPC v regiónoch

Podľa údajov poskytnutých SBA, ohľadom počtu klientov k 30.4.2021, bola celkovo pomoc v rámci NP NPC v regiónoch poskytnutá viac ako 9100 fyzickým osobám a viac ako 9300 podnikom, pričom podľa údajov o celkovom počte MSP tvorili o niečo vyšší podiel na celkovom počte MSP, podniky do 3 rokov.

Graf 8: Počet klientov k 30.4.2021

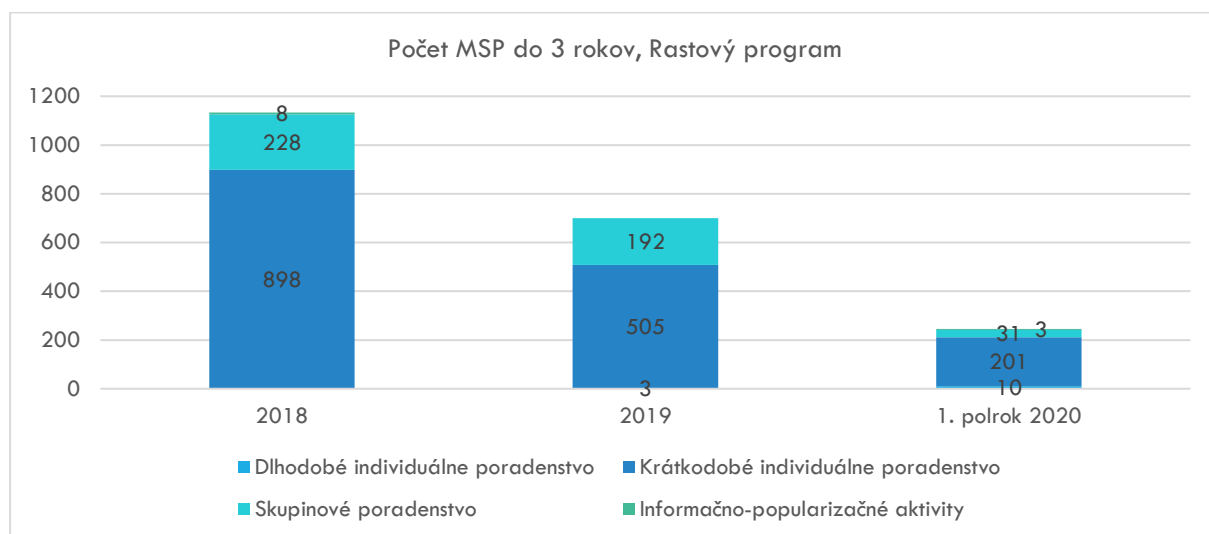


Zdroj: SBA, Čerpanie a MU v roku 2021, NP NPC v regiónoch

Začínajúce podniky do 3 rokov od vzniku sa zapájali predovšetkým do Rastového programu. V roku 2018 ich bolo do Rastového programu zapojených 1 134, do Stážového programu sa zapojilo iba 98 MSP a do Inkubačného programu žiadna. V roku 2019 bol opäť najvyšší záujem začínajúcich firiem o Rastový program (700 MSP), do Inkubačného programu sa v roku 2019 zapojilo 10 MSP a do Stážového programu 49 MSP. *Evalvačná správa-Hodnotiacia správa za 1.polrok 2020* uvádza, že v rámci Stážového programu v tomto období pomoc poskytnutá nebola, dôvodom bola podľa SBA pandémia COVID-19 a s ňou súvisiace opatrenia. Členstvo v Inkubačnom programe bolo v prvom polroku 2020 poskytnuté 8 MSP a pomoc v rámci Rastového programu získalo 245 začínajúcich MSP.

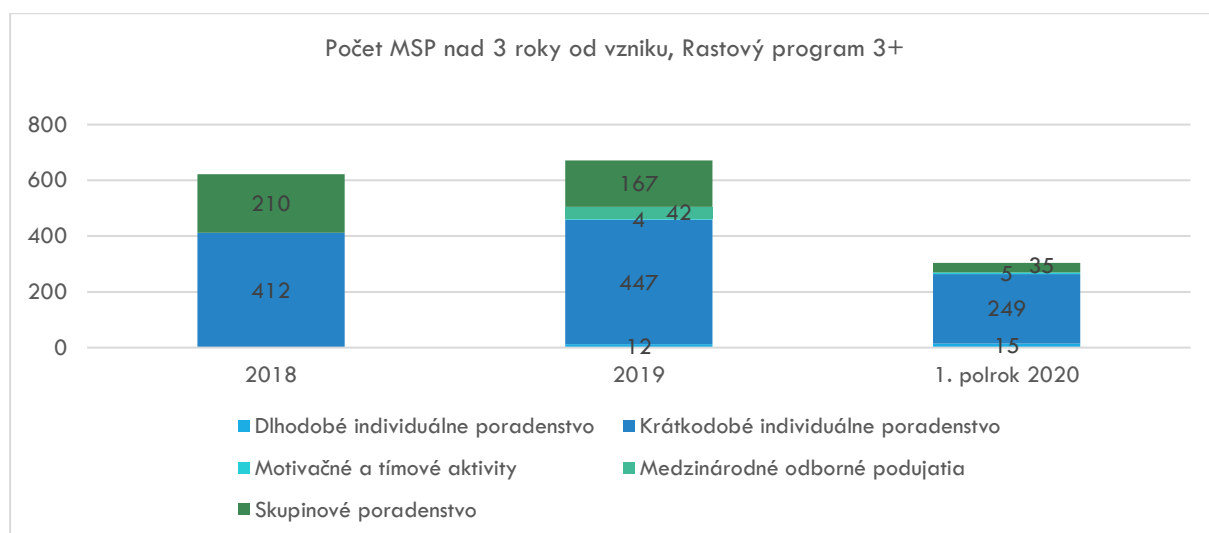
Čo sa týka jednotlivých služieb Rastového programu, najvyšší záujem bol o krátkodobé individuálne poradenstvo, a to ako u začínajúcich podnikov, tak aj u etablovaných MSP. Druhou najvyužívanejšou službou bolo skupinové poradenstvo.

Graf 9: Počet jedinečných klientov NPC v regiónoch – MSP, zapojených do Rastového programu



Spracované na základe údajov: Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacá správa za 1. polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Graf 10: Počet jedinečných klientov NPC v regiónoch – MSP, zapojených do Rastového programu3+



Spracované na základe: Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacá správa za 1. polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

V rámci NPC II - BA kraj sa realizoval Rastový program pre MSP bez ohľadu na počet rokov ich existencie a teda nie sú dostupné údaje ohľadom zapojenia zvlášť začínajúcich podnikov a zapojenia etablovaných podnikov.

Údaje o profile firiem z pohľadu štádia ich životného cyklu je možné čerpať aj z Monitorovacích správ projektov za jednotlivé roky. V tabuľkách nižšie sú uvedené údaje o počte vzniknutých a podporených start-up a spin-off podnikov za národný projekt NPC v regiónoch a národný projekt NPC II – BA kraj.

Tabuľka 18: Štatistika týkajúca sa počtu start-up a spin-off podnikov, NPC v regiónoch

	2017	2018	2019	2020	Kumulatív
Počet vzniknutých start-up podnikov	0	20	16	20	56
Počet vzniknutých spin-off podnikov	0	10	12	10	32
Počet podporených spin-off podnikov	0	45	38	45	128
Počet podporených start-up podnikov	0	94	85	94	273

Zdroj: Monitorovacie správy projektu 2017, 2018, 2019, 2020

Tabuľka 19: Štatistika týkajúca sa počtu start-up a spin-off podnikov, NPC II - BA kraj

	2017	2018	2019	Kumulatív
Počet vzniknutých start-up podnikov	0	11	0	11
Počet vzniknutých spin-off podnikov	0	5	0	5
Počet podporených spin-off podnikov	0	10	24	34
Počet podporených start-up podnikov	0	24	40	64

Zdroj: Monitorovacie správy projektu, 2017, 2018, 2019, 2020

Start-up a Spin-off podniky predstavovali iba malú časť na celkovom počte podnikov, ktoré získali nefinančnú podporu v rámci národných projektov. Start-up podnikov bolo asi dvakrát toľko ako spin-off podnikov.

3.6 Aké sú vstupné predstavy klientov o tom, čo malo NPC poskytovať a existujú nejaké bariéry pre klientov, ktorí majú záujem o podporu?

Vstupné predstavy klientov sa mierne líšili v závislosti od toho, či išlo o klienta nepodnikateľ'a, ktorý bol záujemcom o podnikanie alebo išlo o začínajúceho alebo etablovaného podnikateľ'a. Všetky cieľové skupiny však mali záujem získať nové poznatky, informácie, ale aj vytvárať si nové vzťahy a kontakty. Pre všetky cieľové skupiny bol určený program **Creative point**. Program má slúžiť ako tzv. tvorivá dielňa pre prístup a prácu s technológiami. Cieľovou skupinou programu sú MSP, záujemcovia o podnikanie a široká verejnosť. V rámci programu sú poskytované vzdelávacie workshopy, či prístup k technológiám. Z pozitívnych spätných väzieb, ktoré poskytli klienti programu je možné predpokladať, že ich vstupné predstavy o programe boli naplnené.

Cieľom klientov nepodnikateľ'ov bolo predovšetkým získanie nových informácií, poznatkov, motivácie, inšpirácie a takisto aj zdieľanie skúseností a networking.

Záujemcom o podnikanie slúžila napr. pomoc poskytovaná v rámci **Akceleračného programu**. Jej cieľom je poskytnúť im komplexnú podporu v začiatkoch podnikania. Cieľom bolo vybudovať priestor, kde záujemcovia o podnikanie získajú konkrétne praktické rady a postupy ako krok po kroku budovať svoje podnikanie, zároveň má predstavovať miesto, kde sa budú stretávať ľudia s podobným nastavením a zdieľať svoje skúsenosti. Podľa správy *Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy, Polročná analýza (nov.-dec.2017) a Polročná analýza (jan.-jun 2018), Národný projekt NPC v regiónoch* klienti Akceleračného programu zúčastnení na informačno-popularizačnej aktivite uviedli, že ich predstavou bolo získanie nových a cenných informácií z podnikateľ'ského prostredia pre začatie vlastného podnikania, získanie nových informácií do života a podnikania, vzdelávanie sa, zaujímavé poznatky, rozšírenie obzorov.

Klienti do niektorých programov, ako napr. **Akcelerátor** prichádzali s veľmi nejasnými predstavami a ich cieľom bolo získať usmernenia ako lepšie nasmerovať svoje podnikanie. Niekoľko príkladov zo záverečných správ k programu Akcelerátor – Úl' nápadov (BA kraj):

„Počas Akcelerátora som s pomocou mentora zmenila koncept podnikania, čo bolo dobré, lebo pôvodný koncept bol ťažko špecifikovateľný a uchopiteľný.“

„Do Akcelerátora som vstupovala iba s nejasným nápadom a končím už s takmer hotovým produktom, webom a jasnými ďalšími krokmi pred sebou.“

Vstupné predstavy klientov podnikateľov sa líšili podľa fázy ich životného cyklu. Pre začínajúcich podnikateľov bol určený napr. Inkubačný program. Začínajúci podnikatelia predstavujú cieľovú skupinu, ktorá sa musí vysporiadať s množstvom problémov a otázok, z čoho vyplývali aj ich očakávania. Klienti očakávali konkrétne, praktické rady v začiatkoch podnikania, nasmerovanie svojho podnikania, konzultácie s odborníkmi z konkrétnej oblasti. V prípade fyzického členstva v Inkubátore klienti hľadali aj miesto na nerušenú prácu a stretávanie sa s podobne nasmerovanými ľuďmi. Z pozitívnych spätných väzieb, ktoré poskytli klienti programu je možné predpokladať, že ich vstupné predstavy o programe boli naplnené. Výnimkou je napríklad klient, ktorý využil virtuálne členstvo v Inkubačnom programe. Jeho predstava bola naplnená čiastočne, nakoľko si chcel vybrať konkrétneho konzultanta, ktorý zatiaľ nebol v systéme SBA, avšak konzultantovi sa odmena za mentoring, kvôli ktorému by navyše musel absolvovať náročnejší výberový proces, nezдалa atraktívna.

Stážový program bol určený pre začínajúcich podnikateľov, ktorí v rámci neho mohli získať skúsenosti so zahraničným trhom, vyskúšať si iné ako domáce podmienky, či konfrontovať sa s konkurenciou. Z pozitívnych spätných väzieb, ktoré poskytli klienti v *Záverečných správach o účasti na medzinárodnom odbornom podujatí* je možné predpokladať, že ich vstupné predstavy o programe boli naplnené. Klienti vyzdvihovali najmä získanie konkrétnych znalostí priamo aplikovateľných v rámci ich podnikania. Príkladom je klient, ktorý sa zúčastnil online školenia, následne absolvoval certifikačnú skúšku a plánuje takéto kurzy ponúkať v rámci svojho podnikania.

Do **Rastového programu** prichádzali podnikatelia s pomerne jasnou predstavou, čo by chceli v rámci neho získať. Na začiatku dlhodobého poradenstva si napríklad klienti nastavovali určité ciele a po jeho ukončení v rámci spätnej väzby uvádzali, či sa im tieto ciele podarilo naplniť. Väčšina klientov uviedla, že svoje ciele naplnili, v prípade, že uviedli iba čiastočné naplnenie cieľov, dôvodom bola často potreba väčšieho časového horizontu pre ich naplnenie. Medzi uvádzané ciele patrila napr. analýza webu, SEO optimalizácia, zmena štruktúry webu, nastavenie financovania, získanie právnej pomoci, marketingová a obchodná stratégia, atď., teda konkrétne oblasti, ktoré ako firma potrebujú zlepšiť.

Z údajov dostupných z *Evalvačných správ, Monitorovacích správ a individuálnych Záverečných správ klientov* je možné učiť niekoľko hlavných bariér pre zapojenie väčšieho počtu klientov.

Prvou bariérou je nízke povedomie verejnosti o NPC. Nízke povedomie verejnosti súvisí s nedostatočnou propagáciou aktivít a takisto aj nedostatočným cíelením jednotlivých aktivít. Slabá propagácia služieb bola veľmi častou pripomienkou v *Záverečných správach klientov*. Nedostatočná informovanosť o pripravovaných akciách predstavuje bariéru aj pre už existujúcich klientov. S propagáciou aktivít úzko súvisí najdôležitejší komunikačný kanál, a to webová stránka. Viacerí klienti mali pripomienky k prehľadnosti webovej stránky a k procesu prihlasovania na podujatia. Aj neprehľadná webová stránka tak môže byť prekážkou vstupu ďalších záujemcov do programov. Manažéri NPC uviedli, že propagácia bola postupne zlepšovaná osobným kontaktom s klientmi, oslovaním združení, zväzov a efektívnejším využívaním sociálnych sietí.

Ďalšou významnou bariérou je vyššia administratívna náročnosť spojená s čerpaním pomoci z NPC. Administratívna náročnosť súvisí najmä s náročnosťou registrácie. Registráciu na podujatia považovali klienti za príliš zdĺhavú. Ide o bariéru, ktorej riešenie nie je, podľa manažérov SBA, plne v kompetencii NPC, nakoľko vyplýva z pravidiel pre čerpanie EŠIF. Zo strany NPC bola snaha o znižovanie administratívnej náročnosti. Jedným z krokov smerom k zjednodušeniu prístupu klientov k službám NPC bolo pridanie automatických funkcií, ktoré urýchlili vyplňanie formulárov pre registráciu.

V rámci registrácie sa vyžaduje od záujemcov podnikateľov overenie statusu MSP. Overovanie statusu MSP si vyžaduje poskytnutie podrobných informácií o firme. Aj tento fakt môže predstavovať bariéru

pre záujemcov o čerpanie pomoci. Potreba poskytovania veľkého množstva vstupných informácií sa často objavovala medzi pripomienkami klientov. Pracovníci NPC mali snahu eliminovať túto bariéru prostredníctvom poskytovania pomoci a súčinnosti klientom. Ochota a ústretový prístup boli klientami často vyzdvihované.

Bariérou identifikovanou SBA v prípade poskytovania služieb organizácie podujatí môže byť nesprávne zvolený čas podujatia, najmä ak sa podujatie koná v štandardnom pracovnom čase. Viacerí klienti mali výhradu k časom workshopov, prípadne k ich prelinaniu.

Box 7: Prípadová štúdia využitia služieb regionálneho NPC

Hlavné zistenia, ktoré prípadová štúdia indikuje:

- Pretrvávajúce menšie povedomie v sektore MSP o možnostiach a službách NPC.
- Malé firmy potrebujú osobný prístup a veľmi celenú pozornosť a pomoc (vrátane administratívnej) hlavne v úvodnej fáze nadväzovania kontaktu s NPC.
- Súčasné nastavenie programu neumožňuje väčšiu adresnosť pomoci konzultantov a praktickú pomoc na konkrétnych veciach, v realite sa ale tieto hranice posúvajú.
- Kľúčový faktor úspechu sú odborne kvalifikovaný lektori/lektorky so sociálnymi zručnosťami.
- Vysoká spokojnosť klienta po obdržaní pomoci vytvára priestor pre ďalšie rozširovanie služieb a skúmanie modelov ich udržateľnosti.

XY Service je mladá firma založená v Banskej Bystrici vo februári 2019. Venuje sa primárne diagnostike a opravám cestných motorových vozidiel a pridruženým činnostiam v oblasti obchodu, služieb a výroby. Ide o nový projekt skúsených zakladateľov, ktorí sa rozhodli zúročiť svoje know-how získané vo väčších firmách a založiť si vlastnú spoločnosť. Konateľka pred tým pracovala v profesionálne riadenej organizácii a mala na starosti aj projekty financované z Európskych štrukturálnych a investičných fondov (EŠIF). Podľa jej hodnotenia bol prechod do segmentu malých firiem veľkou výzvou a zistili, že v mnohých oblastiach sa orientujú len veľmi málo a chýbajú im praktické vedomosti potrebné pre manažment a rozbeh aktivít.

Prvou výzvou ktorú si interne identifikovali bol marketing. Ako novozaložená firma mali len veľmi nejasné predstavy ako má fungovať profesionálny marketing ich služieb. Nevedeli na koho sa majú obrátiť, ale keďže konateľka pracovala v oblasti EŠIF, v podstate náhodne cez vyhľadávanie našla programy NPC, ale podľa jej názoru: „obyčajný človek by to nemal šancu nájsť“. Skúsenosť firmy indikuje, že napriek reportovaným aktivitám NPC v oblasti budovania povedomia o centrách a službách je pomerne zložitá dostať informácie o možnostiach až do jednotlivých podnikateľských subjektov, ktoré by z nich mohli následne profitovať.

Pre malé a začínajúce firmy ako je XY Service predstavuje problém hlavne prvý kontakt a následne administratívna záťaž. Pozitívne bolo hodnotené, ako NPC pracovalo s novým klientom: „boli veľmi milí a trpezliví, mali sme asi kopec otázok úplne od vecí, ale všetko mi vysvetlili a až tam som vlastne pochopila, čo vlastne všetko robia.“ Zložitá administratíva bola na začiatku podstatnou bariérou, týkalo sa to hlavne registrácie: „krkolomne to máme za sebou“. Príklad tejto firmy tiež poukazuje na to, že hlavne malé firmy nie sú zvyknuté riešiť veci elektronicky, museli používať mnohé videonávody a pod., aby niektoré veci dokázali zvládnuť (napr. elektronický podpis).

Na základe zhodnotenia ich potrieb bola firma zaradená do rastového programu (MSP do 3 rokov). V rastovom programe dostali konzultantku, ktorá bola podľa ich hodnotenia mimoriadne nápomocná a bez ktorej pomoci by mnohé veci nezvládli. Zároveň ale pociťovali isté obmedzenia v tom, že súčasné nastavenie programu neumožňuje (oficiálne) väčšiu adresnosť pomoci konzultantov a praktickú pomoc na konkrétnych veciach. Niekedy je ale medzi poradenstvom a spoluprácou na konkrétnych výstupoch len veľmi tenká deliaca čiara. V tomto prípade napríklad konzultantka radila pri príprave webovej stránky, ale zároveň ju zrejme do značnej miery aj vytvárala. Aj keď je to nad rámec aktivít konzultantov (tí by ich to mali iba učiť). Príklad tejto firmy ukazuje, že klienti nemajú na niektoré veci elementárne zručnosti: „skúšali sme tú stránku,

ale sami by sme to jednoducho nedokázali a ak by sme mali najímať ďalšieho človeka na toto, tak by sa veci predlžovali a komplikovali“.

Ako indikujú širšie hodnotenia programu a ilustruje táto prípadová štúdia, kľúčový faktor úspechu sú odborne kvalifikovaní lektori/lektorky so sociálnymi zručnosťami. Vo firme XY Service boli mimoriadne spokojní s podporou: „mali sme šťastie na fantastickú konzultantku, vďaka nej nie je programu čo vytknúť“. Program (pomoc konzultantov) je veľmi výhodný pre malých podnikateľov, ktorí nemajú skúsenosti v inej oblasti ako pracujú často im chýbajú administratívne, právne, ekonomické zručnosti.

Pozitívna skúsenosť firmy XY Service vedie aj k oceneniu tejto služby: „v budúcnosti si vieme predstaviť, že by sme si za podobnú službu priplatili, lebo to bola veľmi konkrétna a dôležitá pomoc, ktorú už teraz vieme oceniť.“ Vysoká spokojnosť klienta po obdržaní pomoci vytvára priestor pre ďalšie rozširovanie služieb a zároveň sa ukazuje aj kľúčová pre dlhodobú udržateľnosť NPC a aplikovanie rôznych modelov budúceho financovania a spolu financovania.

Realizovaný prieskum potvrdil uvedené zistenia. Podľa realizovaného prieskumu sú vstupné predstavy klientov o tom, čo je NPC a aké služby im môže poskytnúť rôzne a častokrát závisia od typu podniku a jeho vývojového štádia. Podniky vyžadujú služby v rôznych oblastiach, ako sú napr. BOZP, daňové a účtovné poradenstvo, marketing, právne služby, GDPR, atď. Častokrát sa jedná o veľmi špecifické potreby, ktoré súvisia s konkrétnym biznisom (napr. mamička na materskej, ktorá vyrába kreatívne produkty, potrebuje špecifické poradenstvo zamerané na sociálne siete a nastavenie Google štatistiky). Zamestnanci NPC majú skúsenosť, že podniky, ktoré majú do troch rokov od vzniku využijú takmer akúkoľvek službu, ktorá im je ponúknutá, nakoľko často nedisponujú voľnými finančnými prostriedkami, škála ich problémov je široká a aj ich zameranie sa často ešte formuje. Naproti tomu, etablované podniky, ktoré fungujú viac ako tri roky sú pri výbere služieb ďaleko selektívnejšie. Vyberajú si najmä drahšie služby a tie lacnejšie si radšej zaplatia sami.

Predstavy klientov o aktivitách NPC často súvisia s tým, odkiaľ sa o NPC dozvedeli. Klienti, ktorí prichádzajú na základe odporúčania svojich známych, ktorí už majú skúsenosť s programami NPC väčšinou vedia, čo môžu očakávať, sú si vedomí aj úvodných „ťažkostí“ s registráciou, ale tiež benefitov, ktoré im spolupráca s NPC môže priniesť. Klienti, ktorí objavili NPC náhodne majú očakávania rôzne. K vstupným predstavám klientov vyjadrili svoj názor aj manažéri NPC. Jeden z manažérov v rámci regionálnej siete NPC uviedol: „Niekdedy majú klienti predstavy, že NPC im doslova vydláždí cestu k podnikaniu.“ Iný uviedol: „My im biznis nezachránime, ale vieme im pomôcť, nech si v ňom „upracú“, nájdú si kontakty. Fantastické je, keď klienti začnú medzi sebou spolupracovať.“

Celkovo možno konštatovať vysokú mieru snahy manažérov jednotlivých programov poskytovaných v rámci siete NPC pomáhať rôznym typom záujemcov a etablovaným klientom.

Po registrácii a prvých absolvovaných podujatiach je zo strany klientov/MSP väčšinou vždy záujem aj o ďalšie služby. Najviac je (po skupinových podujatiach) žiadané individuálne poradenstvo zo strany externých odborných konzultantov. Klienti vyžadujú získanie služby „okamžite“. Snahou NPC je, aby klienti boli schopní využívať služby v čo najkratšom čase. Niektorí manažéri NPC zvýraznili snahu o to, aby bolo možné využívať služby do týždňa (krátkodobé poradenstvo). Pri dlhodobom poradenstve je situácia trochu odlišná, pretože každá žiadosť musí ísť na schválenie do Bratislavy. Vzhľadom na nastavenie systému výberu pre udelenie dlhodobého poradenstva (posudzovanie najmä ekonomických parametrov podnikov) nie sú všetky žiadosti schvaľované. Niektorí manažéri to označili za škodu, lebo niektoré neschválené projekty mali podľa nich potenciál aj napriek nedostatočnej ekonomickej výkonnosti klienta. Klient NPC v tejto súvislosti navrhol: „...zjednodušiť vstupný proces, aj rozhodovanie o možnostiach využívať služby, namiesto vypisovania formulárov by to mohol byť pohovor pred komisiou, viem im hneď na mieste prezentovať web, činnosť, plány a pod.“

Administratívne zaťaženie je podnikmi (ako aj NPC) vnímané negatívne a to aj napriek snahe administrátorov NPC v čo najvyššej miere znížiť požiadavky kladené na klientov. Prístup k požadovanej

pomoci/službám NPC môže (v niektorých typoch služieb) získať podnikateľ až po niekoľkých mesiacoch. Manažérka NPC konštatovala, „dopyt by bol vyšší, keby kritériá boli jednoduchšie“.

Je to v rozpore s tým, že mnohí podnikatelia oslovujú NPC práve z dôvodu potreby riešenia akútnych problémov, preto pri dlhej dobe pridelenia služby môže podľa niektorých podnikov „stratiť službu zmysel“. Klient NPC to zhrnul: „Okrem administratívy je tam potom ešte schvalovací proces. Čas zaberie vyplňanie formulárov a potom sa čaká na schválenie. Kebyže iba vyplňam formuláre a čakám na schválenie, tak nezarobím nič. Do niektorých aktivít som z týchto dôvodov ani nešiel, neoplatilo sa mi to.“ Dokonca jeden z manažérov skonštatoval, že „podnikatelia radšej zaplatia za službu 10 EUR a nebudú musieť absolvovať papierovačky“.

Sieť NPC poskytuje širokú škálu služieb čím sa snaží reagovať na potreby klientov. Služby na seba navzájom nadväzujú, čo umožňuje podnikateľom riešiť svoje meniace sa potreby počas každého ďalšieho štádia životného cyklu. Vyššie administratívne nároky sú očakávané na začiatku-pri vstupe do niektorého z programov. Následne „môže podnik chodiť medzi programami“. Jedna z manažérok NPC poukázala na zlú informovanosť medzi programami.

Vstupné predstavy klientov sa v jednotlivých regiónoch líšia. Manažér NPC konštatoval, že „v regiónoch je vďačnejšia cieľová skupina“. Iná manažérka uviedla, „v Bratislave pociťujeme veľkú konkurenciu“ a preto sa tešíme keď „prídu podnikatelia sami“, pričom „zväčša nie sú inovatívni“. Problém s inovatívnosťou firiem je celkovo v rámci všetkých NPC.

Neočakávané vypuknutie pandémie Covid-19 však ovplyvnilo aj potreby cieľových skupín NPC. Klienti vo výrazne vyššej miere žiadajú poradenstvo v online marketingu. O online marketing majú záujem všetky typy malých a stredných podnikov. Podľa regionálnych manažérov NPC majú podniky pôsobiace v regiónoch rôznu mieru IKT zručností, ktoré sú v súčasnej dobe nevyhnutnosťou. Ako konštatoval jeden z regionálnych manažérov: „Niektorí sa iba učia ako posielat' email.“ To poukazuje na potrebu vo vyššej miere sa venovať službám spojeným so zvyšovaním znalostnej bázy a zručností (najmä) podnikov v regiónoch.

Vstupné predstavy klientov o tom, čo im môže NPC poskytnúť sú často veľmi nepresné. Najmä v počiatkových fázach činnosti jednotlivých NPC prejavovali podnikatelia záujem aj o získanie finančných zdrojov. Požadovali najmä granty, len v menšej miere návratné formy pomoci, príp. iné typy finančných nástrojov. NPC však nevie priamo poskytovať finančné prostriedky, ale poskytuje len poradenské služby, prípadne prístup k technológiám. Klienti nie celkom správne chápú, čo vlastne služba poskytnutie poradenstva znamená. Niektorí klienti očakávajú, že konzultant-lektor, ktorého získajú v rámci podpory poskytovanej NPC im okrem poskytnutia konzultácie poskytne aj dodanie konkrétneho výstupu. NPC však takéto typy vyžadovaných služieb nemôže poskytovať. Tento prístup je pre klientov nezrozumiteľný. Ako konštatuje jeden z manažérov: „Napríklad, treba klientom vysvetliť, prečo im NPC nemôže vypracovať podnikateľský plán, ktorý očakávajú a nedostanú ho.“ Niekedy sú očakávania klientov nad rámec možností NPC. V prípade často využívaného krátkodobého poradenstva je klient limitovaný 10 hodinami konzultácií. Manažéri NPC konštatovali, že klienti majú aj v prípade krátkodobého poradenstva (často) veľké očakávania a z toho vyplýva aj ich následné sklamanie, resp. nenaplnenie predstáv o službe. Ako uviedol jeden z manažérov NPC: „Z 10 hodín sa často len identifikuje problém.“ Ďalší z manažérov skonštatoval: „Ťažko vysvetliť človeku, že za 10 hodín sa všetko nedá, tak hľadáme, čo je pre podnikateľa prioritou a tú tému vyberáme...potom ich väčšinou odporučíme na dlhodobé poradenstvo, aby si tam dali žiadosť... niekedy nesprávne smerujú žiadosť – v NPC žiadosť zamietnu a opravajú...lektori sú platení určitou sumou, s ktorou sa nedá hýbať.“ To poukazuje na skutočnosť, že v rámci siete NPC je snaha vychádzať v ústrety potrebám klientov. Uvedené potvrdili aj podnikatelia zapojení do prieskumu (hlbkových rozhovorov).

Bariéry vidia programoví manažéri ako aj klienti (MSP) hlavne v byrokracii a komplikovanej administratíve. Proklientský prístup je tu veľmi nápomocný. Jeden zo zamestnancov NPC uviedol: „Dve tretiny práce robíme my. Snažíme sa dať zo seba čo najviac.“ Ako konštatoval jeden zo skúsených regionálnych administrátorov jedného z programov: „Pri zmluvných službách, tam je to komplikovanejšie, musia vypracovať viac dokumentov, profily, atď. Je tam veľa otázok, máme klientov, ktorí sedeli pri tom celý deň...máme ďalších ktorých to zabalili a nechali tak.“

NPC v regiónoch silne volajú po decentralizácii. Regionálni administrátori majú pocit, že služby, o ktorých sa rozhoduje priamo v regióne, podľa nich fungujú lepšie. Niektoré typy aktivít nie je možné realizovať v dostatočnej kvalite, príp. vôbec bez externých subdodávateľov z dôvodu komplikovaného systému verejného obstarávania.

Motivácia zapojenia do programov

V rámci doplnkového dotazníkového prieskumu bolo posudzované zapojenie malých a stredných podnikov do programov NPC z hľadiska nasledovných motivačných faktorov:

- snaha zlepšiť naše ekonomické výsledky
- snaha zlepšiť naše postavenie na trhu
- snaha zachytiť nové obchodné príležitosti
- snaha zmeniť náš biznis model
- snaha vyvinúť nové produkty alebo služby
- snaha prispôbiť sa meniacej sa legislatíve
- snaha reagovať na technologické výzvy
- snaha reagovať na rastúcu konkurenciu
- snaha vyhovieť požiadavkám našich zákazníkov, alebo subdodávateľov
- snaha získať novú víziu a nové nápady, impulzy pre podnikanie
- snaha získať prístup k unikátnej infraštruktúre (Creative point)

Bolo zistené, že až 84% respondentov bolo motivovaných využiť služby NPC z dôvodu snahy zlepšiť ekonomické výsledky podniku (odpoveď určite áno, skôr áno). Nerozhodnú odpoveď (ani áno, ani nie) uviedlo len 8% z nich. Na druhej strane tento faktor nebol motivačný pre len pre 8% respondentov (odpoveď určite nie, skôr nie) čo poukazuje na významnosť tohto motivačného faktora.

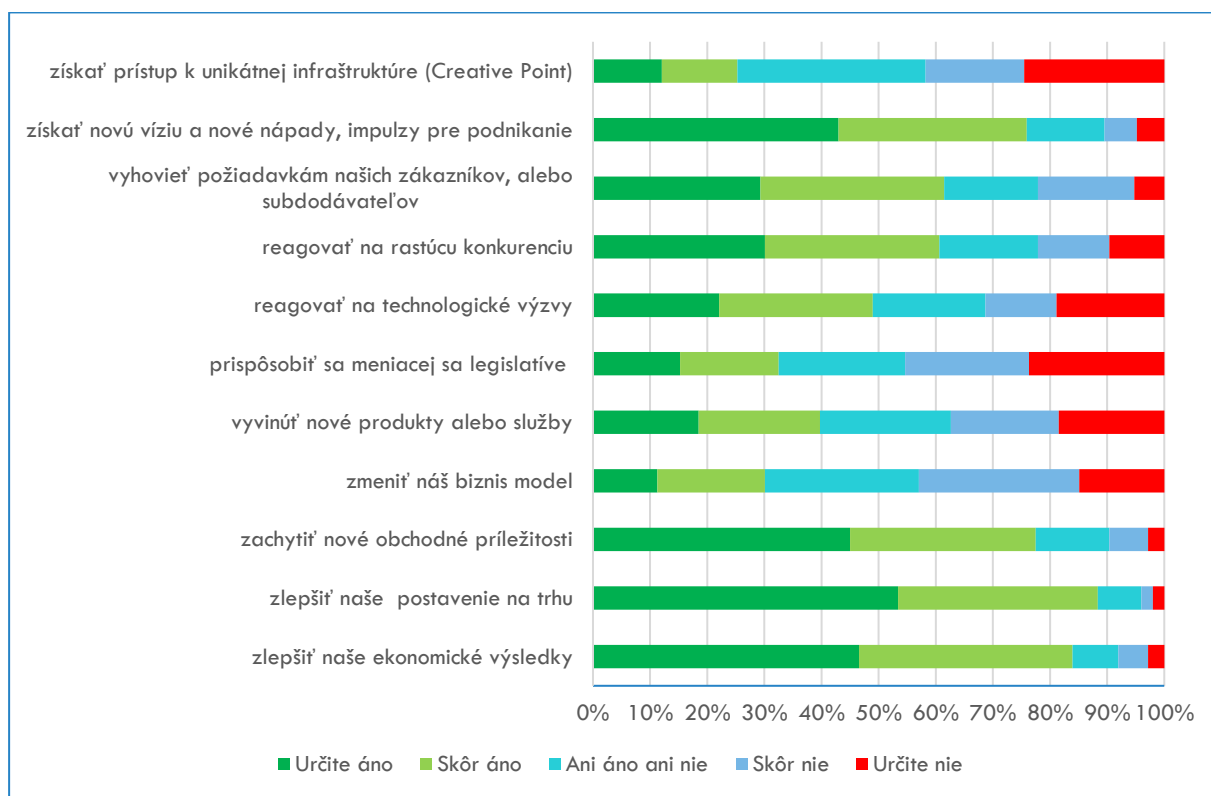
Až 88,4% respondentov uviedlo, že bolo motivovaných (odpoveď určite áno, skôr áno) využiť služby siete NPC z dôvodu ich snahy zlepšiť postavenie podniku na trhu. Uvedená oblasť nemotivovala využiť služby len 4% respondentov (odpoveď určite nie, skôr nie). Len cca. 8% respondentov uviedlo nerozhodnú odpoveď.

Snaha zachytiť nové obchodné príležitosti bola hnacou silou pre zapojenie do niektorého z programov v prípade až 77,5% respondentov (odpoveď určite áno, skôr áno). Uvedená oblasť nemotivovala pre využitie nefinančnej podpory len 9,6% respondentov. Nerozhodnú odpoveď uvidelo len 12,8% respondentov.

Rastúca konkurencia predstavovala motivačný faktor využitia nefinančnej podpory poskytovanej sieťou NPC pre 60,6% respondentov (odpoveď určite áno, skôr áno). Na druhej strane 22,1% respondentov nepovažovala (odpoveď určite nie, skôr nie) rastúcu konkurenciu za motivátor pre využívanie služieb NPC.

Podobne respondenti odpovedali aj v prípade snahy vyhovieť požiadavkám zákazníkov, alebo subdodávateľov, ktorá motivovala využiť služby NPC celkovo 61,4% z nich (odpoveď určite áno, skôr áno). Na druhej strane 22% respondentov tento faktor nepovažovala za podstatný (odpoveď určite nie, skôr nie).

Graf 11: Motivácia vstupu do programov



Zdroj: vlastné spracovanie

S uvedenými zisteniami súvisí aj skutočnosť, že až 75,9% respondentov očakávalo, že v rámci využitia rôznych typov služieb poskytovaných NPC získajú novú víziu a nové nápady, impulzy pre podnikanie. Len 10,4% respondentov nebolo motivovaných využiť služby z tohto dôvodu.

Snahu zmeniť svoj biznis model však považovalo za motivačný faktor len 30% respondentov (odpoveď určite áno, skôr áno). Na druhej strane až 43% respondentov jednoznačne uviedlo, že táto oblasť nebola motivačným faktorom podmieňujúcim ich vstup do niektorého z programov poskytovaných sieťou NPC. Neutrálnu odpoveď uvidelo 26,9% respondentov.

V porovnaní so zisteniami vyššie je zrejmé, že primárnou snahou podnikov bolo kapitalizovať aktuálny biznis model a neuvažovali o potrebe zmeny biznis modelu.

Mnohé podniky nevyužívali ponuku siete NPC s cieľom vyvinúť nové produkty alebo služby čo dokazuje, že 37,4% respondentov nepovažovala tento faktor za motivačný (odpoveď určite nie, skôr nie).

Na druhej strane 39,7% podnikov uviedlo práve tento faktor za motivačný (odpoveď určite áno, skôr áno). Až 22,9% respondentov uviedlo neutrálnu odpoveď čo indikuje istý potenciál v tejto oblasti.

Podobné zistenie vyváženej ne/motivácie bolo aj v prípade snahy prispôbiť sa meniacej sa legislatíve, ktorá bola motiváciou pre 32,5% respondentov. Naopak meniacia legislatíva nepredstavovala motivačný faktor pre 45,4% respondentov. Neutrálnu odpoveď uvádzalo 22% respondentov.

Na druhej strane až 49% respondentov bolo motivovaných (odpoveď určite áno, skôr áno) využiť služby siete NPC z dôvodu snahy reagovať na rôzne technologické výzvy. Táto oblasť však nebola motivačným faktorom pre 31,3% respondentov. Neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie) uviedlo 20% respondentov.

Možnosť získať prístup k unikátnej infraštruktúre, reprezentovanej Creative point²³, motivovala 25,3% respondentov (odpoveď určite áno, skôr áno). Ponuka Creative point nebola motivátorom pre 41,7 respondentov. Neutrálnu odpoveď uviedlo 32,9% respondentov čo indikuje istý potenciál v tejto oblasti.

Uvedené zistenia poukazujú na skutočnosť, že motivácia zapojenia subjektov do niektorého z programov NPC je komplexná a ekonomické motívy boli najvýznamnejšie.

3.7 Aký je relatívny záujem o jednotlivé druhy služieb a ktoré faktory to ovplyvňujú?

Cieľom je „určiť základné kontúry“ benefitujúcich subjektov a hodnoty poskytnutej služby podľa jednotlivých programov, typu služieb, právnej formy subjektov ako aj ich rozloženia podľa roku poskytnutej služby.

3.7.1 CELKOVÁ ÚČASŤ PODNIKOV A HODNOTA POSKYTNUTEJ SLUŽBY V PROJEKTE „NPC V REGIÓNOCH“

Ako základnú, východiskovú informáciu poskytujeme v tabuľke 20 počet zapojených podnikov ako aj výšku hodnoty poskytnutej služby podľa jednotlivých programov. Dominujúcimi programami v projekte „NPC v regiónoch“ (a to v prípade právnických ako aj fyzických osôb) boli Rastový program (MSP do 3 rokov) a Rastový program (MSP nad 3 roky). V prípade Stážového/Inkubačného programu evidujeme vyšší dopyt u právnických osôb než u fyzických osôb.

Tabuľka 20: Účasť a hodnota poskytnutej služby podľa programov projektu

Program	Počet podnikov*	Hodnota poskytnutej služby v EUR	Hodnota poskytnutej služby v %
CREATIVE POINT	36	1 880	0,1
RASTOVÝ PROGRAM (MSP do 3 rokov)	3 987	1 335 686	43
RASTOVÝ PROGRAM (MSP nad 3 roky)	3 487	1 363 755	44
STÁŽOVÝ/INKUBAČNÝ PROGRAM	291	389 723	13
Spolu	7 801	3 091 044	100
Fyzické osoby:			
CREATIVE POINT	26	1 420	0,1
RASTOVÝ PROGRAM (MSP do 3 rokov)	1 958	576 687	51
RASTOVÝ PROGRAM (MSP nad 3 roky)	1 277	427 978	38
STÁŽOVÝ/INKUBAČNÝ PROGRAM	101	115 659	10
Fyzické osoby spolu	3 362	1 121 744	100
Právnické osoby:			
CREATIVE POINT	10	460	0,02
RASTOVÝ PROGRAM (MSP do 3 rokov)	2 028	758 959	39
RASTOVÝ PROGRAM (MSP nad 3 roky)	2 209	935 697	48

²³ Regionálne limitovaná dostupnosť Creative point ovplyvnila aj hodnotenie respondentov.

STÁŽOVÝ/INKUBAČNÝ PROGRAM	190	274 065	14
Právnické osoby spolu	4 437	1 969 181	100

Zdroj: podklady SBA; Pozn.: * - jedna FO - podnikateľ/PO sa mohla programu zúčastniť viackrát

Podrobnejšie rozdelenie jednotlivých programov podľa typu služieb uvádzame v tabuľke 21. Najviac využívaným typom poskytovaných služieb je krátkodobé poradenstvo (1.7 KIP - Krátkodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP a 2.1 KIP - Krátkodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP 3). Tento druh služieb tvorí dominantný podiel v rámci hodnoty poskytnutých služieb v prípade oboch Rastových programov – spolu až 65 % celého projektu. Krátkodobé poradenstvo dopĺňajú dlhodobé poradenstvo (1.7 DIP - Dlhodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP individuálne témy a 2.1 DIP - Dlhodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP individuálne témy 3) ktoré malo spolu 18%-ný podiel na celkovej hodnote poskytnutých služieb projektu. Vyšší podiel vykazuje ešte v rámci Stážového/Inkubačného programu služba 1.5 MOP - Medzinárodné odborné podujatia s 10%-ným podielom na celkovej hodnote poskytnutých služieb.

Tabuľka 21: Poskytnutá pomoc podľa typu služby (PO+FO - podnikateľ) v EUR

Program – typ služby	Počet podnikov*	Hodnota poskytnutej služby v EUR	Hodnota poskytnutej služby v %
CREATIVE POINT	36	1 880	0,1
1.3 SPW - Jednorazové - ad hoc - skupinové poradenstvo: špeciálne workshopy	7	80	0,0
1.3 TU - Pravidelná forma skupinového poradenstva "technické utorky"	29	1 800	0,1
RASTOVÝ PROGRAM (MSP do 3 rokov)	3 987	1 335 686	43
1.7 DIP - Dlhodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP individuálne témy	91	239 140	8
1.7 KIP - Krátkodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP	2 755	1 072 346	35
1.7 SPN - Skupinové odborné poradenstvo: Networking - podpora sieťovania	92	1 225	0,0
1.7 SPP - Skupinové odborné poradenstvo: prednášky	2	44	0,0
1.7 SPS - Skupinové odborné poradenstvo: odborné semináre	845	19 598	0,6
1.7 SPW - Skupinové odborné poradenstvo: workshopy	155	2 569	0,1
1.7 UPP - Informačné a popularizačné aktivity: Prezentácie príkladov úspešnej podnikateľskej praxe (UPP)	22	320	0,0
1.7 VP - Vzdelávacie podujatia	25	445	0,0
RASTOVÝ PROGRAM (MSP nad 3 roky)	3 487	1 363 755	44
2.1 DIP - Dlhodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP individuálne témy 3	133	308 930	10
2.1 KIP - Krátkodobé individuálne poradenstvo poskytované v rámci RP 3	2 389	932 000	30

2.1 MOP - Účasť na Medzinárodných odborných podujatiach v zahraničí	75	99 054	3
2.1 MTA - Motivačné a aktivačné tímové aktivity RP pre jednotlivé MSP	26	8 320	0,3
2.1 SPN - Skupinové odborné poradenstvo: Networking - podpora sieťovania	37	895	0,0
2.1 SPP - Skupinové odborné poradenstvo: prednášky	5	200	0,0
2.1 SPS - Skupinové odborné poradenstvo: odborné semináre	685	12 448	0,4
2.1 SPW - Skupinové odborné poradenstvo: workshopy	135	1 909	0,1
2.1 UPP - Informačné a popularizačné aktivity: Prezentácie príkladov úspešnej podnikateľskej praxe (UPP)	2	-	-
STÁŽOVÝ/INKUBAČNÝ PROGRAM	291	389 723	13
1.5 MOP - Medzinárodné odborné podujatia	245	310 283	10
1.6 IDP - Virtuálne členstvo: Individuálne dlhodobé poradenstvo poskytované v rámci IP zvoleným mentorom	29	50 520	1,6
1.6 IOP - Virtuálne členstvo: Individuálne odborné poradenstvo poskytované v rámci IP	6	3 800	0,1
1.6 VC – Virtuálne členstvo inkubátor	11	25 120	0,8
Spolu	7 804	3 091 044	100

Zdroj: podklady SBA; Pozn.: * - jedna FO - podnikateľ/PO sa mohol zúčastniť viackrát, tento stĺpec môžeme interpretovať aj ako počet účastí

Z časového hľadiska malo celkové poskytovanie podpory postupne rastúci trend. Najvyšší podiel, 45% hodnoty poskytnutých služieb sa realizovalo v roku 2020. Avšak rozdiely evidujeme medzi jednotlivými programami. V prípade programu Creative point sa väčšina programu realizovala v roku 2019. V prípade Rastových programov bola najväčšia miera realizácia v roku 2020. Najväčší objem prostriedkov v Stážovom/Inkubačnom programe bol v roku 2018 s následnou klesajúcou tendenciou.

Tabuľka 22: Vývoj čerpania programov podľa rokov (PO+FO - podnikateľ)

Program	2017	2018	2019	2020	Spolu	2017	2018	2019	2020	Spolu
	EUR					%				
CREATIVE POINT		80	1 200	600	1 880		4	64	32	100
RASTOVÝ PROGRAM (MSP do 3 rokov)	3 780	374 389	362 239	595 278	1 335 686	0,3	28	27	45	100
RASTOVÝ PROGRAM (MSP nad 3 roky)	8 320	171 441	409 561	774 433	1 363 755	1	13	30	57	100
STÁŽOVÝ/INKUBAČNÝ PROGRAM		213 471	157 452	18 800	389 723		55	40	5	100
Spolu	12 100	759 382	930 452	1 389 111	3 091 044	0,4	25	30	45	100

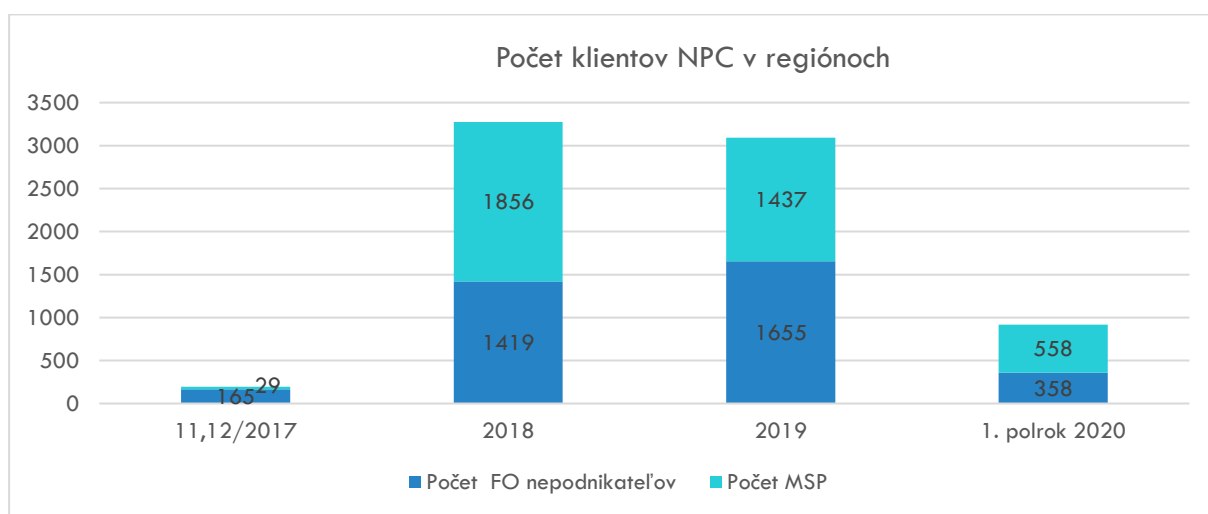
Zdroj: podklady SBA

3.7.2 PRIEBEŽNÉ ZHODNOTENIE

Prvá aktivita Národného projektu NPC v regiónoch sa uskutočnila v novembri 2017. V roku 2017 sa v rámci projektu konali podujatia Akceleračného programu, konkrétne služba Skupinové poradenstvo – Informačné a popularizačné aktivity určená pre FO-nepodnikateľov. Na podujatiach v rôznych regiónoch Slovenska sa zúčastnilo 165 osôb.

Celkový počet klientov FO nepodnikateľov a MSP v regiónoch bol najvyšší v roku 2018, zo 165 osôb v roku 2017 sa zvýšil na 3 275 v roku 2018, na podobnej úrovni zostal aj v roku 2019. V roku 2018 tvorili asi 57 % klientov podnikatelia, v ďalšom roku sa tento pomer vymenil a v štruktúre klientov mierne prevyšovali FO nepodnikatelia. V prvom polroku 2020 predstavovali MSP asi 60% na celkovom počte klientov NPC v regiónoch. Podľa predbežných informácií poskytnutých SBA (Monitorovacia správa nebola definitívne schválená) bolo v roku 2020 podporených 1384 MSP a 890 FO nepodnikateľov. Ide o počty jedinečných klientov.

Graf 12: Počet jedinečných klientov NPC v regiónoch za jednotlivé roky



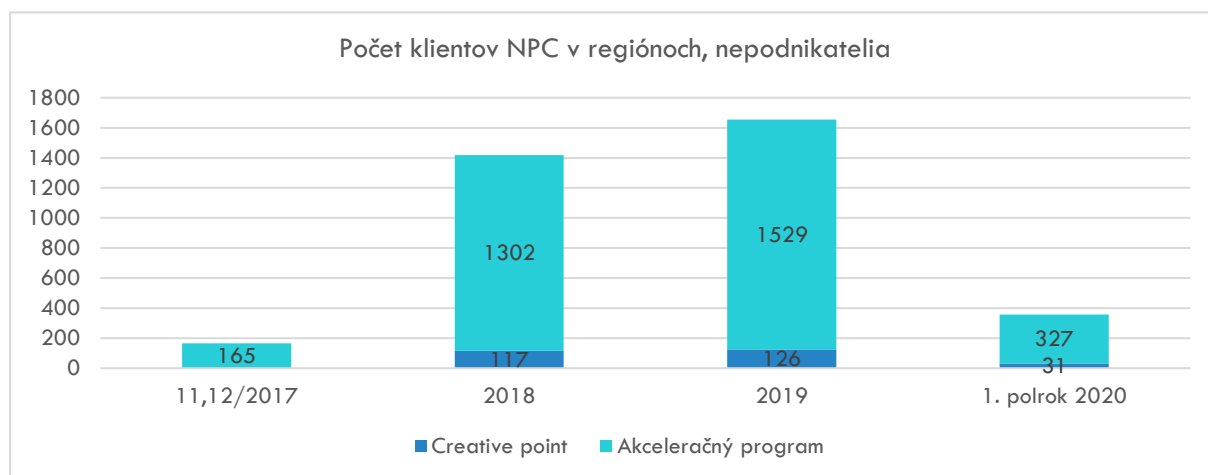
Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch. Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacia správa za 1. polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

V prvom polroku 2018 sa podľa správy Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (jan.-jun 2018) konali podujatia Akceleračného programu a konzultácie v rámci Rastového programu. Od roku 2018 sa do národného projektu NPC v regiónoch teda začali zapájať aj MSP.

Podľa monitorovacej správy projektu 2019 (regióny) sa v roku 2019 začali postupne otvárať viaceré regionálne centrá. NPC Prešov začalo fungovať od februára 2019, Nitra od marca, Trnava a Trenčín od augusta a Banská Bystrica od septembra 2019.

Klienti, ktorými boli FO nepodnikatelia využívali počas sledovaného obdobia služby dvoch programov, a to program Creative point a Akceleračný program. Ako je možné vidieť aj na grafe 13, záujem klientov o služby Akceleračného programu bol niekoľkonásobne vyšší ako záujem o program Creative point. Počet klientov Programu Creative point bol determinovaný jeho realizáciou iba v rámci jedného regiónu (Žilina), pričom Akceleračný program bol realizovaný v rámci všetkých regiónov. Navyše program Creative point má odlišnú cieľovú skupinu aj nižší počet pracovníkov, ktorí sú zodpovední za jeho manažment.

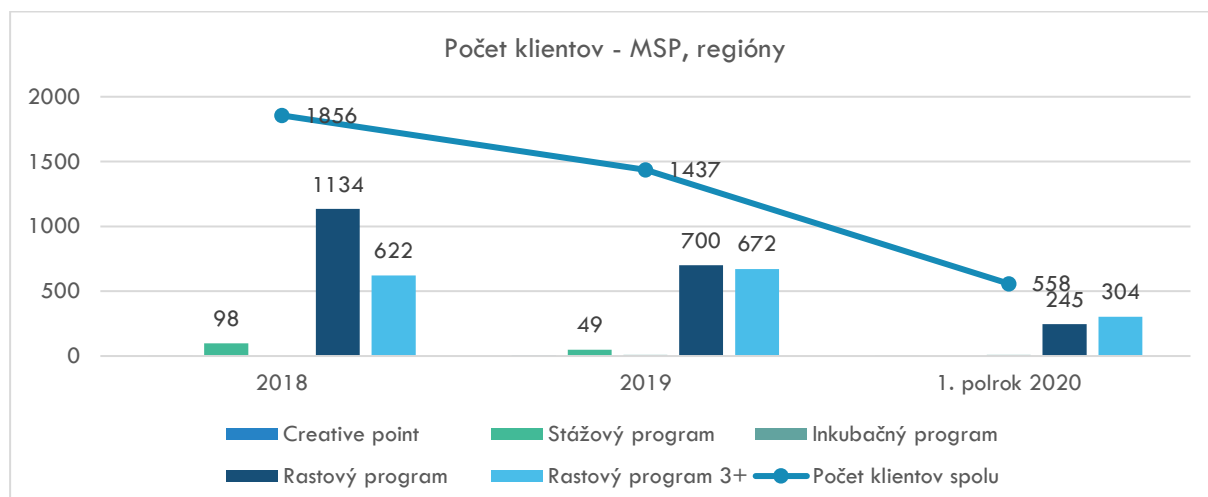
Graf 13: Počet jedinečných klientov- nepodnikateľov, NPC v regiónoch za jednotlivé roky



Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch. Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacia správa za 1. polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

MSP sa v sledovanom období zapájali do programov Creative point, Rastový program (určený pre MSP do 3 rokov), Rastový program 3+ (určený pre MSP nad 3 roky), Stážový a Inkubačný program. Ako je možné vidieť na grafe 14, v rokoch 2018 a 2019 dominoval záujem o Rastový program. V prvom polroku 2020 sa do Rastového programu zapájali viac MSP nad 3 roky. Programy Creative point a Inkubačný program predstavovali veľmi nízke podiely na celkovej účasti MSP. Celkový záujem MSP o služby NPC v regiónoch mal klesajúci charakter, čo bola najmä dôsledkom poklesu klientov v Rastovom programe, ale aj poklesom počtu klientov v Stážovom programe a najmä v dôsledku pandémie COVID-19.

Graf 14: Počet jedinečných klientov MSP, NPC v regiónoch za jednotlivé roky

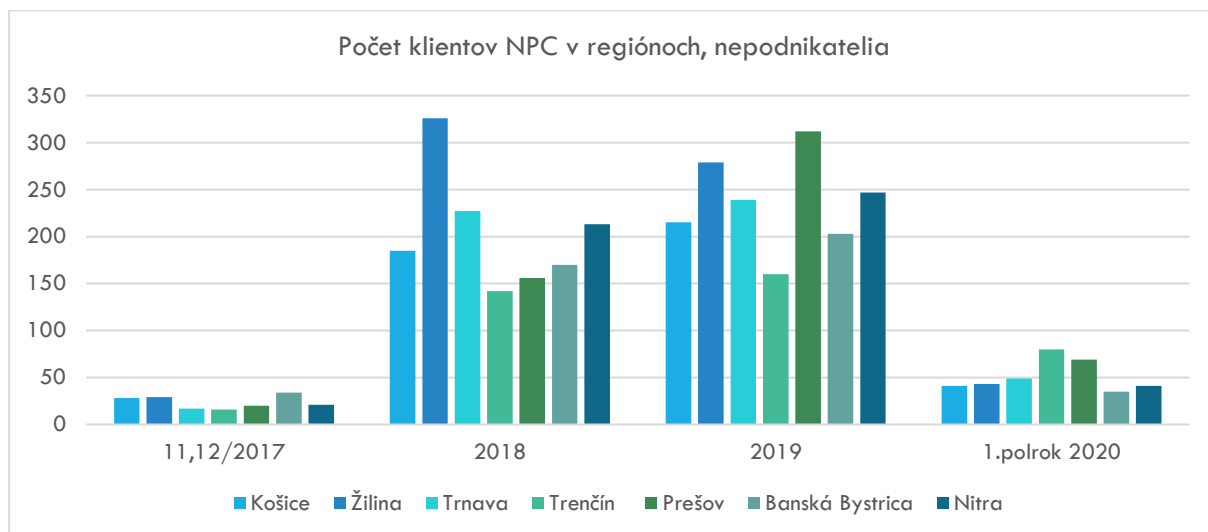


Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch. Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacia správa za 1. polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Z regionálneho hľadiska sa dopyt po službách NPC vyvíjal v jednotlivých obdobiach rôzne. Ak sa pozrieme na klientov nepodnikateľov, v roku 2017 bol ich záujem o služby v jednotlivých regiónoch veľmi podobný. V roku 2018 bol najvyšší záujem o služby NPC zaznamenaný v Žiline a najnižší záujem v Trenčíne a Prešove. V roku 2019 bol počet klientov najvyšší práve v Prešove, za ním nasledovala Žilina.

Najnižší záujem bol zaznamenaný opäť v Trenčíne. V prvom polroku 2020 bol počet klientov najvyšší v Trenčíne a Prešove a najnižší v Banskej Bystrici.

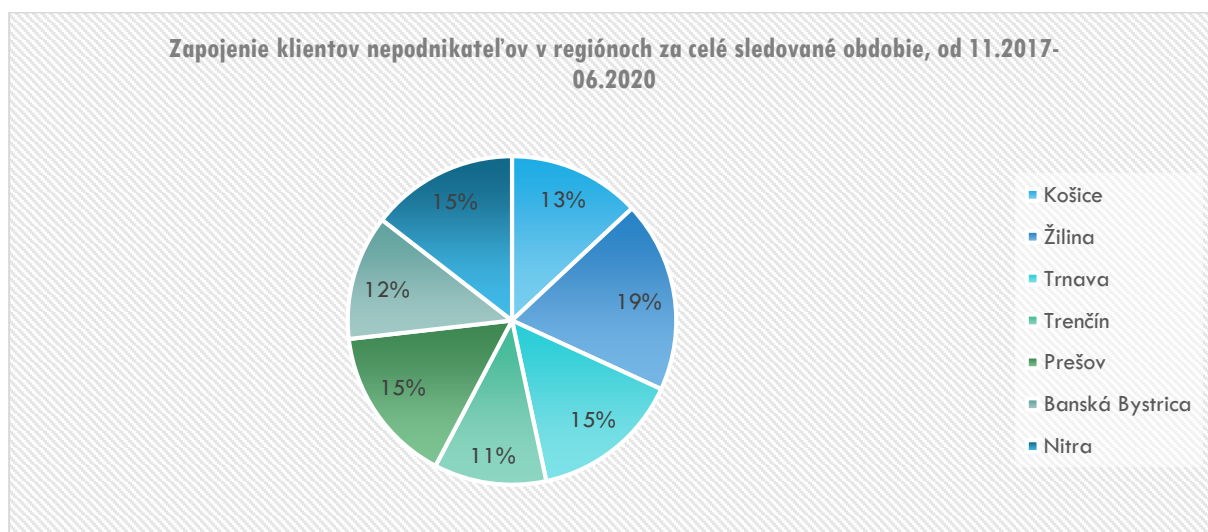
Graf 15: Počet klientov-nepodnikateľov, za jednotlivé regióny



Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch. Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacá správa za 1. polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Keď sa pozrieme na zapojenie nepodnikateľov počas celého sledovaného obdobia (graf 16), najvyšší podiel na celkovom počte klientov dosahovala Žilina 19%, za ňou nasledovali Prešov, Nitra a Banská Bystrica s podielom 15%. Najnižší podiel 11% mal Trenčín. Podľa Evalvačnej správy za rok 2018 súviselo vyššie zapojenie klientov v Žiline s plánovaným umiestnením Creative pointu v tomto meste a s tým súvisiacimi aktivitami.

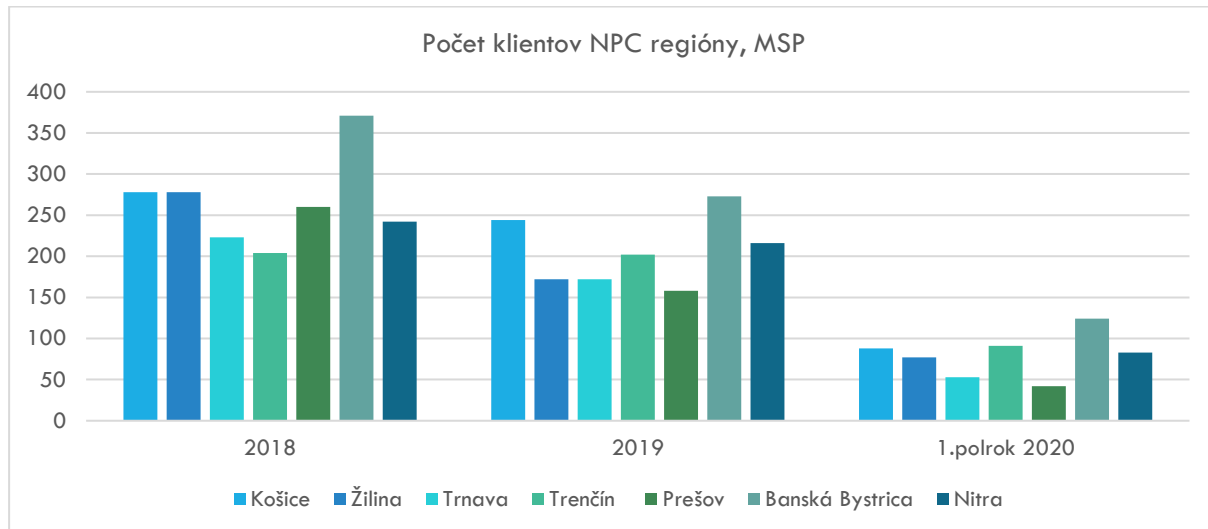
Graf 16: Počet klientov NPC - nepodnikateľov v regiónoch za celé obdobie



Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch, Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch., SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacá správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Dopyt klientov, ktorými boli MSP po službách NPC v regiónoch sa takisto v jednotlivých rokoch menil, avšak dominujúcim regiónom v jednotlivých rokoch bola Banská Bystrica. V roku 2018 bol najvyšší dopyt po službách NPC v regiónoch Banská Bystrica, Košice, Žilina a najnižší v Trenčíne. V roku 2019 opäť dominovala Banská Bystrica, najnižší záujem bol zaznamenaný v Prešove a rovnako tak aj v prvom polroku 2020.

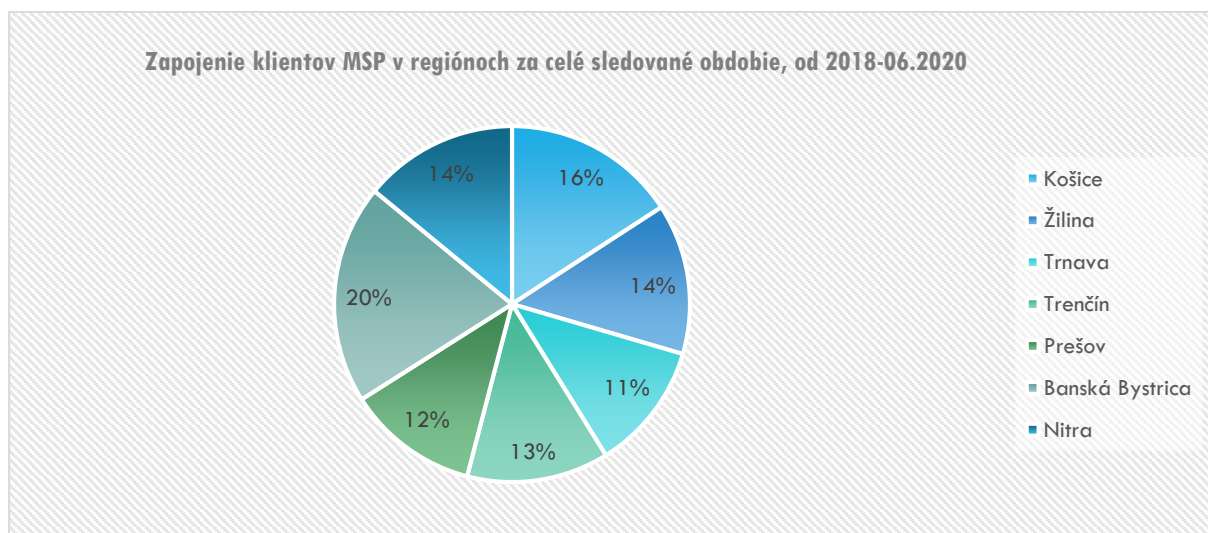
Graf 17: Počet klientov – MSP, za jednotlivé regióny



Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch, Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch., SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacá správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Keď sa pozrieme na celé sledované obdobie, MSP mali najvyšší záujem o služby NPC v regióne Banská Bystrica (20%), za ním nasledovali regióny Košice 16% a Nitra a Žilina 14%. Najnižší počet klientov MSP bol zaznamenaný v regióne Prešov.

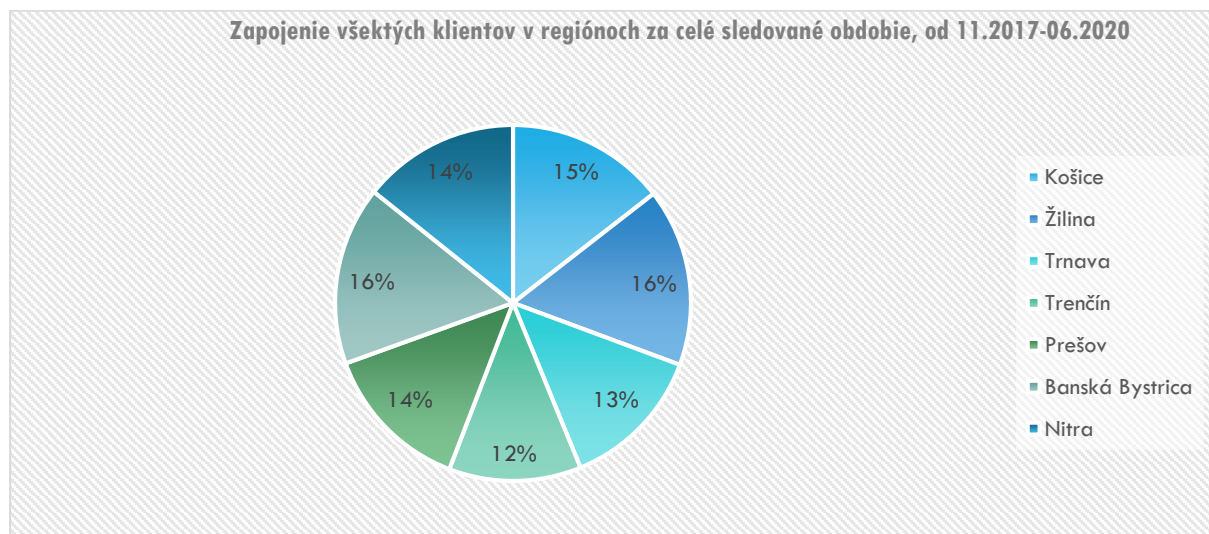
Graf 18: Počet klientov NPC MSP v regiónoch za celé obdobie



Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch, Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch., SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacá správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Zapojenie všetkých klientov, tzn. nepodnikateľov aj MSP do jednotlivých programov NPC bolo za celé sledované obdobie (graf 19) spolu z regionálneho pohľadu pomerne rovnomerné, podiely jednotlivých regiónov sa pohybovali medzi 12% (Trenčín) až 16 % (Banská Bystrica a Žilina).

Graf 19: Počet všetkých klientov NPC v regiónoch za celé obdobie



Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch, Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch., SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacá správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

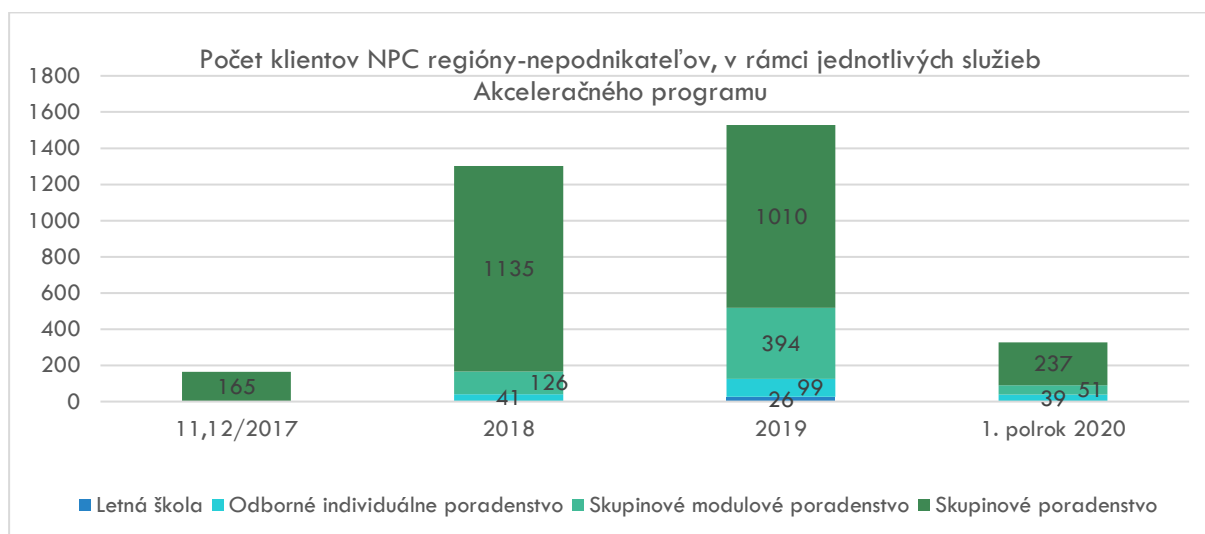
Creative point

Podľa Evalvačnej správy za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch neboli počas roka 2018 zabezpečené priestory NPC ani vybavenie pre Creative point Žilina, realizovalo sa jednorazové a pravidelné poradenstvo (technické utorky). Podľa Evalvačnej správy za prvý polrok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch bol Creative point v prvom polroku 2019 vytvorený iba v Žiline, avšak ani v tomto období nemal zabezpečené priestory. Do programu Creative point sa od roku 2018, kedy klienti začali využívať jeho služby zapojilo celkom 274 FO-nepodnikateľov a 9 MSP. V roku 2018 využilo služby Creative point 117 FO a 2 MSP, v roku 2019 sa záujem zvýšil na 126 FO a 6 MSP a v prvom polroku 2020 opäť poklesol na 31 FO a iba 1 MSP.

Akceleračný program

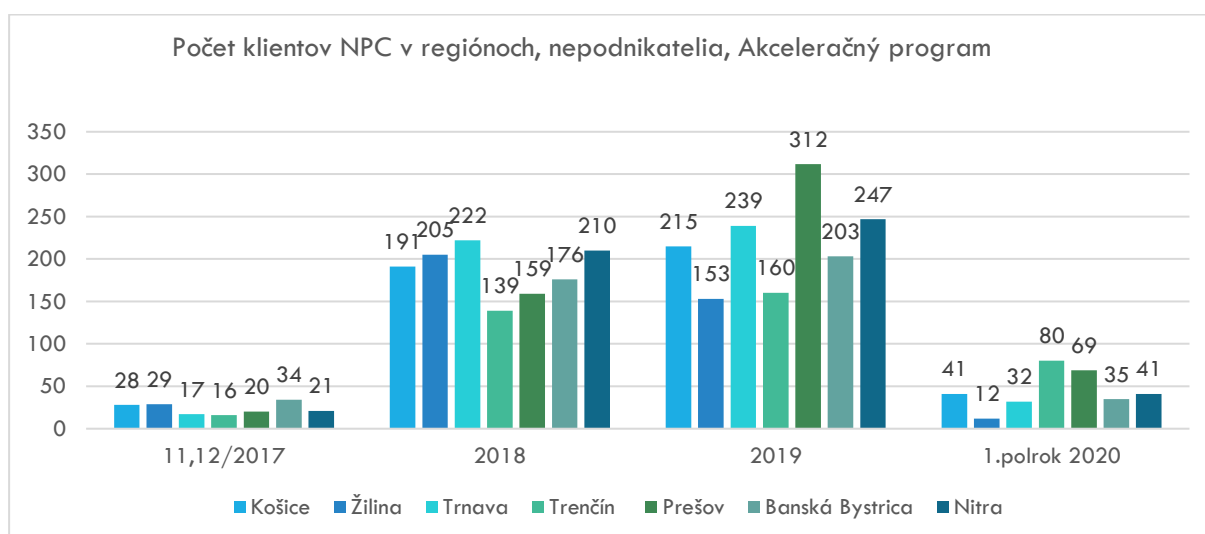
Akceleračný program bol najviac využívaným program NPC aj v regiónoch. Počet klientov zapojených do Akceleračného programu až do roku 2019 rástol. Medzi službami Akceleračného programu dominovalo skupinové poradenstvo – organizácia otvorených podujatí, za ním nasledovalo skupinové modulové poradenstvo – uzatvorené podujatia a odborné individuálne poradenstvo. Záujem o tieto dve služby (uzatvorené podujatia a odborné individuálne poradenstvo, tvoriace menšinový podiel na počte klientov, sa v roku 2019 oproti predchádzajúcemu roku zvýšil. V roku 2020 došlo k prepadu v počte klientov využívajúcich všetky druhy služieb. Služba Letná škola sa realizovala iba v roku 2019, zúčastnilo sa jej 26 osôb.

Graf 20: Počet jedinečných klientov Akceleračného programu v regiónoch, podľa programov



Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch, Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch., SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Graf 21: Počet jedinečných klientov Akceleračného programu za jednotlivé regióny



Zdroj: Spracované podľa údajov: Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017), Národný projekt NPC v regiónoch, Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch., SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

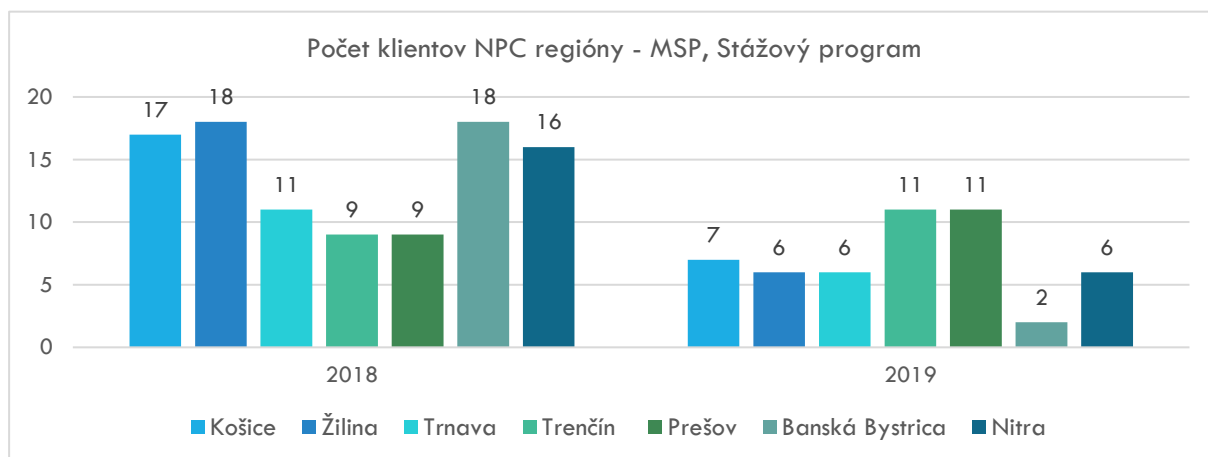
Podľa správy Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017) sa v roku 2017 konalo v každom regióne jedno podujatie. Najvyššiu účasť malo podujatie v Banskobystrickom kraji (34 osôb) a najnižšiu účasť podujatie v Trenčianskom kraji (16 osôb).

Z regionálneho hľadiska bol najvyšší záujem o Akceleračný program v roku 2018 v Trnave a v Nitre, najnižší v Trenčíne. V roku 2019 bol najvyšší záujem v Prešove a najnižší v Žiline a v Trenčíne. Celkovo za sledované obdobie bol najvyšší dopyt po Akceleračnom programe v Prešove, Nitre a v Trnave a najnižší v Trenčíne v Žiline.

Stážový program

Stážový program bol aj v regiónoch určený pre MSP. V rokoch 2018 a 2019 sa do neho zapojilo 147 MSP, pričom išlo o účasť na medzinárodných odborných podujatiach. Zapojenie do Stážového programu v roku 2019 oproti predchádzajúcemu roku pokleslo. Z regionálneho hľadiska dominoval v roku 2018 región Banská Bystrica, v nasledujúcom roku však zaznamenal naopak najnižší počet klientov. Opačne v roku 2018 bol najnižší počet klientov v Trenčíne a v Prešove, v nasledujúcom roku bol v týchto regiónoch počet klientov najvyšší. Celkovo za sledované obdobie bolo regionálne rozloženie klientov pomerne rovnomerné.

Graf 22: Počet jedinečných klientov Stážového programu za jednotlivé regióny

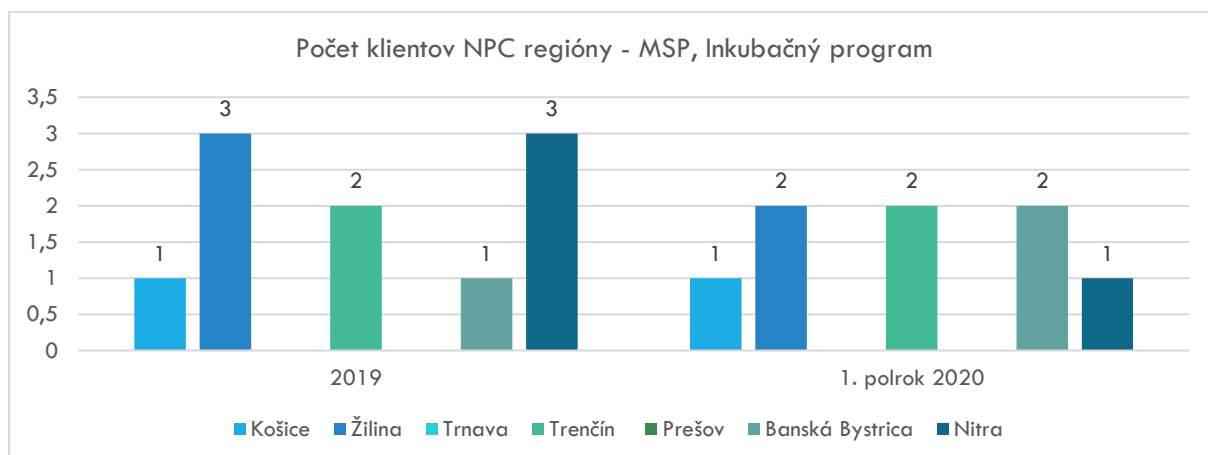


Zdroj: Spracované podľa údajov: Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Inkubačný program

Inkubačný program patril spolu s Creative point medzi programy, do ktorých sa v regiónoch zapojilo najmenej MSP. Službu virtuálneho členstva v inkubátore využilo v roku 2019 iba 10 MSP a v prvom polroku 2020 iba 8 MSP. Podľa upresňujúcich údajov poskytnutých SBA bolo klientov celkom 33 v roku 2019 a 18 v prvom polroku 2020. Z regionálneho pohľadu dominovala Žilina a Nitra.

Graf 23: Počet jedinečných klientov Inkubačného programu za jednotlivé regióny

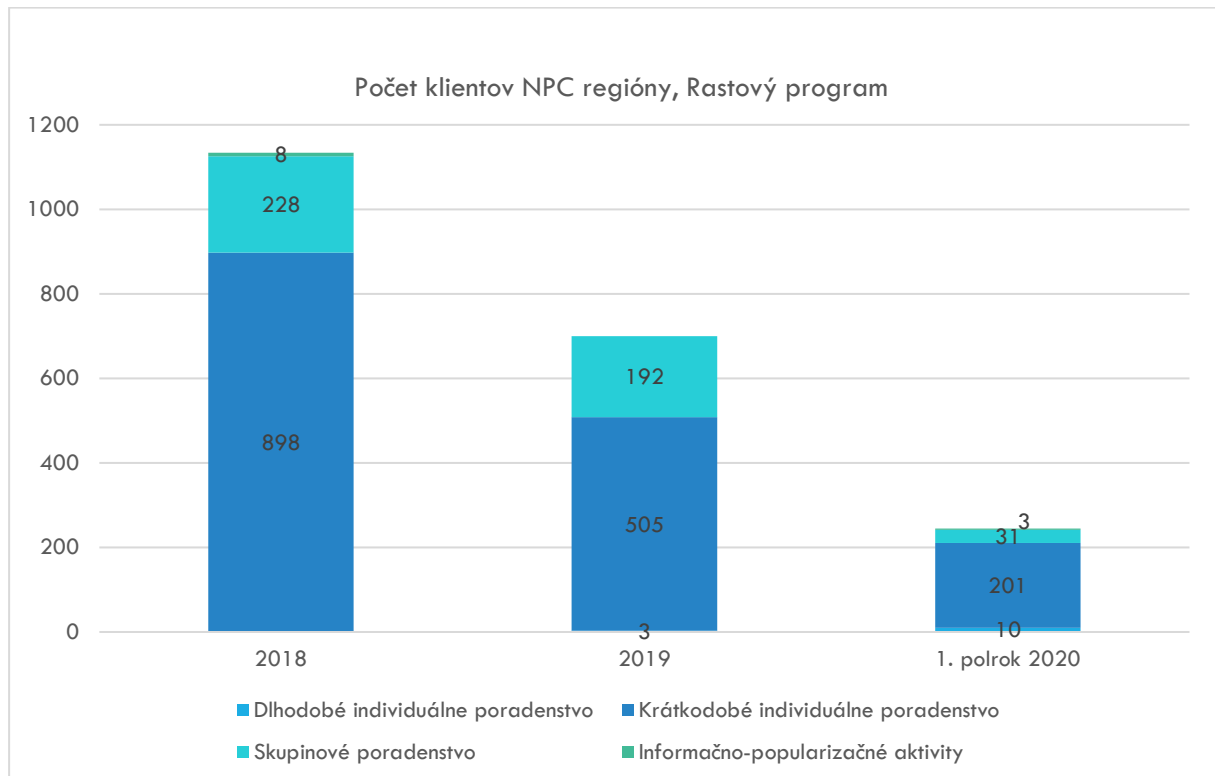


Zdroj: Spracované podľa údajov: Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Rastový program

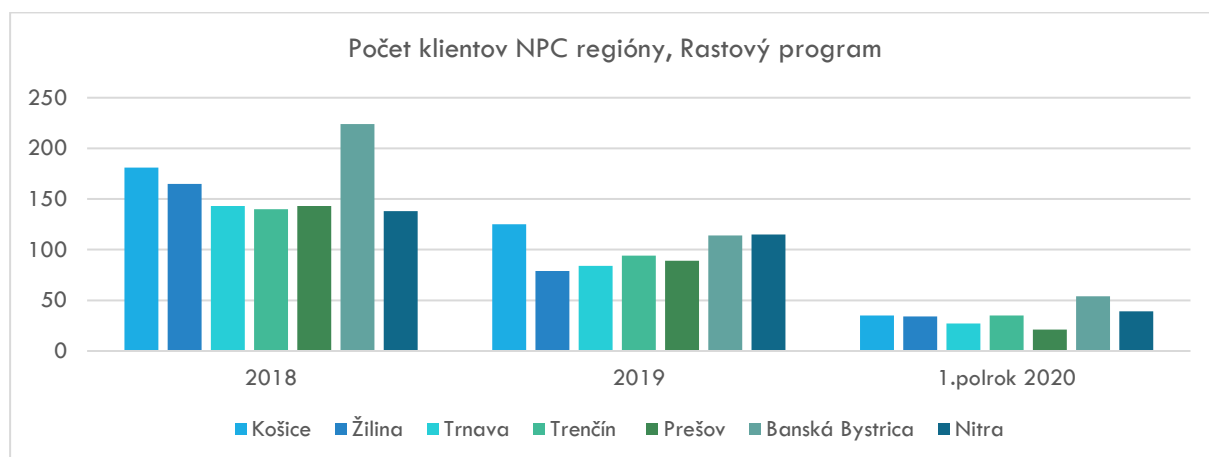
Rastový program bol najviac využívaným programom určeným pre začínajúce, ale aj etablované MSP (Rastový program 3+) národného projektu NPC regióny. Začínajúce MSP do 3 rokov využívali v rámci Rastového programu predovšetkým krátkodobé individuálne poradenstvo. Druhou najviac využívanou službou bolo skupinové poradenstvo – organizácia podujatí. Služby dlhodobé individuálne poradenstvo a informačné-popularizačné aktivity tvorili nepatrný podiel na celkovom počte klientov. Počet klientov využívajúcich služby Rastového programu v priebehu sledovaného obdobia medziročne klesal. Podľa spresňujúcich údajov poskytnutých SBA bolo v roku 2018 podporených celkom 1283 klientov, v roku 2019 to bolo 1230 klientov a v prvom polroku 2020 bolo podporených 616 klientov celkom.

Graf 24: Počet jedinečných klientov Rastového programu, podľa služieb



Zdroj: Spracované podľa údajov: Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiacá správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Graf 25: Počet klientov Rastového programu za jednotlivé regióny

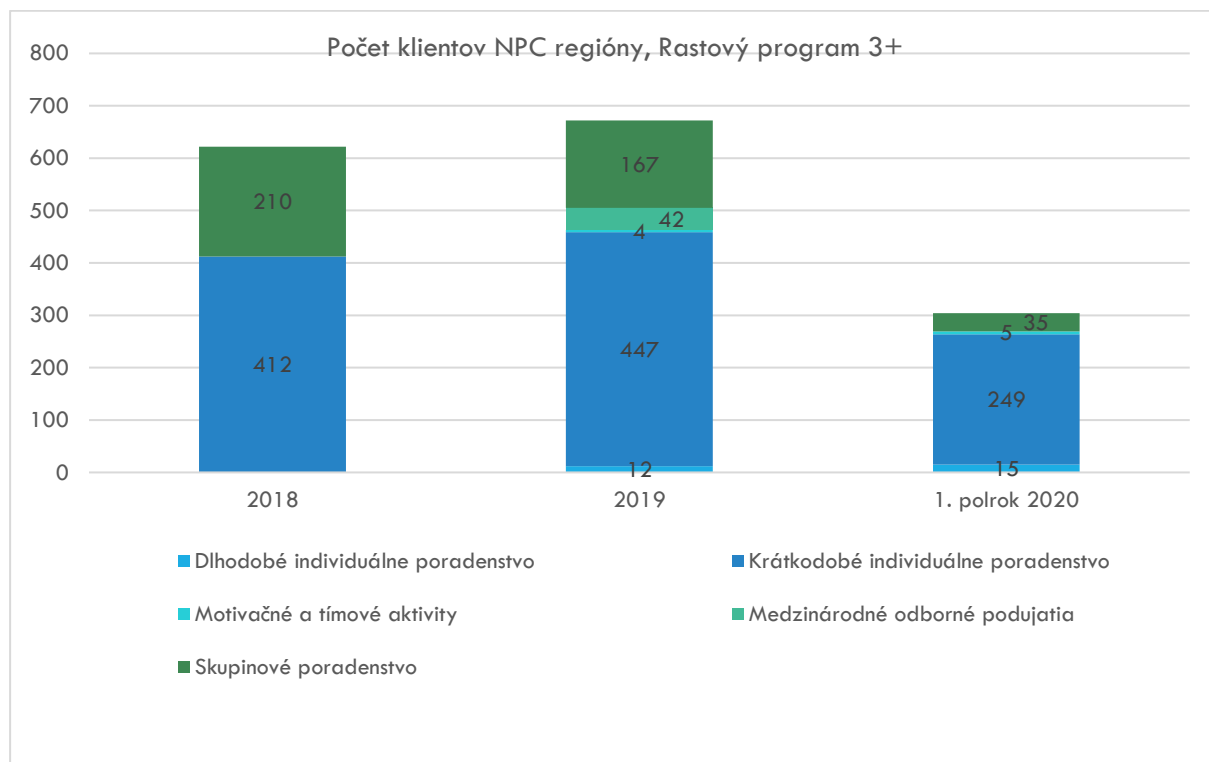


Zdroj: Spracované podľa údajov: Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiaci správa za 1. polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Z regionálneho pohľadu bolo najvyššie zapojenie klientov MSP do troch rokov v Banskej Bystrici a v Košiciach. Trnava, Trenčín a Prešov predstavovali relatívne najnižší podiel.

V celom sledovanom období bola aj v rámci MSP nad 3 roky najpopulárnejšou služba krátkodobé individuálne poradenstvo, druhou najpopulárnejšou službou bolo skupinové poradenstvo. V roku 2019 začali MSP využívať aj službu ponúkajúcu účasť na medzinárodných odborných podujatiach, využilo ju 42 MSP, službu dlhodobé individuálne poradenstvo využilo iba 12 MSP a Motivačné a tímové aktivity využili iba 4 MSP. V prvom polroku 2020 záujem MSP o služby Rastového programu poklesol.

Graf 26: Počet jedinečných klientov Rastového programu 3+, podľa služieb

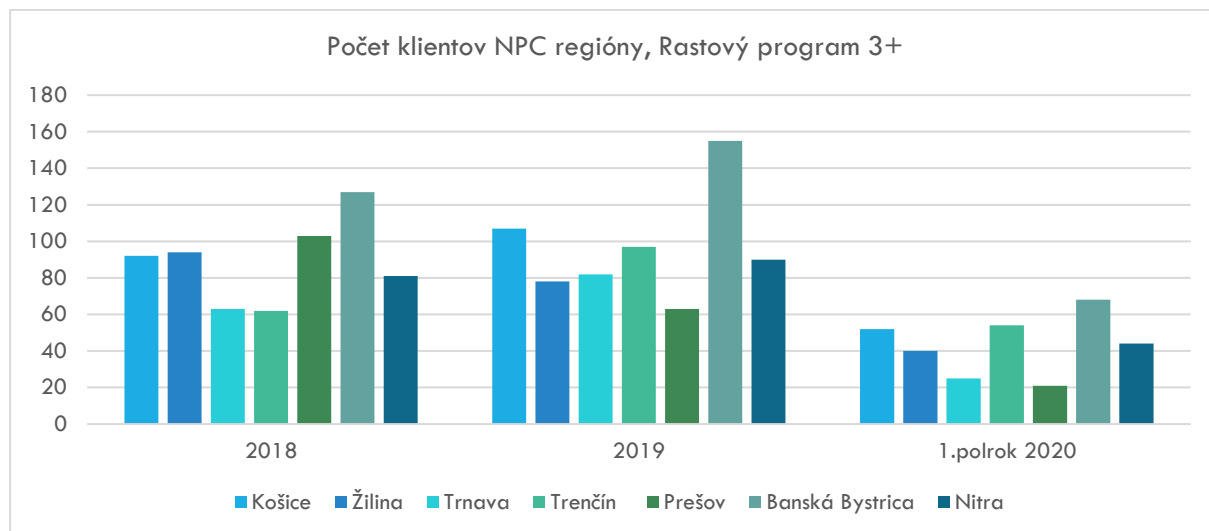


Zdroj: Spracované podľa údajov: Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiaci správa za 1. polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

Čo sa týka účasti na Rastovom programe medzi MSP nad 3 roky dominovala z regionálneho pohľadu takisto Banská Bystrica. V roku 2018 bol relatívne vyšší počet klientov zaznamenaný aj v Prešove, v Žiline v Košiciach, v roku 2019 to boli Košice, Trenčín a Nitra.

V celkovom zapojení MSP do oboch Rastových programov dominovali z regionálneho hľadiska Banská Bystrica a Košice, ostatné regióny mali viac menej rovnaký podiel na celkovom zapojení MSP.

Graf 27: Počet klientov Rastového programu 3+ za jednotlivé regióny



Spracované podľa údajov: *Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch., SBA, Bratislava 2019. Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020. Evalvačná správa-Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.*

Záujem o služby NPC v Bratislavskom kraji a rovnako aj v regiónoch SR bol v prvých rokoch projektu (2017 a 2018) ovplyvnený najmä nízkym povedomím o službách, programoch a celkovo existencii NPC. Podľa *Monitorovacej správy projektu za rok 2017* bola web stránka spustená v decembri 2017, ale absentovali ďalšie marketingové nástroje, z toho dôvodu, že boli viazané na procesy verejného obstarávania. *Monitorovacia správa projektu za rok 2019 (BA kraj)* k publicite uvádza, že počet informačných aktivít v roku 2019 bol 200. Komunikačné kanály predstavujú webová stránka, sociálne siete- FB, Instagram, LinkedIn, Twitter.

Podľa *výročnej správy za rok 2018 (regióny)* sú negatívnym faktorom stále prebiehajúce aktivity súvisiace so zabezpečením priestorov pre regióny SBA. Dochádza k posunom v časovom harmonograme uzatvorenia, čo má vplyv na organizáciu práce v regiónoch a realizáciu odborných činností.

Významným faktorom ovplyvňujúcim záujem o jednotlivé služby je administratívna náročnosť. Vyplýva to jednak zo spätnej väzby od účastníkov, ktorí administratívnu náročnosť uvádzali ako problematickú oblasť, ale aj z informácií z výročných správ projektu. *Výročná správa 2018 (BA kraj)* uvádza, že poskytovanie služieb komplikuje zložitá administratívna časť. Zároveň uvádza, že nižší počet účastníkov môže byť dôsledkom nízkej informovanosti a náročného procesu poskytovania informácií potrebných pre registráciu, prihlásenie na konkrétne služby, či overenie statusu MSP. *Výročná správa* uvádza aj termínové posuny kvôli verejnému obstarávaniu.

Jedným z faktorov ovplyvňujúcim záujem je aj nutnosť poskytovania podrobných informácií. Aj tento faktor sa často objavoval v pripomienkach klientov. *Výročná správa za rok 2018 (regióny)* uvádza, že podnikatelia sú mimoriadne citliví na poskytovanie podrobných informácií o svojom podnikaní, ktoré overovanie statusu MSP vyžaduje. *Monitorovacia správa projektu 2019* uvádza že proces overenia podniku v ťažkostiach vyčleňuje niektoré firmy aj napriek tomu že fungujú dlhoročne a hospodária dobre.

3.7.3 CELKOVÁ ÚČASŤ PODNIKOV A HODNOTA POSKYTNUTEJ SLUŽBY V PROJEKTE „NPC II – BA KRAJ“

Podobne ako v projekte „NPC v regiónoch“ aj v projekte „NPC II – BA kraj“ bol najvyužívanejší program Rastový program s 84%-ným podielom na projekte. Na druhom mieste boli Stážový a Inkubačný program (s 6 resp. 9%-ným podielom). Aj v tomto projekte mal program Creative point veľmi nízke zastúpenie. Z hľadiska právnej formy benefitujúcich subjektov mali vyššie zastúpenie právnické osoby. Zastúpenie fyzických osôb (živnostníci) je v tomto projekte oveľa nižšie ako to je v prípade projektu „NPC v regiónoch“

Tabuľka 23: Účasť a hodnota poskytnutej služby podľa programov projektu

Program	Počet podnikov*	Hodnota poskytnutej služby v EUR	Hodnota poskytnutej služby v %
Creative point	227	12 814	1
Inkubačný program	295	120 482	9
Rastový program	2 919	1 171 545	84
Stážový program	113	87 703	6
Spolu	3 554	1 392 544	100
Fyzické osoby:			
Creative point	114	5 382	3
Inkubačný program	64	34 046	17
Rastový program	717	146 647	75
Stážový program	25	9 128	5
Spolu	920	195 204	100
Právnické osoby:			
Creative point	113	7 432	1
Inkubačný program	231	86 436	7
Rastový program	2 202	1 024 898	86
Stážový program	88	78 575	7
Spolu	2 634	1 197 340	100

Zdroj: podklady SBA; * - jeden FO - podnikateľ/PO sa mohla zúčastniť viackrát, tento stĺpec môžeme interpretovať aj ako počet účastí

Z hľadiska poskytnutých služieb uvádzame štruktúru projektu „NPC II – BA kraj“ v tabuľke 24. V rámci Rastového programu vidíme rovnomernejšie rozloženie využitých služieb než to je v prípade projektu „NPC v regiónoch“. V Bratislavskom NPC bolo najviac využívanou službou dlhodobé individuálne poradenstvo, v prípade regionálnych NPC to bolo krátkodobé poradenstvo.

Tabuľka 24: Poskytnutá pomoc podľa typu služby (PO+FO - podnikateľ) v EUR

Program	Počet podnikov*	Hodnota poskytnutej služby v EUR	Hodnota poskytnutej služby v %
Creative point	113	7 432	1
1.6 Cyklus workshopov	5	880	0,1
1.6 OIP	19	887	0,1
1.6 Technické utorky	68	5 295	0,4
1.6 Workshopy	21	371	0,0
Inkubačný program	231	86 436	7
1.4 Inkubátor	22	86 436	7
1.4 Inkubátor VČ	1	0	-
1.4 Networking	208	0	-
Rastový program	2202	1 024 898	86
1.5 DIP	160	412 200	34
1.5 KIP	633	247 920	21
1.5 Konferencie	33	490	0,0

1.5 MATA	33	10 560	1
1.5 MOP	81	171 367	14
1.5 Networking	230	4 803	0,4
1.5 Odborné semináre	429	5 165	0,4
1.5 OPP KP	35	163 504	14
1.5 Prednášky	180	311	0,0
1.5 Semináre	36	1 066	0,1
1.5 Semináre KP EÚ	49	2 160	0,2
1.5 UPP	24	199	0,0
1.5 Vzdelávacie podujatia	96	3 504	0,3
1.5 Workshopy	183	1 650	0,1
Stážový program	88	78 575	7
1.3 MOP	88	78 575	7
Spolu	2634	1 197 340	100

Zdroj: podklady SBA, * - jedenFO - podnikateľ/PO sa mohla zúčastniť viackrát tento stĺpec môžeme interpretovať aj ako počet účastí

Časový priebeh realizácie projektu, z hľadiska roku poskytnutia služby, uvádzame v tabuľke 25. Viac ako 80% služieb sa poskytlo v rokoch 2018-2019. Môžeme povedať, že v porovnaní s projektom „NPC v regiónoch“ bola odlišná trajektória realizácie.

Tabuľka 25: Vývoj čerpania programov podľa rokov (PO+ FO - podnikateľ)

Program	2017	2018	2019	2020	Spolu	2017	2018	2019	2020	Spolu
	EUR					%				
Creative point		886	4 394	2 151	7 432		12	59	29	100
Inkubačný program		75 660	10 776	0	86 436		88	12		100
Rastový program	1 529	386 491	437 419	199 458	1 024 898	0,1	38	43	19	100
Stážový program	14 354	10 685	45 267	8 270	78 575	18	14	58	11	100
Spolu	15 883	473 722	497 856	209 879	1 197 340	1	40	42	18	100

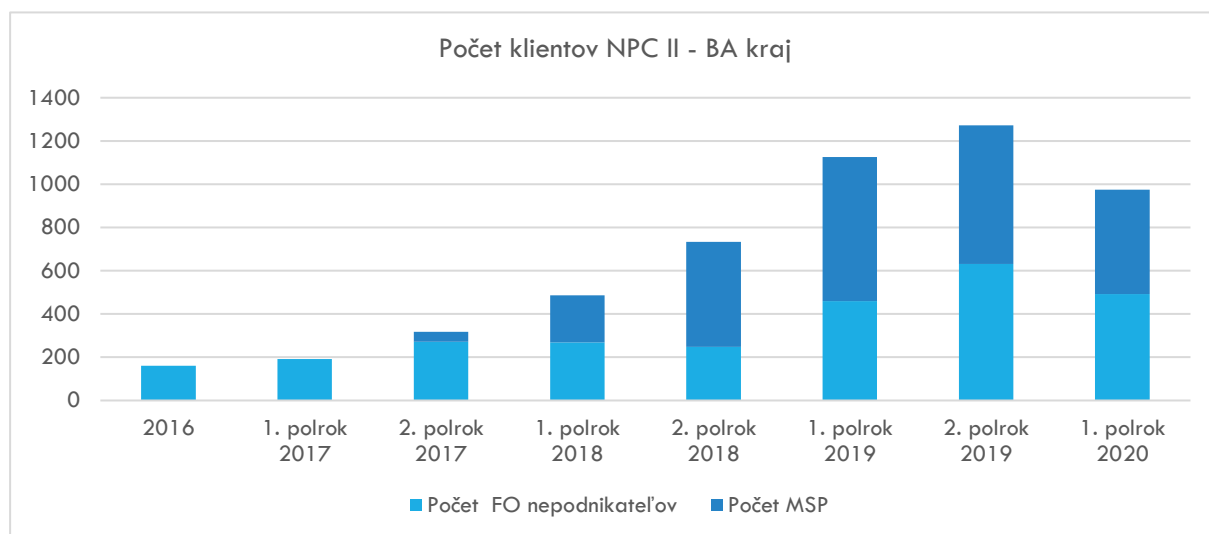
Zdroj: podklady SBA

3.7.4 PRIEBEŽNÉ ZHODNOTENIE

Národný projekt NPC II - BA kraj bol spustený 30.6.2016 (Evalučná analýza za rok 2016, SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj). Cieľovou skupinou projektu sú záujemcovia o podnikanie a podnikatelia so sídlom/miestom podnikania, resp. trvalým pobytom na území Bratislavského samosprávneho kraja.

Graf č.28 zobrazuje vývoj celkového počtu klientov NPC v Bratislavskom kraji v jednotlivých obdobiach. Je možné vidieť kontinuálny nárast počtu klientov až do 2. polroku 2019. Odlišný vývoj bol v prípade klientov nepodnikateľov a klientov MSP. Počet klientov nepodnikateľov sa pohyboval od roku 2016 do druhého polroku 2018 medzi 160 až 271, až v prvom polroku 2019 došlo k takmer zdvojnásobeniu počtu klientov a v druhom polroku 2019 opäť k ďalšiemu nárastu. Počet klientov MSP sa od druhého polroku 2017, kedy začali MSP služby projektu využívať, zvyšoval až do prvého polroku 2019, následne mierne poklesol v ďalšom polroku. V prvom polroku 2020 došlo k prepadu počtu klientov FO - nepodnikateľov, aj podnikateľov. Dôvodom bolo obmedzenie aktivít projektu kvôli opatreniam prijatým v dôsledku pandémie koronavírusu. Mnohé aktivity sa podľa SBA premiestnili do online priestoru. Propagované boli prostredníctvom web stránky, sociálnych sietí alebo v rámci komunikácie klientov so zamestnancami NPC.

Graf 28: Počet klientov NPC v Bratislavskom kraji za jednotlivé roky



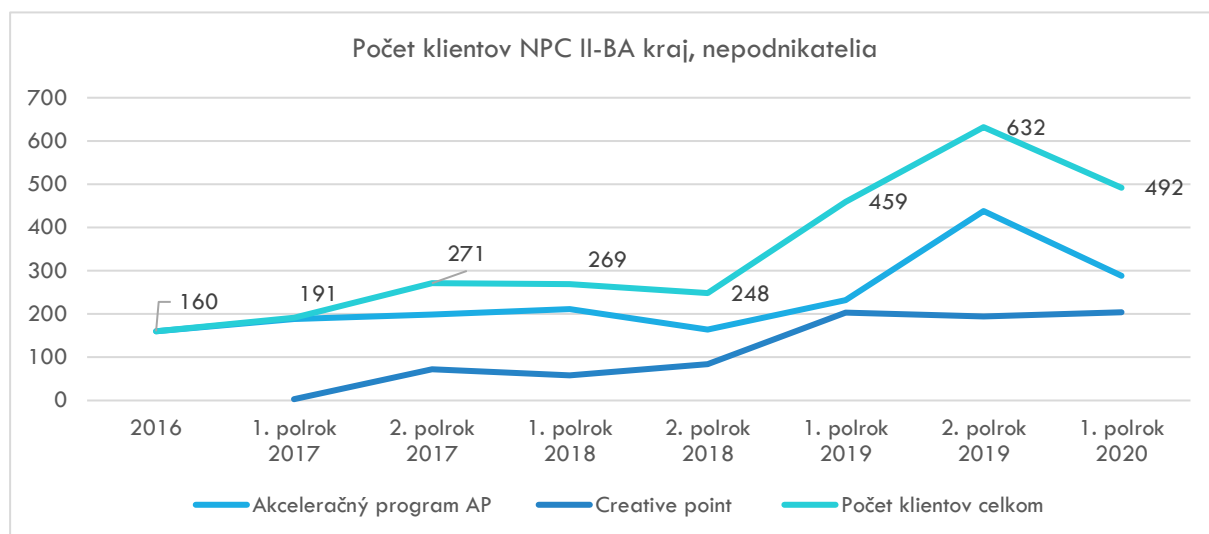
Zdroj: Spracované podľa údajov: *Evaluačná analýza za rok 2016, Evaluačná analýza za 1-6 2017, Evaluačná analýza za 7-12 2017, Evaluačná analýza za 1-6 2018, Evaluačná analýza za 7-12 2018, Evaluačná analýza za 1-6 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 1-6 2020, SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj, Bratislava 2019*

Čo sa týka záujmu o jednotlivé programy v jednotlivých obdobiach od jeho spustenia, v roku 2016 využili klienti v rámci projektu dva programy, a to Front office a Akceleračný program. Klientami boli fyzické osoby nepodnikatelia. V roku 2016 nebola z projektu NPC II - BA kraj poskytnutá pomoc žiadnemu MSP.

V roku 2017 prejavili klienti záujem aj o ďalšie programy. Podľa *Evaluačnej analýzy za 1-6 2017, NPCII BA kraj* nebola z projektu v tomto období poskytnutá pomoc žiadnemu MSP. Všetci klienti boli opäť nepodnikatelia, ich počet sa oproti roku 2016 mierne zvýšil, zo 160 na 191. Klienti sa zúčastnili na podujatiach organizovaných v rámci Akceleračného programu a Creative point. Do programu Creative point sa v prvom polroku 2017 zapojili iba 3 klienti, v ďalšom polroku sa ich počet zvýšil až na 72. V druhom polroku 2017 sa podľa *Evaluačnej analýzy za 7-12 2017, NPCII BA kraj* rozsah, ale aj množstvo poskytnutých služieb zvýšili. V rámci Akceleračného programu využili klienti aj službu odborné individuálne poradenstvo, poskytnuté bolo 5 fyzickým osobám. Počet záujemcov o Akceleračný program celkovo sa oproti predchádzajúcemu polroku výrazne nezmenil. Nárast celkového počtu klientov nepodnikateľov oproti predchádzajúcemu polroku bol najmä vďaka nárastu klientov v programe Creative point.

V roku 2018 využili fyzické osoby nepodnikatelia štyri služby v rámci Akceleračného programu a dve služby v rámci programu Creative point. Najvyšší záujem spomedzi všetkých služieb bol opäť o otvorené podujatia, za nimi nasledovali podujatia v Creative point a uzatvorené podujatia (skupinové modulové poradenstvo a letná škola) v rámci Akceleračného programu. Počet záujemcov o odborné individuálne poradenstvo sa výrazne nezvýšil. V rámci Akceleračného programu sa začal využívať aj coworking. V prvom polroku ho využilo 9 osôb, v ďalšom polroku však žiadna. V druhom polroku oproti prvému polroku 2018 mierne poklesol záujem o služby súvisiace s organizáciou podujatí. V roku 2018 sa začala poskytovať služba odborné individuálne poradenstvo v programe Creative point. Kým v prvom polroku mala služba 7 klientov, v ďalšom polroku sa tento počet zvýšil na 37.

Graf 29: Počet klientov – nepodnikateľov v NPC v Bratislavskom kraji podľa programov

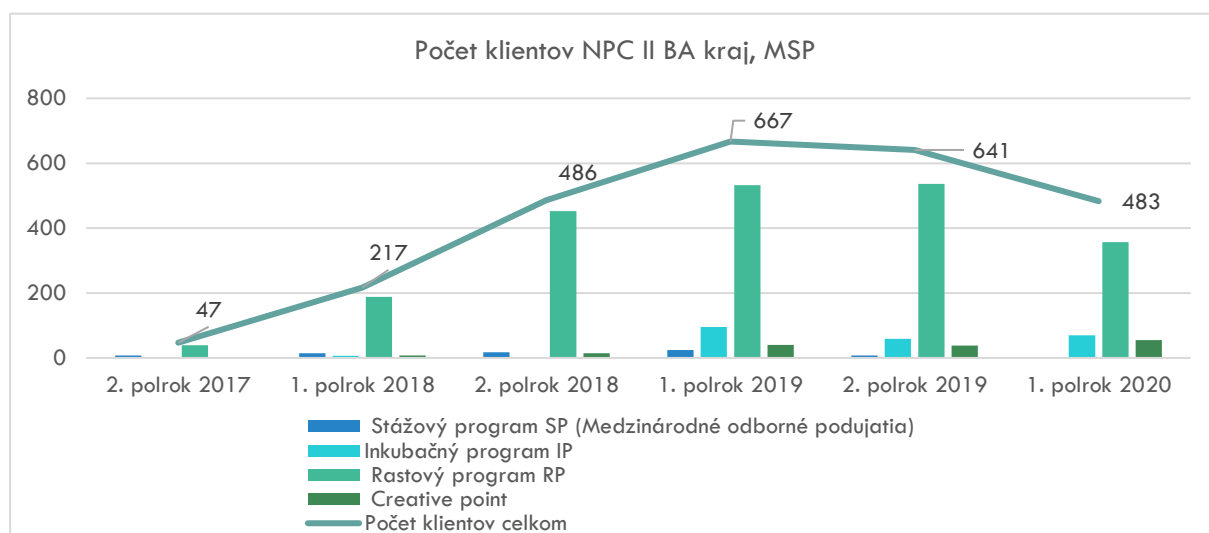


Zdroj: Spracované podľa údajov: Evaluačná analýza za rok 2016, Evaluačná analýza za 1-6 2017, Evaluačná analýza za 7-12 2017, Evaluačná analýza za 1-6 2018, Evaluačná analýza za 7-12 2018, Evaluačná analýza za 1-6 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 1-6 2020, SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj, Bratislava 2019

V druhom polroku 2017 bolo podľa Evaluačnej analýzy za 7-12 2017, NPCII BA kraj podporených 47 MSP. Najväčší záujem spomedzi programov určených pre MSP bol o Rastový program, kde klienti využili službu skupinové odborné poradenstvo, teda organizácia podujatí, iba jeden klient využil krátkodobé individuálne poradenstvo. V druhom polroku 2017 bola poskytnutá aj pomoc v rámci Stážového programu, 8 MSP sa zúčastnilo na medzinárodných odborných podujatiach.

V roku 2018 došlo k výraznému rozšíreniu poskytnutých služieb pre MSP aj k nárastu ich množstva. V prvej polovici roka sa rozsah programov rozšíril o Inkubačný program a v rámci Rastového programu sa rozšíril rozsah služieb. MSP mali najväčší záujem o služby organizácie podujatí v rámci Rastového programu, ďalej to bolo krátkodobé individuálne poradenstvo o ktoré záujem vzrástol najmä v druhej polovici roka.

Graf 30: Počet klientov – MSP v NPC v Bratislavskom kraji podľa programov



Zdroj: Spracované podľa údajov: Evaluačná analýza za 7-12 2017, Evaluačná analýza za 1-6 2018, Evaluačná analýza za 7-12 2018, Evaluačná analýza za 1-6 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 1-6 2020, SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj, Bratislava 2019

Celkový záujem o služby sa v segmente MSP v prvom polroku 2018 oproti predchádzajúcemu polroku zvýšil o viac ako 300% (zo 47 na 217), v ďalšom polroku došlo k nárastu o viac ako 100 (z 217 na 486) %. V segmente FO nepodnikateľov takýto nárast záujmu badateľný nie je, naopak v roku 2018 dochádza k miernemu poklesu celkového počtu klientov keď sa pozeráme na vývoj v jednotlivých polrokoch. Medziročné porovnanie (2017/2018) hovorí o miernom náraste počtu klientov, cca 12%.

V roku 2019 sa počet klientov nepodnikateľov oproti predchádzajúcemu roku zvýšil o 111%. Klienti prejavili opäť najvyšší záujem o otvorené podujatia v rámci Akceleračného programu a Creative point. V druhej polovici roka 2019 sa začali poskytovať účasti na podujatiach aj v rámci Akceleračného programu, ktoré zaznamenali pomerne vysoký záujem. Výrazný nárast záujmu oproti predchádzajúcemu roku je možné sledovať pri programe Creative point. Záujem o Akceleračný program narástol najmä v druhej polovici roka, k čomu prispeli podujatia realizované v rámci Akceleračného programu.

Čo sa týka počtu MSP zapojených do národného projektu, ich počet sa v roku 2019 medziročne zvýšil o 86%. Záujem medziročne vzrástol o všetky služby. MSP mali najväčší záujem o služby podujatia, za nimi nasledovali krátkodobé individuálne poradenstvo v rámci Rastového programu a networking v rámci Inkubačného programu. Oproti predchádzajúcemu obdobiu sa výrazne zvýšil záujem o krátkodobé individuálne poradenstvo a o podujatia v rámci Creative point, ale aj o medzinárodné odborné podujatia v rámci Stážového programu. Služba networking sa začala poskytovať v roku 2019 a zaznamenala pomerne vysoký záujem.

Vývoj v prvom polroku 2020 bol už ovplyvnený pandémiou koronavírusu. Oproti predchádzajúcemu polroku došlo k poklesu klientov FO nepodnikateľov aj MSP. FO nepodnikatelia prejavovali najvyšší záujem spomedzi všetkých služieb o účasť na podujatiach v rámci Akceleračného programu. V porovnaní s predchádzajúcim polrokom však počet klientov využívajúcich túto službu poklesol. Pokles oproti predchádzajúcemu obdobiu spôsobil aj neposkytovanie služby podujatia v rámci Akceleračného programu. Účasť v programe Creative point sa v prvom polroku 2020 dokonca mierne zvýšila. MSP v tomto období najviac využívali služby skupinové odborné poradenstvo (podujatia) a krátkodobé individuálne poradenstvo, záujem bol aj o networking. Pokles počtu klientov v Rastovom programe spôsobil najmä pokles počtu účastníkov podujatí, ale aj pokles klientov využívajúcich krátkodobé či dlhodobé poradenstvo a vzdelávacie podujatia.

Front office

Front Office predstavuje prvý bod kontaktu pre klientov NPC, teda FO a podnikateľov. Cieľom je najmä informovanie klientov o ponuke služieb NPC a sprostredkovanie služieb, overovanie registračných údajov, súčinnosť pri registrácii, vyplňovaní testu podniku v ťažkostiach, overovanie oprávneností, atď. Údaje o počte klientov, ktorí Front office počas obdobia jeho fungovania navštívili nie sú dostupné. Monitorovacie správy projektu uvádzajú k tomuto programu iba celkový súčet otváracích hodín, počas ktorých poskytoval služby klientom, v roku 2018 to bolo 2 032,5 hod. a v roku 2019 to bolo 2 125 hodín.

Služba bola pre klientov NPC v Bratislavskom kraji dostupná od roku 2016. Podľa *Evaluačných analýz za 1-6 a 7-12 2017*, NPCII BA kraj nevykazoval program v roku 2017 zvýšený záujem klientov. Aj *Evaluačné analýzy za 1-6 a 7-12 2018*, NPCII BA kraj uvádzajú veľmi nízku návštevnosť Front office. Nárast povedomia bol podľa *Evaluačnej analýzy za 1-6 2019* zaznamenaný až v tomto období. V tejto analýze uvádzajú aj nárast počtu zahraničných klientov so záujmom o rozbeh podnikania na Slovensku. *Evaluačná analýza za 7-12 2019* ako aj *analýza za 1-6 2020* konštatujú pozitívne napredovanie.

Významným faktorom ovplyvňujúcim záujem o tento program je nízke povedomie verejnosti o NPC. V *Evaluačných analýzach za 1-6 a 7-12 2017* je uvedené, že zvyšovanie povedomia je realizované iba cez sociálne siete. Evaluačné analýzy uvádzajú, že k nižšiemu dopytu o služby programu Front Office prispieva preferovanie elektronických foriem získavania informácií, ktoré sú rýchlejšie a ľahšie dostupné (nie je potrebný fyzický presun, šetrí sa čas a náklady).

Podľa *Evaluačných analýz za 1-6 a 7-12 2019* došlo k rozšíreniu komunikácie klientov s expertami a skvalitneniu komunikácie so zamestnancami SBA. Táto zmena v oblasti kvality poskytovaných služieb

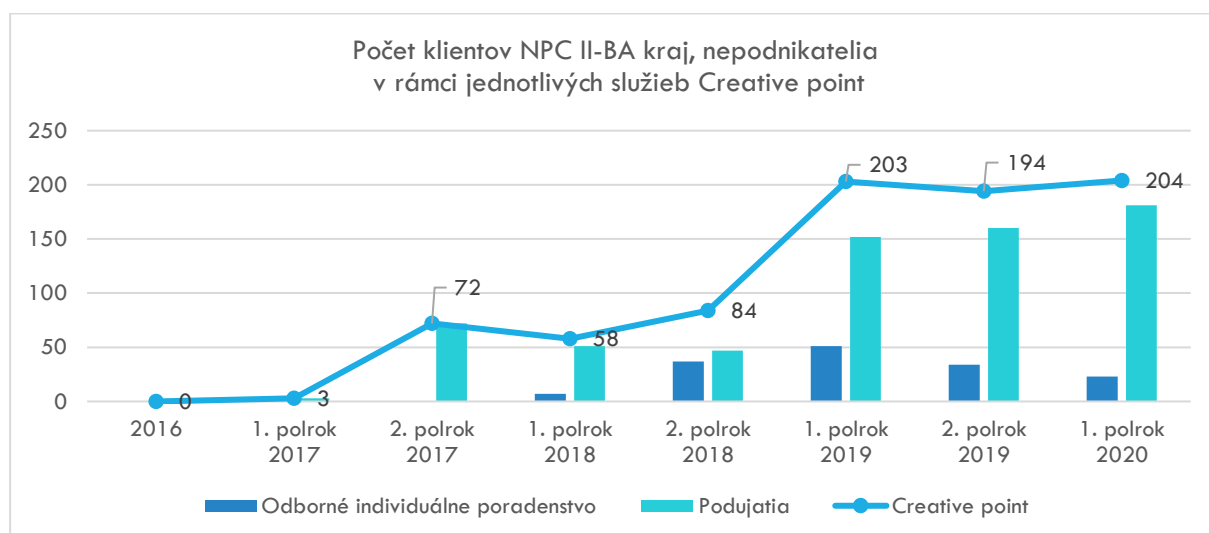
mohla mať pozitívny dopad na záujem o program. Povedomie o NPC zvýšila aj povinnosť využívať tento priestor ako vstup na podujatia.

V rámci podaktivity Stále zastúpenie CVTI SR vo Front Office sa realizovalo Krátkodobé individuálne poradenstvo v oblasti zabezpečovania priemyselno-právnej ochrany duševného vlastníctva pre FO nepodnikateľov, a krátkodobé individuálne poradenstvo pri využívaní zariadení FabLabu V BA kraji. Monitorovacia správa projektu za rok 2019 uvádza, že pretrvávajú nízky záujem MSP o konzultácie o možnostiach využívania duševného vlastníctva.

Creative point

Program Creative point sa začal realizovať od roku 2017. V prvom polroku 2017 sa do programu zapojili iba 3 FO nepodnikatelia, v druhom polroku sa počet klientov zvýšil na 72. V roku 2017 využili klienti iba službu organizácia podujatí (skupinové poradenstvo). Podľa *Evaluačnej analýzy za 1-6 2017, NPCII BA kraj* boli realizované podujatia skupinového poradenstva zamerané na témy praktického využívania moderných technológií, strojov, zariadení a softvéru. Počet klientov FO nepodnikateľov v prvom polroku 2018 oproti predchádzajúcemu polroku mierne poklesol, avšak v druhom polroku vzrástol na 84 osôb. Z nich o podujatia prejavilo záujem v prvom polroku 51 nepodnikateľov, v druhom polroku ich bolo 47. O odborné individuálne poradenstvo prejavilo záujem 7 FO v prvom polroku a až 37 FO v druhom polroku 2018.

Graf 31: Počet klientov – nepodnikateľov v NPC v Bratislavskom kraji programe Creative point

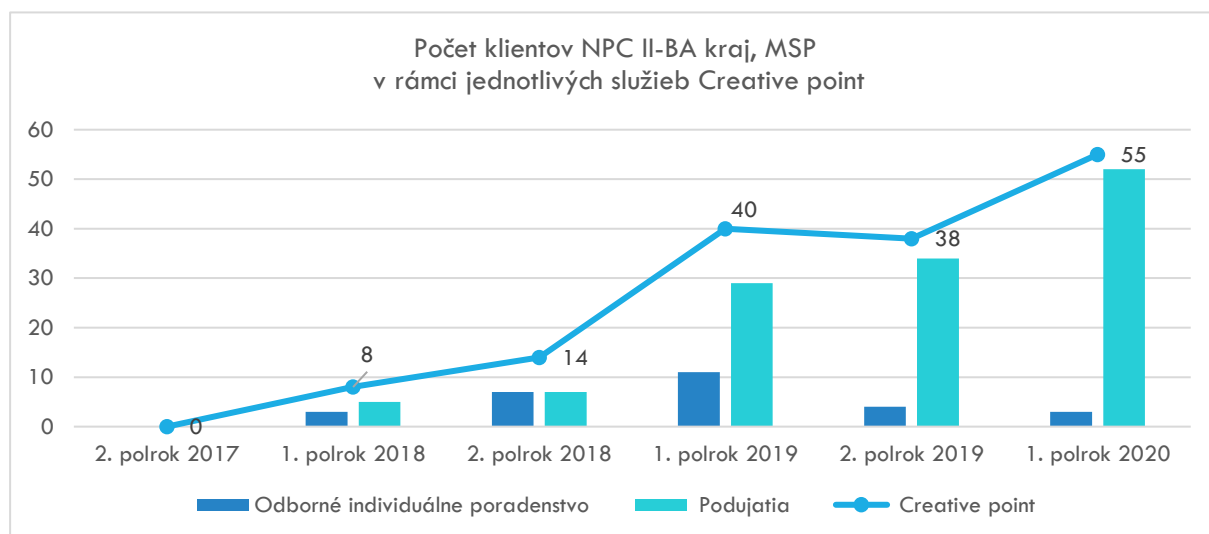


Zdroj: Spracované podľa údajov: *Evaluačná analýza za rok 2016, Evaluačná analýza za 1-6 2017, Evaluačná analýza za 7-12 2017, Evaluačná analýza za 1-6 2018, Evaluačná analýza za 7-12 2018, Evaluačná analýza za 1-6 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 1-6 2020, SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj, Bratislava 2019*

Podľa *Harmonogramu zrealizovaných podujatí 2018, 2019* za BA kraj sa v roku 2018 v rámci skupinového poradenstva realizovali Technické utorky na témy ako napr. DIY urob si vlastnú hru, DIY potlač si tričko, DIY led baterka alebo jednorazové skupinové poradenstvo (špeciálne workshopy): napr. Mysli eko. Zisti ako môžeš využiť zelenú energiu aj ty, Kreatívne raňajky a pod. V roku 2019 išlo o technické utorky na témy ako: Základy 3D modelovania, DIY Drevený náramok, Vizitka pre tvoju značku alebo špeciálne workshopy ako napr. Nové technológie v architektúre, S technológiami ku cosplayu!. Realizoval sa aj „cyklus workshopov“: CNC fréza od A po Z, Rhinoceros – modelujte profesionálne.

V roku 2018 začali program Creative point využívať aj podnikatelia. V prvom polroku to bolo 8 a v druhom polroku 14 MSP. MSP využili služby podujatia (skupinové poradenstvo) a odborné individuálne poradenstvo.

Graf 32: Počet klientov – MSP v NPC v Bratislavskom kraji podľa v programe Creative point



Zdroj: Spracované podľa údajov: Evaluačná analýza za 7-12 2017, Evaluačná analýza za 1-6 2018, Evaluačná analýza za 7-12 2018, Evaluačná analýza za 1-6 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 1-6 2020, SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj, Bratislava 2019

V roku 2019 došlo k významnému nárastu záujmu o program Creative point a to ako u nepodnikateľov (397), tak aj u MSP (78). V oboch skupinách bol vysoký predovšetkým záujem o účasť na podujatiach. V kategórii nepodnikateľov sa záujem v rámci roku 2019, tzn. medzi prvým a druhým polrokom o jednotlivé služby výrazne nemenil. V kategórii MSP došlo v druhom polroku k miernemu nárastu záujmu o podujatia, ale aj k miernemu poklesu záujmu o odborné individuálne poradenstvo. Aj v prvom polroku 2020 rástol záujem o program Creative point, konkrétne najmä o službu organizácia podujatí. Záujem o odborné individuálne poradenstvo sa znížil u nepodnikateľov z 34 na 23 osôb a u MSP zo 4 na 3.

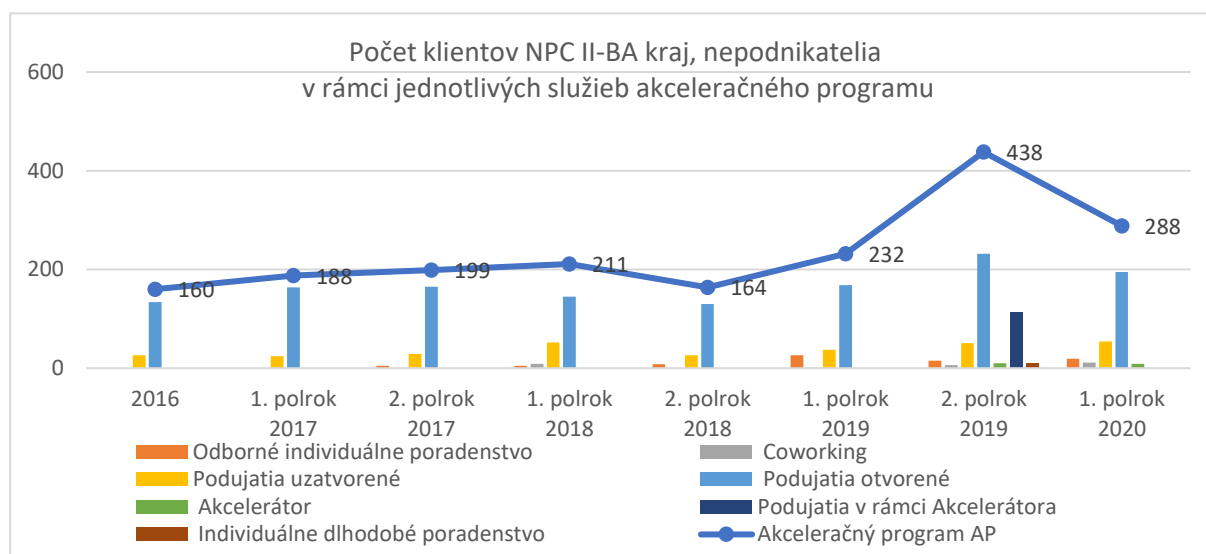
Na základe uvedených údajov je možné skonštatovať takmer kontinuálny nárast záujmu klientov o program Creative point, a to najmä o službu skupinové poradenstvo - organizácia podujatí. Záujem o službu odborné individuálne poradenstvo sa v priebehu sledovaného obdobia pohyboval rôznymi smermi.

Akceleračný program

Celková účasť klientov na Akceleračnom programe sa v prvých obdobiach jeho existencie iba nepatrne zvyšovala. V prvom polroku 2018 bol počet klientov 211, v druhom polroku 2018 poklesol, avšak v roku 2019 výrazne narástol a kulminoval na hodnote 438. V prvom polroku 2020 počet klientov klesol na 288.

Akceleračný program bol určený pre FO nepodnikateľov. Podľa *Evaluačnej analýzy za rok 2016, NPCII BA kraj* bolo v roku 2016 do Akceleračného programu zapojených 160 fyzických osôb nepodnikateľov. Väčšina z nich (134) mala záujem o službu organizácia otvorených podujatí. Organizácia podujatí má za úlohu poskytnúť informácie a vedomosti klientom, zapájať sa do nej môžu opakovane. Medzi otvorené podujatia patria prezentácie príkladov úspešných podnikateľov, networking a skupinové odborné podujatia, semináre, workshopy. Viac ako 80% klientov Akceleračného programu sa v roku 2016 zúčastnilo práve otvorených podujatí. Tento podiel zostal zhruba rovnaký aj v ďalšom roku 2017. Najvyšší záujem o účasť na otvorených podujatiach bol v druhom polroku 2019, počas ktorého sa ich zúčastnilo 232 osôb.

Graf 33: Počet klientov – nepodnikateľov v NPC v Bratislavskom kraji podľa služieb Akceleračného programu



Zdroj: Spracované podľa údajov: Evaluačná analýza za rok 2016, Evaluačná analýza za 7-12 2017, Evaluačná analýza za 1-6 2018, Evaluačná analýza za 7-12 2018, Evaluačná analýza za 1-6 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 1-6 2020, SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj, Bratislava 2019

V roku 2018 boli realizované skupinové odborné podujatia na témy ako napr.: Marketingová stratégia pre váš biznis v praxi, Biznis ťaháky na rok 2018, Podnikanie neziskových organizácií, Google adwords pre pokročilých, Sociálne podnikanie, Profesionálne blogovanie a affiliate marketing a mnohé ďalšie. V roku 2019 išlo o témy: Je Váš zákazník váš pán? Účtovníctvo a dane, zistíte ako na ne, Finančné zručnosti v hrsti, Poskladajte si vysnívaný tím a mnohé ďalšie. V rámci informačných a popularizačných aktivít sa realizovali podujatia na témy: Mysli kreatívne, Plánuješ podnikat? Vyhni sa týmto chybám!, Študuj, pracuj, podnikaj-dá sa to!. V roku 2019 napr. Vydĺždite si cestu za svojim biznisom, Nie je nám to jedno (podnikajte zodpovedne), Cestuj-bloguj-zarábaj. (Harmonogram zrealizovaných podujatí, 2018, 2019 BA kraj).

O službu uzatvorené podujatia, ktoré predstavovali skupinové modulové poradenstvo (kurz podnikateľských zručností) a Letnú školu Akceleračného programu malo v roku 2016 záujem 26 osôb. Počet klientov využívajúcich službu uzatvorené podujatia sa výrazne nezvýšil ani v ďalších obdobiach. Najvyšší počet klientov bol zaznamenaný v prvom polroku 2020, a to 54 osôb. Službu Coworking využilo počas sledovaného obdobia 27 osôb. Klienti ju začali využívať v prvom polroku 2018. O službu odborné individuálne poradenstvo bol v rokoch 2017 a 2018 záujem veľmi nízky. Zvýšil sa až v roku 2019, z 13 osôb v roku 2018 na 41 osôb v roku 2019.

Nárast počtu klientov Akceleračného programu roku 2019 súvisel aj s rozšírením poskytnutých služieb. V druhom polroku 2019 sa začali poskytovať služby individuálne dlhodobé poradenstvo a služba Akcelerátor, vysokú účasť zaznamenali najmä podujatia v rámci Akcelerátora. V roku 2019 sa v rámci Akceleračného programu realizovali aj školské exkurzie do NPC a Roadshow na školách.

Stážový program

Stážový program bol v období 2017-prvý polrok 2020 určený pre MSP. V druhom polroku 2017 ho využilo 8 MSP, pričom išlo o službu medzinárodné odborné podujatia. V rámci nej boli pre MSP zabezpečené vstupy na medzinárodné odborné podujatia, letenky, a uhradené ubytovanie. Až do prvého polroku 2019 sa záujem o účasť na medzinárodných odborných podujatiach zvyšoval. V druhom polroku 2019 však už počet MSP zúčastnených na medzinárodných podujatiach poklesol z 24 na 8. V prvom polroku 2020 bola z dôvodu obmedzení súvisiacich s epidemiologickou situáciou účasť na medzinárodnom odbornom podujatí poskytnutá iba jednému MSP.

V roku 2018 sa MSP zúčastnili na podujatiach napr. v Berlíne, Londýne, Lisabone, atď. V roku 2019 umožnil program vycestovať na podujatia do destinácií ako Atény, Paríž, Berlín, Viedeň, Amsterdam, Mníchov, Salzburg, Štokholm a iné. Zahraničné stážové pobyty neboli v roku 2018, ani v roku 2019 realizované. (Monitorovacia správa, 2018, 2019)

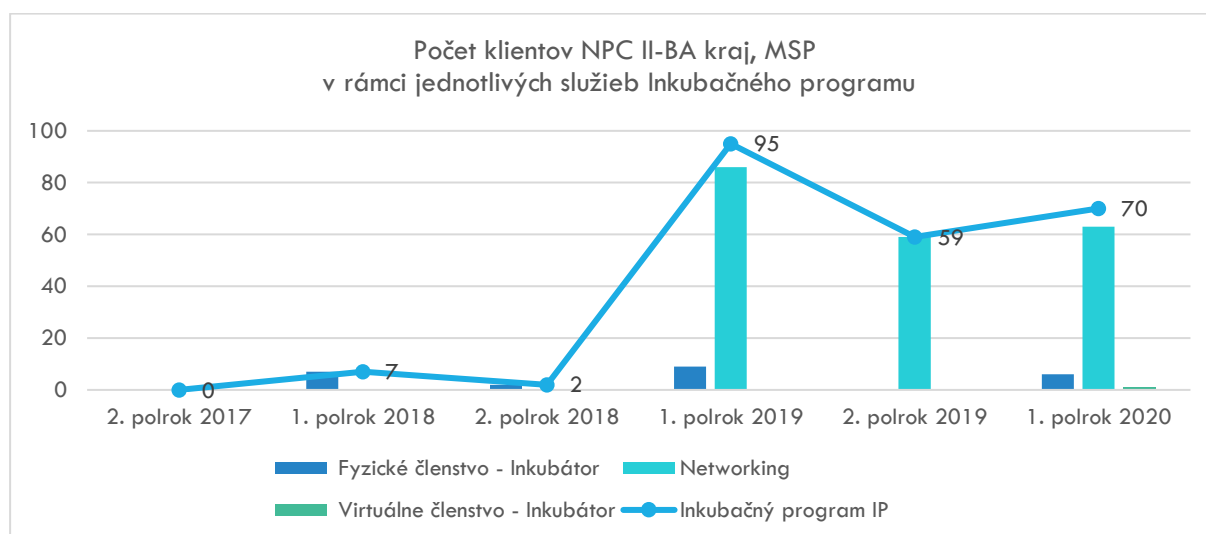
Podľa monitorovacej správy projektu 2019 bola výzva pre FO na účasť na medzinárodných odborných podujatiach spustená v marci 2020.

Inkubačný program

Evaluačné analýzy za 1-6 a 7-12 2017, NPCII BA kraj uvádzajú, že v rámci Inkubačného programu sa v tomto období realizovala služba fyzické členstvo v inkubátore. V septembri 2017 bola otvorená výzva pre záujemcov o túto službu, uzatvorená bola koncom októbra. Prihlásených bolo 11 MSP, schválených 6 MSP. V inkubátore začali členstvo 31.12.2017. Podľa Evaluačnej analýzy za 1-6 2018, NPCII BA kraj malo fyzické členstvo v inkubátore 7 MSP, v ďalšom polroku to boli iba 2 MSP. V prvom polroku 2019 sa počet MSP s fyzickým členstvom v inkubátore zvýšil na 9, v druhom polroku nebolo poskytnuté členstvo žiadnemu MSP. V prvom polroku 2020 malo fyzické členstvo 6 MSP. Od roku 2019 sa začala poskytovať aj služba networking, teda organizácia networkingových podujatí. Podľa Evaluačnej analýzy za 1-6 2019 službu networking využilo 86 MSP. Záujem o službu networking v ďalšom polroku mierne poklesol, využilo ju 59 MSP, v prvom polroku 2020 bola poskytnutá 63 MSP.

Podľa Monitorovacej správy projektu 2019 bola spustená výzva na získanie virtuálneho členstva v Inkubátore, ale pre nezáujem nebola v roku 2019 realizovaná. Virtuálne členstvo sa začalo poskytovať až od roku 2020, v prvom polroku 2020 bolo poskytnuté iba jednému MSP.

Graf 34: Počet klientov – MSP v NPC v Bratislavskom kraji podľa služieb Inkubačného programu



Zdroj: Spracované podľa údajov: Evaluačná analýza za 7-12 2017, Evaluačná analýza za 1-6 2018, Evaluačná analýza za 7-12 2018, Evaluačná analýza za 1-6 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, Evaluačná analýza za 1-6 2020, SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj, Bratislava 2019

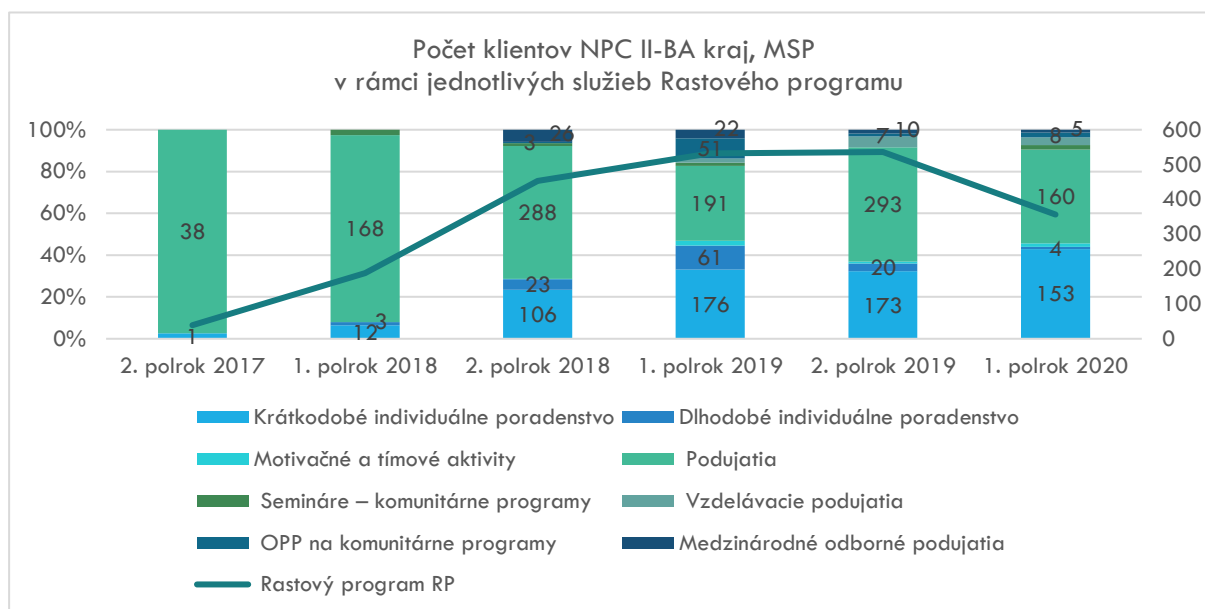
Podľa Harmonogramu zrealizovaných podujatí za roky 2018 a 2019 sa uskutočnili networkingové vzdelávacie podujatia na rôzne témy, v rámci interného networkingu napr. biznis raňajky, netcamp, atď, v rámci externého networkingu napr. Vymáhanie pohľadávok – na čo myslieť., Ako sa prezentovať? Success story telling – Pavol Amena, Zásady moderného predaja a pod.

Evaluačná analýza za 1-6 2020 uvádza, že od marca 2020 sa konzultácie realizovali online. Správa uvádza vysokú účasť na online podujatiach, ktorá prevýšila počet ľudí bežne zúčastnených na fyzických podujatiach.

Rastový program

Záujem o účasť MSP v Rastovom programe od 2. polroku 2017 kontinuálne rástol až do 2. polroku 2019. Najvyšší záujem bol o službu skupinové odborné poradenstvo, teda organizácia podujatí. Druhou najperspektívnejšou službou bolo krátkodobé individuálne poradenstvo, o ktoré záujem postupne rástol.

Graf 35: Počet klientov – MSP v NPC v Bratislavskom kraji podľa služieb Rastového programu



Zdroj: Spracované podľa údajov *Evaluačná analýza za 7-12 2017*, *Evaluačná analýza za 1-6 2018*, *Evaluačná analýza za 7-12 2018*, *Evaluačná analýza za 1-6 2019*, *Evaluačná analýza za 7-12 2019*, *Evaluačná analýza za 1-6 2020*, *SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj, Bratislava 2019*

Do Rastového programu sa MSP začali zapájať v druhom polroku 2017. Poskytnutých bolo 38 účastí na podujatiach a 1 krátkodobé individuálne poradenstvo. Podľa *Evaluačnej analýzy za 1-6 2018* sa do Rastového programu v tomto období zapojilo až 188 MSP. Záujem bol predovšetkým o podujatia (skupinové odborné poradenstvo).

K nárastu záujmu oproti predchádzajúcemu obdobiu došlo aj v rámci služby krátkodobé individuálne poradenstvo. V prvom polroku 2018 začali MSP využívať aj službu dlhodobé individuálne poradenstvo a semináre- komunitárne programy, avšak len vo veľmi nízkom počte. V druhom polroku 2018 došlo k opätovnému nárastu počtu MSP zapojených do Rastového programu. Rozšíril sa aj rozsah poskytovaných služieb. Najvyšší záujem bol opäť o podujatia, ktorý vzrástol zo 168 na 188. Skutočne významne narástol aj záujem o krátkodobé individuálne poradenstvo, počet klientov sa zvýšil z 12 na 106, zvýšil sa aj záujem o dlhodobé individuálne poradenstvo, z troch na 23 MSP a začala sa poskytovať účasť na medzinárodných odborných podujatiach, ktorú využilo 26 MSP. Aj v prvom polroku 2019 došlo k nárastu záujmu MSP o účasť v Rastovom programe. Podľa *Evaluačnej analýzy za 1-6 2019* sa do Rastového programu zapojilo až 532 MSP, pričom 191 sa zúčastnilo na podujatiach, čo predstavovalo pokles oproti minulému obdobiu. Nárast oproti minulému obdobiu bol v službách zameraných na poradenstvo, až 176 MSP získalo krátkodobé individuálne poradenstvo a 61 MSP sa zúčastnilo

na dlhodobom individuálnom poradenstve. Okrem toho boli poskytnuté služby Motivačných a tímových aktivít, semináre na témy komunitárnych programov, OPP na komunitárne programy, vzdelávacie podujatia a medzinárodné odborné podujatia. V roku 2019 MSP vycestovali na medzinárodné odborné podujatia do destinácií ako Kolín, Londýn, Mníchov, Miláno, Düsseldorf. (*Monitorovacia správa, 2019*).

V druhom polroku 2019 sa celková účasť na Rastovom programe významne nezmenila, zmenilo sa iba prerozdelenie účasti v rámci služieb, pričom sa zvýšil záujem o podujatia a znížil záujem o dlhodobé

individuálne poradenstvo. V prvom polroku 2020 došlo k poklese záujmu o všetky typy služieb. Celkový počet klientov využívajúcich Rastový program klesol na 357.

V roku 2018 sa realizovali napr. odborné semináre: Biznis protokol, Instagram-objav nové biznis nástroje, Biznis ťaháky na rok 2018, a ďalšie, alebo podpora sieťovania: GDPR – nové nariadenie o ochrane osobných údajov, Ako zvýšiť predaj na webu UX, Od prototypu k funkčnému webu, a iné. V roku 2019 boli realizované odborné semináre na tému napr. Elektronické daňové priznania-povinnosti, výhody, novinky alebo workshopy: napr. Ako využiť asertivitu v prospech biznisu, prednášky: napr. Ako sa brániť manipulácií. Informačné a popularizačné aktivity boli zamerané na prezentácie príkladov úspešných podnikateľských praxí a ďalšie, alebo išlo o semináre, či konferencie. (Harmonogram zrealizovaných podujatí 2018,2019, BA kraj).

3.8 Ktoré interné a externé faktory (pozitívne a/alebo negatívne) ovplyvňujú účinnosť nefinančnej podpory MSP a ako ovplyvňujú motiváciu klientov obracať sa na NPC?

3.8.1 PRIEBEŽNÉ MAPOVANIE

Negatívne faktory

Účinnosť nefinančnej podpory MSP negatívne ovplyvňuje najmä administratívna náročnosť spojená so získaním a čerpaním služieb NPC, nízka prehľadnosť informácií na webových stránkach SBA a NPC a náročnosť registrácie pre získanie služieb NPC. V rámci hodnotenia spokojnosti klientov za prvý polrok 2019 získali tieto faktory najnižšie známky. (Evalučná analýza, 7-12 2019, NPCII BA)

Motiváciu klientov obracať sa na NPC do značnej miery ovplyvňuje požiadavka na poskytovanie pomerne veľkého množstva informácií o firme. Negatívnym faktorom je aj zdĺhavá registrácia na podujatia. Čo sa týka týchto faktorov, sú do značnej miery externé a teda vychádzajú z predpisov a požiadaviek viazaných na čerpanie zdrojov z EÚ.

Naopak, interným faktorom je propagácia služieb NPC. Motivácia klientov obracať sa na NPC je zásadne ovplyvňovaná dostupnosťou informácií o službách NPC. Nízka propagácia aktivít, nízka informovanosť o pripravovaných aktivitách a takisto aj nízka prehľadnosť informácií na webe predstavujú jeden z hlavných negatívnych faktorov. Pokusom o parciálne riešenie je, že niektoré programy sa snažia budovať vlastné komunity prostredníctvom sociálnych sietí. Tento prístup umožnil aspoň čiastočne kompenzovať problém nedostatočného propagovania NPC a realizovaných aktivít, resp. poskytovaných služieb.

Ako ďalší negatívny faktor v prípade organizácie podujatí pôsobil čas podujatia v prípade, že bol stanovený v rámci štandardného pracovného času, prípadne čas prekrývajúci sa s iným podujatím.

V prípade poskytovania služieb poradenstva, predovšetkým krátkodobého, klienti často uvádzali ako negatívum nedostatočný rozsah poradenstva, ktorý mal zásadný dopad aj na jeho výsledok, či naplnenie predstáv klientov.

Negatívnym faktorom, ktorý je možné považovať taktiež za interný, je neadekvátne „levelovanie“ podujatí, to znamená nedostatočné celenie podujatí na určité homogénne skupiny klientov, čo sa týka ich vedomostí o téme podujatia. V prípade, že sú podujatia organizované s cieľom osloviť čo najširšiu skupinu, výsledkom je poskytnutie všeobecných informácií s nízkou pridanou hodnotou pre tých, ktorí o téme už majú určité znalosti. To, čo klienti očakávajú sú konkrétne poznatky aplikovateľné do ich života a praxe, resp. aby čas investovaný do podujatia vyvážili nadobudnuté a prakticky využiteľné vedomosti.

Niektoré služby si vyžadujú dosiahnutie určitého počtu účastníkov, aby mali dostatočnú pridanú hodnotu pre klientov. Týka sa to napríklad co-workingu, čo je priestor, kde klienti očakávajú, že sa budú stretávať a zdieľať svoje skúsenosti s inými rôzne zameranými ľuďmi. Takisto aj niektoré podujatia, ktoré si vyžadujú prácu v tíme musia dosiahnuť určitý počet záujemcov. Preto aj nízky počet klientov NPC je možné považovať za negatívny faktor.

Pri rôznych druhoch podujatí a pri poskytovaní konzultácií je kľúčová osoba školiteľ'a. Nedostatočná odbornosť, nedostatočná príprava či skúsenosti školiteľ'ov pôsobia ako výrazný negatívny faktor. Takisto nesprávne nastavená dĺžka podujatia, v rámci ktorej nie je dostatok priestoru na detailnú prezentáciu témy a diskusiu ovplyvňuje jeho kvalitu. Ako negatívny faktor pôsobí aj príliš teoretické zameranie podujatí a nedostatok praktických ukážok.

Pozitívne faktory

Vyššie uvedené negatívne faktory sa v hodnoteniach klientov vyskytovali podstatne menej často ako pozitívne faktory. Väčšina klientov bola so službami NPC veľmi spokojná. Služby NPC hodnotili klienti, predovšetkým z radov živnostníkov, MSP a FO, ako veľmi prínosné.

Medzi pozitívne faktory patrí komunikácia a spolupráca pracovníkov NPC a SBA s klientami a takisto aj lokalita poskytovania služieb, ktoré získali v rámci hodnotenia spokojnosti klientov najlepšie známky. (Evalučná analýza, 7-12 2019, NPCII BA)

Proklientský prístup a ochota pracovníkov SBA predstavujú jeden z najvýznamnejších interných faktorov, ktorý pozitívne ovplyvňuje motiváciu klientov využívať služby NPC (aj opakovane). Tieto faktory boli klientami veľmi často vyzdvihované. Ústretovosť a podpora zo strany zamestnancov SBA umožňovali eliminovať aj niektoré externé bariéry, na ktoré SBA nemá úplný dosah, ako napr. povinnosti vyplývajúce z pravidiel čerpania EŠIF.

Rovnako dôležitým faktorom, ktorý dokáže výrazne pozitívne ovplyvniť motiváciu klientov obracať sa na NPC sú kvalitní a skúsení odborníci – školitelia, konzultanti, mentori.

Títo experti boli klientami vo veľkej väčšine prípadov vnímaní veľmi dobre. Klienti v slovných hodnoteniach vyjadrovali spokojnosť s ich odbornými vedomosťami, praktickými skúsenosťami, schopnosťami posunúť ich podnikanie správnym smerom a ochotou pomôcť im s konkrétnymi problémami. Pozitívne boli vnímané predovšetkým praktické príklady, odborné rady a nové podnety.

Klientami bola veľmi pozitívne vnímaná priateľská atmosféra na skupinových podujatiach, neformálny prístup, diskusie, brainstorming a celkovo možnosť načerpať inšpiráciu a motiváciu.

Po nástupe pandémie Covid-19 sa význam NPC v očiach klientov ešte zvýšil. Ako uvádza manažérka NPC BA kraj: „Po nástupe situácie COVID – 19 a nábehu na online prostredie o to viac vnímali dané cieľové skupiny podporu, ktorá sa im prostredníctvom NPC dostávala. Bola kontinuálna, bez prerušovania a vďaka nej sa ľahšie a rýchlejšie vedeli vyrovnávať jednak s legislatívnou „smršťou“, ktorá sa na nich v čase zmien vyrútila a taktiež so zmenami, ktoré si vyžiadala trh kvôli prechodu do online prostredia a digitálneho sveta“. Prechod do online prostredia zároveň umožnil to, že sa k podpore dostalo väčšie množstvo klientov.

3.8.2 VLASTNÝ PRIESKUM

Uvedené priebežné mapovanie NPC potvrdil aj vlastný prieskum, v rámci ktorého bolo zistené, že využívanie služieb NPC, ale aj celková účinnosť podpory sú podmienené viacerými internými a externými faktormi, ktoré vplyvajú na účinnosť podpory (Tabuľka 26). Hlavnou motiváciou podnikov je ekonomický rozmer podpory, ktorý im umožňuje v zjednodušenom režime de minimis podpory získavať poradenstvo bezodplatne.

Pozitívne faktory

Ako príklad môžu slúžiť služby v oblasti široko definovaného marketingu, o ktoré majú podniky veľký záujem. Pre uspokojenie vysokého dopytu v tejto oblasti sa dokonca niektoré podujatia musia realizovať opakovane. Zamestnanci NPC prejavujú veľmi silnú motiváciu pomôcť podnikateľom a snažia sa vytvárať v čo najväčšej miere proklientské prostredie v podmienkach domácej legislatívy. Ako konštatovala jedna podnikateľka: „S administratívou okolo žiadosti nám pomáhali ľudia z NPC. Sama by som sa do toho nepustila, bála by som sa, že to bude komplikovaný proces“.

Proklientská orientácia je nastavená v rámci všetkých programov, do ktorých sa môžu podnikatelia zapájať priamo, alebo využitím prístupu prostredníctvom Front Office, kde sú zamestnanci NPC schopní nasmerovať ich na konkrétnu službu. Tok klientov medzi jednotlivými programami je z hľadiska získavania informácií klientami relatívne jednoduchý, čo prispieva k flexibilitě jednotlivých centier. Niektoré dokonca hovorili o istej špecializácii podľa lokálnej expertnej bázy, ktorá je využívaná pri poskytovaní služieb. Na druhej strane NPC sa „nechcú zameriavať na konkrétne sektory, ale chcú poskytovať poradenstvo všetkým typom MSP“. Sieťová štruktúra NPC, ktoré je centrálné koordinované umožňuje generovať synergie, napr. v podobe zdieľania lektorov v špecifických témach. Celkovo možno konštatovať rastúci záujem o poskytované poradenstvo na strane podnikov.

NPC má individuálny prístup ku každému klientovi (vyhľadávanie klientov, pomoc s administratívou, nastavenie konkrétnej pomoci...), manažéri NPC svojich klientov poznajú. Individuálny prístup vidia ako kľúčový pre úspech programov. Jeden z klientov na margo špecifického nastavenia pomoci uviedol: "Služby som využil predovšetkým preto, lebo mi to šetrí čas a dá sa to „našiť“ presne na riešenie môjho problému/požiadavky".

Sieť NPC umožňuje zapojenie širokej škály podnikateľských subjektov, pričom špeciálna pozornosť je venovaná inovatívnym začínajúcim podnikom (do 3 rokov) s veľkým trhovým potenciálom, pre ktoré sú určené špecifické aktivity. Pre túto skupinu je určený Inkubačný program, ktorý, v niektorých prípadoch, zápasí s nedostatkom interných kapacít, ktoré by mali umožniť zapojenie väčšieho množstva start-upov (mimo online priestor/virtuálny inkubátor).

Administrátori konštatovali, že tento prístup umožňuje poskytovať cielenejšie služby tejto špecifickej a vysoko senzitivity kategórii podnikov. Ako konštatoval jeden z administrátorov: „Chceme zvýšiť mieru prežitia začínajúcich firiem, ktorá je veľmi nízka. Preto sa snažíme vytvárať ponuku, ktorá reflektuje ich očakávania“. Túto snahu ocenili aj mnohé podniky: "Je to dobré, že cez aktivity NPC sa podporujú mladí/záčajúci podnikatelia!"

Za účelom zvyšovania kvality služieb je cieľom využívať čo najkvalitnejších konzultantov,: „Mali sme šťastie na fantastickú konzultantku, vďaka nej nie je programu čo vytknúť.“ Jednotlivé regionálne NPC sa postupne presadzujú v rámci lokálnych ekonomík čo sa prejavuje o.i. rastúcim záujmom o zapojenie do programu nielen zo strany žiadateľov o podporu (klientov/podniky), ale aj zo strany konzultantov. „Už niekoľkokrát sa nám stalo, že spolupráca medzi našim klientom a konzultantom pokračovala po skončení podporenej aktivity. Veľmi nás to teší, že aj po skončení zapojenia do niektorého z programu sú podniky, ktoré sa takto aj vďaka nám rozvíjajú“.

Negatívne faktory

Do budúcnosti je dôležité zabezpečiť, aby konzultanti a lektori, najmä v prípade skupinových podujatí nevyužívali poskytovanie poradenstva ako platformu pre propagáciu svojej firmy, v zmysle poskytnutia iba čiastkových informácií počas bezplatného poradenstva v rámci NPC s cieľom motivovať klientov NPC, aby si dodatočné poradenstvo zaplatili z vlastných zdrojov. Napriek celkovej spokojnosti však podľa administrátorov programov existujú reálne implementačné problémy a tie sú práve pri motivovaní kvalitných externých konzultantov pre zapojenie sa do programu. Podľa NPC sú sadzby pre externých konzultantov nastavené nízko, čo sa odrazilo v tom, že niekoľko konzultantov spoluprácu s NPC odmietlo.

Fixné nastavenie maximálnych odmien konzultantov (pre niektoré profesie aj niekoľkokrát nižšie ako sú trhové ceny) sa bude prejavovať stále intenzívnejšie vzhľadom na rast celkovej ceny práce, najmä expertov ponúkajúcich unikátnu pridanú hodnotu. Okrem toho aj niektoré formálne podmienky nemusia byť pre mentorov vhodné či splniteľné, ako napr. fixná požiadavka vysokoškolského vzdelania, pri súčasnom nedostatočnom ocenení pracovnej praxe a skúseností (vrátane renomé): „Je zbytočné pre lektorov mať podmienku vzdelania 2. stupeň VŠ, pretože majú dostatočné skúsenosti. V mnohých oblastiach je to irelevantné, a niektorí ľudia majú úplne iné vzdelanie ako to, čím sa zaoberajú.“ Situácia vyústila aj do prípadu, že „podnikateľ potom robil radšej Pro bono – potom sa ale nečerpajú prostriedky z projektu a je otázne ako dlho sa dá takto fungovať.“ Okrem nízkych mzdových sadzieb či náročných požiadaviek je pre expertov problémom aj množstvo administratívnych povinností. Jedna klientka uviedla: Mali sme jedného experta, ktorý povedal, že nikdy viac...bolo toho veľa (administratívy...podpisovanie), bolo to náročné.“

Stratou kvalitných konzultantov môže NPC prísť aj o kvalitných klientov, lebo pre mnohé úspešne sa rozbiehajúce podniky je práve kvalitný konzultant faktorom, ktorý v konečnom dôsledku „rozhodne“ o využití služby NPC klientom. Konzultácie by mali byť primárne zamerané na poskytovanie služieb s vysokou pridanou hodnotou, pričom v niektorých prípadoch boli poskytované služby, ktoré nemajú potenciál k systémovému rozvoju firiem, ale len zabezpečili dosiahnutie štandardov (napr. školenie BOZP, alebo školenie technického personálu v cestovnom ruchu).

Podľa zamestnancov NPC existuje všeobecne malé povedomie MSP o možnostiach podpory: „Firmy sú často prekvapené, koľko a akých možností majú v rámci NPC.“ Veľkou bariérou je podľa viacerých zamestnancov NPC webová stránka: „Pri hľadaní služieb, je to neprehľadné, a keď klient má vyklikávať, keď mu nepošlete priamo linku... je to bludisko, klient nevie sa v tom orientovať...webová stránka nie je user friendly.“ Potvrdzujú to aj zistenia z prieskumu medzi klientami. Oslovená podnikateľka uviedla, že sa o programe dozvedela sama, keďže pracuje v oblasti, kde sa robí s projektami EŠIF. Programy NPC našla náhodne, ako uvádza: „Obyčajný človek by to nemal šancu nájsť.“

Bariérou efektívnejšieho fungovania NPC je celkovo nedostatočná viditeľnosť NPC. Konštatovali to aj všetci interní zamestnanci, ktorí zvyčajne potrebu realizácie intenzívnejších propagačných kampaní. Informačné kampane sú realizované najmä na sociálnych sieťach. Pre zvýšenie povedomia o sieti NPC a ponúkaných službách by však bolo potrebné spustiť celonárodnú informačnú kampaň.

Komunikácia NPC navonok musí byť rovnako profesionálna, pretože iba tak získajú potenciálni klienti dojem, že NPC je organizáciou, ktorá im služby vysokej kvality dokáže poskytnúť.

Klienti sú získavaní najmä priamym angažovaním zamestnancov, príp. aj náhodne alebo na základe odporúčania známeho. „O službách NPC som sa dozvedela náhodou, upozornil ma na to známy, pozrela som si ponuku a tá ma oslovila.“ Najväčšiu bariéru videli zamestnanci NPC aj klienti v administratíve, a to vo všetkých fázach, od prihlásenia, registrácie, kontrolu údajov až po rozhodovací proces. Administratívna záťaž sa opakuje vo vyjadreniach manažérov NPC aj podnikateľov/podnikateľiek ako veľmi silná vstupná bariéra pre využívanie existujúcich služieb: „Podnikateľ nemá kapacitu riešiť aké sú výzvy, ak názvy samotných výziev sú väčšinou nezrozumiteľné. NPC stránka je komplikovaná, podnikatelia sa na nej strácajú a potom NPC robí jeho sprievodcami tou byrokraciou.“

Najmä pri prvom kontakte podnikateľov s NPC, kedy sú podnikatelia voči NPC ešte pomerne nedôverčiví je povinnosť poskytovania veľkého množstva informácií významným negatívnym faktorom.

Klient NPC, podnikateľ v oblasti starostlivosti o zdravie: „Keď klient vyplňa formuláre, tak má pocit, akoby ho zo všetkého upodozrievali, cítiť z toho riadnu nedôveru.“

Viacerí administrátori uvádzali, že je potrebné zjednodušiť proces schvaľovania služieb, napr. prostredníctvom efektívnejšie zdieľanej zodpovednosti na rôznych úrovniach, ako aj zavedenia možnosti automatického preverenia v štátom vlastnených registroch. Problémom sú najmä SZČO, ktorý musia kvôli overeniu dodávať daňové priznania, čo je pre mnohých veľmi citlivé. Pri akciových spoločnostiach a spoločnostiach s ručením obmedzeným je proces overenia jednoduchší.

Administrátori sa snažia byť v tomto smere čo najviac nápomocní, pomáhajú žiadateľom s vypisovaním dokumentov. Jeden z administrátorov uviedol, že bez pomoci, ktorú klientom poskytujú, by podľa jeho názoru bol o služby iba štvrtinový záujem. Špecifickým typom problému je Vyhlásenie o veľkosti podniku. Jedná sa o zložitý 20 stranový dokument, ktorý má bežný podnikateľ veľký problém vyplniť. V prípade rôznych prepojení medzi podnikmi je to komplikované aj pre menej skúsených administrátorov NPC.

Ako problémový bod v procese sa ukazuje napr. schvaľovanie žiadostí o získanie dlhodobého individuálneho poradenstva, kedy sa všetky žiadosti schvaľujú komisiou v Bratislave. Tento krok v procese spravidla trvá tri mesiace, čo odrádza podnikateľov od získania služieb. Je vhodné zvážiť vo väčšej miere zdieľané rozhodovanie na základe jasne daných kritérií, ktoré môžu mať regionálny priemet. Z tohto dôvodu relatívne silne rezonovala téma decentralizácie – podľa respondentov z regionálnych NPC by sa niektoré veci, o ktorých rozhodujú v Bratislave mohli presunúť do regionálnych centier. Záujem o niektoré podujatia by bol podľa respondentov väčší, keby malo NPC v regióne viac právomoci a nemuseli by čakať na schvaľovanie v Bratislave. Pre získanie vyššej flexibility sú regionálne NPC ochotné niesť aj vyššiu zodpovednosť: „Podnikateľ aj tak musí splniť podmienky... aj za cenu toho, že NPC v regióne by nieslo zodpovednosť a následky, keby prišla kontrola.“

Získanie podpory na skupinové podujatie bolo rovnako administratívne náročné ako zaradenie do inkubátora. Administratívna záťaž je rozdielne vnímaná v prípade služieb, ktoré klient „spotrebuje“ za cca hodinu (prednáška, seminár) a služieb, ktoré bude využívať dlhšie obdobie. Niekoľko krát sa stalo, že „klienti chceli ísť len na jedno podujatie, ale administratívne to bolo príliš zdĺhavé a stratili záujem“. Celkovo možno konštatovať, že administratívna náročnosť je rovnaká, bez ohľadu na veľkosť poskytnutej pomoci, čo je klientami vnímané veľmi negatívne.

Až pokles záujmu o určité služby počas koronakrízy umožnil výraznejšie zjednodušovať niektoré aspekty administratívy služieb. Podľa NPC je nevyhnutné prístupit' k celkovému zjednodušeniu pri aktívnej spolupráci MH SR. Ako príklad simplifikácie a proklientského prístupu možno uviesť zmenu v nazeraní na „zdravie podniku“. Pozitívne vnímaná je aj možnosť elektronického podpisovania dokumentov.

V minulosti bol problém v tom, že „ak mali napríklad nedoplatok v sociálnej poisťovni, čiže sme im poradili, aby to zaplatili a ak to zaplatili, tak sme im tú pomoc poskytli, mnohé problémy boli s prepojením partnerských podnikov, kde mali prepojenie na obce, čiže síce to boli podnikateľské subjekty, ale vznikli problémy, že nemohli dostať pomoc, ale to je minorita, väčšine, povedzme 90 % tá pomoc príde“.

Pôvodné požiadavky na poskytnutie pomoci iba (najmä) účtovne/ekonomicky zdravým firmám sa prehodnocujú a je to podľa NPC krok správnym smerom. Pôvodne sa nemohli podporovať podniky, ktoré neprešli tzv. testom podniku v ťažkostiach. Dnes je už akceptovaná istá nízka miera nedoplatkov napr. Sociálnej poisťovni, ktorá nemusela byť spôsobená nevhodnými praktikami podniku, ale napr. z dôvodu administratívneho pochybenia.

Paradoxne, práve podniky v ťažkostiach majú záujem o pomoc, pretože sa snažia prežiť na trhu.

Ako uviedol jeden z administrátorov NPC: „Veľakrát by sa to ešte dalo zachrániť... niekedy stačí minimálna pomoc a firma prežije.“ Iný konštatuje: „je treba pomáhať aj firmám s problémami, nielen zdravým firmám, tam ide potom najmä o znižovanie nákladov, zaplatí sa služba, ktorú by si mohla zdravá firma zaplatiť sama.“

Taktiež bolo viackrát zdôraznené, že je dôležitá príprava pred začatím podnikania. Keď človek začne podnikat' je dôležité, aby mal možnosť obrátiť sa na podnikateľské centrum, ak má problémy. Malo by

ísť o pomoc „ušíťu na mieru“ – riešenie konkrétnych situácií. (napríklad pomoc remeselníkom, ktorí chcú podnikat', ale nevedia napr. vystaviť faktúru, komunikovať elektronicky a pod.)“. Práve v tejto oblasti by sa mali NPC intenzívnejšie etablovať. Na začiatku projektu bola snaha v rámci Front Office umiestniť sem aj zamestnancov iných organizácií, ktorí budú poskytovať informácie z ďalších oblastí. Jednalo sa napr. o UPSVaR alebo SZRB. Tento koncept však nedosiahol počas realizácie činnosti dostatočnú odozvu medzi klientami, ale najmä medzi partnerskými organizáciami, ktoré nemali záujem o tento typ spolupráce (delokalizovanie svojich zamestnancov do priestorov NPC). Slabý záujem bol spôsobený najmä rozbehom projektu a nedostatočnou propagáciou NPC. Spolupráca s inými organizáciami by mohla byť prínosná pre rôzne skupiny záujemcov. Jeden zo zamestnancov NPC uviedol: „Pre nepodnikateľov by pomohla spolupráca s ÚPSVaR - chceme sa tomu venovať pravidelne. Mame rovnakých klientov.“

Niektoré typy aktivít nie je možné realizovať v dostatočnej kvalite, príp. vôbec bez externých subdodávateľov z dôvodu komplikovaného systému verejného obstarávania.

Ako problém sa ukazuje celková preťaženosť interných zamestnancov NPC, ktorí značnú časť svojich aktivít venujú administratívnym činnostiam. Niektorí konštatovali, že kvôli tomu nemajú dostatok času spoznať detailne svojich klientov.

Lokalizácia NPC v regionálnych centrách je logická, ale v istých prípadoch suboptimálna. V prípade NPC, v ktorých teritoriálnej pôsobnosti sú najmenej rozvinuté regióny sa ukazuje neochota podnikateľov cestovať z ekonomicky slabšej periferie do regionálneho centra. S cestovaním do krajského mesta môžu pre podnikateľov súvisieť logistické, časové technické a ekonomické problémy. Z dôvodu nastavenia rozpočtu nie je možné vycestovať za klientom alebo si tam prenajať priestor. Nevyhnutnosť cestovania do krajského mesta je významnou prekážkou aj pre využívanie služieb znevýhodnenými skupinami napríklad nezamestnanými: „Nezamestnaný človek z Lučenca pravdepodobne nepôjde do Banskej Bystrice na podujatie ako začať podnikat'“. Viacero manažérov zdôraznilo vhodnosť presunutia niektorých aktivít do týchto periférnych oblastí, ktoré ale z hľadiska možného záujmu o služby možno považovať za kľúčové. Problémom pri realizácii služieb NPC v periférnych oblastiach je však nedostatočné povedomie o službách NPC. NPC uviedlo, že aj napriek projektovým obmedzeniam realizovali aktivity v týchto periférnych oblastiach na ktorých sa dá v budúcnosti stavať. Koronakríza a vyššie využívanie online poradenstva problém týkajúci sa lokalizácie rôznych NPC v značnej miere potrela.

Externé faktory

Okrem faktorov, ktoré sú v kompetencii SBA, sú aj mnohé, ktoré ovplyvniť nedokáže, ako napr. celková ekonomická situácia, trh práce, či záujem ľudí o podnikanie ako také.

Zvýšený záujem o zapojenie sa do programov je spôsobený rôznymi zmenami vplyvajúcimi na podnikanie. Ide o zmeny na trhu, ale aj zmeny týkajúce sa štátnych nariadení a pravidiel. Výrazný vplyv mali trhové zmeny (tlak na presun aktivít do virtuálneho priestoru, etc.), ktoré boli v značnej miere stimulované protipandemickými opatreniami. Podniky boli nútené vo zvýšenej miere realizovať svoje obchodné aktivity prostredníctvom online predaja. Nakoľko s online priestorom mnohé firmy pred pandémiou skúsenosti nemali, získanie bezodplatného poradenstva v tejto oblasti bolo pre nich veľmi atraktívne.

V niektorých prípadoch podniky uvádzali aj snahu udržať krok s dynamicky sa rozvíjajúcou konkurenciou: "konkurencia v regióne je veľká, služby musia byť kvalitné aj kvalitne ponúkané, stále je čo vylepšovať aj v oblasti marketingu a reklamy a je veľmi užitočné, že NPC to ponúka".

V iných prípadoch uvádzali klienti snahu expandovať do zahraničia: „Sme značka, ktorá rastie a preto je zahraničie pre nás dôležité. Nie vždy je táto expanzia možná z vlastných zdrojov. Našou motiváciou bolo expandovať do zahraničia – náš trh je malý a nepripravený pre naše produkty.“

Z tohto dôvodu niektoré firmy postupne spúšťajú podporu digitalizácie najmä vo svojich výrobných priestoroch. Okrem toho, podľa NPC, z dôvodu Covid-19 vzrástol záujem aj o poradenstvo v súvislosti s vládnymi nariadeniami a reguláciami.

Minimálne do vypuknutia pandémie pociťovali firmy problém hlavne v oblasti ľudského kapitálu a chýbajúcich odborníkov priamo vo firmách. Tento stav determinoval zameranie záujmu firiem, ktoré častokrát potrebovali štandardné poradenstvo (napr. BOZP), ktoré uprednostňovali pred unikátnymi školeniami svojich zamestnancov. Tento stav je podčiarknutý prebiehajúcim únikom mozgov (brain drain) z regiónov.

Celkovo experti NPC konštatovali nedostatočný záujem o podnikanie ako kariérnu voľbu čo je najvýraznejšie najmä v najmenej rozvinutých regiónoch. Pozorovanie manažérov programov NPC ukazuje na skutočnosť, že „ak vznikajú, tak najmä malé podniky, napr. rodinné podniky, alebo jedno/dvoj-osobové mikropodniky. Väčšina z nich má veľmi nízky inovatívny potenciál“. Neočakávaná pandemická kríza spôsobila, že sa záujem o podnikanie znižuje výraznejšie. „Vplyvom pandémie sa ťažko naplňajú programy pre začínajúcich podnikateľov, pretože ich počet jednoducho klesol, ľudia sa boja založiť s.r.o. či zobrať úver.“

Viacerí manažéri uviedli, že vidia priestor na zlepšenie v komunikácii s MH SR. Z hľadiska zvládnutia implementácie projektov by uvítali vo vyššej miere využívanie oficiálnych usmernení, pričom niektoré, najmä v počiatkovej fáze implementácie národných projektov, neboli komunikované oficiálne. Problémom je napr. aj robustný test MSP, ktorého správne vyplnenie je v prípade niektorých podnikov s rozvetvenou štruktúrou pri využití verejne dostupných zdrojov komplikované. V niektorých prípadoch tak došlo k rôznym zisteniam vďaka tomu, že MH SR je oprávnené využívať systém Arachne (SBA nemá do Arachne prístup).

Tabuľka 26: Interné a externé faktory vplyvajúce na úspešnosť podpory NPC.

	Interné	Externé
Pozitívne	<ul style="list-style-type: none"> • Poskytovanie bezodplatného poradenstva • Zameranie na prax a ponuka riešení so zapojením lektorov so skúsenosťami • Individuálny prístup ku každému klientovi • Možnosť sprostredkovania dlhodobej podpory • Flexibilita jednotlivých centier • Motivovaní a proklientsky orientovaní zamestnanci NPC • Zdieľané infraštruktúrne kapacity • Podpora všetkých typov podnikateľských subjektov 	<ul style="list-style-type: none"> • Záujem firiem o špecializované poradenstvo • Dôvera firiem ktoré využívajú opakovane služby NPC (budovanie značky NPC) • Kvalita a renomé konzultantov • Rastúci záujem expertov o zapojenie do programov • Obmedzené kapacity inkubátorov (mimo online režim) • Zmeny ovplyvňujúce podnikanie (trhové, Covid, megatrendy) • Podpora MSP v rámci SR a EÚ a národných politík a programov • Finančné mechanizmy podpory
Negatívne	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatočná viditeľnosť NPC • Administratívna náročnosť poskytovania služieb • Interné kapacity zahltené administratívou • Nároky na zdravie firmy (postupne sa menilo) • Koncentrácia služieb v centre kraja a limitované aktivity v rámci regiónu 	<ul style="list-style-type: none"> • Malý záujem o podnikanie • Nedostatočná spolupráca s inými organizáciami • Suboptimálny ľudský kapitál vo firmách • Obmedzené kapacity inkubátorov (mimo online režim) • Podkapitalizovanie firiem a nepodnikateľov • Slabé prepojenie na vedu a výskum • Vysoké administratívne zaťaženie podnikateľských aktivít • Chýbajúca infraštruktúra v krajoch • Nedostatočná medializácia služieb • Nastavenie verejného obstarávania

Zdroj: vlastné spracovanie

Permanentným problémom je financovanie. Ľudia často nemajú vstupný kapitál na rozbeh vlastného podnikania, alebo jeho rozvoj. Preto vznikajú najmä podniky, ktoré vstupný kapitál nepotrebujú (freelancer), alebo malé často manuálne výroby. To sa následne prejavuje aj v záujme o ponúkané

služby: „Ľudia majú strach začať s podnikaním alebo im veľmi často chýbajú financie, to najviac ľudí brzdí. Tento projekt je veľmi dobrý, lebo podporuje tých ľudí... klienti nevedia urobiť ani finančný plán... na rozvoj je projekt výborný.“

Okrem poradenských služieb ponúka NPC aj prístup k technológiám, čo môže byť príležitosťou práve pre firmy alebo záujemcov o podnikanie, ktorý nemajú dostatok vlastného kapitálu na ich obstaranie. Niektoré NPC sú schopné vďaka Creative Pointu sprostredkovať podnikateľom, ale aj nepodnikateľom nové moderné technológie, ktoré sú určené na tvorbu inovatívnych prototypov.

3.9 Aká je spokojnosť klientov NPC s poskytovanými službami?

SBA priebežne zisťovala spokojnosť MSP využívajúcich služby v rámci budovanej siete NPC prostredníctvom priebežného dotazníkového zisťovania. Dotazník pre účely skvalitnenia služieb NPC, ktorý SBA využíva na monitorovanie spätnej väzby klientov obsahoval okrem iného otázku týkajúcu sa celkovej spokojnosti so službou, ale aj jednotlivých aspektov, a to organizačná a technická stránka, obsah a aktuálnosť poznatkov a informácií, čas aktivity a dĺžka trvania aktivity. V rámci dotazníkového zisťovania sa respondenti vyjadrovali aj ku kvalite lektorov, ich kompetentnosti, prístupu, komunikácií, ale aj k využiteľnosti získaných informácií v praxi. Pri niektorých službách sa monitorovala aj spokojnosť s rozsahom poskytnutých služieb, alebo náročnosťou.

3.9.1 NÁRODNÝ PROJEKT NPC II BA KRAJ

V rámci dotazníka SBA, klienti odpovedali aj na otázku, či mala pre nich poskytnutá služba vysokú pridanú hodnotu. Podľa Evaluačnej analýzy za 7-12 2019 odpovedalo na túto otázku kladne až 97% nepodnikateľov a 96% podnikateľov, v druhom polroku 2018 boli tieto podiely ešte vyššie. V porovnaní s prvým polrokom 2018 je možné vidieť nárast spokojnosti s poskytnutými službami.

Tabuľka 27: Podiel klientov, ktorí uviedli odpoveď „ÁNO“ na otázku, či mala pre nich poskytnutá služba vysokú pridanú hodnotu, NPC II BA kraj

	Nepodnikatelia	MSP
1.polrok 2018 , 2. polrok 2018	95%, 99%	95%, 98%
1.polrok 2019 , 2. polrok 2019	97%	96%

Zdroj: Spracované podľa údajov: Evaluačná analýza za 1-6 2018, Evaluačná analýza za 7-12 2018, Evaluačná analýza za 1-6 2019, Evaluačná analýza za 7-12 2019, SBA, Národný projekt NPCII BA – kraj.

Klienti v dotazníku uvádzali aj odpoveď na otázku, čo bolo pre nich najvyššou pridanou hodnotou.

Klienti nepodnikatelia uvádzali pridanú hodnotu v podobe:

- získania nových informácií a poznatkov, motivácie a posunu projektu na inú úroveň prostredníctvom poskytnutých informácií získaných z podujatí či poradenstva (Evaluačná analýza za 7-12 2018, 7-12 2019, 1-6 2020, Národný projekt NPCII BA – kraj)
- posunu k začatiu podnikania a zároveň získanie usmernení pre predchádzanie prípadným komplikáciám či pokutám, ale aj priestoru pre budovanie vzťahov, networking, na mieru šitého poradenstva, zdieľania informácií z praxe, diskusie s ostatnými klientami (Evaluačná analýza za 1-6, 7-12 2018, Národný projekt NPCII BA – kraj)
- online školenia, ktoré boli spustené hlavne kvôli COVID – 19 situácii. (Evaluačná analýza za 1-6 2020, Národný projekt NPCII BA – kraj)

Klienti podnikatelia uvádzali pridanú hodnotu v podobe:

- nových kontaktov, odborných rád skúsených expertov, medzinárodných porovnávaní a skúsenosti, či inšpirácie od iných podnikateľov, (Evalučná analýza za 7-12 2019, 1-6 2020, Národný projekt NPCII BA – kraj)
- možnosti dostať na medzinárodné podujatie, stretnutia s expertami, možnosti posúvať svoj biznis na vyššiu úroveň v rôznych oblastiach. (Evalučná analýza za 1-6 2020, Národný projekt NPCII BA – kraj)
- možnosti rozšíriť si poznané vedomosti, možnosť absolvovania diskusie a networking aj s inými podnikateľmi, možnosť spoznať nových ľudí z radov expertov a podnikateľov, získať nových klientov, odstrániť administratívne nedostatky či vhodne nastaviť marketing, reklamu alebo GDPR. (Evalučná analýza za 7-12 2018, Národný projekt NPCII BA – kraj)
- začínajúci podnikatelia osobitne ocenili získanie rád a informácií, ktoré ich usmernili v rámci prvých krokov v podnikaní a poradenstvo na mieru (Evalučná analýza za 1-6 a 7-12 2018, Národný projekt NPCII BA – kraj)

Čo sa týka pripomienok k celkovému dojmu, resp. celkovej spokojnosti so službami NPC v slovnom hodnotení uvádzali klienti podnikatelia napr.

- potrebu zlepšenia webu, upravenia procesu prihlasovania na podujatia, lepšiu informovanosť o pripravovaných akciách. (Evalučná analýza za 1-6 2018, Národný projekt NPCII BA – kraj)
- neprehľadnosť webu, množstvo vstupných informácií. (Evalučná analýza za 1-6 2019, Národný projekt NPCII BA – kraj)
- potrebu zviditeľnenia ponúkaných služieb, aby bolo jasné ktoré služby sú cielené na ktorú skupinu (Evalučná analýza za 1-6 2020, Národný projekt NPCII BA – kraj)
- menej administratívy pri opakovanom prihlásení na podujatie – nemusel by byť opakovane vyplňaný formulár MSP, ale iba raz ročne (Evalučná analýza za 1-6 2020, Národný projekt NPCII BA – kraj)

Čo sa týka pripomienok k celkovému dojmu, resp. celkovej spokojnosti so službami NPC, v slovnom hodnotení uvádzali klienti nepodnikatelia napr.:

- neprehľadnosť webu a slabá propagácia podujatí, prihlasovanie cez google formuláre a potrebu uvádzať veľké množstvo vstupných informácií. (Evalučná analýza za 1-6 2018, Národný projekt NPCII BA – kraj)
- online školenia, ktoré boli spustené hlavne kvôli COVID – 19 situácii (z časového hľadiska často predstavujú výhodnejšiu možnosť pre klientov)
- výhrady k časom workshopov, kvôli ich prelínaniu, návrhy na zasielanie osnov pred podujatiami v elektronickej podobe (Evalučná analýza za 1-6 202, Národný projekt NPCII BA – kraj 0)

Vo viacerých Evalučných správach sa objavuje pozitívne hodnotenie pracovníkov NPC a komunikácia s nimi. Klienti oceňujú ich ochotu a ústretovosť. (napr. Evalučná analýza za 1-6 2019, za 1-6 2018, za 1-6 2020, Národný projekt NPCII BA – kraj)

Creative point

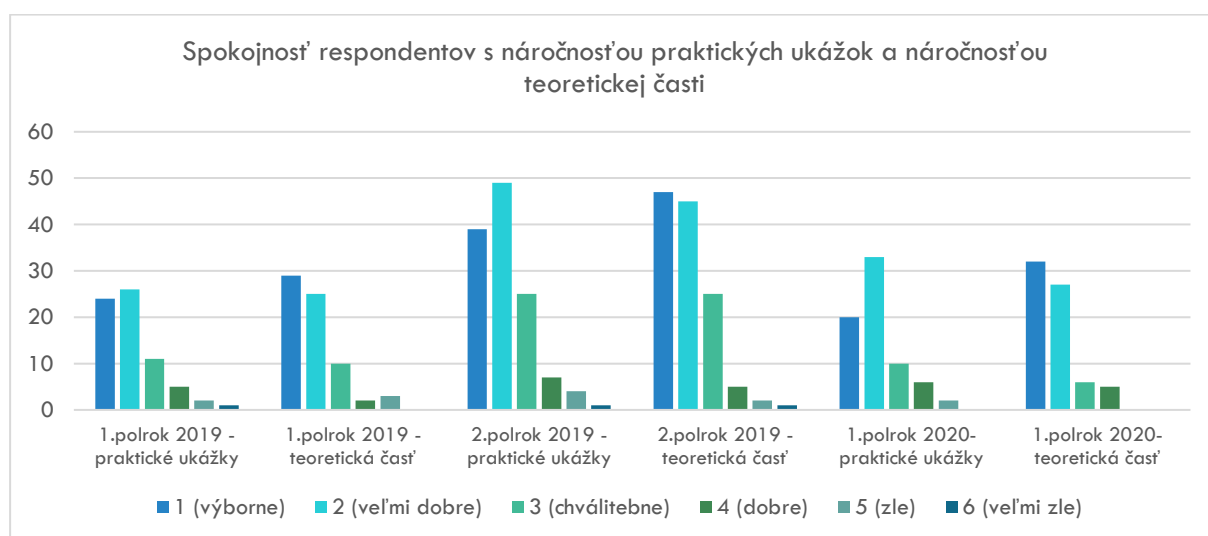
Creative point predstavuje akúsi tvorivú dielňu, v rámci ktorej majú podnikatelia, ale aj nepodnikatelia možnosť prístupu k rôznym kreatívnym softvérom, technológiám ako napr. 3D tlač, laser, CNC frézy, atď. ale aj prístup k novým poznatkom prostredníctvom vzdelávacích podujatí. Creative Point pôsobí súčasne, resp. popri tvorivej dielni FabLab Slovensko.

Za celé sledované obdobie je možné pozorovať vysokú mieru spokojnosti účastníkov programu. Klienti hodnotili celkovú spokojnosť známku „výborne“ a „veľmi dobre“, pričom najvyšších hodnotení „výborne“ bolo v každom sledovanom období viac ako 85%. Veľmi zriedkavo sa vyskytlo hodnotenie „3“ (cca 1%) a žiaden z respondentov nehodnotil program celkovo ako „veľmi zlý“.

Klienti boli spokojní s organizačnou a technickou stránkou, s obsahom a aktuálnosťou poznatkov, ale aj s časom a dĺžkou trvania aktivity. Dĺžka trvania aktivita bola v niektorých obdobiach vo vyššej miere hodnotená známku 3 ako ostatné parametre, avšak celkovo aj tu hodnotenia 1 a 2 predstavovali viac ako 90%. Takisto veľmi pozitívne hodnotili lektorov, ich kompetentnosť, spracovanie a podanie témy, prístup a komunikáciu, ale aj užitočnosť informácií a ich využiteľnosť v praxi.

Vyššia diverzita v názoroch bola v otázkach nastavenia náročnosti praktickej a teoretickej časti, ktorá nebola vnímaná ako vhodne zvolená viacerými respondentami. *Evaluačné analýzy za 1-6 2019, 1-6 202, Národný projekt NPCII BA – kraj* uvádzajú, že návrhy respondentov sa týkali napr. poskytnutia náradia vo väčšom množstve alebo priebehu podujatia, pričom niektorým sa zdal príliš pomalý, iní respondenti mali pripomienky k málo obsiahnutému obsahu podujatia.

Graf 36: Hodnotenie náročnosti praktických ukážok a teoretickej časti v programe Creative point



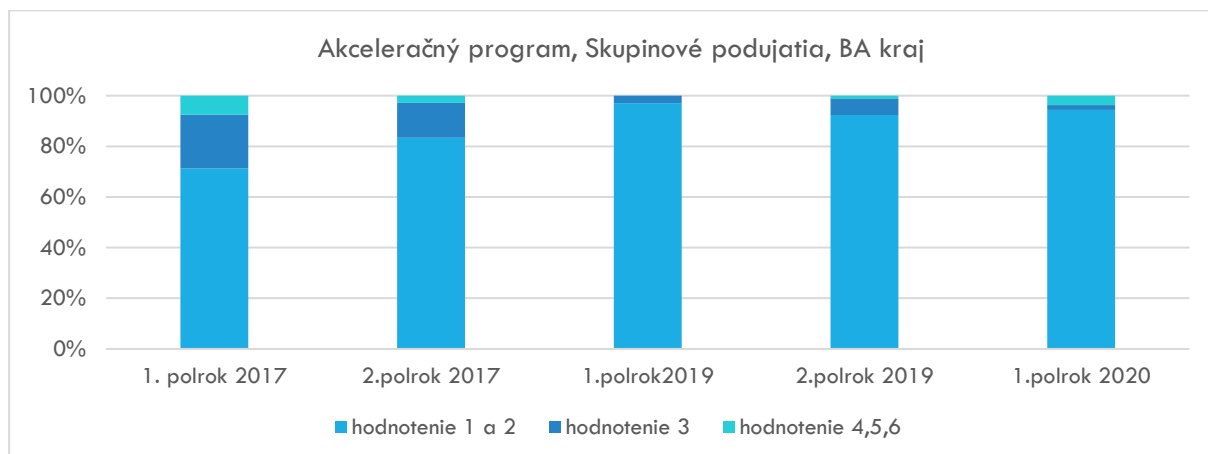
Zdroj: Spracované podľa údajov poskytnutých SBA

Zo slovných hodnotení poskytnutých respondentami vyplýva pozitívne vnímanie možnosti konzultácií s lektormi, a takisto aj spokojnosť s vysokou technickou úrovňou. Pripomienky boli k dĺžke trvania aktivity, ktorá im nedovolila ísť viac do hĺbky. (Podľa *Evaluačnej analýzy za 1-6 2017, Národný projekt NPCII BA – kraj BA kraj*)

Akceleračný program

Najvyužívanejšou službou Akceleračného programu sú skupinové podujatia. Graf 37 zobrazuje hodnotenie celkovej spokojnosti klientov programu v jednotlivých rokoch. Klienti vyjadrovali vysokú spokojnosť s týmto programom. Je možné sledovať nárast spokojnosti v jednotlivých sledovaných obdobiach. V prvom polroku 2017 sa vo vyššej miere vyskytovali aj hodnotenia priemerný alebo zlý, v ďalších obdobiach podiel takýchto hodnotení klesal, viac ako 90% klientov hodnotilo program ako veľmi dobrý alebo výborný.

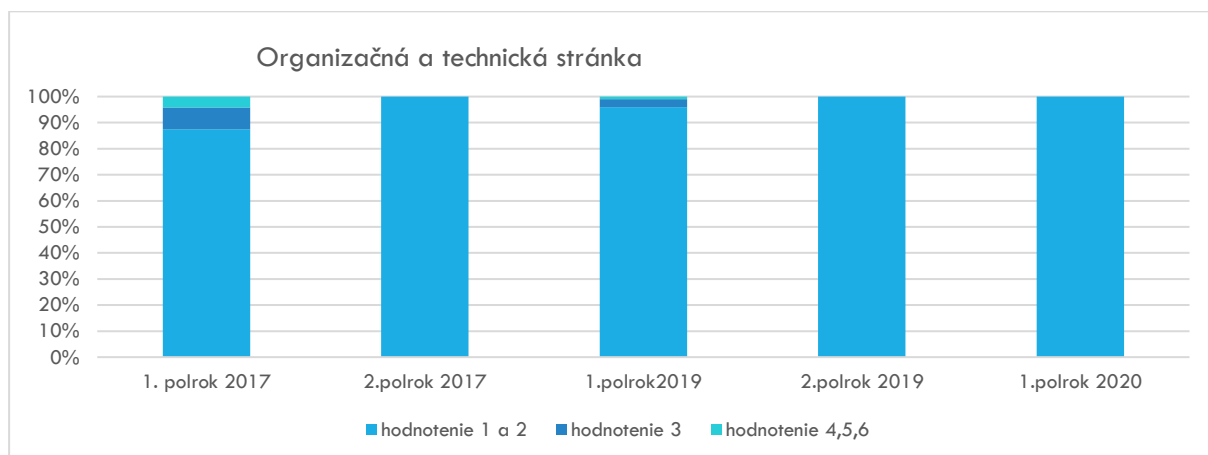
Graf 37: Hodnotenie spokojnosti účastníkov skupinových podujatí v rámci Akceleračného programu



Zdroj: Spracované podľa údajov poskytnutých SBA

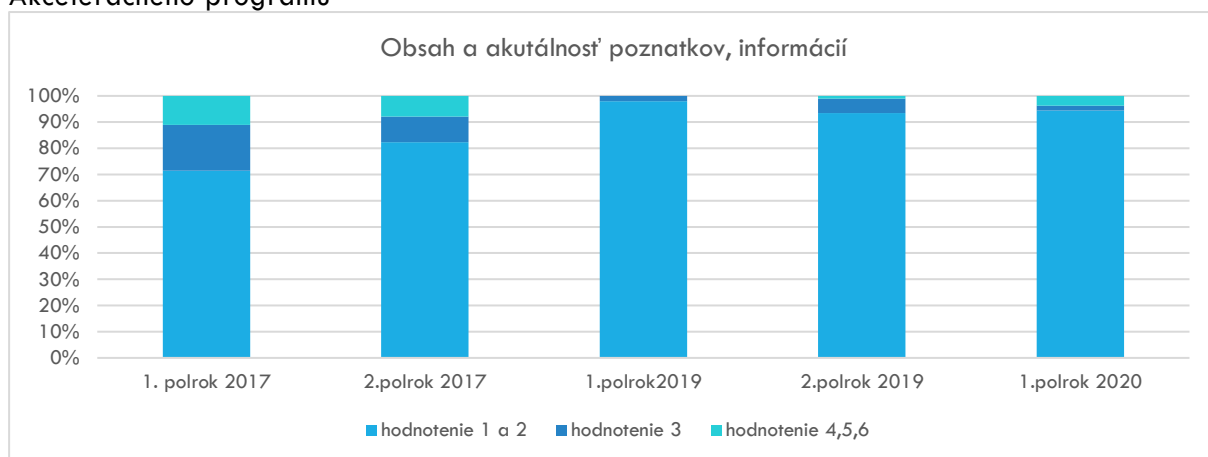
Veľmi dobre bola vnímaná organizačná a technická stránka podujatí, a to najmä v posledných obdobiach, v ktorých získala iba najvyššie hodnotenia. Čo sa týka obsahu a aktuálnosti poznatkov a informácií, je možné vidieť posun dopredu, to znamená vyšší počet hodnotení 1 a 2 oproti prvému roku. Hodnotenie času aktivity podlieha individuálnym predstavám, či potrebám, aj napriek tomu bol čas aktivity hodnotený prevažne známkami 1 a 2.

Graf 38: Hodnotenie organizačnej a technickej stránky skupinových podujatí v rámci Akceleračného programu



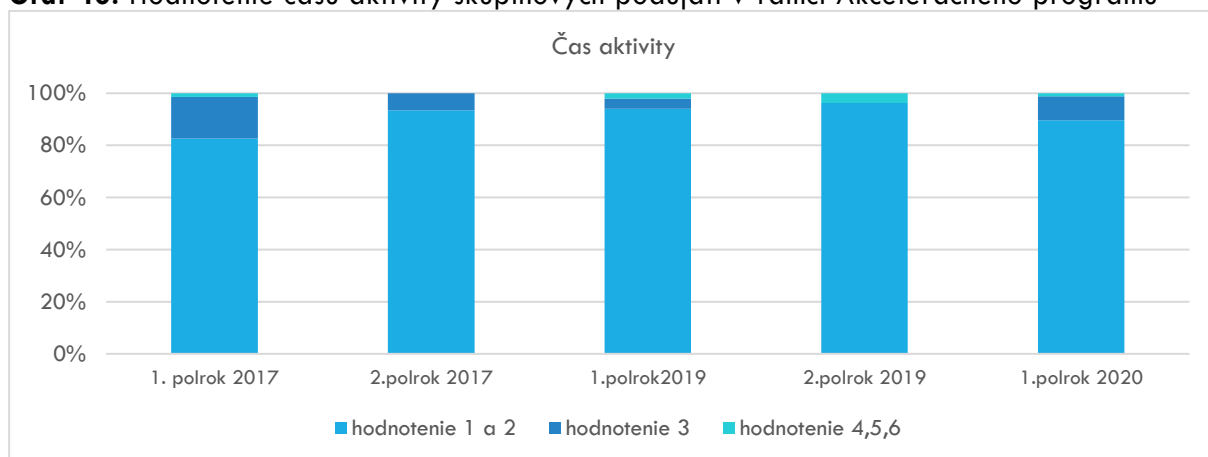
Zdroj: Spracované podľa údajov poskytnutých SBA

Graf 39: Hodnotenie obsahu a aktuálnosti poznatkov, informácií skupinových podujatí v rámci Akceleračného programu



Zdroj: Spracované podľa údajov poskytnutých SBA

Graf 40: Hodnotenie času aktivity skupinových podujatí v rámci Akceleračného programu



Zdroj: Spracované podľa údajov poskytnutých SBA

Účastníci podujatí mohli vyjadrovať okrem udeľovania známok svoju spokojnosť prípadne námietky aj formou slovného ohodnotenia. Klienti v rámci pripomienok uviedli:

- 👎 nespokojnosť s obsahom prednášok a lektormi, ale takisto aj so slabou reklamou a nízkym počtom účastníkov, ktorý neumožňoval prácu v tíme. (Podľa Evaluačnej analýzy za rok 2016, *Národný projekt NPCII BA – kraj*)
- 👎 obsah a odbornosť podujatia, krátka dĺžka seminára pri témach ktoré potrebovali širšiu diskusiu, problémy s parkovaním a lokalitou, či organizáciou času. (Podľa Evaluačnej analýzy za 1-6 2019, *Národný projekt NPCII BA – kraj*)

V rámci slovného hodnotenia bola vyzdvihovaná:

- 👍 atmosféra, komunikácia aj vybrané témy a výber odborníkov s praktickými skúsenosťami. (Podľa Evaluačnej analýzy za 1-6 2017, *Národný projekt NPCII BA – kraj*)

V rámci Akceleračného programu sa konali aj Skupinové modulové poradenstvo – kurz podnikateľských zručností, Odborné individuálne poradenstvo a Letná škola. V rámci hodnotení respondentov prevažujú hodnotenia 1 a 2, avšak návratnosť dotazníka bola pri týchto programoch nízka (podľa údajov poskytnutých SBA) a tým pádom nie je dostatok údajov pre komplexnejšie zhodnotenie jednotlivých faktorov.

Evalvačná správa-Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch uvádza pripomienku ku Kurzu podnikateľských zručností ktorá sa týkala prezentačných, či „mentorských“ schopností odborníkov, ktorí téme síce rozumeli, ale nevedeli ju podľa respondentov podať či vysvetliť. V prvej polovici 2020 bolo hodnotenie ovplyvnené aj tým, že modul musel prejsť do online formy.

Hodnotenie spokojnosti klientov so službou Akcelerátor a Coworking uvedené nižšie vychádza z údajov, ktoré klienti poskytli vo svojich Záverečných správach.

Akcelerátor

Na základe informácií zo Záverečných správ programu Akcelerátor medzi najčastejšie uvádzané prínosy programu Akcelerátor patrili:

- rady a informácie od mentora, objasnenie možností ďalšieho smerovania, kreativita, nápady, získanie podnikateľských zručností, networking, motivácia pracovať ďalej na svojom nápade, interakcie s ďalšími účastníkmi, konštantný feedback, nasmerovanie, povzbudenie.

Veľmi pozitívne hodnotili účastníci prístup mentora a celkovo individuálny prístup k ich problémom.

Zo Záverečných správ, ktoré poskytli účastníci programu Akcelerátor je zrejmé, že viacerí do neho vstupovali s približnou predstavou podnikania a prieskumom trhu. Počas účasti v programe, s pomocou mentoringu došlo k lepšiemu nasmerovaniu a špecifikácii pôvodných predstáv.

- „S mentorom sme stihli spracovať celkom veľa otázok a oblastí, napriek relatívne krátkemu trvaniu akcelerátora. Samotný výber a prístup mentora bol výborný. Podnikateľský nápad sa nám s mentorom podarilo veľmi dobre rozpracovať. Stanovili sme koncept značky, pozíciu na trhu, definovali zákazníkov, odlíšenie od konkurencie, ďalšie smerovanie, základ brandu, vizuálnej identity, základ e-shopu, zjednotili komunikáciu na sieťach, stanovili ďalšie kroky a možnosti, pracovali s biznis model canvas.“
- „Počas Akcelerátora som s pomocou mentora zmenila koncept podnikania, čo bolo dobré, lebo pôvodný koncept bol ťažko špecifikovateľný a uchopiteľný.“
- „Práve vďaka mojej mentorke, ktorá mi pomohla nasmerovať môj nápad do reálnejšej podoby som tento nápad rozvinul na širšie a zaujímavejšie spektrum služieb. Akcelerátor mi teda pomohol zrealizovať prvotný podnikateľský nápad.,,
- „Do Akcelerátora som vstupovala iba s nejasným nápadom a končím už s takmer hotovým produktom, webom a jasnými ďalšími krokmi pred sebou.“
- „Za pomoci našich mentorov sme vytvorili 4 modely podnikania, nastavili sme si dátumy, s ktorými vieme pracovať a hlavne vytvorili štruktúru celého podnikania“
- „Pripravili sme s mentorom služby, zdieľali ich na web, napísali skúšobný finančný plán. Mám konkrétnu predstavu akú formu podnikania pre projekt zriadiť a aký biznis model využívať. Mám lepšiu predstavu o cenách za IT, účtovnícke a iné služby a ich obsahu.“

Jedna klientka uviedla, že jej počas hodnotení chýbalo viac spätnej väzby na projekty od hodnotiteľov.

Coworking

V Záverečných správach poskytli aj účastníci využívajúci službu Coworking svoju spätnú väzbu. Vo všeobecnosti išlo o pozitívne hodnotenia. Medzi veľmi často uvádzané prínosy patrili:

- možnosť nerušene pracovať, pokojné, útulné prostredie, nadštandardné kancelárske vybavenie bez poplatku, kvalitne vybavená kuchynka, dobrá lokalita, pekné priestory, inšpirujúce stretnutie s mentorom, prístup zamestnankýň/zamestnancov, možnosť otestovať si ideu svojho projektu, konzultácie s odborníkmi

Príklady prínosov Coworkingu:

- „Stretnutie s podobnými ľuďmi, ktorí mi dodali inšpiráciu a energiu do mojej budúcej činnosti a kontakty na nich, rovnako feedback na moje podnikanie od ostatných členov coworkingu.“
- „Najviac som využila možnosť 24/7 prístupu do kancelárie-keďže mám dve malé deti, mohla som kanceláriu využívať kedykoľvek, keď som mala zabezpečené opatrovanie“.
- „Práve možnosť práce v zdieľanom priestore mi poskytla podmienky na vyššiu efektivitu a udržanie motivácie“

Jeden klient uviedol, že Coworking je medzi firmami vnímaný ako dôveryhodný program, ďalší, že predstavuje reprezentatívne miesto na business stretnutia: „Firmy veľmi dobre reagovali na informáciu, že pôsobím z Coworkingu AP, čo mi pridalo na relevantnosti, že sa plánujem podnikateľskému projektu ďalej venovať.“, „Za najväčší prínos považujem mať reprezentatívne miesto v dobrej lokalite, kde sa vieme stretnúť interne ako tím, alebo využiť coworking ako miesto na stretnutie s potencionálnymi klientami alebo spolupracovníkmi.“

Niektorí klienti sa vyjadrili, že pokročili s projektom, niektorým sa ho podarilo posunúť až do záverečnej fázy:

„Počas členstva vyšpecifikovala biznis model, cieľovú skupinu, niche market a dokonca rozbehla podnikanie. Vďaka Coworkingu sa dozvedela aj o Akcelerátore Úl' nápadov.“

„Na začiatku sme mali iba nápad. Teraz máme pripravený projekt, road mapu a prvé kontakty potrebné na rozbehnutie biznisu.“

Niekoľko klientov považovalo ich pôsobenie v coworkingu za príliš krátke. Počas využívania coworkingu nestihli ukončiť vývoj produktu. Niekoľko klientov uviedlo dopad koronakrízy na ich podnikateľský nápad a tím aj na ich pôsobenie v coworkingu. Jeden klient vyvíjal produkt súvisiaci s cestovaním, takže do jeho vývoja výrazne zasiahla pandémia. Niekoľko klientov uviedlo, že na ich účasť v coworkingu mali dopad ich zdravotné problémy, pracovné povinnosti, časté pracovné cesty, choroby detí, prípadne aj odchod obchodného partnera. Jedna klientka, ktorá coworking využívala ešte vo februári 2018 uvádza nie veľkú vyťaženosť coworkingu, čo bol dôvod pre ktorý ho navštevovala sporadicky.

Stážový program

V rámci Stážového programu sa poskytovala služba medzinárodné odborné podujatia. Klienti, MSP sa mohli zúčastniť konferencií, workshopov, atď.

Podľa *Evalvačnej správy za prvý polrok 2018*, uviedlo 83% klientov (podľa správy za prvý polrok 2019 išlo o 80% klientov), že by túto službu odporučilo svojmu známemu. Účastníci hodnotili obsah či organizačnú stránku medzinárodných odborných podujatí výnimočne pozitívne. Veľmi často sa objavovali vyjadrenia ohľadom dobre štrukturovaného, jasného obsahu a veľmi vysokej úrovni podujatia.

V prvom polroku 2020 bol zapojený iba jeden klient, čo súviselo s obmedzením aktivít v dôsledku pandémie koronavírusu.

Na základe spätnej väzby, ktorú poskytli účastníci podujatí v Záverečných správach o účasti na medzinárodnom odbornom podujatí, je možné uviesť benefity či prínos účasti na týchto podujatiach:

- prenos vedomostí do praxe, zoznámenie sa s novými technológiami, prehľad o situácii v zahraničí, skúsenosti v oblasti vyjednávania podmienok a uzatvárania obchodov na medzinárodnej úrovni, poznatky od renomovaných zahraničných expertov z praxe, nové zručnosti v oblasti technických aspektov
- nové kontakty, možnosť nových partnerstiev v budúcnosti, zdieľanie skúseností.

Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch uvádza, niekoľko pripomienok k dostupnosti a neprehľadnosti informácií k výzvam a k programu ako takému.

Ako uvádzajú vo svojich Záverečných správach, podujatia priniesli účastníkom nové zručnosti a nové pohľady:

„Nové zručnosti v oblasti fotografovania, ktoré sa nedajú na Slovensku získať. Možnosť oslovit' širšie publikum a nových potenciálnych zákazníkov“.

„Podujatie a hlavne niektorí speakri nám ukázali cestu ako máme ďalej pokračovať a ako minimalizovať chyby.“

„Podujatie pre nás, ako pre marketingovú agentúru bolo relevantné a prínosné. Zmenilo nám pohľad na fungovanie agentúry a získali sme nové pohľady na naše budúce smerovanie a nastavenie agentúry a to najmä ako lepšie a efektívnejšie fungovať ako marketingová agentúra – ako a aké služby poskytovať klientom aby boli obe strany spokojnejšie.“

Na podujatiach získali účastníci veľmi praktické znalosti a zručnosti presne zamerané na ich podnikanie:

„Celý kurz detailne obsahol postup a technológiu výroby voskových modelov ako aj ich prípravu na odlievanie. Ako najprínosnejšie hodnotím odborné vedenie v oblasti zručností-práce so špeciálnym zlatníckym voskom.“

„Najväčším prínosom pre naše aktivity sú rôzne šablóny, ktoré nám boli poskytnuté na prácu s klientom. Na základe šablón budeme vedieť systematicky a štrukturovane pristupovať k CRM problémom našich klientov.“

„Školenie bolo vedené klinickým psychológom s dlhoročnou praxou v oblasti rozvoja emocionálnej inteligencie u lídrov, čiže najprínosnejším bolo sklbenie veľmi odbornej teórie s úžasnými praktickými skúsenosťami. Zároveň ma podujatie dokonale pripravilo na používanie psychodiagnostického nástroja na meranie emocionálnej inteligencie.“

Nemenej dôležitým prínosom bolo aj získanie nových kontaktov:

„Nielen že sme našli a videli vďaka podujatiu rôznych nových výrobcov látok, ale sme tým ušetrili čas nielen hľadáním nových kontaktov, ale aj tým že cez internet sa ťažšie nadväzuje obchodný kontakt, plus nebýva ľahké dostať vzorky látok.“

„Niektoré z materiálov, ktoré nám boli odporučené sú ešte len vo vývoji a v testovaní, čo by nás v prípade spolupráce zaradilo k pionierom používaných materiálov a poskytlo nám výhodu pred konkurenciou.,,

Inkubačný program

Fyzické členstvo v inkubátore bolo umožnené na obdobie od 6 mesiacov do 3 rokov.

V rámci inkubačného programu mali účastníci možnosť využívať kancelárske priestory a konzultačné hodiny podľa svojich potrieb, ale aj networking, vzdelávacie programy či účasť na podujatiach. Mentorov popisovali ako profesionálov, odborníkov a celkovo pozitívne hodnotili ich ústretový prístup. Veľmi pozitívne bola vnímaná možnosť využívať reprezentatívne kancelárske priestory:

„Pozitívne vnímam možnosť mať k dispozícii kancelárske priestory, nakoľko pre začínajúcu spoločnosť ide o značne vysokú nákladovú položku.“

„Hlavným argumentom pre členstvo v inkubátore bol fakt, že na jednom mieste som mal stále veľmi efektívny prístup k informáciám, ľuďom ale nástrojom, ktoré mi boli nápomocné pri rozvoji podnikania.“

Jedna klientka uviedla dôležitosť inkubátora v začiatkoch podnikania:

„Myslím, že každý začínajúci podnikateľ by sa nemal musieť boriť počiatočnými prekážkami sám, ale mal by mať obdobné možnosti ako poskytuje inkubátor“

Klienti hodnotili pozitívne ústretový prístup zamestnancov a upozornili na potrebu flexibilného nastavovania tém:

„Každá doba a situácia prináša výzvy, na ktoré sa nedá vopred pripraviť. Stále keď sme mali ako členovia programov NPC chuť alebo potrebu k nejakej téme vytvoriť networkingové alebo vzdelávacie podujatie, kolegyne z NPC nám veľmi radi vyhověli.“

Medzi uvádzané výsledky, ktoré v rámci účasti v inkubátore získali patrili napr.: zvýšenie počtu zákazníkov, zlepšenie trhových výsledkov, vývoj softvéru, právne dokumenty, marketing, obchod, osobnostný rozvoj.

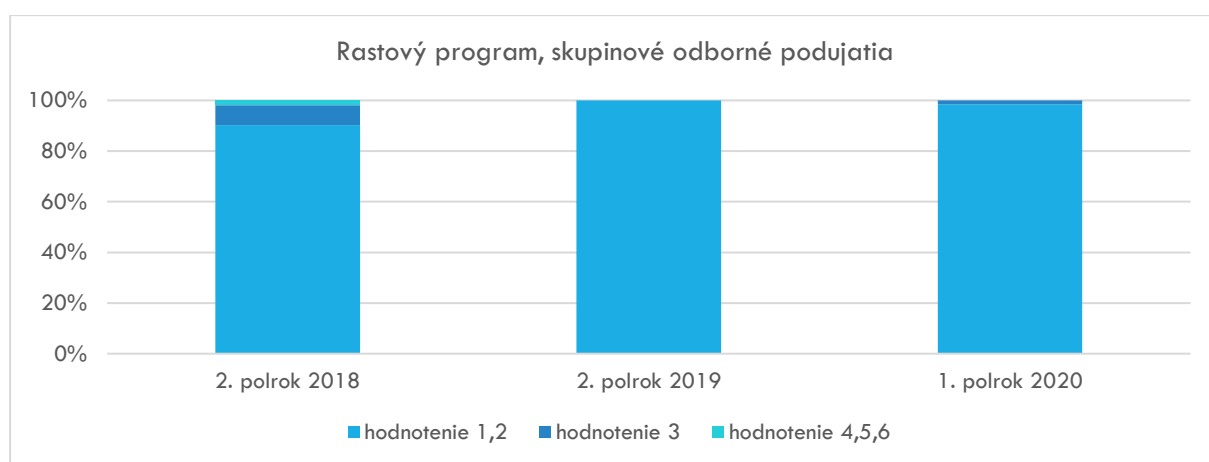
Niektorí klienti sa popri rozbiehaní vlastného biznisu nestíhali zúčastňovať všetkých aktivít. Niektorí klienti uvádzali požiadavku na vyšší počet konzultácií. Niekoľko klientov uviedlo, že by uvítali „menej papierovačiek“, či možnosť zasielať výkazy elektronicky. Jedna klientka uviedla ako návrh na zlepšenie programu zriadenie knižnice biznis kníh a viac propagácie účastníkov inkubátora a možnosti prepojenia s investorom. Jeden klient zhodnotil pozitívne určité aspekty programu, avšak negatívne hodnotil nedostatočnú hĺbku mentoringu:

„Konzultácie pomohli s pochopením online marketingu, registráciou ochrannej známky, mentor pomohol s cenotvorbou. Cesta je však ešte dlhá a tých pár hodín mentoringu zázraky neurobí. Väčšina podujatí, na ktorých som sa v SBA zúčastnil mi pripadalo ako promo na konzultačné/vzdelávacie firmy a ak sa chcem niečo naučiť, musím sa aj tak zúčastniť celodenného školenia danej firmy.“

Rastový program

V rámci rastového programu klienti najviac využívali službu skupinové odborné poradenstvo. Služba bola celkovo veľmi dobre vnímaná. V hodnoteniach respondentov je možné vnímať zlepšenie v priebehu času, kým v druhom polroku 2018 bolo hodnotení 1 a 2 asi 90%, v druhom polroku 2019 to bolo 100% a v prvom polroku 2020 asi 98%.

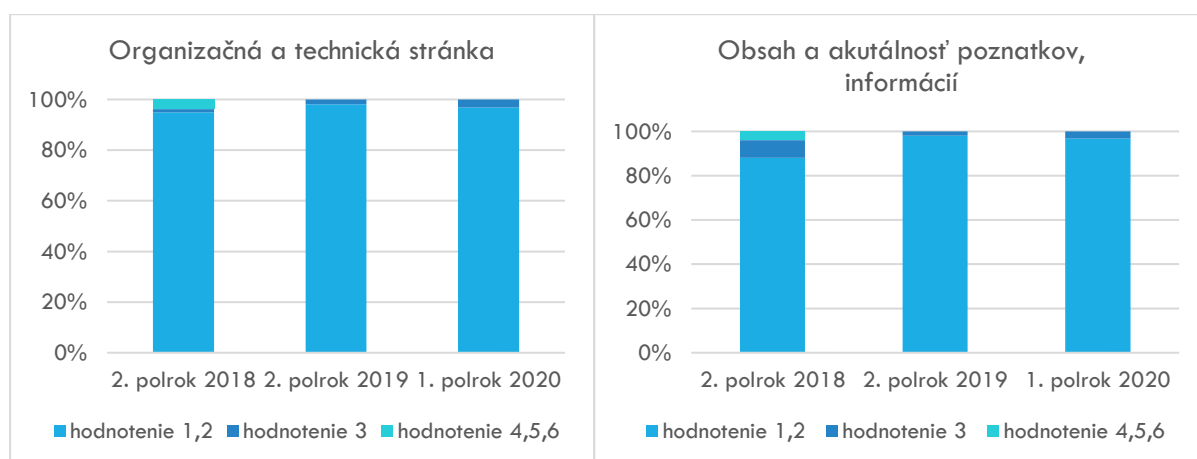
Graf 41: Hodnotenie spokojnosti so skupinovými odbornými podujatiami v rámci Rastového programu



Zdroj: Spracované podľa údajov poskytnutých SBA

Klienti hodnotili pozitívne organizačnú a technickú stránku podujatí, ale aj obsah a aktuálnosť poznatkov a informácií.

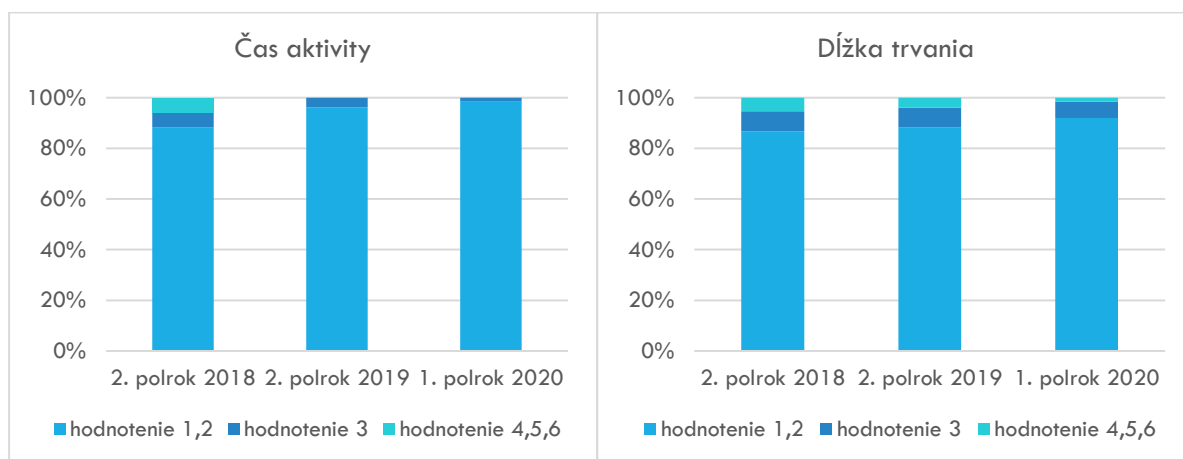
Graf 42: Hodnotenie organizačnej a technickej stránky a obsahu a aktuálnosti poznatkov, informácií, SOP Rastového programu



Zdroj: Spracované podľa údajov poskytnutých SBA

Spomedzi hodnotených parametrov bola najnižšia miera spokojnosti s dĺžkou trvania podujatí, aj tu však v celom sledovanom období najmenej 83% klientov uviedlo známku 1 a 2.

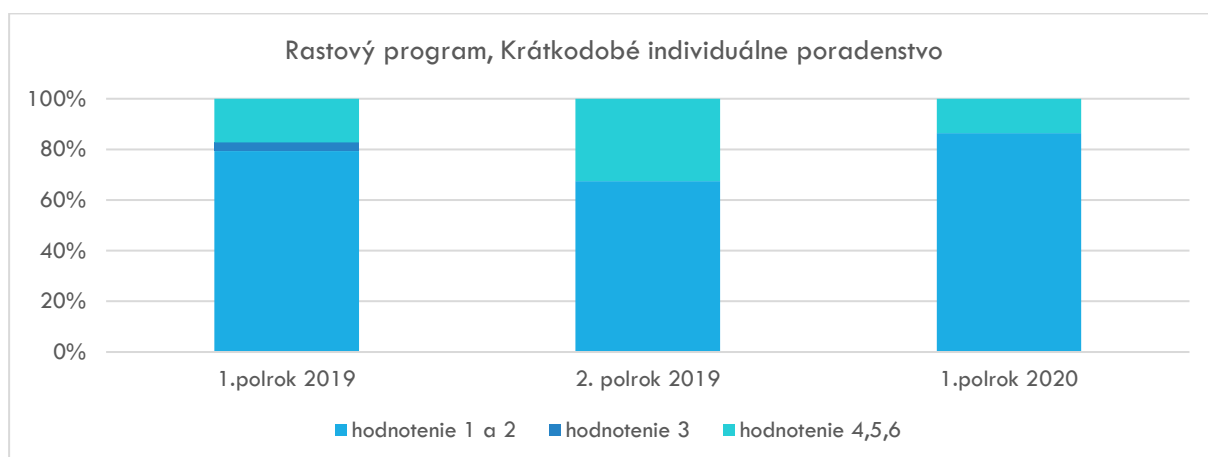
Graf 43: Hodnotenie času aktivity a dĺžky trvania aktivity, SOP Rastového programu



Zdroj: Spracované podľa údajov poskytnutých SBA

Krátkodobé individuálne poradenstvo bolo určené pre MSP v maximálnom rozsahu 10 hodín na jedného klienta prostredníctvom jedného, vybraného konzultanta.




Graf 44: Hodnotenie spokojnosti klientov Krátkodobého individuálneho poradenstva v rámci Rastového programu



Zdroj: Spracované podľa údajov poskytnutých SBA

Krátkodobé individuálne poradenstvo bolo hodnotené relatívne horšie ako iné služby. V druhom polroku 2019 udelilo horšie známky (4,5,6) viac ako 30% respondentov, v prvom polroku 2020 ich bolo už len zhruba 14%. *Evaluačná analýza za 1-6 2019* Národný projekt NPCII BA – kraj uvádza, že dôvodom horších známok je nízky počet hodín (10) na konzultácie a tiež vysoká administratívna záťaž.

Medzi nedostatkami klienti v rámci otvorených otázok uvádzali:

-  nesprávne nastavenú úroveň náročnosti. (Podľa *Evaluačnej analýzy za 1-6 2018*)
-  nedostatočnú úroveň prednášajúceho, nevhodná dĺžka podujatia, nevhodné nastavenie náročnosti (Podľa *Evaluačnej analýzy za 1-6 2019*)
-  Pozitívne hodnotili tému poradenstva, užitočné informácie. (Podľa *Evaluačnej analýzy za 1-6 2018*)

V rámci Rastového programu sa realizovala aj služba dlhodobé individuálne poradenstvo. Spätnú väzbu na túto službu poskytli účastníci v Záverečných správach. Rozsah pomoci bol do 80 hod. a poradenstvo bolo poskytované najčastejšie dvomi alebo jedným mentorom.

Ciele, ktoré si účastníci poradenstva na začiatku stanovili sa týkali rôznych oblastí ich podnikateľskej činnosti a preto aj paleta cieľov bola veľmi široká, napr.:

- Zvýšenie počtu motivovaných ľudí v tíme, organizácia systému práce, meranie štatistík zvýšenia tržieb, tvorba distribučných kanálov, CRM a komunikačné kanály, upravenie cenotvorby, analýza produktu, značky, publikačný plán na sociálne siete, analýza predajných kanálov, poradenstvo v oblasti marketingovej stratégie počas koronakrízy, získanie odborného poradenstva v oblasti online marketingu, generačná transformácia, content marketing, online predaj, nastavenie finančného plánovania, SEO optimalizácia, uvedenie nového produktu na trh, porovnať možnosti získavania zdrojov cez banku a prostredníctvom kapitálového trhu, zistiť záujem o emisiu vlastných dlhopisov.

Výstupmi boli aj konkrétne vypracované dokumenty ako napr:

- online marketingová stratégia, social selling koncept, redakčný kalendár, analýza kľúčových slov, výkonnostný marketing -prepojenie cielej reklamy v online, právne zmluvy (NDA a licenčné zmluvy), plán organizačnej štruktúry a iné.

Práve online marketing, social media, či marketingová stratégia ako taká sa veľmi často objavovali medzi témami, ktoré účastníci počas poradenstva riešili.

Väčšina klientov vo svojich správach uvádza, že stanovené ciele sa im podarilo naplniť, pokiaľ došlo iba k čiastočnému naplneniu cieľov, dôvodom bol najmä nedostatok času a komplexnosť problémov.

- „Ciele splnené čiastočne, nakoľko Pri rozvoji mojej podnikateľskej činnosti by bolo vhodné konzultovať aj dlhšie obdobie, nakoľko 80 hod. postačuje na oboznámenie sa s problematikou môjho podniku.“
- „Ciele sa darí postupne naplňovať, finálne výstupy neboli vypracované na 100% vzhľadom na časovú náročnosť a absenciu dôležitých podkladov.“
- V niektorých prípadoch sa poradenstvo týkalo nasmerovania podnikania, v iných snahy o zvýšenie počtu klientov alebo lepšie nastavenie interných mechanizmov vo firme:
- „Zistiť či má môj nápad vôbec pre trh zmysel, pripraviť postupnosť krokov a priorit – Marketingový prieskum.“
- „Formálne spracovanie organizačnej štruktúry a popísanie jednotlivých zodpovedností.“
- „Vďaka novému užitočnému obsahu na našom blogu, stúpila organická návštevnosť na našej stránke oproti minulému roku o 237%. Konzultantka nám pomohla aj s nastavením obsahovej stratégie, pomocou ktorej vieme reagovať na potreby návštevníkov a môcť takýto obsah vytvárať aj do budúcnosti.“
- „Viem, čo mám presne robiť a čoho sa držať, aby som v stanovenom horizonte získala určitý počet používateľov. Zároveň mi to pomôže so spätným hodnotením, čo mi fungovalo najlepšie a kde mám medzery pri propagácii.“

Jedna klientka uvádza, že v súvislosti s Covid a novými cieľmi požiadala o zmenu konzultanta, avšak nový konzultant podľa jej názoru nespôľupracoval.

3.9.2 NÁRODNÝ PROJEKT NPC V REGIÓNOCH

Klienti NPC v regiónoch vnímali služby NPC ako veľmi prínosné. Podľa *Evalvačná správa za rok 2018* a *Evalvačná správa - Výročná správa za rok 2019* uviedlo na otázku, či mala pre nich služba vysokú pridanú hodnotu kladnú odpoveď 98% klientov MSP a 95% a 96% klientov nepodnikateľov v rokoch 2019 a 2018.

Tabuľka 28: Podiel klientov, ktorí uviedli odpoveď „ÁNO“ na otázku, či mala pre nich poskytnutá služba vysokú pridanú hodnotu, NPC regióny

	Nepodnikatelia	MSP
2018	96%	98%
2019	95%	98%

Zdroj: Spracované podľa údajov: *Evalvačná správa za rok 2018, Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch.*

Klienti v dotazníku uvádzali aj odpoveď na otázku, čo konkrétne pri využívaní služieb NPC pre nich predstavovalo najvyššiu pridanú hodnotu.

Klienti nepodnikatelia uvádzali pridanú hodnotu v podobe:

- 👍 získania nových informácií a poznatkov, motivácie a posunu k začiatku podnikania prostredníctvom poskytnutých informácií získaných z podujatí či poradenstva, zároveň získanie usmernení pre predchádzanie prípadným komplikáciám či pokutám, ale aj priestoru pre budovanie vzťahov, networking (*Evalvačná správa za rok 2018*)

Klienti podnikatelia uvádzali pridanú hodnotu v podobe:

- 👍 odborné rady skúsených expertov (lektorov, konzultantov), možnosť rozšíriť si poznané vedomosti, možnosť absolvovania diskusie, networking aj s inými podnikateľmi, či možnosť absolvovania odborného podujatia v zahraničí, inšpirácia a možnosť spoznať nových ľudí z radov expertov a podnikateľov, ako aj pomoc konzultantov a lektorov pri získavaní nových klientov, nastavení marketingu, reklamy alebo GDPR. (*Evalvačná správa za rok 2018*)
- 👍 začínajúci podnikatelia osobitne ocenili získanie rád a informácií, ktoré ich usmernili v rámci prvých krokov v podnikaní. (*Evalvačná správa za rok 2018*).

Creative point

Pri spracovaní údajov o spokojnosti klientov s programom Creative point sme vychádzali z informácií z *Evalvačných správ za regióny*. Tieto uvádzajú v rámci celého sledovaného obdobia vysokú spokojnosť klientov. Spokojnosť klientov sa v priebehu trvania projektu zvyšovala. V roku 2018 udelilo najvyššie známky 1 a 2 asi 94% respondentov, v roku 2019 to bolo asi 98% a v prvom polroku 2020 boli iba dvaja klienti, ktorí uviedli známku tri alebo horšiu. Veľmi dobre bola hodnotená organizačná a technická stránka aktivít, ako aj obsah a aktuálnosť poznatkov, informácií. Podľa *Evalvačnej správy-Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020* udelili respondenti pre tieto parametre iba známky 1 a 2. Čo sa týka hodnotenia času a dĺžky trvania aktivít, tieto parametre hodnotilo niekoľko klientov aj nižšími známami, nakoľko pravdepodobne nespĺňali ich individuálne potreby. Veľmi dobre boli hodnotení aj lektori (známky 1 a 2), a to ich kompetentnosť, spracovanie témy, prístup, komunikácia aj užitočnosť informácií a ich využiteľnosť v praxi.

Viac ako 95% respondentov udelilo známky 1 a 2 pre technickú náročnosť a náročnosť praktických ukážok (1. polrok 2020, 2019), čo znamená že lektori veľmi dobre nastavili náročnosť aktivít potrebám a schopnostiam účastníkov.

V rámci dotazníkového zisťovania mali respondenti možnosť uvádzať akékoľvek pripomienky. V prípade programu Creative point sa pripomienky týkali:

- 👏 zlepšenia propagácie aktivít, vhodnejšieho nastavenia náročnosti, resp. rozdelenia účastníkov podľa ich úrovne (začiatok, pokročilý, atď.), požiadavky na vyšší počet realizovaných podujatí, zabezpečenie dostatočného času pre vysvetlenie tej ktorej problematiky (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Výročná správa za rok 2019 a Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020*)

Akceleračný program

Skupinové poradenstvo

Skupinové poradenstvo – organizácia podujatí, predstavovali najviac využívanú službu v rámci Akceleračného programu.

Podľa správy *Vnútroprojektové evalvačné a aktualizčné procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017)* bola poskytnutá spätná väzba na podujatia v rámci Akceleračného programu veľmi pozitívna. Väčšina respondentov, ktorí sa zúčastnili dotazníkového prieskumu určila najvyššiu možnú známku za celkový dojem aj obsah workshopu. Žiaden z respondentov neuviedol horšiu známku ako 2 (veľmi dobré). V rámci hodnotenia termínu a času podujatia, alebo odbornosti prístupu lektorov uviedlo niekoľko respondentov aj priemernú známku (3), avšak väčšina hodnotila aj tieto parametre ako výborné alebo veľmi dobré.

- 👍 Pozitívne ohlasy boli na prepájanie vlastných skúsenosti, otvorenosť prednášajúcich. Názory na čas podujatia sa rôznili.
- 👎 Negatívnym faktorom bola zdĺhavá registrácia na začiatku podujatia, ktorú klienti navrhovali zmeniť na online registráciu.

Podľa hodnotení jednotlivých podujatí uvedených v správe *Vnútroprojektové evalvačné a aktualizčné procesy. Polročná analýza (jan.-jun 2018)* sa hodnotenia pre výber témy, organizáciu, obsah podujatia pohybovali od 1 po 3. Vyššia diverzita bola v názoroch na termín a čas, dĺžku trvania podujatia.

V správe *Vnútroprojektové evalvačné a aktualizčné procesy. Polročná analýza (jan.-jun 2018)* uvádzajú hodnotenia spokojnosti za jednotlivé podujatia. Celkový dojem podujatí závisel od toho ktorého podujatia, niektoré boli hodnotené skôr priemerne, iné veľmi dobre. V niekoľkých prípadoch bola za celkový dojem z podujatia udelená aj známka „zlé“, čo súviselo s nespokojnosťou s lektorom. V takýchto prípadoch išlo o pripomienky smerujúce k nedostatočnej profesionálnosti, odbornosti či skúsenosti lektorov. Prevažovali však pozitívne hodnotenia. Klienti v rámci otvorenej otázky ohľadom pozitív a negatív podujatí (čo sa im páčilo/nepáčilo) uvádzali:

- 👍 komunikatívnosť a odbornosť, komunikáciu o konkrétnych príkladoch, kvalita a úroveň lektora, ale aj organizáciu podujatia. Klienti viac krát uvádzali, že sa im páčil neformálny prístup a atmosféra, debata formou diskusie, praktické príklady, bainstorming, Veľmi pozitívne boli hodnotení lektori, ktorých klienti popisovali ako lektorov s entuziazmom, inšpiratívnych, pozitívnych a podnetných.

V rámci otvorenej otázky ako negatíva uvádzali:

- 👎 nedostatočnú dĺžku podujatia, neprofesionálnosť a neskúsenosť lektorov, nedostatočná príprava prednášajúcich, príliš teoretické, zdĺhavá registrácia, nedochvilnosť, chýbajúce občerstvenie, nedostatok praktických ukážok, nedostatočné zameranie na konkrétne postupy pri začatí podnikania, nezískanie certifikátu, nedostatočná propagácia.

Podľa *Evalvačnej správy za rok 2018*, udelilo službe známky 1 a 2 cca 80% klientov, relatívne vyšší počet hodnotení známkou 3 alebo nižšou oproti iným sledovaným parametrom udelili pre využiteľnosť v praxi. V roku 2019 udelilo známky 1 a 2 už viac ako 95% respondentov. V prvom polroku 2020 udelilo známku 1 a 2 takisto asi 95% respondentov, rovnako pozitívne bola hodnotená aj organizačná a technická stránka, obsah a aktuálnosť poznatkov a čas aktivity. Spomedzi hodnotených parametrov získala najmenej hodnotení známkami 1 a 2 dĺžka trvania aktivity, avšak ani tu nie je možné tvrdiť, že by bola vnímaná negatívne, nakoľko viac ako 94% klientov uviedlo hodnotenie 1 a 2. Veľmi pozitívne boli hodnotení aj lektori.

Medzi návrhy, ktoré respondenti uviedli v otvorených otázkach pre skupinové podujatia patrili:

1. Lepšia propagácia samotných podujatí – tento návrh sa opakuje v každom období, v ktorom bolo realizovaná evaulácia (*Evalvačná správa za rok 2018, Evalvačná správa za prvý polrok 2019, 2019, Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020*)
2. Vhodnejšie priestory a vybavenie – lepšie technické zabezpečenie, fungujúce wifi, atď. – rovnako ide o návrh, ktorý sa opakuje v každom období, v ktorom bolo realizovaná evaulácia (*Evalvačná správa za rok 2018, Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Výročná správa za rok 2019, Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020*)

3. Vyššie zameranie na riešenie konkrétnych problémov, situácií, zabezpečenie lektorov s praktickými skúsenosťami a dlhšou podnikateľskou históriou (*Evalvačná správa za rok 2018, Evalvačná správa za prvý polrok 2019*)
4. Vhodnejšie nastavenie náročnosti podujatia pre určitú skupinu – na podujatiach sa stretla skupina účastníkov s rôznorodým backgroundom, znalosťami, či skúsenosťami v téme podujatia, čo predstavovalo, že určitá časť účastníkov považovala podujatie za príliš všeobecné a tým menej prínosné a chýbal jej detailnejší pohľad na problematiku (napr. *Evalvačná správa za rok 2018*)
5. Detailnejšia špecifikácia podujatí (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019*)
6. Určenie termínu podujatia mimo štandardného pracovného času (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019*)
7. Zabezpečenie školiacich materiálov pre účastníkov (*Evalvačná správa-Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020*)
8. Záznam z podujatia – zdieľanie audio nahrávky, prípadne video záznamu z podujatia, ktoré by bolo aspoň v určitom obmedzenom čase po podujatí dostupné pre účastníkov (*Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020*)
9. Občerstvenie (*Evalvačná správa - Výročná správa za rok 2019*)
10. Zvýšenie interaktivity podujatí – vyššia interakcia medzi účastníkmi a lektorom (*Evalvačná správa - Výročná správa za rok 2019*)
11. Vytvorenie online priestoru pre výmenu skúseností – vytvorenie komunity, blogu, chatu, kde by sa mohli stretnúť účastníci podujatia a zdieľať skúsenosti, názory, atď. (*Evalvačná správa-Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020*)

Skupinové modulové poradenstvo

Ďalšou poskytovanou službou bolo skupinové modulové poradenstvo. Podľa hodnotení jednotlivých podujatí uvedených v správe *Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (jan.-jun 2018)* boli podujatia skupinového modulového poradenstva vnímané v závislosti od kvality prednášajúceho, ktorá sa rôžnila. Medzi prednášajúci boli takí, ktorých respondenti ohodnotili ako výborných, ale aj prednášajúci s priemerným hodnotením. Celkové hodnotenie sa v priebehu sledovaného obdobia zlepšovalo, kým v roku 2018 udelilo známky 1 a 2 asi 88% respondentov, v roku 2019 to bolo už takmer 100 %. Veľmi dobre boli hodnotené aj jednotlivé parametre, ako organizačná stránka, ale aj čas a dĺžka trvania aktivity. Pri obsahu a aktuálnosti poznatkov niekoľko klientov uviedlo aj známku 3 alebo horšiu, čo podľa *Evalvačnej správy-Hodnotiaci správa za prvý polrok 2020* súviselo s nedostatkom konkrétnych príkladov z praxe.

Medzi návrhy, ktoré respondenti uviedli v otvorených otázkach pre skupinové modulové poradenstvo patrili:

1. Vhodnejšie priestory a vybavenie – lepšie technické zabezpečenie (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Evalvačná správa za rok 2018, Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019*)
2. Zabezpečenie školiacich materiálov (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019*)
3. Zameranie sa na praktické problémy či analýzu modelových situácií z praxe (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Hodnotiaci správa za 1. polrok 2020*)
4. Lepšia propagácia služby (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Evalvačná správa za rok 2018, Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019*)
5. Detailnejší pohľad do určitých tém (*Evalvačná správa za rok 2018, Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019*)

Odborné individuálne poradenstvo

Ďalšou poskytovanou službou bolo odborné individuálne poradenstvo. Aj táto služba bola vnímaná veľmi pozitívne, a to už v prvých rokoch. V roku 2018 a takisto aj v prvom polroku 2020 bola hodnotená iba známkami 1 a 2, v roku 2019 bola známka 3 udelená iba v 2 %. Veľmi dobré hodnotenie získali aj jednotlivé aspekty poradenstva, ako aj kompetentnosť či prístup lektorov. Klienti pri odbornom individuálnom poradenstve hodnotili aj jeho rozsah. V roku 2019 uviedlo 72% respondentov, že rozsah poradenstva považovali za dostačujúci, v prvej polovici 2020 to bolo takmer rovnaké percento respondentov (71%).

Medzi návrhy, ktoré respondenti uviedli v otvorených otázkach pre odborné individuálne poradenstvo patrili:

1. Požiadavka na väčší časový horizont pre vyčerpanie počtu hodín, ktorý by umožnil aj praktickú aplikáciu získaných vedomostí a následnú konzultáciu výsledkov. (*Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019*)
2. Vyšší rozsah konzultačných hodín (*Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019*)
3. Vhodnejšie priestory a vybavenie (*Evalvačná správa-Výročná správa za rok 2019*)
4. Možnosť využívania konzultácií z viacerých oblastí (*Evalvačná správa-Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020*).

Letná škola

Letná škola organizovaná v rámci Akceleračného programu je orientovaná na jednu vybranú oblasť. V roku 2019 sa konalo 5 letných škôl (Prešov, Nitra, Banská Bystrica, Košice, Trnava). *Evalvačná správa za prvý polrok 2019* a takisto aj *Evalvačná správa -Výročná správa za rok 2019* uvádza, že klienti vyjadrili množstvo pozitívnych a ďakovných spätných väzieb. Medzi niekoľko pripomienok uvedených v rámci spätnej väzby patrili skôr technicko-organizačné pripomienky týkajúce sa nevyhovujúcich priestorov, či nepohodlného sedenia, slabšie občerstvenie, ale opäť aj nízka propagácia služby.

Stážový program

Podľa správy *Vnútropjektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (jan.-jun 2018)* ktorá vychádzala z údajov zo 47 individuálnych záverečných správ od klientov zaznamenal Stážový program vysokú mieru spokojnosti. Pozitívne bolo hodnotené získanie nových zručností, skúseností, informácií o trendoch vo svete. V otázkach smerujúcim k identifikácii najvýznamnejších prínosov uvádzali respondenti obsah podujatia, špičkovú úroveň podujatia, networking, možnosť stretnúť partnerov, dodávateľov, renomovaných expertov. Spokojnosť vyjadrovali aj s organizačnou stránkou podujatí.

Inkubačný program

Na základe informácií, ktoré poskytli účastníci Inkubačného programu – virtuálneho inkubátora v individuálnych Záverečných správach je možné skonštatovať vysokú spokojnosť. Konzultácie s lektormi sú vnímané pozitívne. Klienti oceňujú ich profesionálnosť, prístup, ochotu, skúsenosti.

Niekoľko klientov malo pripomienku, resp. návrh na rozšírenie networkingových aktivít a celkovo rozsahu hodín poskytovaného poradenstva, ktorý považovali za nedostatočný. Jedna pripomienka bola k príliš náročnému procesu pre zapojenie konzultanta, ktorý zatiaľ nie je v systéme SBA (klientom vybraný konzultant nebol ochotný absolvovať zdĺhavý výberový proces za danú mzdovú sadzbu, ktorú by za poskytnutie mentoringu dostal).

„Získali sme nové poznatky a skúsenosti, na mnohé záležitosti pozeráme v súčasnosti z iného uhla, ktorý nám pomáha efektívne manažovať procesy, čo má pre nás širokospektrálny význam a uplatnenie.“

„Pomohlo mi enormne. Myslím si, že keď sa podnikatelia venujú svojmu projektu naplno a čerpajú Vaše služby, šance na úspešnosť projektu sa niekoľkokrát znásobia.“ (Jana Iršová)

„Jediné mínus je papierovanie, ktorého logistiku by som odporúčala zjednodušiť a nejakým spôsobom vylepšiť.“

Rastový program

Krátkodobé individuálne poradenstvo

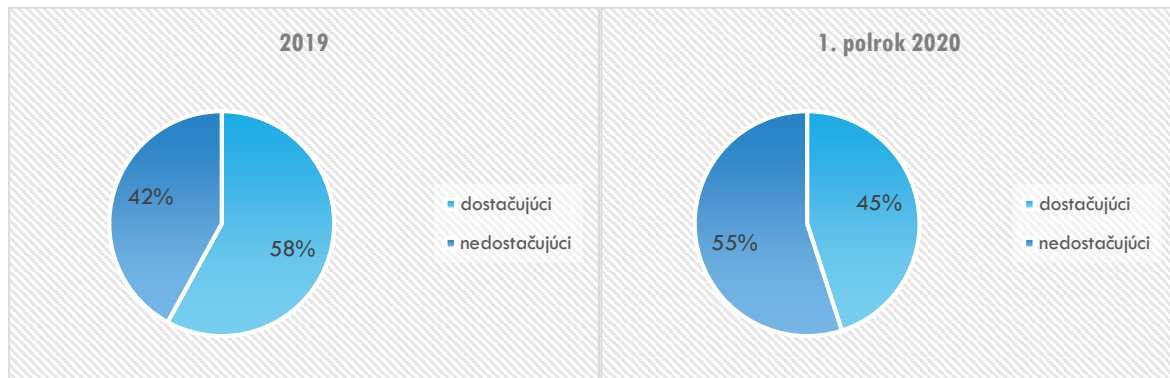
V regiónoch patrila služba krátkodobé individuálne poradenstvo k najviac využívaným v rámci Rastového programu.

Klienti hodnotili službu aj jej jednotlivé aspekty známkami 1 a 2. Počas obdobia 2018 – prvý polrok 2020 udelilo negatívne hodnotenie služby iba niekoľko respondentov. Veľmi dobre boli vnímaní aj externí konzultanti.

V rámci dotazníkového prieskumu odpovedali klienti aj na otázku, či bol pre nich rozsah poradenstva dostačujúci. Pri krátkodobom poradenstve predstavoval maximálny rozsah iba 10 hodín. Pomerne vysoké

percento ho považovalo za nedostatočný. V prvom polroku 2020 uviedlo až 55% respondentov, že ho považovali za nedostačujúci.

Graf 45: Hodnotenie rozsahu krátkodobého individuálneho poradenstva, RP



Zdroj: Spracované podľa údajov Evalvačná správa- Výročná správa za rok 2019, Evalvačná správa- Hodnotiaci správa za 1. polrok 2020.

Medzi návrhy, ktoré respondenti uviedli v otvorených otázkach smerom k zlepšeniu služby krátkodobé individuálne poradenstvo patrilo:

1. Zníženie administratívnej záťaže – návrh sa vyskytol aj v rámci Evalvačnej správy z prvého polroku 2019 ale aj v prvom polroku 2020, čo znamená, že je táto oblasť pre klientov stále problematická
2. Zvýšenie rozsahu konzultačných hodín (Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Evalvačná správa- Výročná správa za rok 2019, Evalvačná správa- Hodnotiaci správa za 1. polrok 2020)
3. Zabezpečenie priestorov na poskytovanie konzultácií (Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Evalvačná správa- Výročná správa za rok, 2019, Evalvačná správa- Hodnotiaci správa za 1. polrok 2020)
4. Možnosť zmeniť konzultanta či tému počas obdobia poskytovania poradenstva alebo kombinovať témy. (Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Evalvačná správa- Výročná správa za rok 2019)
5. Poskytovanie služieb formou skype, elektronické podpisy, možnosť kombinovať témy. (Evalvačná správa- Výročná správa za rok 2019)

Dlhodobé individuálne poradenstvo

Dlhodobé individuálne poradenstvo bolo v prvom polroku 2020 hodnotené iba najlepšimi známami 1 a 2 za celkovú spokojnosť, podobne boli hodnotené aj jednotlivé aspekty, ako organizačná a technická stránka a obsah a aktuálnosť poznatkov. Rozsah poradenstva hodnotilo ako dostačujúci v roku 2019 asi 87% klientov a v prvom polroku 2020 iba 61% klientov.

Medzi návrhy, ktoré respondenti uviedli v otvorených otázkach k dlhodobému individuálnemu poradenstvu patrilo:

1. Zjednodušenie formulárov k žiadosti, zníženie administratívnej záťaže pri podávaní žiadosti aj pri ukončení poradenstva (Evalvačná správa- Výročná správa za rok 2019, Evalvačná správa- Hodnotiaci správa za 1. polrok 2020)
2. Lepšia propagácia služby. (Evalvačná správa- Výročná správa za rok 2019)
3. Možnosť konzultácie viacerých tém, či zoznam konzultantov z ktorého by si klienti mohli konzultantov vybrať. (Evalvačná správa- Hodnotiaci správa za 1. polrok 2020)

Skupinové odborné podujatia

Skupinové odborné podujatia boli hodnotené takisto veľmi pozitívne. V roku 2018 udelilo pre celkovú spokojnosť so skupinovými odbornými podujatiami známky 1 a 2 asi 90% klientov. Relatívne menšia spokojnosť oproti ostatným aspektom podujatí bola s obsahom podujatia a termínom a dĺžkou aktivity, aj tu však cca 90% respondentov udelilo známky 1 a 2. V roku 2019 udelilo známky 1 a 2 asi 95% klientov a rovnako tak aj v prvom polroku 2020. Veľmi dobre boli hodnotené jednotlivé aspekty, iba niekoľko známk „3“ bolo udelených pri každom aspekte, rovnako pozitívne bolo aj hodnotenie lektorov.

Medzi návrhy, ktoré respondenti uviedli v otvorených otázkach patrilo:

1. Lepšia propagácia a lepšie celenie podujatí (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Evalvačná správa- Výročná správa za rok 2019*)
2. Lepšie vybavenie priestorov (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019, (Evalvačná správa- Výročná správa za rok 2019, Evalvačná správa- Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020)*)
3. Detailnejší popis podujatí pred ich začatím, vytvorenie systému ktorý by účastníkom poskytol informácie o mieste, navigáciu na miesto a potvrdenie účasti niekoľko dní pred termínom konania podujatia. (*Evalvačná správa za prvý polrok 2019, Evalvačná správa- Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020*)
4. Medzi ďalšie pripomienky patrilo nastavenie náročnosti podujatia, ktoré nebolo vhodné pre všetkých zúčastnených, s tým súviseli aj pripomienky ohľadom teoretického úvodu, ktorí sa niektorým mohol zdať zbytočný (*Evalvačná správa za rok 2018*)
5. Odprezentovanie iba časti problematiky s cieľom ďalšiu časť realizovať mimo NPC. (*Evalvačná správa za rok 2018*)
6. Zabezpečenie školiacich materiálov (*Evalvačná správa, Výročná správa za rok 2019*)
7. Zdieľanie materiálov z prednášky, príp. audio záznam (*Evalvačná správa- Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020*)

3.9.3 SPOKOJNOSŤ S POSKYTOVANÝMI SLUŽBAMI (DOTAZNÍKOVÝ PRIESKUM)

Zisťovanie spokojnosti s poskytnutými službami bolo realizované aj jednorazovo na skupine podporených podnikov, ktoré využili služby v rámci siete NPC.

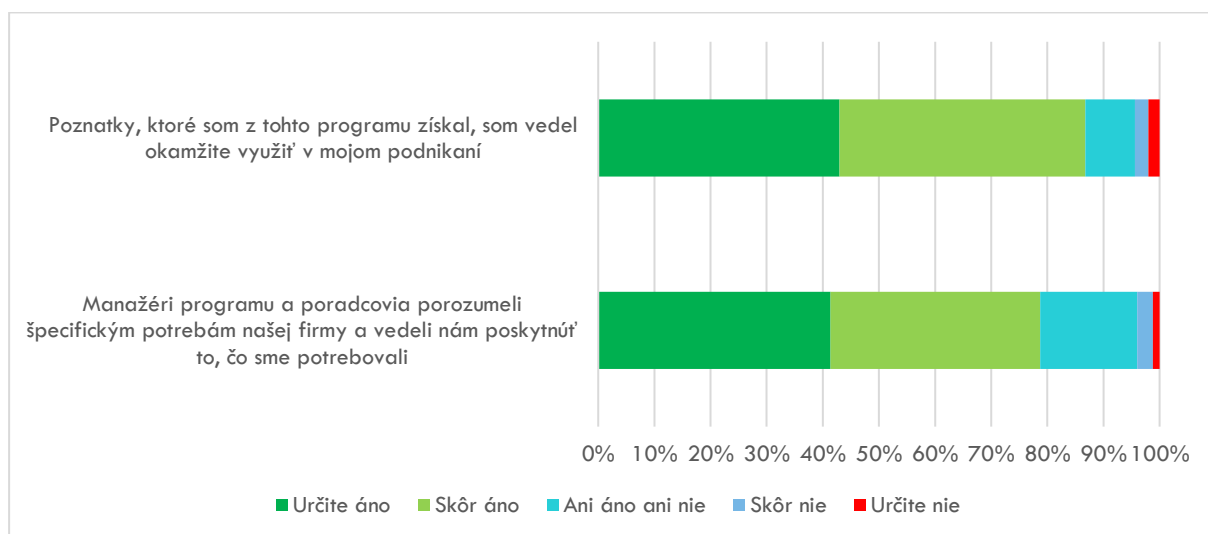
V rámci dotazníkového prieskumu boli posudzované nasledovné výroky s cieľom ohodnotiť pridanú hodnotu programu:

- Manažéri programu a poradcovia porozumeli špecifickým potrebám našej firmy a vedeli nám poskytnúť to, čo sme potrebovali
- Poznatky, ktoré som z tohto programu získal, som vedel okamžite využiť v mojom podnikaní

Pri hodnotení spokojnosti a pridanej hodnoty programu uviedlo až 78,8% respondentov súhlas (odpoveď určite áno, skôr áno) s výrokom „Manažéri programu a poradcovia porozumeli špecifickým potrebám našej firmy a vedeli nám poskytnúť to, čo sme potrebovali“. Len 4% respondentov nesúhlasilo s týmto výrokom (odpoveď určite nie, skôr nie). 17,2% respondentov uviedlo neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie). Uvedené zistenie poukazuje na vysokú mieru spokojnosti malých a stredných podnikov, ktoré využili služby niektorého z NPC s úrovňou konzultantov, ale aj zamestnancov jednotlivých NPC.

Pri hodnotení výroku „Poznatky, ktoré som z tohto programu získal, som vedel okamžite využiť v mojom podnikaní“ uviedlo súhlas (odpoveď určite áno, skôr áno) až 86,7% respondentov. Len 4,4% respondentov nesúhlasilo s týmto výrokom (odpoveď určite nie, skôr nie). V tomto prípade uviedlo len 8,8% respondentov neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie). Toto zistenie poukazuje na reálny prínos a praktickú využiteľnosť ponúkaných služieb sieťou NPC.

Graf 46: Zhodnotenie výrokov v oblasti získania znalostí a kvality ľudských zdrojov



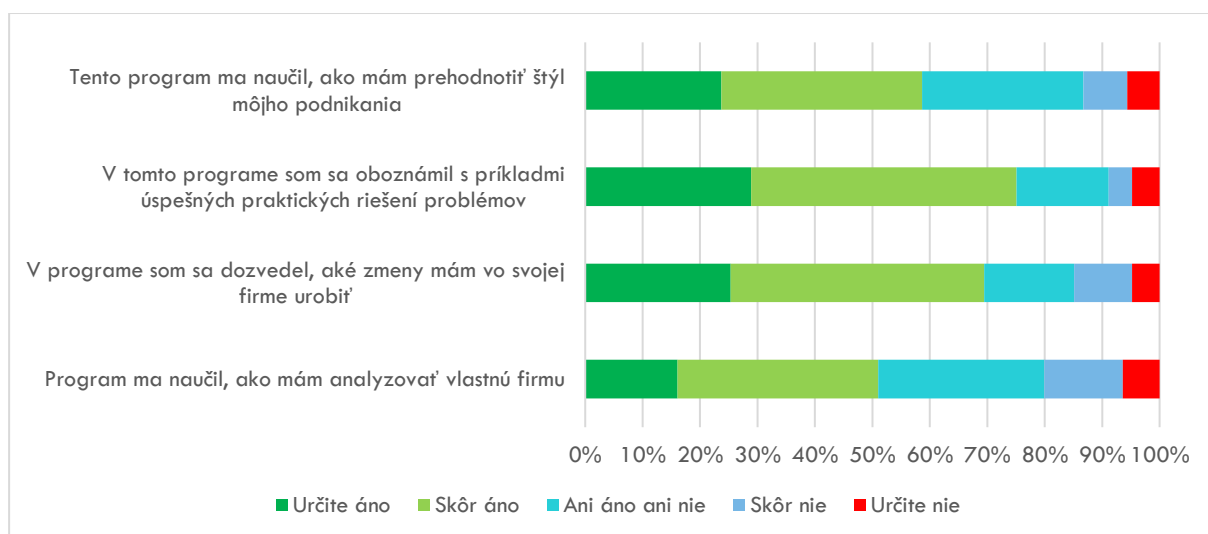
Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci dotazníkového prieskumu bola posudzovaná aj konkrétna praktická využiteľnosť získaných poznatkov vo vybraných oblastiach. Posudzovanie sa realizovalo prostredníctvom hodnotenia nasledovných výrokov:

- Program ma naučil, ako mám analyzovať vlastnú firmu
- V programe som sa dozvedel, aké zmeny mám vo svojej firme urobiť
- V tomto programe som sa oboznámil s príkladmi úspešných praktických riešení problémov
- Tento program ma naučil, ako mám prehodnotiť štýl môjho podnikania

Celkovo 51% respondentov súhlasí (odpoveď určite áno, skôr áno) s konštatovaním „Program ma naučil, ako mám analyzovať vlastnú firmu“. Len 20% respondentov s týmto konštatovaním nesúhlasilo (odpoveď určite nie, skôr nie). Program má teda efekty v tejto oblasti. Neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie) uviedlo 28,9% respondentov čo indikuje (vysoký) potenciál v tejto oblasti.

Graf 47: Zhodnotenie platnosti výrokov v oblasti prínosov programu



Zdroj: vlastné spracovanie

V prípade hodnotenia konštatovania „V programe som sa dozvedel, aké zmeny mám vo svojej firme urobiť“ s výrokem súhlasilo 69,5% respondentov (odpoveď určite áno, skôr áno) a nesúhlasilo (odpoveď

určite nie, skôr nie) 14,8% respondentov. Neutrálnu odpoveď uviedlo 15,7% respondentov. Je zrejme, že program umožnil malým a stredným podnikom získať informácie, ktoré sú využiteľné v ich konkrétnych problémoch/príležitostiach.

Praktickosť zamerania podpory dokladuje, že s konštatovaním „V tomto programe som sa oboznámil s príkladmi úspešných praktických riešení problémov“ súhlasilo 75% a neutrálnu odpoveď uviedlo 16% respondentov. S týmto konštatovaním nesúhlasilo len 8,8% z celkového počtu respondentov.

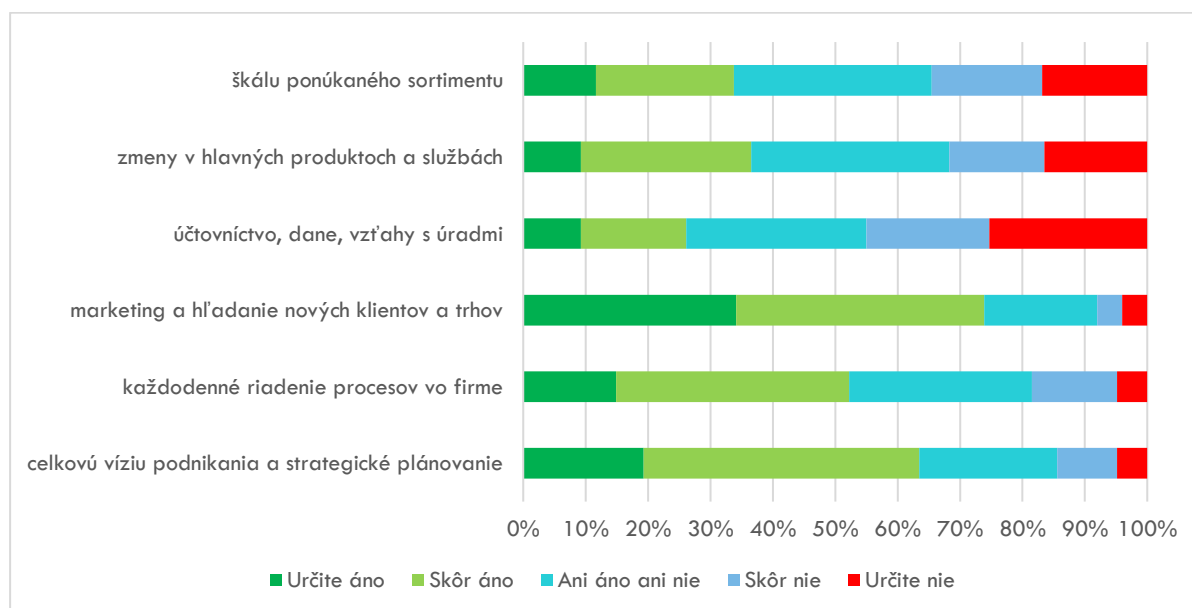
So zásadným konštatovaním „Tento program ma naučil, ako mám prehodnotiť štýl môjho podnikania“ súhlasilo (odpoveď určite áno, skôr áno) 58,6% a nesúhlasilo 13,2% respondentov. To poukazuje na to, že program prispieva k prehodnoteniu (aj) základných charakteristík podnikania. Neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie) uviedlo 28,1% respondentov čo indikuje potenciál v tejto oblasti.

V rámci dotazníkového prieskumu bolo následne posudzované do akej miery došlo k zlepšeniu vybraných oblastí vďaka využitiu nefinančného poradenstva v rámci siete NPC. Jednalo sa o nasledujúce oblasti:

- celkovú víziu podnikania a strategické plánovanie
- každodenné riadenie procesov vo firme
- marketing a hľadanie nových klientov a trhov
- účtovníctvo, dane, vzťahy s úradmi
- zmeny v hlavných produktoch a službách
- škálu ponúkaného sortimentu

Zlepšenie celkovej vízie podnikania a strategického plánovania uvádzalo 63,4% respondentov (odpoveď určite áno a skôr áno). Len 14,4% respondentov nedeklarovalo (odpoveď určite nie, skôr nie) zlepšenie v tejto oblasti. Neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie) uviedlo 22,1% respondentov čo indikuje potenciál v tejto oblasti.

Graf 48: Hodnotenie zlepšenia celkovej vízie podnikania a strategického plánovania



Zdroj: vlastné spracovanie

V prípade 52,2% malých a stredných podnikov, ktoré využili podporu v rámci siete NPC a zapojili sa do prieskumu došlo zlepšeniu každodenného riadenia procesov vo firme. Len 18% respondentov neuviedlo tento efekt. Až 29,3% podnikov uviedlo neutrálnu odpoveď čo priamo indikuje potenciál v tejto oblasti.

Zlepšenia (odpoveď určite áno, skôr áno) v oblasti marketingu a hľadania nových klientov a trhov deklaruje 73,9% malých a stredných podnikov zapojených do prieskumu. Na druhej strane len 8% respondentov nezaznamenalo zlepšenie v tejto oblasti a 18,1% respondentov uvádzalo neutrálnu odpoveď.

Vplyv poskytnutej podpory na oblasť účtovníctva, daní, vzťahov s úradmi je nízky, pričom len 26% respondentov deklaruje pozitívne efekty (odpoveď určite áno, skôr áno). Na druhej strane 45% respondentov neuviedlo efekty (hodnotenie určite nie a skôr nie) a 28,9% uviedlo neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie).

Taktiež efekty v oblasti hlavných produktov a služieb sú relatívne nižšie, pričom len 36,5% respondentov uvádzalo efekty v tejto oblasti (odpoveď určite áno, skôr áno) a 31,7% neuvádzalo efekty (odpoveď určite nie, skôr nie). Neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie) uvádzalo 31,7% respondentov čo indikuje výrazný potenciál v tejto oblasti.

Zlepšenia škály ponúkaného sortimentu uviedlo 33,7% respondentov (odpoveď určite áno, skôr áno). Naopak, k zlepšeniu v tejto oblasti nedošlo v prípade 34,5% respondentov. Vysoký potenciál v tejto oblasti indikuje vysoká miera neutrálnych odpovedí (ani áno, ani nie), ktorú uviedlo až 31,7% respondentov.

3.10 Aké sú aktuálne a očakávané potreby podnikov v oblasti poskytovanej podpory a odporúčania pre ďalšie obdobie, využitie nefinančných podpôr, grantov a finančných nástrojov a v členení podľa regiónov (vzhľadom na regionálne ekonomické špecifiká)?

3.10.1 PRIEBEŽNÉ ZHODNOTENIE

Dotazníkové zisťovanie pre skvalitnenie služieb NPC realizované pre NPC regióny ukázalo v roku 2018 záujem o budúce využitie služieb u 93% podnikateľov a 88% nepodnikateľov, v roku 2019 sa záujem zvýšil v oboch skupinách, záujem o budúce využitie služieb uviedlo 96% podnikateľov a 91% nepodnikateľov (Evalvačná správa za rok 2018, Evalvačná správa - Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch)

Dotazníkové zisťovanie pre skvalitnenie služieb NPC realizované v rámci Evaluačnej analýzy za 7-12 2018, NPCII BA kraj ukázalo že až 99% klientov nepodnikateľov a 94% klientov podnikateľov má záujem využiť služby NPC aj v budúcnosti. Podľa *evaluačnej analýzy za 7-12 2019, NPCII BA kraj* to bolo až 100 % klientov podnikateľov a 92% nepodnikateľov a v prvom polroku 2020 (Evalvačná analýza za 1.polrok 2020) uviedlo záujem o budúce využitie služieb NPC 100% podnikateľov a 92 % nepodnikateľov.

Čo sa týka oblastí záujmu klientov, uvádzame zoznamy tém, ktoré klienti uviedli ako zaujímavé pre budúce nastavenie aktivít projektu:

Creative point

Respondenti v rámci dotazníkového prieskumu určili 4 okruhy tém, ktoré by mohli byť predmetom skupinového poradenstva v rámci Creative point-u Žilina (Evalvačná správa - Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch):

- Softvérové špecializácie - učenie sa pracovať s 3D a 2D modelovacími programami ako je napr. Corel Draw či Fusion 360 a 3D tlačou, práca s platformou Arduino či softvérom Photoshop
- Hand made aktivity - využívanie odpadu ako materiálu, pletenie, háčkovanie, frivolitkovanie, koráľkovanie a iné.
- Technicky odbornejšie remeselné zamerania - práca s drevom, CNC strojmi a papierom
- Motivačné podujatia a podujatia teoretického získavania znalostí v obore kreatívneho priemyslu – ako uspieť medzi umelcami, ako získať špecifickú klientelu a iné

Medzi budúcimi témami aj v 1.polroku 2020 dominovali Softvérové a technické špecializácie – Adobe Illustrator, Photoshop, Blender animácie, 3D tlač a pod. a Hand made aktivity – drôťkovanie, makramé, maľovanie, háčkovanie, kovanie/ cínovanie. (Evalvačná správa-Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch):

Akceleračný program

Návrhy tém o ktoré by mali záujem v rámci skupinového poradenstva klienti NPC:

- Diskusia so psychológom na tému Ako zvládať stres a vysoké pracovné tempo v podnikaní, Tvorba loga, značky, a ako si vybrať spôsob podnikania – s.r.o. alebo živnosť, právne poradenstvo od právnik, medzinárodné podnikanie, e - commerce, reklama, s.r.o. alebo SZČO, možnosti začatia vlastného podnikania, Presný postup ako si počínať pri rozbiehaní vlastného podnikania - hlbšie poznatky o podnikaní, potrebné informácie z právneho hľadiska, ako si správne a efektívne hľadať, vyberať zamestnancov a propagácia firmy. (Vnútroprojektové evalvačné a aktualizácie procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017). Národný projekt NPC v regiónoch)
- Ako napísať dobrý projekt; Ako zrealizovať podnikateľský nápad; Osobný rozvoj; Facebook a propagácia; Motivačné aktivity. (Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch)
- Získavanie počítačových vedomostí o podnikaní či už v teoretickej rovine (ako začať - legislatíva, účtovníctvo a ekonomika) ako aj prostredníctvom rád od už etablovaných skúsených podnikateľov; informácie o možnostiach získavania počítačového kapitálu na financovanie začínajúcich podnikateľských aktivít; soft skills); manažment či marketing vo forme podpory predaja produktov a služieb, predovšetkým prostredníctvom využívania sociálnych sietí; témy týkajúce sa cestovného ruchu a gastronómie. (Evalvačná správa - Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch)
- Marketingové aktivity a tvorba web stránky pomocou WordPress; získavanie počítačových vedomostí o podnikaní, najmä v oblasti legislatívy, účtovníctva a ekonomiky či získavania počítačového kapitálu na financovanie počiatkov svojich podnikateľských aktivít; mäkké zručnosti (soft skills); tréning kreativity. (Evalvačná správa-Hodnotiaci správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch)
- Marketingové nástroje a stratégia, mentoring v oblasti sponzoringu, čo všetko musí mať malý podnikateľ na Slovensku „ošetrené“ na posielanie newslettera, ďalej ako na dotáciu či biznis plán video tvorba a fotografovanie. (Evalvačná analýza, BA kraj, 1. polrok 2018)
- Osobný manažment, charisma; Online marketing, prezentačné schopnosti a schopnosti predat' sa, Komunikácia na sociálnych sieťach; Na čo nezabudnúť pri zakladaní podnikania; Kreatívne workshopy; HR poradenstvo a celkové fungovanie HR aj pre nepodnikateľov; Poradňa pre mladých budúcich podnikateľov, finančná stratégia spoločnosti, automatizácia procesov; Grafický dizajn (Evalvačná analýza za prvý polrok 2019, BA kraj)
- Možnosti získania investorov a partnerov na podnikanie; Prvé kroky v podnikaní a právne aspekty podnikania, start up a ich možnosti financovania; Oblasť financií a manažmentu, cash flow, príprava podnikateľského plánu; Oblasť marketingu; Účtovníctvo, dane, odvody, možnosti dotácií (Evalvačná analýza za prvý polrok 2020, BA kraj)

Návrhy tém o ktoré by mali záujem v rámci skupinového modulového poradenstva:

- Účtovníctvo a daňovo-odvodových povinností, finančná analýza, rozpočet a prognózy pre účely napr. získania dotácie či úveru, a tiež obchodno-predajné a komunikačné zručnosti, online marketing a predaj produktov a služieb (online nástroje) (Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch)

Rastový program

Návrhy tém o ktoré by mali klienti záujem v rámci krátkodobého individuálneho poradenstva:

- oblasť marketingu v rôznych formách (branding, e-marketing, sociálne siete a predaj na nich a pod.); HR (získavanie a udržanie zamestnancov, zamestnávajúce osôb z tretích krajín, HR kompetencie a povinnosti, riešenie nástupníctva, sporov a pod.), právne poradenstvo v oblasti podnikateľských povinností a byrokracie; účtovné a daňové poradenstvo, financovanie podnikania a fondy EÚ; GDPR; soft skills (mäkké zručnosti) . (Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch)

Návrhy tém o ktoré by mali klienti záujem v rámci skupinového odborného poradenstva:

- marketing - najmä digitálny marketing, sociálne siete a médiá; oblasť HR - zamestnávanie ZŤP, občanov tretích krajín; obchodné a predajné zručnosti – ako osloviť zákazníka, ako viesť obchodný rozhovor, ako motivovať klientov a pod.; soft skills - time management, komunikácia v tíme, motivácia, organizácia práce a rast firmy a pod., daňové a účtovné poradenstvo; právne aspekty v podnikaní; GDPR; IT technológie a IT bezpečnosť v podnikaní (Evalvačná správa za rok 2018, Národný projekt NPC v regiónoch)
- Využitie IT technológií v biznise – predovšetkým sociálne siete; Marketing – produktový marketing, marketingové stratégie, online marketing; Mäkké zručnosti, predovšetkým: o komunikačné zručnosti – komunikácia so zákazníkom, komunikácia v tíme, formy komunikácie, formálna komunikácia o obchodné zručnosti; Financovanie začínajúceho podnikania; Legislatíva, ekonomika a účtovníctvo v podnikaní (Evalvačná správa - Výročná správa za rok 2019, Národný projekt NPC v regiónoch)
- Marketing – online marketing - Facebook, Google, úprava fotografií; Mäkké zručnosti, predovšetkým: o komunikačné zručnosti – komunikácia so zákazníkom, komunikácia v tíme o formy komunikácie, formálna komunikácia o obchodné zručnosti; Zvládanie stresu a konfliktných situácií v podnikaní; Manažment – riadenie ľudí, koučing, procesné riadenie; Financie – Finančná analýza podniku, dane, cenotvorba; Tvorba atraktívneho firemného web-u; V čom podnikat' v čase „korona krízy“, ako premeniť nápad na realitu. (Evalvačná správa-Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch)
- SEO, reklama na sociálnych sieťach, marketing, sociálne siete, Wordpress, Dizajn webu, e-shop; Komunikácia s klientom, Business etiketa, soft skills;; Projektová dokumentácia, elektronizácia Slovenska; Účtovníctvo, dane; Predajné zručnosti, vyjednávanie v obchode; Ako vybudovať úspešnú značku (Evalvačná analýza za prvý polrok 2020, BA kraj,
- Marketing - najmä digitálny marketing, sociálne siete a médiá; soft skills - time management, komunikácia v tíme, motivácia, organizácia práce a rast firmy a pod.; daňové a účtovné poradenstvo; právne aspekty v podnikaní e) GDPR, (Evalvačná analýza za prvý polrok 2018, BA kraj,)
- Osobný manažment, charisma; Online marketing, prezentačné schopnosti a schopnosti predat' sa, Komunikácia na sociálnych sieťach; Na čo nezabudnúť pri zakladaní podnikania; Kreatívne workshopy; HR poradenstvo a celkové fungovanie HR aj pre nepodnikateľov; Poradňa pre mladých budúcich podnikateľov, finančná stratégia spoločnosti, automatizácia procesov; Grafický dizajn (Evalvačná analýza za prvý polrok 2019, BA kraj)

Medzi návrhy na témy Motivačných a tímových aktivít boli:

- Riadenie a motivácia ľudí (tímu); tímová spolupráca a firemná komunikácia; riešenie konfliktných situácií a zvládanie stresu na pracovisku; pozitívny prístup a myslenie; time management a efektívna práca; vzájomné budovanie dôvery (Evalvačná správa-Hodnotiaca správa za 1.polrok 2020, Národný projekt NPC v regiónoch)

3.10.2 VLASTNÝ PRIESKUM

Realizované hĺbkové rozhovory dopĺňajú priebežné zisťovanie realizované NPC (vyššie). Bolo zistené, že nastavenie činnosti NPC umožňuje vysokú mieru flexibility poskytovať poradenstvo podľa meniacich sa potrieb podnikateľských subjektov. NPC viacnásobne deklarovali svoju schopnosť reflektovať rôzne potreby klientov. Taktiež podnikatelia uvádzali vysokú spokojnosť s poskytovanými službami. Efekty projektu sú limitované kvôli tomu, že v rámci projektu je možné poskytovať výhradne poradenstvo (pri súčasnom nastavení nie je možné realizovať hmatateľné výstupy).

Podobný pohľad majú aj niektorí zamestnanci NPC, ktorí sa domnievajú, že pre zvýšenie spokojnosti klientov by pomohlo, ak by NPC mali kapacity na menšie a ciele pomoci a vedeli zrealizovať aj konkrétne výstupy: „Například vytvorenie webovej stránky je veľká pomoc, lebo on si ju nedokáže spraviť a tým, že bude konzultovať s konzultantom, ako si ju vytvorí sám, ju nespraví.“ „Klienti sú spokojní, keď sa vyriešia konkrétne problémy... navrhujú reálne, praktické veci...oni sú veľmi spokojní, lebo im pomáhame s vyriešením administratívnych vecí...keby to museli riešiť sami, tak by nemali záujem.“

Celková úroveň spokojnosti klientov indikuje v zásade dobré nastavenie, samotné produkty/programy sú dobre hodnotené.

V dobe realizácie hodnotenia pociťovali podnikatelia dopady pandémie Covid-19, čo spôsobilo zníženie podnikateľskej aktivity pri mnohých typoch podnikov. Z tohto dôvodu boli ich snahy primárne orientované na prekonanie ekonomického poklesu. Poklesom ekonomickej aktivity bol zasiahnutý predovšetkým segment SZČO (viď. hodnotenie vyššie). Covid-19 zvýraznil záujem o prechod podnikov do online priestoru, ktorý im umožňuje modernizovať tradičné biznis modely. Vyššie využívanie možností online priestoru prispelo k tomu, že si niektoré firmy začínajú uvedomovať dôležitosť nástupu digitalizácie a potrebu postupnej digitálnej transformácie jednotlivých podnikov.

Podniky v dobe realizácie prieskumu nepociťovali iné (globálne) trendy, ako napr. starnutie populácie, dekarbonizácia, migrácia, nezamestnanosť a ich vplyv na podnikanie, ani nekomunikovali možný dopad v budúcnosti. Vo väčšej miere ich ovplyvňuje lokálny status quo v podobe vysokého byrokratického zaťaženia.

Experti NPC zhodne konštatujú, že najväčšou pridanou hodnotou je pre klientov skutočnosť, že za poskytnuté služby nemusia platiť, sú bezodplatné. Niektorí si ale vedia predstaviť, že z hľadiska udržateľnosti by bolo vhodné postupne testovať čiastočné spoplatňovanie niektorých služieb.

Experti NPC ďalej konštatujú, že ak si klienti nebudú istí prínosom poskytovaných služieb, tak nebudú ochotní platiť za získané poradenstvo. Kľúčovým sa v takom kontexte javí problém udržateľnosti: „Udržateľnosť NPC je ťažká otázka. Často sú klienti motivovaní tým, že tá služba je zadarmo. Keby za to mali platiť, musela by sa zvýšiť kvalita, muselo by sa to celé prebudovať. Bez existencie NPC by pravdepodobne za služby klienti neboli ochotní zaplatiť... 80 % klientov určite nie.“

Špecifickým problémom by bolo nastavenie cien jednotlivých služieb. V súvislosti s potrebou individuálneho prístupu pri určovaní cien zamestnanec NPC uviedol príklad krátkodobého poradenstva: „Napriek v službe individuálneho poradenstva – 10 hod, je to 400 EUR štátnej pomoci. Keďže je tam ale vysoká administratívna záťaž, tak musí byť solídna výška kofinancovania od štátu.“ Bolo tiež konštatované, že pri poradenstve v nízkej nominálnej hodnote nebudú podniky ochotné jednoducho absolvovať administratívnu tortúru a ešte aj platiť za získanú službu: „Význam to má asi len pri dlhodobom poradenstve, aj to je ťažké posúdiť“.

Podľa názoru NPC by veľkým lákadlom bolo, ak by bolo možné získavať aj vysoko renomovaných zahraničných odborníkov/lektorov. Predpokladajú, že za kvalitných konzultantov by si klienti boli ochotní aj priplatiť, pričom „cena musí byť nižšia ako trhová“. Dôležitý aspekt sú regionálne rozdiely. Manažéri NPC nepredpokladajú, že by podnikateľské subjekty z východného a južného Slovenska (najmenej rozvinuté regióny) boli ochotné platiť za poskytovanie služieb.

Zamestnanci NPC predpokladajú, že podnikatelia by boli ochotní za služby s vysokou hodnotou platiť trhové (domáce) ceny v prípade, ak by šlo o dotované typy poradenstva. Predpokladajú, že v prípade poradenstva, o ktoré je opakovaný a vysoký záujem, by sa dalo v najvyššej miere uvažovať ako o kandidátovi na možné testovanie modelu rozloženia časti nákladov aj na klientov.

V súčasnosti model získania spoplatneného poradenstva, príp. časti služby, ktoré by bolo financované na revolvingovej báze prostredníctvom splátkového kalendára, nie je relevantný jednak zo strany podnikov, ale záujem nepredpokladali ani experti NPC, ktorí sú v dennom kontakte s podnikmi/klientami.

Na margo spoplatnenia služieb viacerí klienti uvádzali, že služby využívajú, pretože sú zadarmo a neboli by ochotní za ne platiť. Prípadne by zvažovali alternatívne riešenia: „ak by sme mali za služby platiť, tak by sme nad tým neuvažovali a snažili by sme sa riešiť problémy cez známych, ktorí tiež podnikajú, lebo firma na začiatku života má veľa rôznych výdavkov, takže takýto extra výdavok by mohol byť problém“. Zároveň ale po využití služieb hodnotia ich prínos pozitívne: „keby bolo treba dopredu platiť, tak by sme o to s najväčšou pravdepodobnosťou prišli, čo by bola škoda“.

Na druhej strane sú príklady klientov, ktorí by boli ochotní spolufinancovať niektoré aktivity, napríklad účasť na výstavách: „ja som už pred dvoma rokmi navrhovala, že sme prispeli – ak by to bolo možné.“

Na výstavisku (v zahraničí) nám rezervovali economy stánok. Aj tak sme nešli lebo to bolo pre nás (bez podpory) drahé“.

Podnikatelia majú podľa manažérov NPC záujem, popri samotnom poradenstve, aj o získanie financií na rôzne typy aktivít. Primárne mali záujem o nenávratný grant. Čo pravdepodobne súvisí s tým, že ľudia sú dlhodobo zvyknutí na to, že peniaze z fondov EÚ prichádzajú väčšinou vo forme nenávratných grantov a samozrejme je grantová forma podpory ekonomicky najvýhodnejšia. Záujem však prejavovali aj o finančné pôžičky, mikroúvery a iné formy financovania. Nerealistické očakávania a predstavy boli bežné v počiatkových fázach činnosti NPC. V súčasnosti už klienti väčšinou vedia o tom, že NPC je špecificky zamerané na poradenstvo. Majorita klientov mala podľa manažérov NPC záujem o financie v odhadovanej výške do 50 000 EUR, ale mnohé podniky požadovali aj investičné zdroje do výšky 200 000 EUR. Len menší počet MSP, ktoré využili služby NPC, prejavovali záujem o granty vyššie ako 200 000 EUR. Zamestnanci NPC uvádzali, že v takýchto prípadoch informovali o možnostiach získať zdroje priamo od SBA prostredníctvom mikropôžičkového programu, alebo SZRB. Ukazuje sa ale, že mnohé podniky nemali dostatočnú úverovú históriu, alebo hodnotili lepšie alternatívne možnosti: „mikropôžičku sme nakoniec nevyužili lebo sme mali ručiť svojím majetkom“, pričom „úroky sú teraz v bankách veľmi dobré“. Taktiež informovali klientov o možnostiach získať zdroje zo zdrojov EŠIF v gescii MHSR (OP Val, aktuálne OPII). Táto možnosť bola ponúkaná len v prípade, ak boli aktuálne vyhlásené výzvy pre podnikateľov. Ako problém sa v rámci poskytovaných informácií ukázala podpora začínajúcich podnikov, ktoré sa nemohli uchádzať o zdroje z niektorých výziev EŠIF. Len v niektorých prípadoch klientov zaradených do Inkubačného programu bola diskutovaná možnosť získania investičného kapitálu prostredníctvom fondov rizikového kapitálu. Sieť NPC nebola schopná v dostatočnej miere poskytovať informácie o tejto forme špecifického investičného financovania. To poukazuje na potrebu zvýšenia spolupráce s fondami rizikového kapitálu pôsobiacimi v SR aj s prepojením na SBA: „Prepojenie na rizikový kapitál chýba. Pomohlo by prepojenie – keď diskutujeme s nimi problémy a vedeli by sme zapojiť finančnú oblasť, tak by to bolo výborné.“ K rizikovému kapitálu sú však podnikatelia často nedôverčiví, čo môže vyplývať aj z nedostatočných skúseností a vedomostí o tejto forme financovania. Jedna podnikateľka uviedla: „Rizikový kapitál nechceme. Mala som niekoľko ponúk od investorov, ale nechcem to.“

Je preto potrebné zvážiť zlepšenie informovanosti siete NPC o všetkých formách podpory (nie len EŠIF), aby ich NPC mohlo priamo sprostredkovať podnikateľom. NPC sú ochotné poskytovať tieto informácie klientom: „Neboli by sme proti, ale bolo by potom treba špecifické preškolenie konzultantov“.

Z hľadiska EŠIF je vhodné zvážiť zapájanie NPC do informačných podujatí k vybraným výzvam relevantným k cieľovým skupinám národných projektov, príp. vytvoriť priamu možnosť školenia zo strany RO/SO relevantných OP.

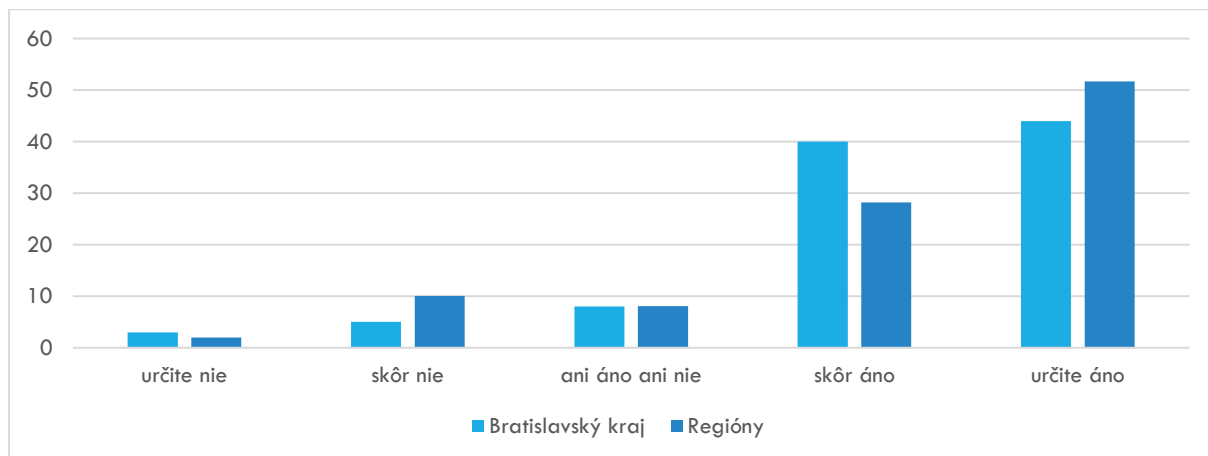
Táto snaha o poskytnutie informácií nad rámec svojej práce a mimo zamerania a cieľov národných projektov ukazuje na celkové proklientské nastavenie jednotlivých tímov v rámci siete NPC. Pre naplnenie potrieb klientov NPC získať okrem poradenstva aj finančné zdroje, je možné zvažovať umožnenie poskytovania grantovej podpory priamo v rámci NPC. Grantová podpora by mohla mať napr. formu administratívne zjednodušeného finančného Vouchra. Veľkosť Vouchra by mohla byť rôznym spôsobom odstupňovaná podľa rôznych kritérií, ako napr. bonita, veľkosť, investičná potreba podniku, etc.

Záujem o rôzne formy finančnej a nefinančnej podpory bol zisťovaný aj v rámci realizovaného prieskumu. V rámci dotazníkového prieskumu bol zisťovaný záujem malých a stredných podnikov, ktoré využili služby NPC o nasledovné typy podpôr:

- Odborné krátkodobé individuálne poradenstvo (10 hodín)
- Odborné dlhodobé individuálne poradenstvo (80 hodín)
- Špecializované skupinové poradenstvo
- Podpora pri nadväzovaní spolupráce (doma a v zahraničí)
- Granty do 50 000 € so spolufinancovaním
- Granty do 200 000 € so spolufinancovaním
- Granty nad 200 000 € so spolufinancovaním
- Zvýhodnené úvery (výhodnejšie ako trhové)
- Kombináciu grantu a zvýhodneného úveru
- Rizikový kapitál

Prieskum potvrdil vysoký záujem malých a stredných podnikov o krátkodobé, ale aj dlhodobé individuálne poradenstvo a to v rámci celého Slovenska. O odborné krátkodobé individuálne poradenstvo prejavilo v BSK záujem (odpoveď určite áno a skôr áno) až 84% respondentov. Vo zvyšných regiónoch to bolo cca. 79,9% respondentov.

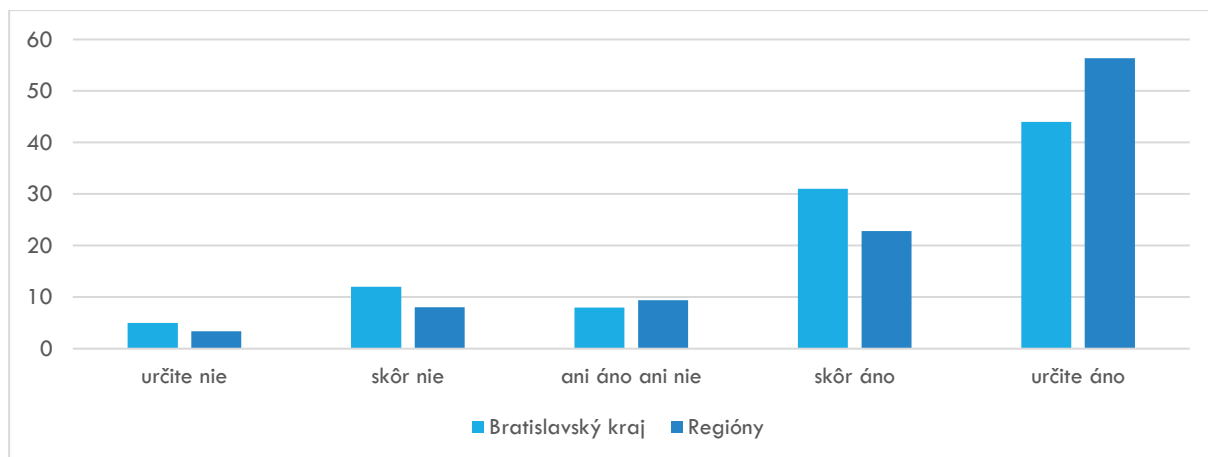
Graf 49: Záujem o odborné krátkodobé individuálne poradenstvo (10 hodín)



Zdroj: vlastné spracovanie

Podobne vysoký záujem bol zistený aj o odborné dlhodobé individuálne poradenstvo o ktoré prejavilo záujem až 75% respondentov z bratislavského kraja a 79% respondentov zo zvyšných regiónov Slovenska. To poukazuje na mierne vyšší záujem v rámci mimo-bratislavských regiónov o jedny z hlavných podpôr poskytovaných sieťou NPC. Uvedené zistenia sú v zhode s realizovanými hĺbkovými rozhovormi s rôznymi typmi respondentov, ktorí potvrdili záujem o opätovné, resp. pokračujúce poradenstvo. Celkový nezáujem podnikov o krátkodobé, ale aj dlhodobé poradenstvo je veľmi nízky.

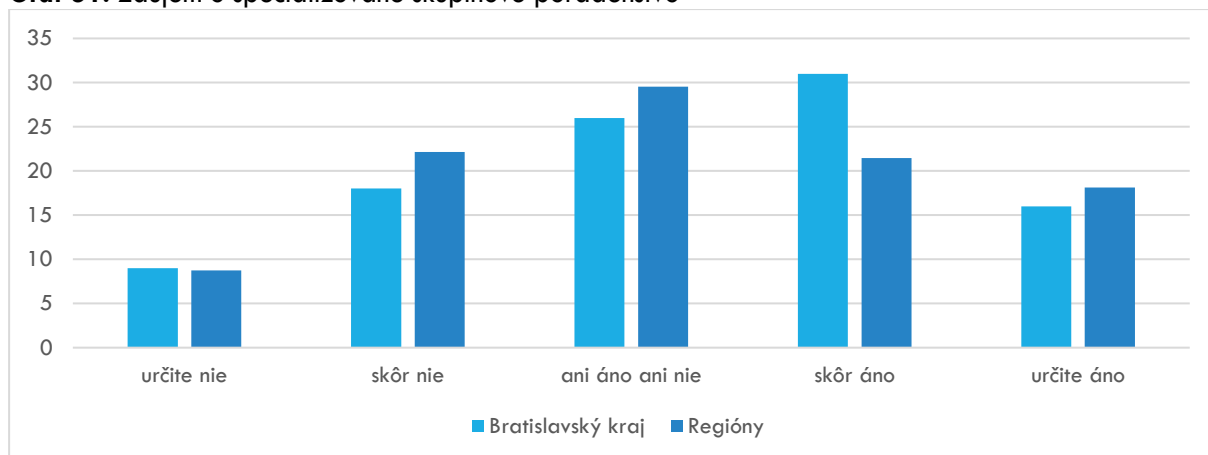
Graf 50: Záujem o odborné dlhodobé individuálne poradenstvo (80 hodín)



Zdroj: vlastné spracovanie

O poskytovanie špecializovaného skupinového poradenstva bol zistený nižší záujem zo strany malých a stredných podnikov, ktoré v minulosti využili služby v rámci siete NPC. Celkovo 47% respondentov Bratislavského kraja prejavilo záujem (odpoveď určite áno a skôr áno) o získanie špecializovaného skupinového poradenstva a 27% respondentov prejavilo nezáujem (odpoveď určite nie a skôr nie). Na druhej strane skoro 40% respondentov z regiónov prejavilo záujem a naopak skoro 31% nemá záujem o tento typ služby. To poukazuje na nižšiu mieru spokojnosti s týmto typom služby ktorej cieľom je o.i. vytvoriť predpoklady pre efektívnejšie poskytovanie individuálneho poradenstva.

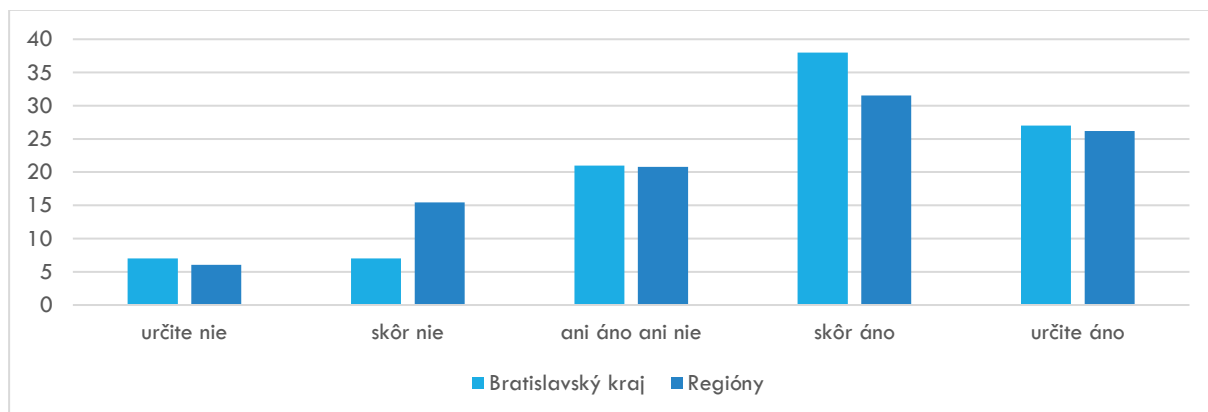
Graf 51: Záujem o špecializované skupinové poradenstvo



Zdroj: vlastné spracovanie

Mierne odlišné výsledky boli zistené v oblasti podpory zameranej na nadväzovanie spolupráce (doma a zahraničí). Bratislavskí respondenti majú o túto podporu vyšší záujem v porovnaní s respondentami z regiónov. Až 65% bratislavských respondentov prejavilo záujem o túto službu (odpoveď určite áno a skôr áno) a 14% neprejavilo záujem (odpoveď určite nie a skôr nie). V prípade regionálnych malých a stredných podnikov má o tento typ podpory záujem 57,7% respondentov a nemá záujem 21,5% respondentov. Zhodne 21% respondentov vyjadrilo neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie). Zistenie poukazuje na rozdiely v regionálnom členení z hľadiska vnímania dôležitosti získavania kontaktov s inými organizáciami, primárne inými podnikmi.

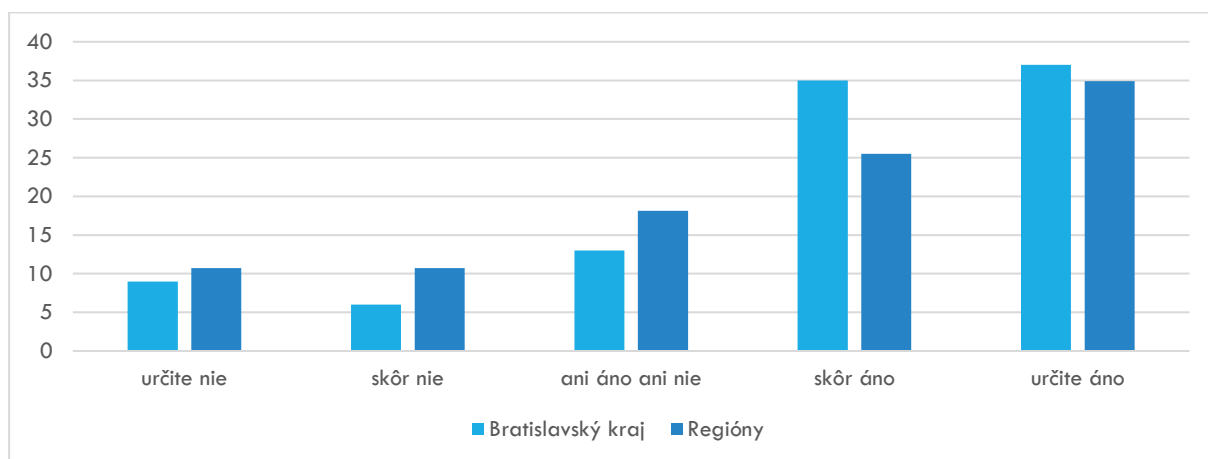
Graf 52: Záujem o podporu pri nadväzovaní spolupráce (doma a v zahraničí)



Zdroj: vlastné spracovanie

Osobné hĺbkové rozhovory s rôznymi typmi respondentov naznačovali, že malé a stredné podniky majú okrem poradenstva (nefinančnej podpory) záujem aj o finančnú podporu prostredníctvom získania doplnkových zdrojov. Prieskum ukázal, že až 72% bratislavských respondentov má záujem (odpoveď určite áno a skôr áno) o získanie grantu do výšky 50 000 EUR. Nezáujem prejavilo len 15% respondentov a 13% u viedlo neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie). Na druhej strane len 60,4% regionálnych respondentov má záujem o finančné zdroje v tejto výške a 21,5% nemá záujem. Až 18% respondentov uvidelo neutrálnu odpoveď.

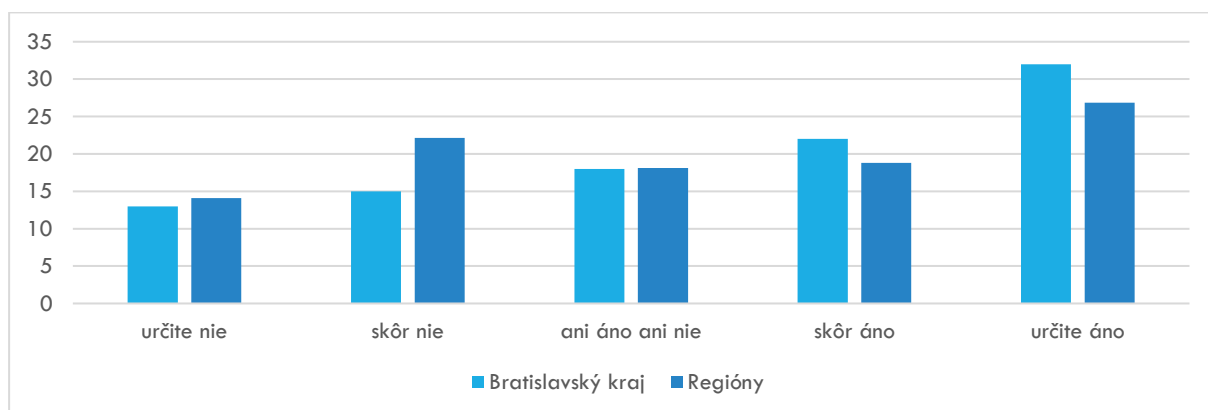
Graf 53: Záujem o granty do 50 000 € so spolufinancovaním



Zdroj: vlastné spracovanie

Na druhej strane bol zistený nižší záujem o grantovú podporu až do výšky 200 000 Eur. Celkovo 54% bratislavských a 45,6% mimo-bratislavských respondentov prejavilo záujem o finančnú podporu v tejto výške. Celkový nezáujem deklarovalo 28% bratislavských a až 36% mimo-bratislavských respondentov. Zhodne cca. 18% respondentov z oboch teritoriálnych skupín uviedlo neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie).

Graf 54: Záujem o granty do 200 000 € so spolufinancovaním

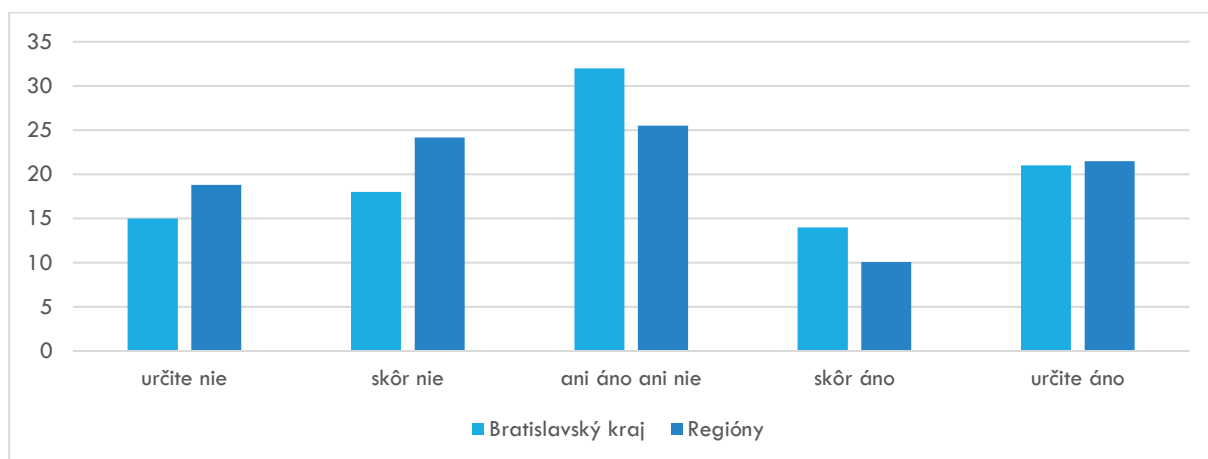


Zdroj: vlastné spracovanie

Deklarovaný záujem o granty nad 200 000 EUR bol ešte nižší, pričom len 35% bratislavských a 31% mimo-bratislavských respondentov prejavilo záujem o získanie grantovej podpory v tejto výške. Bratislavskí respondenti uvádzali nižšiu mieru nezájmu (33%) v porovnaní s regionálnymi respondentami (43%). Až o 6,5 p.b. viac bratislavských respondentov v porovnaní s regionálnymi uviedlo neutrálnu odpoveď (ani áno, ani nie).

Uvedené zistenia poukazujú na vyšší záujem malých a stredných podnikov získavať finančnú podporu v nižšej výške. Na druhej strane aj v sektore malých a stredných podnikov existuje priestor pre poskytovanie grantovej podpory vo vyššej výške (nad 200 000 EUR) na rôzne typy projektov. Nastavenie finančnej podpory by tak malo zohľadňovať tento fakt.

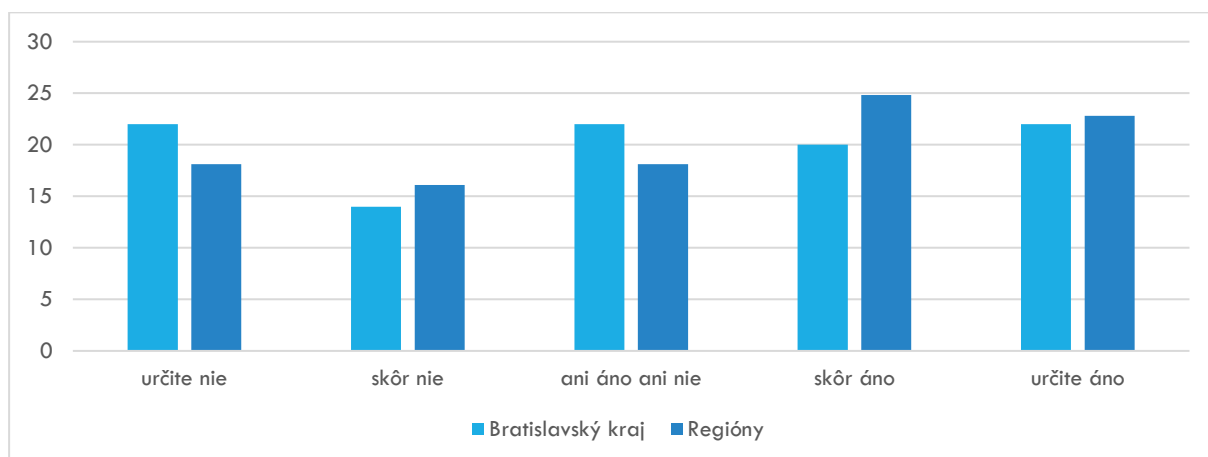
Graf 55: Záujem o granty nad 200 000 € so spolufinancovaním



Zdroj: vlastné spracovanie

Záujem malých a stredných podnikov o zvýhodnené úvery je relatívne nízky. Len 44% bratislavských a 47,6% mimo-bratislavských podnikov prejavilo záujem (odpoveď určite áno a skôr áno) o získanie takéhoto typu podpory. Jasný nezáujem deklarovalo 36% bratislavských a 34% regionálnych respondentov (odpoveď určite nie a skôr nie). Taktiež bola zistená vyššia miera „nerozhodnosti“ (odpoveď ani áno, ani nie). Z realizovaných prieskumov vyplynulo, že záujem je limitovaný kvôli možnosti získania zdrojov poskytovaných komerčnými subjektami.

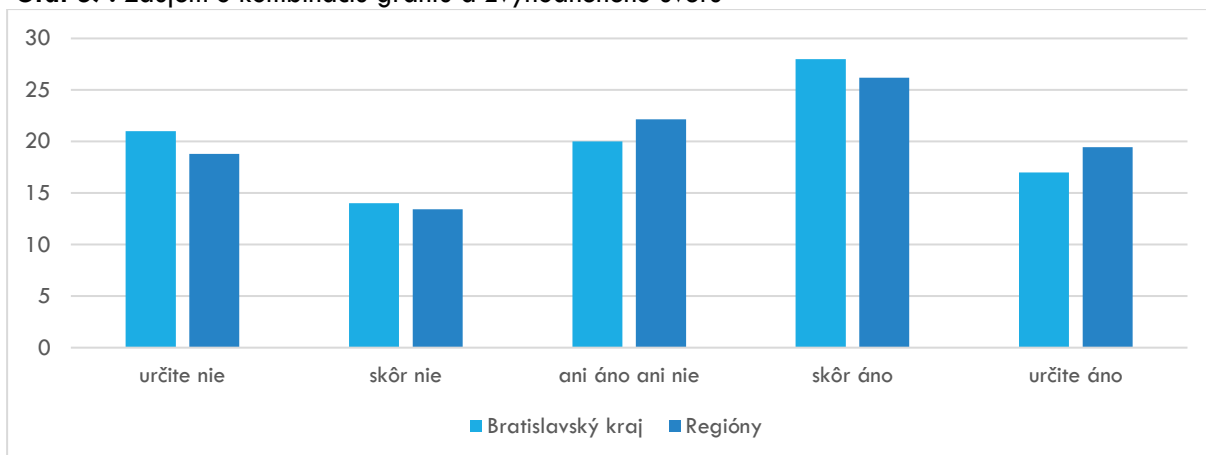
Graf 56: Záujem o zvýhodnené úvery (výhodnejšie ako trhové)



Zdroj: vlastné spracovanie

Relatívne vysoký záujem bol zistený aj o hybridný nástroj kombinácie grantu a zvýhodneného úveru o ktorý malo záujem až 42% bratislavských a 47,5% regionálnych respondentov zapojených do prieskumu. Nezáujem o tento typ finančnej podpory prejavilo 36% bratislavských a 34% mimo-bratislavských podnikov.

Graf 57: Záujem o kombináciu grantu a zvýhodneného úveru

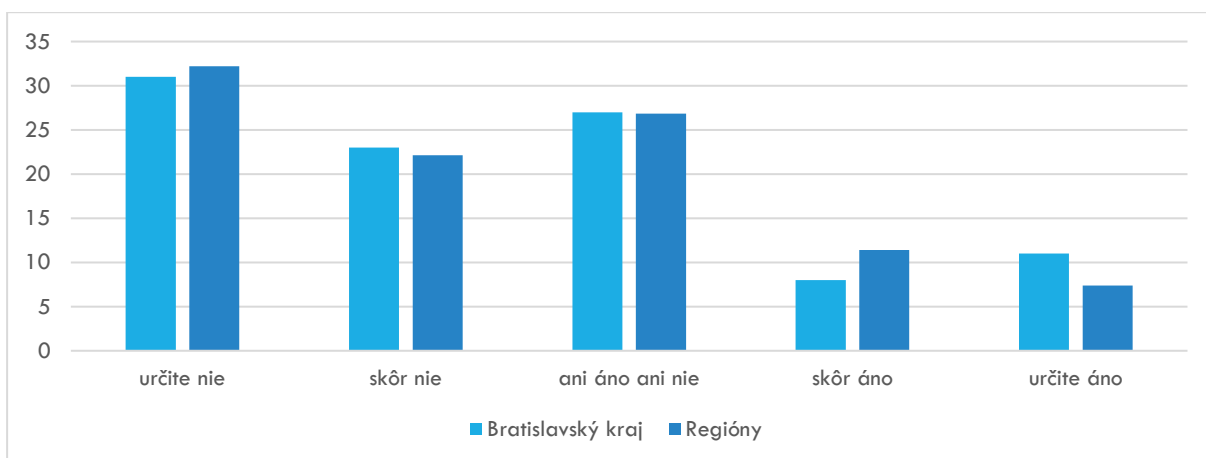


Zdroj: vlastné spracovanie

Najnižší záujem malých a stredných podnikov zapojených do prieskumu bol zistený o získanie rizikového kapitálu, ktorý predstavuje veľmi špecifický nástroj určený len pre vysoko inovatívne a perspektívne projekty s potenciálom škálovania a širšieho presadenia. Zhodne až 19% respondentov z bratislavského kraja, ale aj regiónov prejavilo záujem (odpoveď určite áno a skôr áno) získanie tohto typu podpory. Jasný nezáujem (odpoveď určite nie a skôr nie) prejavilo až 54% respondentov. Neutrálnu odpoveď uvádzal taktiež vysoký počet respondentov (27%). Uvedené zistenia ukazujú na vhodnosť štandardizácie prístupu k tomuto typu investičných zdrojov.

Zistenia potvrdzujú vhodnosť doplnenia poskytovaného poradenstva o vhodné finančné nástroje, ktoré by pomohli dotvoriť komplexný podporný systém rozvoja MSP.

Graf 58: Záujem o rizikový kapitál



Zdroj: vlastné spracovanie

4. POSÚDENIE EFEKTOV FINANČNEJ - VOUCHEROVEJ PODPORY

4.1 Kreatívne vouchre

Kreatívne vouchre boli poskytované v rámci národného projektu Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku.

Box 8: Národný projekt Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku

Akronym: Kreativita pre podnikanie

Schválené celkové oprávnené náklady: 12 981 770,50 EUR ²⁴

Schválené percento spolufinancovania zo zdrojov EÚ a ŠR: 100%

Kód žiadosti o NFP: NFP313000J874

Výzva: OPVai-MH/NP/2017/3.3.1/4.1.1-06

Žiadateľ: Slovenská inovačná a energetická agentúra

Hlavný cieľ projektu

Cieľom projektu je vytvoriť podmienky pre posilnenie konkurencieschopnosti a rastu malých a stredných podnikov (ďalej len „MSP“) tvorbou nových inovatívnych riešení fungovania podnikateľských subjektov pôsobiacich v kreatívnom priemysle a stimulovanie inovačného procesu prostredníctvom vzájomnej spolupráce MSP s aktérmi kreatívneho priemyslu (ďalej len „KP“) za účelom zlepšenia ich inovačnej výkonnosti a konkurencieschopnosti.

Oblasť kreatívneho priemyslu v rámci národného projektu je vymedzená nasledovnými odvetviami:

- reklama a marketing;
- architektúra;
- oblasť IKT;
- dizajn a módný dizajn.

Deklarované východiská/opodstatnenosť realizácie plánovaných aktivít:

- nedostatočná podpora začínajúcich podnikateľov v KP formou poradenstva;
- chýbajúce opatrenia na podporu prepájania priemyslu a dizajnu;
- nedostatočné povedomie a chápanie KP ako významného nástroja na podporu priemyslu, vývozu a prezentácie krajiny v zahraničí, ale aj kultiváciu a zvyšovanie kvality života obyvateľov, napr. aj formou súťaží, značiek, propagovania úspešných riešení, cien, účasťami na veľtrhoch, výstavách, fórach a pod.;
- nedostatočná podpora vnútornej organizácie odvetví a združovania do klastrov, a podpora inovatívnych podnikateľských nápadov aj formou sieťovania medzi kreatívnym, technologickým a podnikateľským sektorom;
- nedostatočná podpora nových spôsobov a foriem vzdelávania, ktoré by umožňovali väčšie prieniky medzi kreatívnymi a technologickými zručnosťami, podpora kreatívneho vzdelávania na všetkých stupňoch škôl.

²⁴ V rámci zmenového konania znížené na 12 782 809,53 EUR

4.1.1 ŠTRUKTÚRA NÁRODNÉHO PROJEKTU

Hlavná aktivita	Názov	Realizátor	Relevancia k hodnoteniu
1	Podpora kreatívneho priemyslu v regiónoch	SIEA	áno
2	Podpora kreatívneho priemyslu v BSK	SIEA	áno

Národný projekt tak umožňuje realizovať aktivity v rámci celého územia SR a to súbežne v menej rozvinutých regiónoch (MRR) ako aj viac rozvinutom regióne (VRR).

Cieľové skupiny:

- Podnikateľské subjekty

4.1.2 ŠTRUKTÚRA HLAVNÝCH AKTIVÍT PROJEKTU RELEVANTNÝCH K HODNOTENIU

Hlavná aktivita č. 1 pozostáva z nasledujúcich podaktivít:

- Podpora tvorby nových obchodných modelov a sieťovania podnikov kreatívneho priemyslu v regiónoch
- Stimulácia inovačného procesu v regiónoch s využitím výstupov kreatívneho priemyslu

Hlavná aktivita č. 2 pozostáva z nasledujúcich podaktivít:

- Podpora tvorby nových obchodných modelov a sieťovania podnikov kreatívneho priemyslu v BSK
- Stimulácia inovačného procesu v BSK s využitím výstupov KP

Členenie národného projektu na dve hlavné aktivity je nastavené kvôli špecifikám financovania zo zdrojov EŠIF. Aktivity realizované na rôznych územiach sú zhodné a projekt pozostáva z dvoch identických podaktivít:

- Podaktivita A: Podpora tvorby nových obchodných modelov a sieťovania podnikov KP
- Podaktivita B: Stimulácia inovačného procesu s využitím výstupov kreatívneho priemyslu

Podaktivita B je zabezpečená prostredníctvom činnosti:

- **B.2 Implementácia mechanizmu poskytovania kreatívnych voucherov, resp. poukážok**

4.1.3 POSÚDENIE EFEKTOV VOUCHEROVEJ PODPORY:

Zmluva s objednávateľom definuje, že hodnotenie má popísať a posúdiť reálny a predpokladaný prínos finančnej podpory MSP prostredníctvom poskytovania kreatívnych voucherov v rámci NP „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“. Hodnotenie má preskúmať záujem MSP o tento typ pomoci ako aj skutočnosť, či poskytovanie kreatívnych voucherov prispelo k stimulovaniu inovačného procesu prostredníctvom spolupráce MSP s tvorcami kreatívneho priemyslu.

Vouchrová podpora je poskytovaná v rámci Podaktivity B.

ŽoNFP určuje, že „Kreatívne vouchery predstavujú nepeňažné šeky alebo poukážky, ktoré podnikateľský subjekt (MSP) môže použiť pri nákupe služieb od vybraného subjektu v rámci KP“.

Implementácia mechanizmu poskytovania kreatívnych voucherov

Implementačný mechanizmus pozostáva z niekoľkých krokov. Schéma na podporu rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku určuje celkovú nominálnu hodnotu kreatívneho voucheru maximálne vo výške 10 000 EUR, pričom, intenzita pomoci predstavuje 50% celkových oprávnených nákladov projektu. Podmienky upravuje konkrétna výzva podľa príslušnej schémy pomoci. V prvom roku realizácie NP projektu mohol záujemca, mohol podať viac žiadostí a získať viacero voucherov, pričom celková výška pomoci nesmela byť prekročená. Neskôr boli pravidlá upravené a záujemca o kreatívny voucher mohol predložiť žiadosť iba 1 krát za celú dobu realizácie NP. Minimálna výška voucheru bola určená výzvou zo strany SIEA ako prijímateľa NP. Pôvodne nesmela realizácia voucheru presiahnuť 6 mesiacov od objednania tovaru/služby po úhradu faktúry. Avšak v nadväznosti na sťažené podmienky zapríčinené pandemiou COVID – 19 bolo MSP umožnené dobu realizácie v prípade potreby predĺžiť.

Plánované výstupy relevantné k hodnoteniu

- Implementácia schémy poskytovania kreatívnych voucherov, realizácia hodnotení žiadostí, ex ante a ex post kontrola

4.1.4 HODNOTIACE OTÁZKY A POUŽITÉ METÓDY

	Hodnotiace otázky	Použité metódy	Typ údajov	Zdroj údajov
1.	Aký je záujem MSP o voucherovú podporu?	Štatistická a dátová analýza	Kvantitatívne údaje	Údaje SIEA FinStat
2.	Aký je profil firiem využívajúcich voucherovú podporu?	Štatistická a dátová analýza	Kvantitatívne údaje	Údaje SIEA FinStat
3.	Aký je profil aktérov kreatívneho priemyslu, ktorí v rámci voucherovej podpory poskytujú služby?	Štatistická a dátová analýza	Kvantitatívne údaje	Údaje SIEA FinStat
4.	Ktoré interné a externé faktory (pozitívne a/alebo negatívne) ovplyvňujú účinnosť zvolených foriem podpory kreatívneho priemyslu a ako vplývajú na motiváciu klientov obracať sa na NP?	Hĺbkové rozhovory a ich analýza Dotazníkový prieskum a analýza získaných dát	Kvalitatívne údaje	Vlastný prieskum Vlastné interview
5.	Aké sú vstupné predstavy MSP o tom, čo by mala voucherová podpora prinášať?	Hĺbkové rozhovory a ich analýza	Kvalitatívne údaje	Vlastný prieskum Vlastné interview
6.	Viedla podpora prostredníctvom voucherov k inováciám procesov, produktov, alebo služieb prostredníctvom vzájomnej spolupráce MSP s aktérmi kreatívneho priemyslu?	Hĺbkové rozhovory a ich analýza Prípadová štúdia Dotazníkový prieskum a analýza získaných dát	Kvalitatívne údaje	Vlastný prieskum Vlastné interview

Využitie metód záviselo od externých faktorov typu vis major (napr. protipandemické opatrenia obmedzujúce osobné stretnutia). Využitie kvantitatívnych metód pri riešení otázok 1 - 3 záviselo od dostupnosti údajov za hodnotiace obdobie, ktoré bude realizované len pre právnické osoby.

4.2 Aký je záujem MSP o voucherovú podporu?

V analýze záujmu o voucherovú podporu uvádzame samostatne registrovaných žiadateľov o vouchere a samostatne registrovaných realizátorov („kreatívov“). Osobitnú pozornosť venujeme mapovaniu počtu a štruktúre subjektov/žiadateľov z regionálneho hľadiska, ako aj hľadiska odvetvového. Podobný prístup sme zvolili aj v prípade registrovaných realizátorov.

4.2.1 ZÁUJEMCOVIA O PODPORU ZO STRANY MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV

O podporu vo forme kreatívneho vouchera požiadalo celkovo 1 587 ekonomických subjektov (právnických alebo fyzických osôb), ktorí spolu zaregistrovali 2001 žiadostí (v priemere tak jeden subjekt zaslal 1,26 žiadostí). Z hľadiska odvetvia kreatívneho priemyslu (tabuľka 29) bol najvyšší počet žiadostí v reklame a marketingu (44 %), nasledovalo IKT – programovanie (26 %), dizajn (20 %) a na poslednom mieste bola architektúra (10 %).

Tabuľka 29: Žiadatelia o kreatívny voucher podľa odvetvia kreatívneho priemyslu

Odvetvie kreatívneho priemyslu	Počet žiadostí	Počet žiadostí v %
Architektúra	197	10
Dizajn	402	20
IKT - programovanie	518	26
Reklama a marketing	884	44
Spolu	2 001	100

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Ako uvádzame v tabuľke 30, celková požadovaná hodnota kreatívnych voucherov dosiahla výšku 9 926 603 EUR. Z hľadiska odvetvia kreatívneho priemyslu mali najvyšší podiel reklama a marketing (39%), nasledovali IKT – programovanie (24%), architektúra (20%) a dizajn (17%).

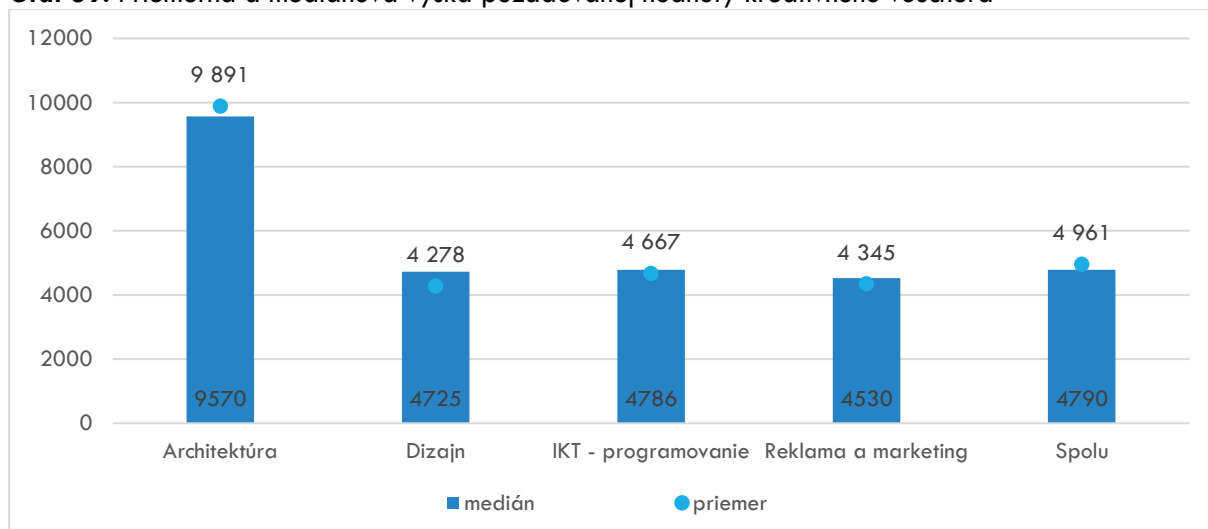
Tabuľka 30: Požadovaná hodnota kreatívnych voucherov podľa odvetvia kreatívneho priemyslu

Odvetvie kreatívneho priemyslu	Celková cena projektu podľa cenového prieskumu:	Požadovaná hodnota kreatívneho vouchera KV (predpokladaná výška pomoci; 50% z celkovej ceny projektu)	% podiel odvetvia kreatívneho priemyslu
Architektúra	3 907 382	1 948 601	20
Dizajn	3 446 319	1 719 656	17
IKT - programovanie	4 871 757	2 417 655	24
Reklama a marketing	7 783 145	3 840 691	39
Spolu	20 008 602	9 926 603	100

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Najvyššia priemerná požadovaná hodnota kreatívneho vouchera bola v kreatívnom odvetví architektúry, v ktorom žiadatelia požadovali v priemere 9 891 EUR na 1 žiadosť. V ostatných odvetviach kreatívneho priemyslu mali priemerne výšky požadovaných žiadostí nižšiu hodnotu (graf 59). Celkovo, (bez ohľadu na odvetvie kreatívneho vouchera) bola priemerná výška požadovanej hodnoty kreatívneho vouchera 4 961 EUR. Aj keď niekoľko málo žiadostí malo mimoriadne vysokú výšku (napr. v prípade architektúry) mediánová a priemerná výška hodnoty 1 žiadosti sú porovnateľné.

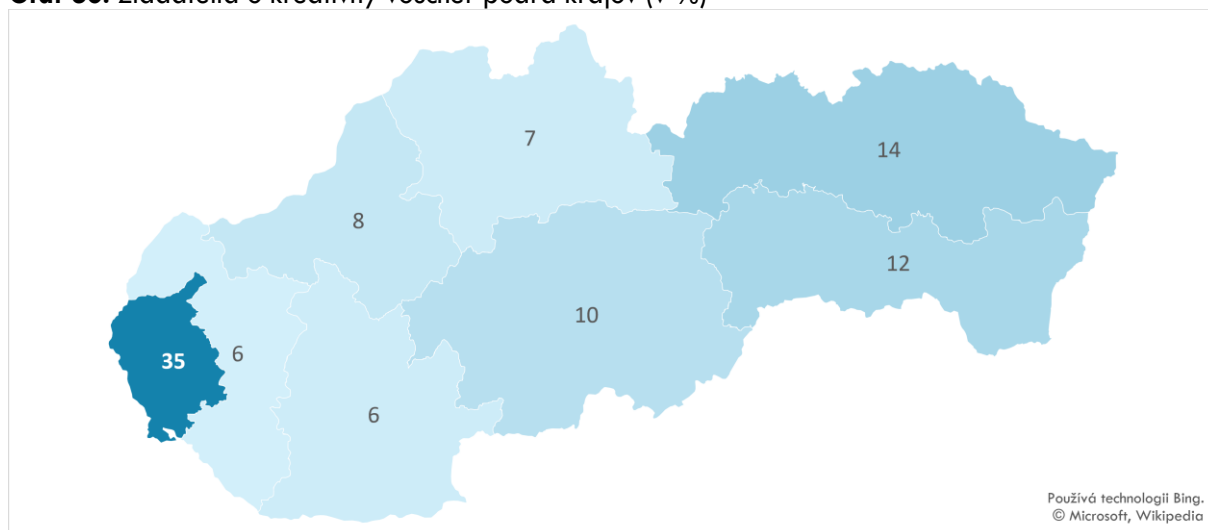
Graf 59: Priemerná a mediánová výška požadovanej hodnoty kreatívneho vouchera



Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Ak sa pozrieme na registrovaných žiadateľov z regionálneho hľadiska, tak viac ako jedna tretina (35%) žiadateľov je z Bratislavského kraja, druhé a tretie najvyššie zastúpenie majú východné Slovensko (Prešovský kraj 14% a Košický kraj 12%).

Graf 60: Žiadatelia o kreatívny voucher podľa krajov (v %)



Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Ak sa pozrieme na regionálne rozloženie žiadateľov v kombinácii s odvetvím kreatívneho priemyslu (tabuľka 31), tak vidíme že najvyššie zastúpenie majú žiadatelia z odvetvia reklamy a marketingu z Bratislavského kraja (13,3%) a odvetvia dizajnu (9,8 %) a IKT programovania (9,2%) z toho istého kraja. Naopak, relatívne najnižšie zastúpenie žiadateľov vidíme v kreatívnom odvetví architektúry v Trnavskom kraji (0,2%) a Žilinskom kraji (0,2%).

Tabuľka 31: Zastúpenie žiadostí podľa kraja a odvetvia kreatívneho priemyslu (%)

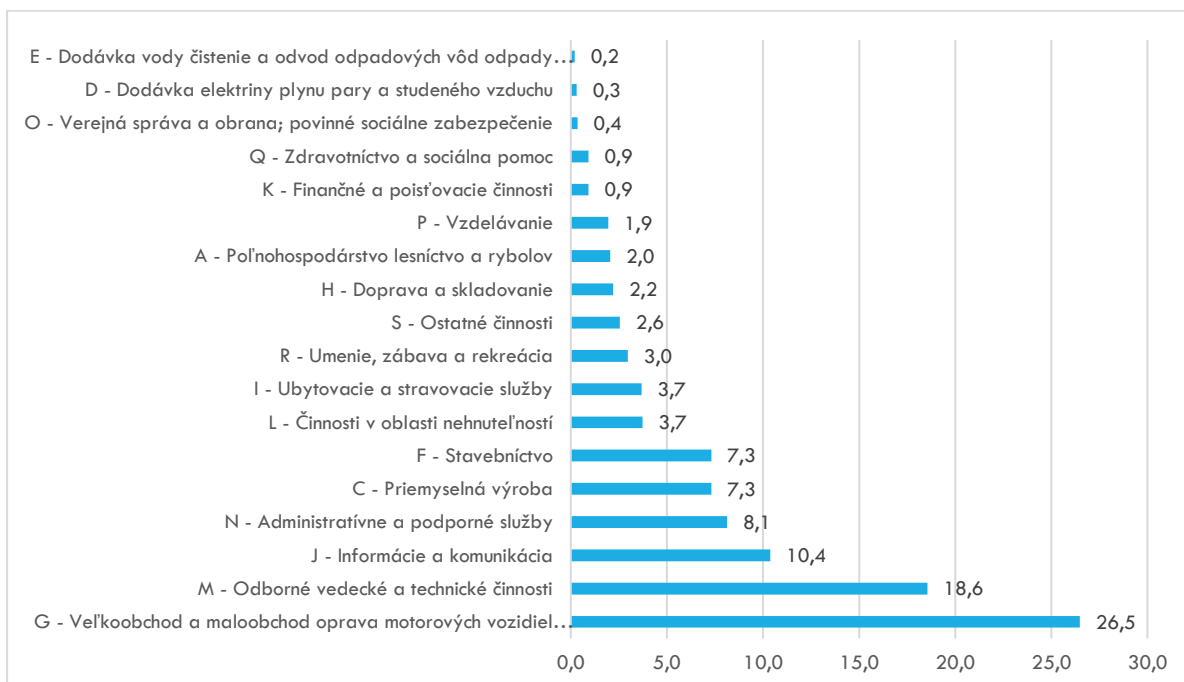
Kraj	Architektúra	Dizajn	IKT – programovanie	Reklama a marketing	Spolu
Banskobystrický	1,4	1,3	1,7	5,4	10
Bratislavský	2,5	9,8	9,2	13,3	35
Košický	1,4	1,3	2,5	7,0	12
Nitriansky	1,0	1,3	0,9	3,2	6
Prešovský	1,6	2,0	5,5	4,8	14

Trenčiansky	1,2	2,1	1,9	2,6	8
Trnavský	0,2	0,7	1,3	3,4	6
Žilinský	0,2	1,0	2,3	3,0	7
Spolu	10	20	26	44	100

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Medzi sektory ekonomických činností, ktoré majú najvyššie zastúpenie medzi žiadateľmi o kreatívne vouchere patria (graf 61) sektory: G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov s 26 %, M - Odborné vedecké a technické činnosti 19,6%-ným podielom a J - Informácie a komunikácia (10,4%).

Graf 61: Žiadatelia kreatívnych voucherov podľa sektora ekonomických činností



Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Najvyšší záujem (tabuľka 32) je zo sektora G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov s 26 % o kreatívne služby v reklame a marketingu (12,1% žiadateľov). Z tohoto sektora ekonomických činností je veľký záujem i o IKT programovanie a dizajn (6,6 % resp. 5,4% žiadateľov). Druhým dominujúcim sektorom ekonomických činností je sektor M - Odborné vedecké a technické činnosti v ktorom prevažuje záujem o kreatívne služby v reklame a marketingu (12,1 %), IKT programovaní (6,6%) a dizajne (1,7%).

Tabuľka 32: Žiadatelia podľa sektorov ekonomických činností a odvetví kreatívneho priemyslu

Sektor	Architektúra	Dizajn	IKT programovanie	Reklama a marketing	Spolu
A - Poľnohospodárstvo lesníctvo a rybolov	0,4	0,3	0,5	0,7	2,0
C - Priemyselná výroba	1,0	1,4	1,2	3,5	7,1
D - Dodávka elektriny plynu pary a studeného vzduchu			0,1	0,2	0,3
E - Dodávka vody čistenie a odvod odpadových vôd odpady a služby odstraňovania odpadov			0,1	0,1	0,2
F – Stavebníctvo	1,1	1,4	1,3	3,2	7,1

G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	1,7	5,4	6,6	12,1	25,9
H - Doprava a skladovanie	0,2	0,2	0,6	1,0	2,1
I - Ubytovacie a stravovacie služby	0,5	0,8	0,6	1,7	3,6
J - Informácie a komunikácia	0,5	2,3	3,7	3,5	10,1
K - Finančné a poisťovacie činnosti		0,0	0,4	0,4	0,9
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	1,3	0,3	0,7	1,2	3,6
M - Odborné vedecké a technické činnosti	1,2	4,0	5,3	7,5	18,1
N - Administratívne a podporné služby	0,7	1,3	2,2	3,6	7,9
O - Verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3
P – Vzdelávanie	0,1	0,5	0,4	0,8	1,9
Q - Zdravotníctvo a sociálna pomoc	0,2	0,2	0,2	0,2	0,9
R - Umenie, zábava a rekreácia	0,3	0,6	0,5	1,4	2,9
S - Ostatné činnosti	0,1	0,6	0,5	1,2	2,5
Spolu	9,7	19,7	25,4	42,9	100

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA; prázdna bunka je nulová hodnota

Motivácia zapojenia do schémy

Motivácia zapojenia do schémy/využitíu KV bola zisťovaná prostredníctvom dotazníkového prieskumu. Respondenti hodnotili nasledovné motivačné faktory:

- Chceli sme reagovať na rastúcu konkurenciu
- Chceli sme inovovať svoje produkty alebo služby
- Chceli sme vyhovieť požiadavkám našich zákazníkov, alebo subdodávateľov
- Chceli sme zlepšiť naše postavenie na trhu
- Chceli sme zmeniť náš biznis model
- Chceli sme zachytiť nové obchodné príležitosti
- Chceli sme zlepšiť naše ekonomické výsledky
- Chceli sme zlepšiť marketing našich produktov a služieb

Respondenti mali možnosť vyjadriť aj iné než spomenuté faktory, ktoré pre nich pôsobili motivačne.

Na základe dotazníkového prieskumu bolo zistené, že až 93% respondentov využilo služby kreatívnych voucherov v snahe zlepšiť svoje postavenie na trhu (odpovedali určite áno alebo skôr áno). Len 6% respondentov malo k tomuto motivačnému faktoru neutrálny postoj. 2% respondentov považovali tento faktor skôr ako nemotivačný a pre nikoho nepôsobil nemotivačne. Tieto zistenia vypovedajú o silnej snahe o zlepšovanie postavenia na trhu zúčastnenými subjektami.

Významným motivačným faktorom bola aj snaha o zlepšenie ekonomických výsledkov, ktorú za motivačný faktor považovalo 90% respondentov (odpoveď určite áno a skôr áno). Neutrálny postoj (odpoveď ani áno ani nie) vyjadriло 6.5% odpovedajúcich. Pre 3.5% respondentov nebola snaha o zlepšenie ekonomických výsledkov motivačným faktorom.

Ďalším významným motivačným faktorom, ktorý vplýval na zapojenie sa do národného projektu „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ bola aj snaha o zachytenie nových obchodných

príležitostí, ktorá bola motivačným faktorom pre 84% odpovedajúcich (odpoveď určite áno, skôr áno). Len 5% respondentov tento faktor nepovažovalo za motivačný (odpoveď určite nie, skôr nie), 11% respondentov vyjadrilo neutrálny postoj.

Podobne motivačne pôsobila aj snaha o zlepšenie marketingu produktov a služieb. V tomto prípade 83% respondentov uviedlo túto možnosť ako motivujúcu (odpoveď určite áno a skôr áno). Možnosť zlepšiť marketing a služby nemotivovala 9% respondentov. Nerozhodnú odpoveď (ani áno ani nie) uviedlo 8% odpovedajúcich.

Inováciu svojich produktov a služieb považovalo za významný motivačný faktor pre zapojenie sa do projektu 78% odpovedajúcich (odpoveď určite áno a skôr áno). Neutrálny postoj zaujalo viac ako 10% respondentov a takmer 12% odpovedajúcich nepovažovalo inováciu svojich produktov a služieb za dostatočne motivujúci faktor pre zapojenie sa do programu (odpoveď určite nie, skôr nie).

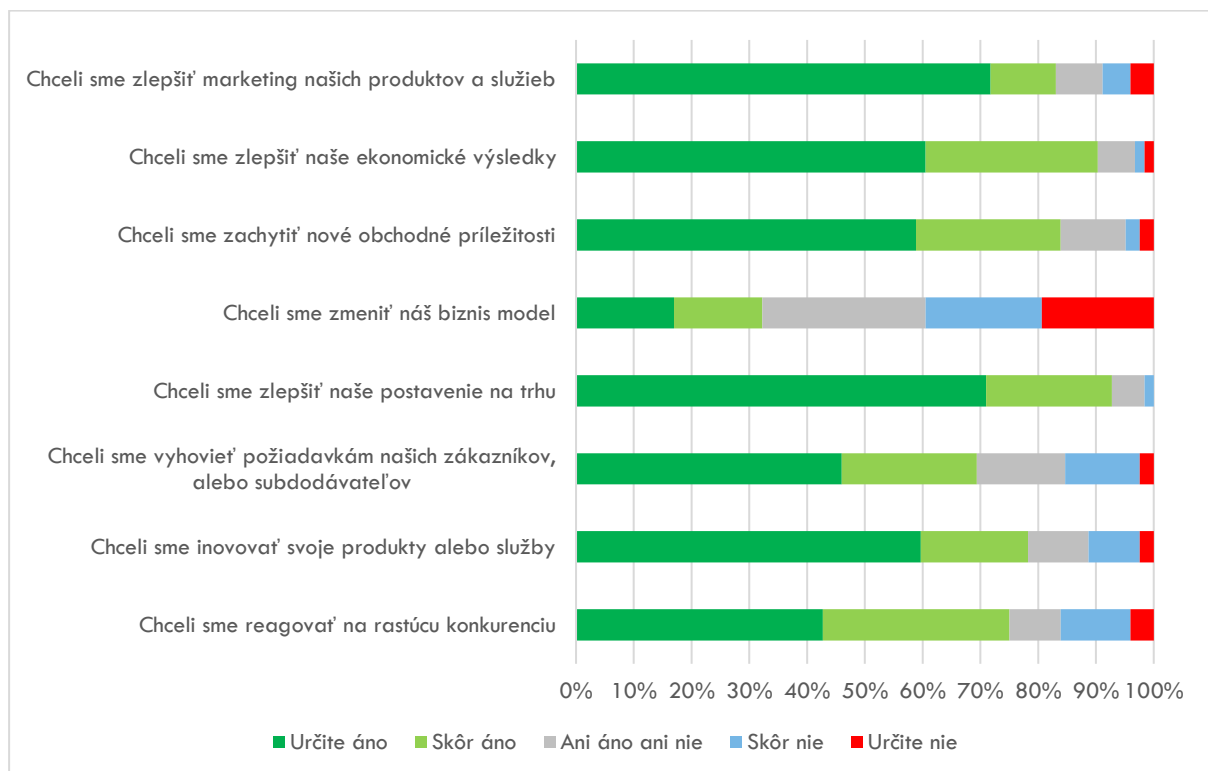
Pomerne dôležitou bola aj snaha reagovať na rastúcu konkurenciu, kde sa až 75% odpovedajúcich zhodlo na dôležitosti tohto faktora ako motivačného pre zapojenie sa do programu. Na druhej strane 16% odpovedajúcich nepovažovalo snahu o reakciu na rastúcu konkurenciu za motivačnú (odpoveď skôr nie a určite nie), 9% odpovedajúcich vyjadrilo neutrálny postoj k tomuto faktoru.

Mnohí respondenti (69%) sa do programu zapojili v snahe vyhovieť požiadavkám zákazníkov alebo subdodávateľov. Pre 15% odpovedajúcich toto nebol dostatočný motivačný faktor (odpoveď určite nie, skôr nie). Takmer 16% respondentov vyjadrilo neutrálny postoj k snahe vyhovieť požiadavkám zákazníkov ako k motivačnému faktoru pre získanie kreatívneho vouchera (odpoveď ani áno ani nie).

Ako najmenej motivačný faktor pre zapojenie sa do projektu sa ukázala snaha o zmenu biznis modelu. V tomto prípade pozitívne reagovalo len 32% respondentov. Na druhej strane 40% odpovedajúcich vyjadrilo nesúhlas (odpoveď určite nie, skôr nie) s týmto faktorom ako motivujúcim pre zapojenie sa do projektu „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“, 28% z odpovedajúcich vyjadrilo neutrálny postoj (ani áno ani nie).

Z uvedeného vyplýva, že subjekty sa do projektu „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ zapájali z rôznych dôvodov, kde prevažovali najmä ekonomické motívy.

Graf 62: Motivácia k využitiu kreatívnych voucherov MSP



Zdroj: vlastné spracovanie

Respondenti ako iné alebo konkrétnejšie zdroje motivácie uviedli:

- Chceli sme viac investovať do marketingu, propagácie firmy na internete a tento spôsob nám pomohol zaplatiť drahšiu výrobu stránky, ako by sme inak investovali, máme teda lepší a kvalitnejší produkt - web stránku, čomu sa veľmi tešíme, ktorá nám pomáha v biznise
- Chceli sme výrazné odlišenie od konkurencie
- Chceli sme zlepšiť prezentáciu značky
- Chceli sme zjednotiť našu malú sieť lekární a dostať sa tak do povedomia trhu a našich zákazníkov
- Chceli sme sa dostať do povedomia a informovať okolie
- Chceli sme zlepšiť vnútropodnikovú komunikáciu

4.2.2 ZÁUJEM REALIZÁTOROV O VOUCHEROVÚ PODPORU

Záujem o poskytovanie kreatívnych služieb v rámci projektu prejavilo spolu 1 406 ekonomických subjektov (právnických alebo fyzických osôb), ktorí zaslali spolu 1 930 žiadostí (tabuľka 33). Akceptovaných bolo spolu 833 žiadostí potenciálnych realizátorov (v tabuľke riadok oprávnený realizátor + riadok oprávnený realizátor dodatkový, t.j. 44%). Zamietnutých bolo 1 097 žiadostí (56%). Najčastejšie uvádzané príčiny zamietnutia boli duplicitná žiadosť (27%) alebo nedokončená registrácia (17%).

Tabuľka 33: Profil žiadostí realizátorov kreatívnych voucherov

	Počet žiadostí	% žiadostí
Oprávnený realizátor	706	37
Oprávnený realizátor - Dodatkový	127	7
Odstúpenie od zmluvy zo strany realizátora	10	1
Žiadosť zamietnutá - Duplicita	519	27
Žiadosť zamietnutá - Nedokončená registrácia	322	17
Žiadosť zamietnutá - Nezdokladovaný dlh, exekúcia, atď.	65	3
Žiadosť zamietnutá - Požiadavka od realizátora	19	1
Žiadosť zamietnutá - Pôsobenie na trhu menej ako 1 rok.	100	5
Žiadosť zamietnutá - Subjekt nepôsobí na trhu v relevantných odvetviach KP.	62	3
Spolu	1 930	100

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Z uvedených akceptovaných 834 realizátorov bol z hľadiska odvetví kreatívneho priemyslu najväčší záujem z odvetvia reklamy, kde sa zapojilo 68% realizátorov, druhým najpočetnejšie zastúpeným odvetvím je IKT – programovanie (46,3%), nasleduje dizajn (31%) a architektúra (18%).

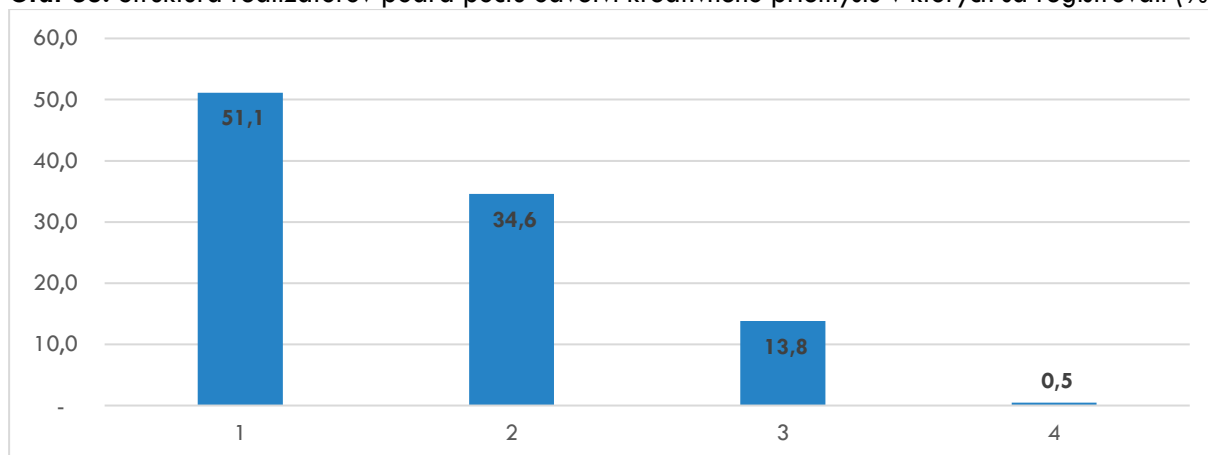
Tabuľka 34: Štruktúra realizátorov podľa odvetvia kreatívneho priemyslu

Odvetvie kreatívneho priemyslu	Počet realizátorov zapojených do kreatívneho odvetvia*	%
Architektúra	151	18,1
Dizajn	258	30,9
IKT – programovanie	386	46,3
Reklama	567	68,0

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA; poznámka: * jeden realizátor môže byť registrovaný vo viacerých odvetviach kreatívneho priemyslu

Z hľadiska počtu odvetví kreatívneho priemyslu, ktorých sa realizátori registrovali, mali iba jedno odvetvie registrované 51 % realizátorov, v dvoch odvetviach sa registrovalo 35% realizátorov, v troch odvetviach sa registrovalo 14% realizátorov a vo všetkých štyroch sa registrovalo 0,5% realizátorov.

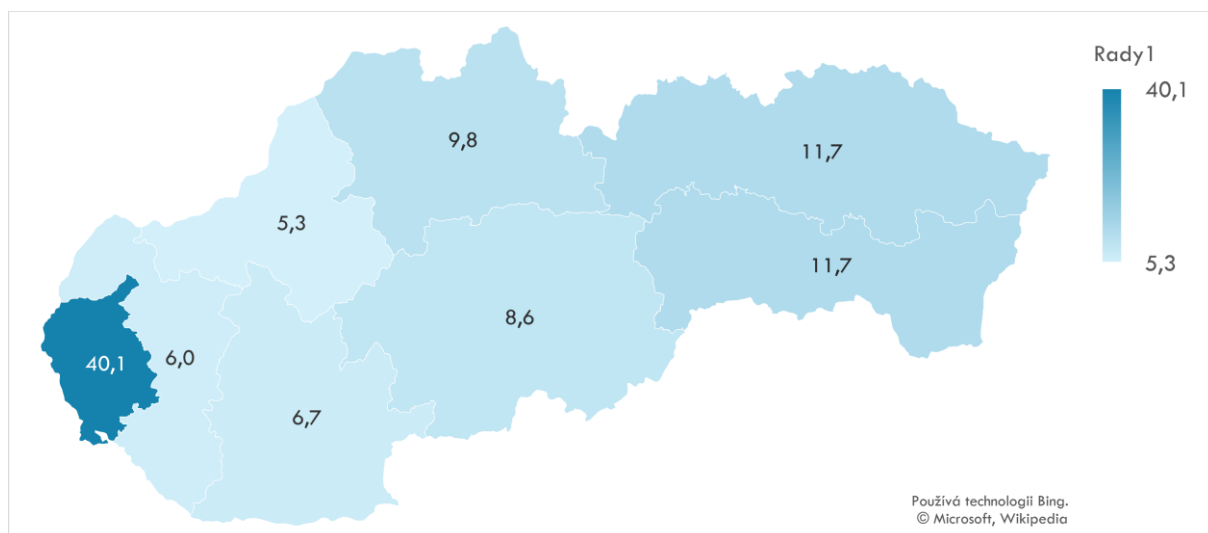
Graf 63: Štruktúra realizátorov podľa počtu odvetví kreatívneho priemyslu v ktorých sa registrovali (%)



Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Ak sa pozrieme na regionálne rozloženie realizátorov (graf 63), tak vidíme, že z Bratislavského kraja pochádza 40% akceptovaných realizátorov, na druhom a treťom mieste potom nasledujú Košický kraj a Prešovský kraj s rovnakým podielom zastúpenie realizátorov (11,7%).

Graf 64: Rozdelenie akceptovaných realizátorov podľa krajov



Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Z hľadiska sektorov²⁵ ekonomických činností realizátorov majú dominantné zastúpenie odvetvia M – Odborné, vedecké a technické činnosti (42%) a J – Informácie a komunikácie (33%). Je to samozrejme ovplyvnené charakterom kreatívnych odvetví, na ktoré je projekt zameraný.

Tabuľka 35: Rozdelenie registrovaných realizátorov podľa sektora ekonomických činností (%)

A - Poľnohospodárstvo lesníctvo a rybolov	0,5
C - Priemyselná výroba	3,1
E - Dodávka vody čistenie a odvod odpadových vôd odpady a služby odstraňovania	0,1
F – Stavebníctvo	3,1
G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	7,6
H - Doprava a skladovanie	0,5
I - Ubytovacie a stravovacie služby	0,1

²⁵ sektory ekonomických činností NACE SK subjektov sú podľa účtovných závierok

J - Informácie a komunikácia	33,0
K - Finančné a poisťovacie činnosti	0,2
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	0,4
M - Odborné vedecké a technické činnosti	42,0
N - Administratívne a podporné služby	5,6
O - Verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie	0,2
P – Vzdelávanie	1,0
R - Umenie, zábava a rekreácia	1,1
S - Ostatné činnosti	0,7
Spolu	100

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Motivácia zapojenia do schémy

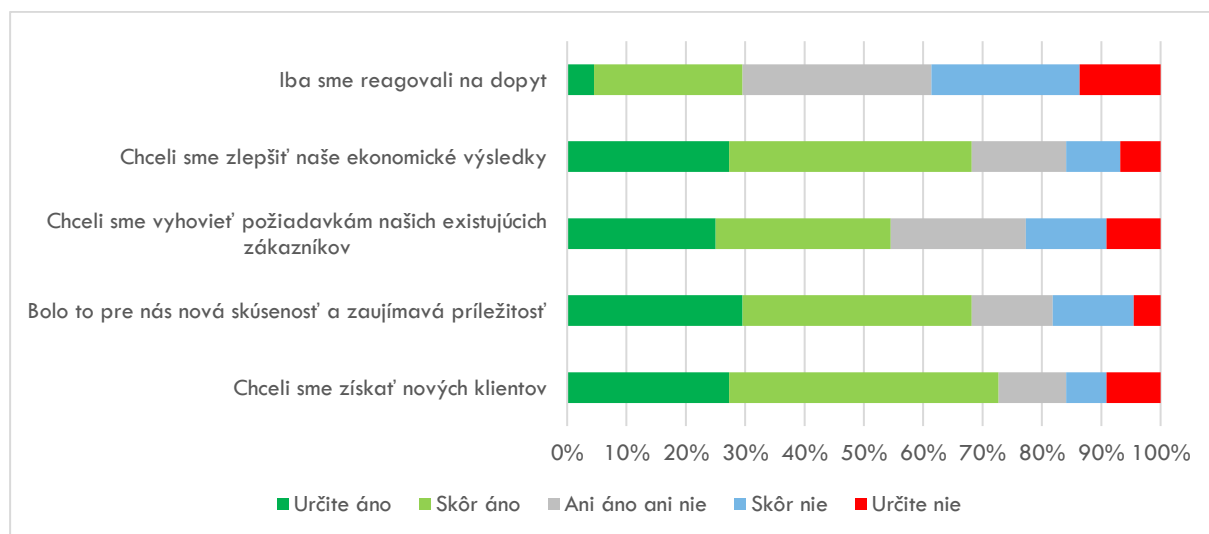
Motivácia zapojenia do schémy/využitíu KV bola zisťovaná prostredníctvom dotazníkového prieskumu. Pre potreby dotazníkového prieskumu boli zisťované názory subjektov poskytujúcich služby kreatívneho priemyslu prostredníctvom kreatívnych voucherov a ich motivácia k zapojeniu sa na základe týchto motivačných faktorov:

- Chceli sme získať nových klientov
- Bolo to pre nás nová skúsenosť a zaujímavá príležitosť
- Chceli sme vyhovieť požiadavkám našich existujúcich zákazníkov
- Chceli sme zlepšiť naše ekonomické výsledky
- Iba sme reagovali na dopyt

Respondenti mali možnosť vyjadriť aj iné než spomenuté faktory, ktoré pre nich pôsobili motivačne.

Na základe výsledkov dotazníkového prieskumu sa dá konštatovať, že najmotivujúcejším faktorom bola snaha o získanie nových klientov. Až 73% odpovedajúcich súhlasilo (odpoveď určite áno a skôr áno), že tento faktor ich motivoval k zapojeniu sa do schémy poskytovania kreatívnych voucherov. Pre 16% opýtaných nehral významnú úlohu (odpoveď skôr nie a určite nie). Nerozhodnú odpoveď (ani áno ani nie) označilo 11% odpovedajúcich.

Graf 65: Motivácia kreatívcov k zapojeniu sa do schémy KV



Zdroj: vlastné spracovanie

Nová skúsenosť a zaujímavá príležitosť boli motivujúcimi pre získanie voucheru pre 69% odpovedajúcich (odpoveď určite áno a skôr áno). Pre takmer 14% respondentov bol tento faktor

neutrálny (odpoveď ani áno ani nie). Menej ako 18% odpovedajúcich nepokladalo tento faktor za motivujúci (odpoveď skôr nie a určite nie).

Respondenti podobne vnímali aj snahu o zlepšenie ekonomických výsledkov. 68% odpovedajúcich ju považovalo za motivačnú pre získanie vouchera. Naopak 16% ju nepokladalo za dôležitú (odpoveď skôr nie a určite nie). Nerozhodnú odpoveď uviedlo 16% odpovedajúcich.

Niektoré subjekty sa o kreatívny voucher zaujímali v snahe vyhovieť požiadavkám existujúcich zákazníkov. Podľa dotazníkového prieskumu to bolo hnacou silou pre 55% odpovedajúcich. Naopak 22% respondentov nepokladalo tento faktor za dôležitý (odpoveď skôr nie a určite nie).

Podľa prieskumu vyplýva, že najmenej dôležitou bola reakcia na dopyt ako motivujúci faktor pre získanie kreatívneho vouchera. S týmto tvrdením súhlasilo len 30% odpovedajúcich, pritom len 5% uviedlo odpoveď určite áno. Naopak až 14% odpovedajúcich deklarovalo silnú negatívnu odpoveď (určite nie). Všetkých negatívnych odpovedí bolo 39% (spolu odpovede za určite nie a skôr nie). Pre takmer tretinu respondentov bol tento faktor neutrálny (odpoveď ani áno ani nie).

Respondenti ako ďalšie motivácie uviedli:

- zviditeľnenie profesie
- chceli sme pomôcť našim klientom, ktorým by sa finančná pomoc zišla
- voucher je vítaný najmä pri klientoch, ktorí pre posun potrebujú väčší balík služieb, na ktorý nemusia vždy mať budget. Vďaka voucheru tak mohli realizovať to, čo potrebujú.

4.3 Aký je profil firiem využívajúcich voucherovú podporu?

Voucherovú podporu využilo 424 podnikov v celkovej výške 2 083 995,65 EUR²⁶. Priemerná výška realizované kreatívneho vouchera je 4 915,1 EUR. Priebeh čerpania mal v rokoch 2018 – 2020 rastúcu tendenciu (tabuľka 36). V roku 2020 bolo podporených viac ako 55% z celkovo podporených podnikov.

Tabuľka 36: Priebeh čerpania kreatívnych voucherov podľa kreatívnych odvetví

	Architektúra	Dizajn	IKT - programovanie	Reklama a marketing	Spolu
Výška podpory v EUR					
2018	17 785	75 385	4 900		98 069
2019	236 975	133 980	201 840	279 057	851 852
2020	107 040	248 746	355 582	422 707	1 134 075
Spolu	361 800	458 111	562 321	701 764	2 083 996
Počet podnikov					
2018	3	18	1		22
2019	28	33	43	61	165
2020	13	52	77	95	237
Spolu	44	103	121	156	424

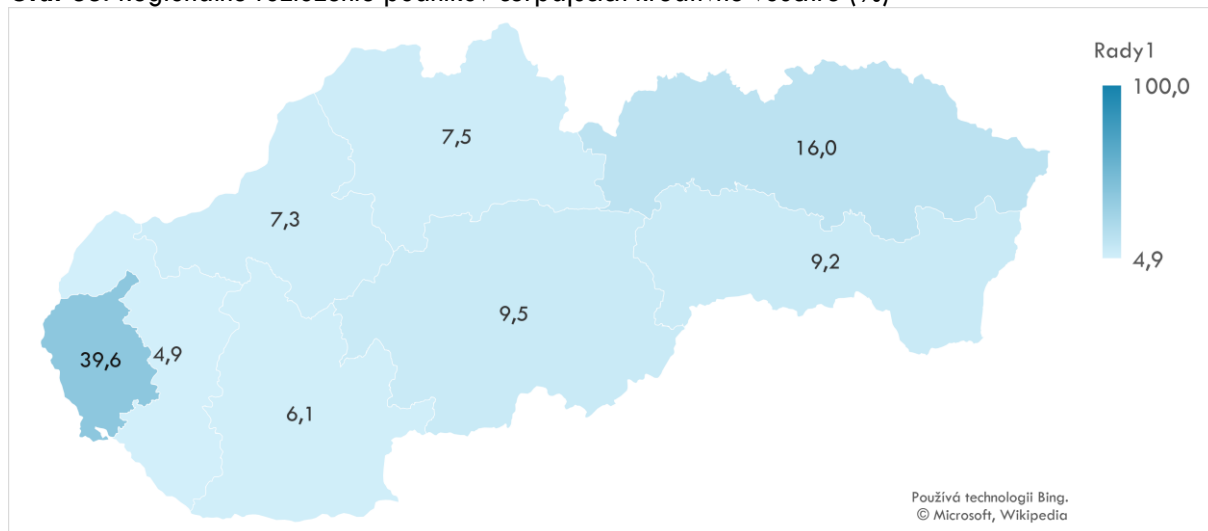
Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Z hľadiska regionálneho rozloženia podporených žiadateľov je situácia podobná ako v prípade všetkých registrovaných žiadateľov; dominuje Bratislavský kraj (takmer 40% z podporených subjektov).

²⁶ Údaj vychádza zo skutočne uhradených súm (dátum posledného uhradeného kreatívneho vouchera je 15.11.2020)

Nasleduje Prešovský kraj (16% z podporených subjektov). Hodnoty za ostatné kraje uvádzame v grafe 64.

Graf 66: Regionálne rozloženie podnikov čerpajúcich kreatívne vouchre (%)



Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

V tabuľke 37 kombinujeme pohľad na regionálne rozloženie podporených žiadateľov a kreatívnych odvetví. Najviac, až 15% sa koncentruje v oblasti dizajnu v Bratislavskom kraji, na druhom mieste je oblasť reklamy a marketingu v tom istom kraji (11,2 %). Relatívne vysoká koncentrácia je v oblasti IKT – programovania v Prešovskom kraji (8,5%) a v Bratislavskom kraji (8 %). Najväčšie regionálne rozdiely môžeme pozorovať v kreatívnom odvetví architektúry.

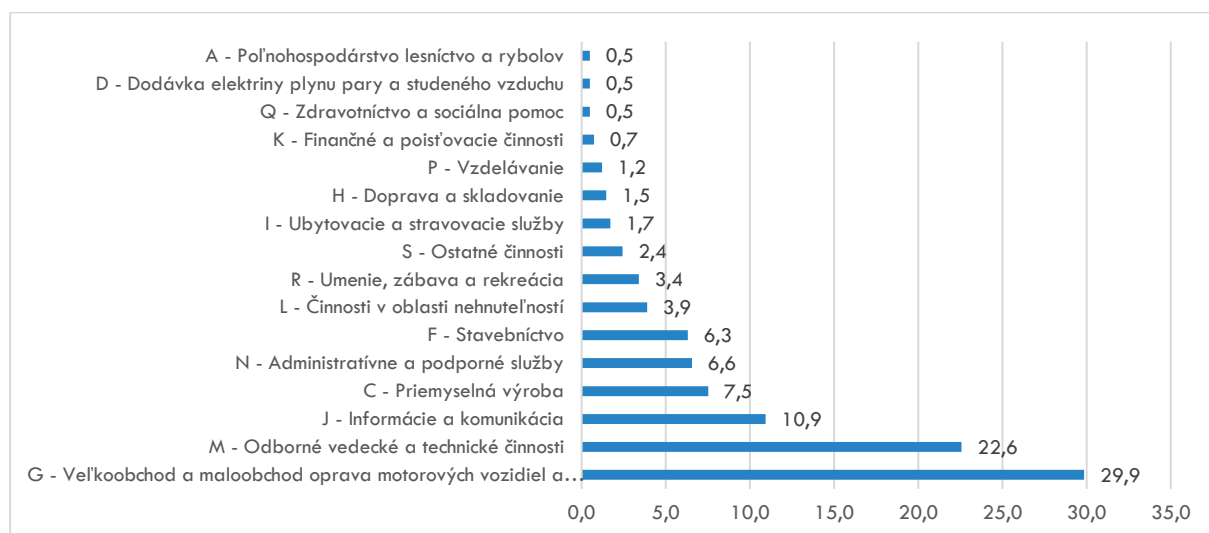
Tabuľka 37: Regionálne rozloženie podnikov čerpajúcich kreatívne vouchere podľa kreatívnych odvetví

Kraj	Architektúra	Dizajn	IKT - programovanie	Reklama a marketing	Spolu
Banskobystrický	0,5	1,5	2,4	5,1	9
Bratislavský	5,3	15,0	8,0	11,2	40
Košický	1,2	0,2	2,2	5,6	9
Nitriansky	0,5	1,2	1,7	2,7	6
Prešovský	1,2	2,4	8,5	3,9	16
Trenčiansky	1,2	1,9	2,4	1,7	7
Trnavský	0,2	1,2	0,7	2,7	5
Žilinský	0,2	1,0	2,7	3,6	8
Spolu	10	25	29	36	100

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Z hľadiska odvetví ekonomických činností podporených žiadateľov je poradie odvetví s najväčším podielom rovnaké ako v prípade registrovaných žiadateľov (graf 65). Najväčší podiel má odvetvie G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov (takmer 30%), nasleduje odvetvie M - Odborné vedecké a technické činnosti 22,6% a J – Informácie a komunikácie (11%). V rámci odvetvia G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov bolo najviac podporených žiadateľov v kreatívnom odvetví reklama a marketing (11,9%)

Graf 67: Rozloženie podnikov čerpaúcich kreatívne vouchere podľa odvetví ekonomických činností NACE SK



Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Tabuľka 38: Rozloženie podnikov čerpaúcich kreatívne vouchere podľa odvetví ekonomických činností NACE SK a kreatívnych odvetví

	Architektúra	Dizajn	IKT - programovanie	Reklama	Spolu
A - Poľnohospodárstvo lesníctvo a rybolov	0,2		0,2		0,5
C - Priemyselná výroba	0,5	1,9	1,7	3,4	7,5
D - Dodávka elektriny plynu pary a studeného vzduchu			0,2	0,2	0,5
F - Stavebníctvo	0,7	2,2	1,9	1,5	6,3
G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov	2,2	7,3	8,5	11,9	29,9
H - Doprava a skladovanie		0,2	0,7	0,5	1,5
I - Ubytovacie a stravovacie služby	0,2	0,5	0,5	0,5	1,7
J - Informácie a komunikácia	1,0	2,4	4,4	3,2	10,9
K - Finančné a poisťovacie činnosti			0,2	0,5	0,7
L - Činnosti v oblasti nehnuteľností	1,5	0,2	1,0	1,2	3,9
M - Odborné vedecké a technické činnosti	3,2	6,3	5,8	7,3	22,6
N - Administratívne a podporné služby	0,5	1,5	1,2	3,4	6,6
P - Vzdelávanie			0,2	1,0	1,2
Q - Zdravotníctvo a sociálna pomoc		0,2	0,2		0,5
R - Umenie, zábava a rekreácia	0,2	1,0	0,5	1,7	3,4
S - Ostatné činnosti	0,2	0,7	1,2	0,2	2,4
Spolu	10,4	24,5	28,6	36,4	100

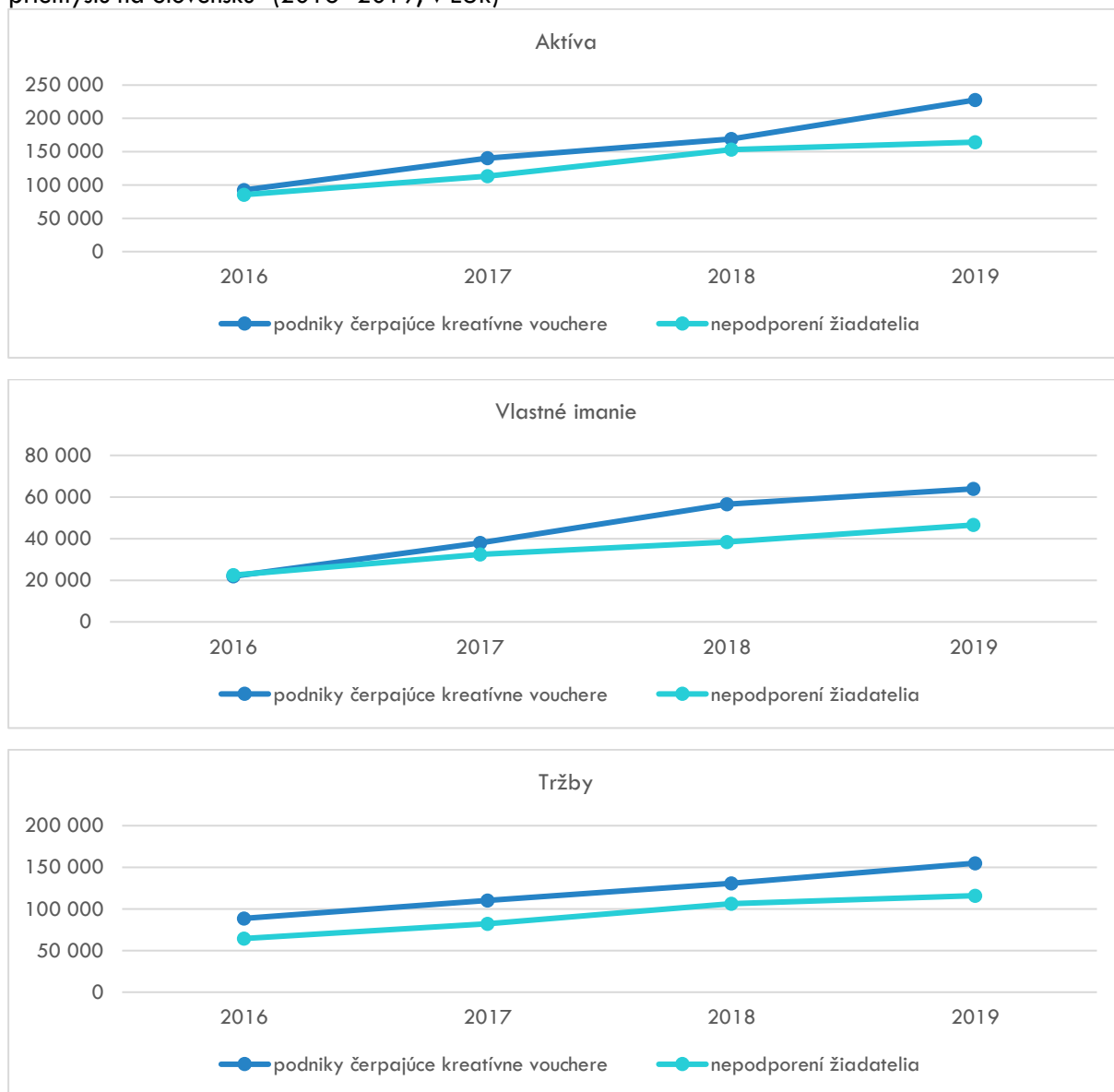
Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

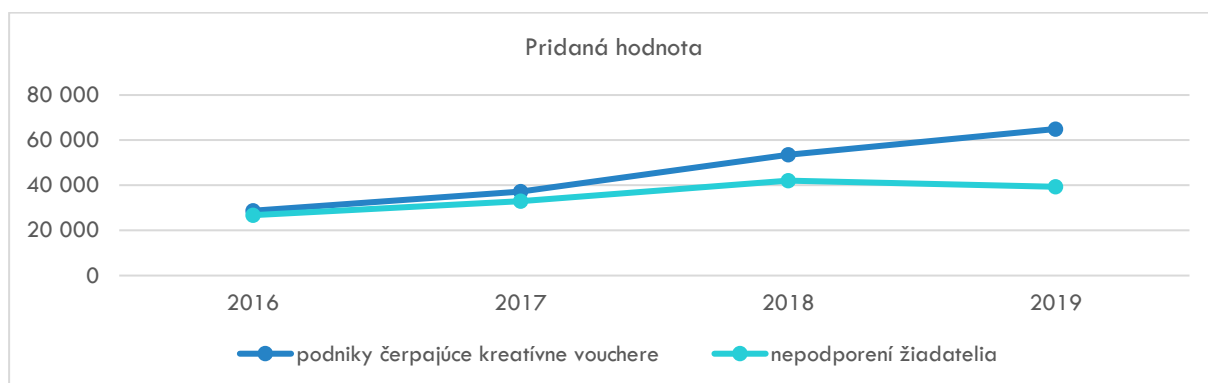
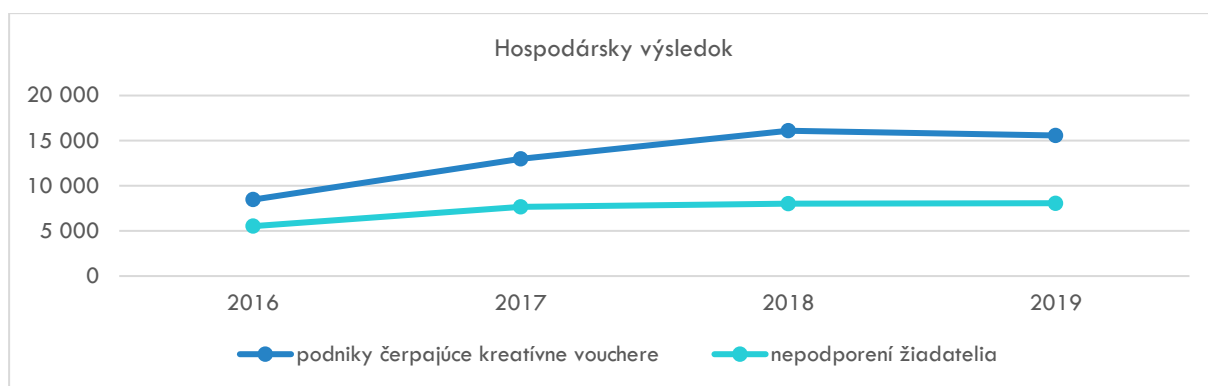
Ak skombinujeme pohľad kreatívnych odvetví a pohľad NACE SK odvetví podporených žiadateľov, tak vidíme že najvyššiu podporu získali žiadatelia z odvetvia G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov v kreatívnom odvetví reklamy (takmer 12 %).

4.3.1 FINANČNÁ ANALÝZA ŽIADATEĽOV

V tejto časti analyzujeme základné deskriptívne charakteristiky finančnej výkonnosti ekonomických subjektov – registrovaných žiadateľov (v počte 768), z toho podnikov čerpajúcich kreatívne vouchere (214) a nepodporených žiadateľov (554). Na základe finančných údajov z účtovných závierok podnikov analyzujeme mediánové hodnoty za obdobie 2016 až 2019. Vzhľadom na dostupnosť údajov analyzujeme iba právnické osoby. Zamerali sme sa na: aktíva, tržby, hospodársky výsledok, pridanú hodnotu a vlastné imanie. Taktiež uvádzame aj mediánové hodnoty rentability aktív, rentability vlastného imania, rentability tržieb a podiel pridanej hodnoty na tržbách.

Graf 68: Vývoj vybraných finančných ukazovateľov žiadateľov v projekte „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ (2016 -2019; v EUR)





Zdroj: vlastné spracovanie údajov SBA a Finstat

Vidíme, že všetky finančné indikátory v sledovanom období majú rastúcu tendenciu (priemerné medziročné tempá rastu dosahujú väčšinou dvojciferné hodnoty). A to predovšetkým v prípade aktív v podnikoch, ktoré čerpali vouchere, v ktorých sa mediánová hodnota aktív medzi rokmi 2016 až 2019 zvýšila signifikantne (rast z 92 tis. na 227 tis. EUR).

Tabuľka 39 Vývoj vybraných pomerových ukazovateľov žiadateľov v projekte „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ – mediánové hodnoty

ROA - rentabilita aktív									
	%					medziročná zmena v %			
	2016	2017	2018	2019	priemer	2017	2018	2019	priemer
podporení žiadatelia	10	11	7	6	9	5,4	-36,2	-14,9	-15,2
nepodporení žiadatelia	7	7	5	5	6	-1,2	-30,1	0,0	-10,5
ROE - rentabilita vlastného imania									
	%					medziročná zmena v %			
	2016	2017	2018	2019	priemer	2017	2018	2019	priemer
podporení žiadatelia	36	36	37	35	36	-0,6	2,4	-3,4	-0,5
nepodporení žiadatelia	32	35	34	33	33	10,2	-3,7	-1,8	1,6
ROS - rentabilita tržieb									
	%					medziročná zmena v %			
	2016	2017	2018	2019	priemer	2017	2018	2019	priemer
podporení žiadatelia	10	11	8	8	9	9,3	-25,0	-7,0	-7,6
nepodporení žiadatelia	7	8	6	6	7	3,3	-19,1	-6,8	-7,5
Podiel pridanej hodnoty na tržbách									
	%					medziročná zmena v %			
	2016	2017	2018	2019	priemer	2017	2018	2019	priemer
podporení žiadatelia	33	35	35	34	34	4,4	-0,4	-2,0	0,6
nepodporení žiadatelia	33	32	30	30	31	-1,7	-8,3	1,9	-2,7

Zdroj: vlastné spracovanie údajov SBA a Finstat

V prípade pomerových ukazovateľov vidíme v rokoch 2016 až 2019 klesajúcu tendenciu rentability aktív (ROA), čo môže súvisieť s väčším nárastom tržieb a na druhej strane stagnujúcou úrovňou hospodárskeho

výsledku. Rentabilita vlastného imania (ROE) ako aj podiel pridanej hodnoty na tržbách majú pri všetkých skupinách podnikov viac-menej stabilný vývoj. Vyššiu fluktuáciu hodnôt vidíme len pri rentabilite tržieb (ROS).

4.4 Aký je profil aktérov kreatívneho priemyslu, ktorí v rámci voucherovej podpory poskytujú služby?

Voucherovú podporu využilo (vid'. vyššie) 424 podnikov v celkovej výške 2 083 995,65 EUR; služby kreatívneho priemyslu prostredníctvom kreatívnych voucherov realizovalo spolu 237 realizátorov. 73 realizátorov (t.j. 31% z 237) realizovala viac ako jeden kreatívny voucher. Z uvedených 237 realizátorov 89% realizátorov realizovalo kreatívne vouchre iba v jednej z kreatívnych oblastí, 21% realizátorov realizovalo kreatívne vouchere v dvoch z kreatívnych oblastí a 2% realizovalo kreatívne vouchere v troch z kreatívnych oblastí. Vzhľadom k tomu, že takmer jedna tretina zazmluvnených realizátorov poskytla svoje služby viackrát, v tejto časti našej analýzy sú takéto subjekty započítané rovnako viackrát. 424 podporených žiadateľov vytvorilo s 237 realizátormi 424 spoluprác. V tejto časti teda analyzujeme 424 realizátorov. V tabuľke 11 uvádzame rozdelenie realizovaných kreatívnych voucherov podľa kreatívnych odvetví. Najviac realizácií bolo v reklame a marketingu 36,8%. Z hľadiska právnej formy realizátorov dominuje právna forma spoločnosť s ručením obmedzeným, ktoré tvoria 87% realizátorov. Zvyšok; 13% sú fyzické osoby – živnostníci. Nepatrné zastúpenie majú slobodné povolania.

Tabuľka 40: Rozdelenie realizovaných kreatívnych voucherov podľa kreatívnych odvetví

	Počet	%
Architektúra	44	10,4
Dizajn	103	24,3
IKT – programovanie	121	28,5
Reklama a marketing	156	36,8
Spolu	424	100

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Regionálne rozdelenie realizátorov v kombinácii s odvetvím kreatívneho priemyslu v ktorom sa v rámci voucherovej schémy zapojili je zmapované v tabuľke 40. Najviac realizátorov sa koncentruje v Bratislavskom kraji v oblasti dizajnu (16,5% zo všetkých realizátorov.) Nasleduje 15,8 %-ný podiel realizátorov v reklame a marketingu rovnako v Bratislavskom kraji. Treťou najpočetnejšou skupinou sú realizátori v oblasti IKT – programovanie z Prešovského kraja (7,2%).

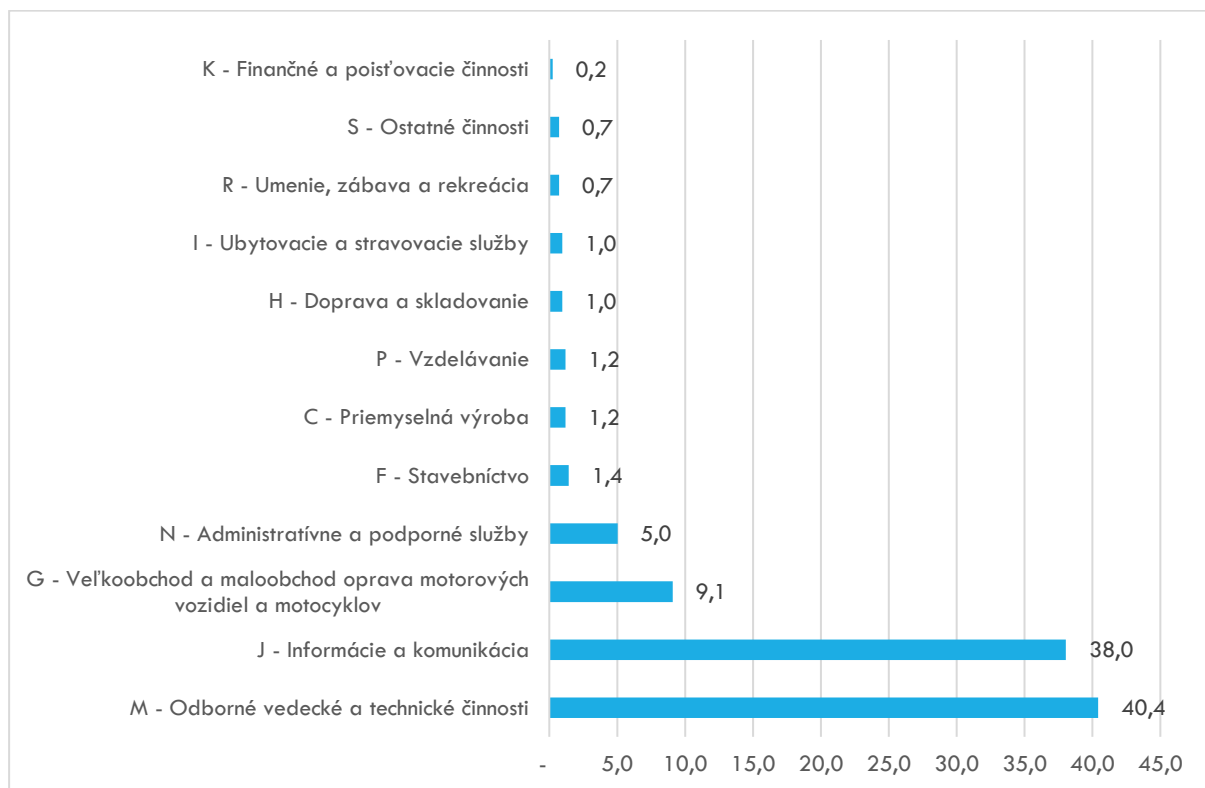
Tabuľka 41: Rozdelenie realizátorov podľa krajov a odvetví kreatívneho priemyslu

Kraj	Architektúra	Dizajn	IKT - programovanie	Reklama a marketing	Spolu
BB	0,7	1,0	2,9	3,3	7,9
BA	5,7	16,5	6,0	15,8	44,0
KE	1,0	1,9	4,3	4,5	11,7
NR	0,5	0,2	1,2	2,6	4,5
PO	1,4	2,9	7,2	3,1	14,6
TN	1,0	0,5	1,4	0,2	3,1
TT	-	1,0	2,2	2,6	5,7
ZA	0,2	0,7	3,3	4,1	8,4
Spolu	10,5	24,6	28,5	36,4	100

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Z hľadiska rozloženia realizátorov podľa odvetví ekonomických činností NACE SK (graf 66) majú najvyšší podiel odvetvia ako M – Odborné, vedecké a technické činnosti (40,4%) a J – Informácie a komunikácie (38%).

Graf 69: Rozloženie realizátorov podľa odvetví ekonomických činností NACE SK



Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov SIEA

Box 9: Efekty finančnej podpory na ekonomické výsledky podnikov

Cieľom analýzy bolo zistiť či:

- i. podporení žiadatelia a realizátori dosahujú lepšie hospodárske výsledky ako ich kontrolné vzorky a
- ii. či sa pri hodnotení efektov podpory uplatňujú efekty samovýberu a či sa nepodporení a podporení žiadatelia realizátori líšia vo svojich hospodárskych výsledkoch od podporených žiadateľov a realizátorov

Kontrafaktuálna analýza sa uskutočnila na náhodne vybraných podporených subjektoch, ktoré získali kreatívny voucher v období 2018 – prvý pol rok 2019.

Žiadatelia: podobne ako pri NPC Bratislava a NPC regióny predpokladáme, že žiadatelia boli vysoko motivovaní zapojiť sa do schémy kreatívnych voucherov. Motivácia sa mohla prejaviť efektom samovýberu do schémy, t.j. do schémy sa zapojili subjekty, ktoré by nadpriemerné ekonomické výsledky dosiahli aj bez podpory.

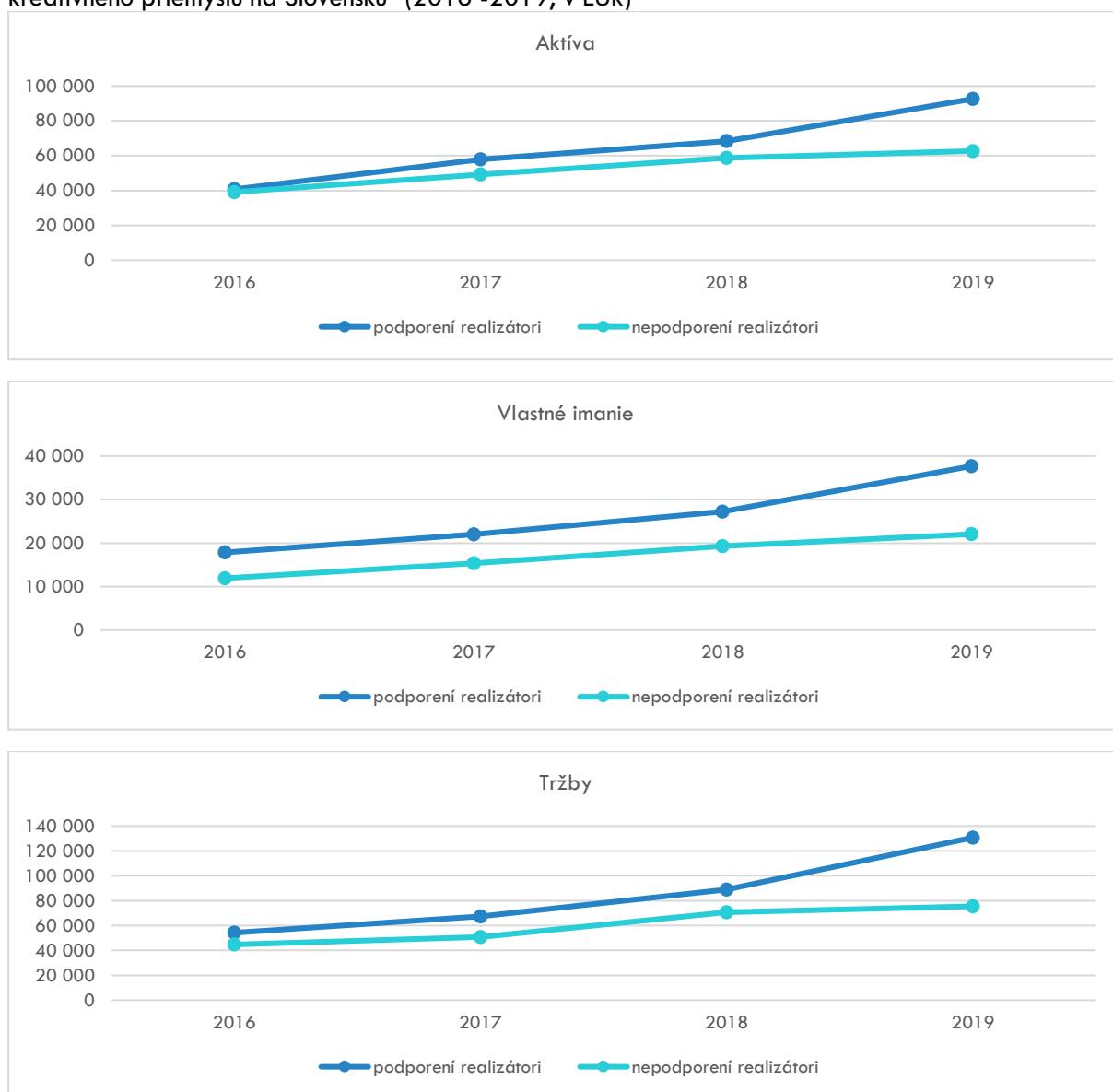
Porovnania naznačili, že neúspešní, no motivovaní žiadatelia dosahovali lepšie výsledky ako ich kontrolná vzorka. Bolo zistené, že neexistoval významný rozdiel medzi žiadateľmi, ktorí dostali podporu tými ktorí ju žiadali, ale nedostali. S veľkou pravdepodobnosťou teda fungoval efekt samovýberu. Podporení žiadatelia mali lepšie výsledky ako ich kontrolná vzorka vďaka motivácii a nie kvôli objemu podpory.

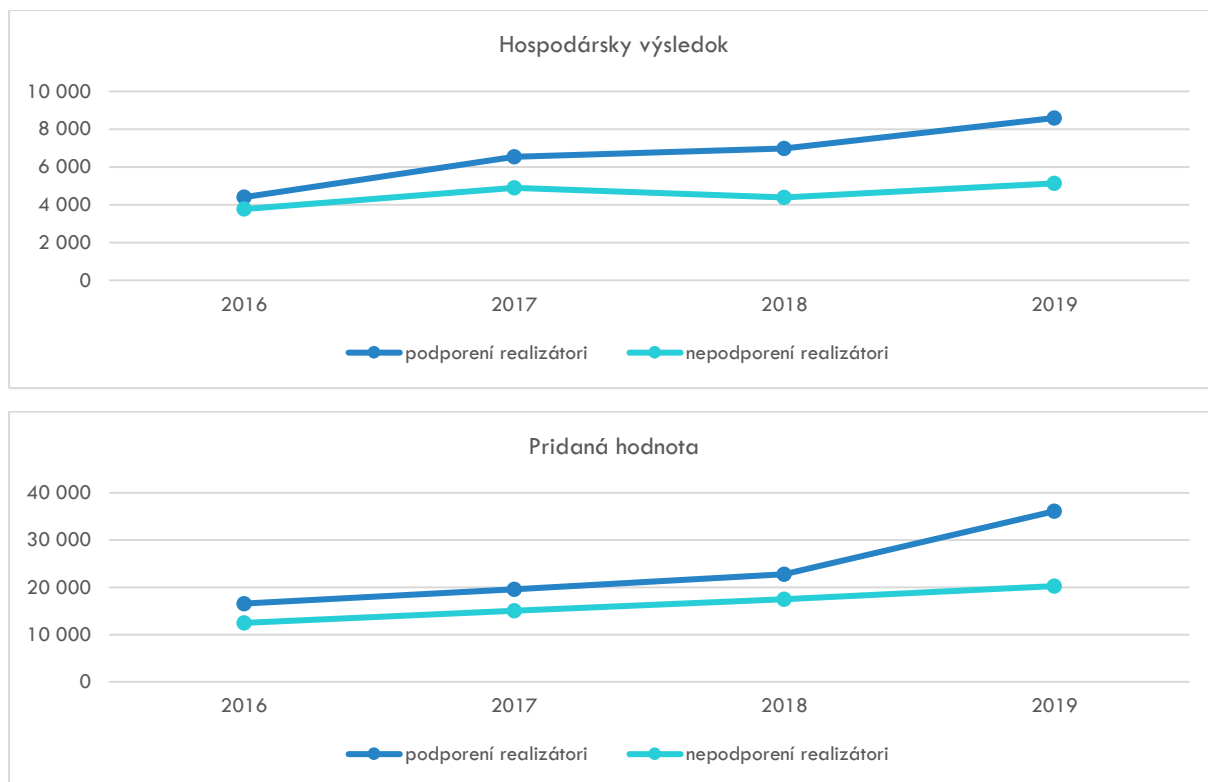
Realizátori: bolo zistené, že schéma mala na ekonomické výsledky realizátorov skutočný pozitívny dopad a to aj po ošetrovaní efektov samo-výberu. Viac v prílohe č. 4.

4.4.1 FINANČNÁ ANALÝZA REALIZÁTOROV

V tejto časti analyzujeme základnú finančnú výkonnosť subjektov, ktoré poskytovali svoje služby, alebo mali záujem ich poskytovať prostredníctvom kreatívnych voucherov -502 registrovaných subjektov. Z toho 138 subjektov poskytlo svoje služby prostredníctvom kreatívnych voucherov (podporení realizátori) a 364 subjektov zapojených nebolo (nepodporení realizátori). Na základe finančných údajov z účtovných zvierok podnikov analyzujeme mediánové hodnoty za obdobie 2016 až 2019. Vzhľadom na dostupnosť údajov analyzujeme iba právnické osoby. Zamerali sme sa na: aktíva, tržby, hospodársky výsledok, pridanú hodnotu a vlastné imanie. Taktiež uvádzame aj mediánové hodnoty rentability aktív, rentability vlastného imania, rentability tržieb a podiel pridanej hodnoty na tržbách.

Graf 70: Vývoj vybraných finančných ukazovateľov realizátorov v projekte „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ (2016 -2019; v EUR)





Zdroj: vlastné spracovanie údajov SBA a Finstat

V rámci dvoch skupín subjektov môžeme sledovať rastúcu tendenciu všetkých finančných ukazovateľov. Evidentná je aj skutočnosť, že právnické osoby – zapojení realizátori, sú podľa absolútnej veľkosti finančných ukazovateľov (najmä aktíva) menší než žiadatelia o kreatívny voucher (analýza v časti 4.3). Je to dané najmä charakterom schémy, keď realizátorov tvoria predovšetkým mikropodniky z odvetví (kreatívnych) služieb.

Tabuľka 42 Vývoj vybraných pomerových ukazovateľov realizátorov v projekte „Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku“ – mediánové hodnoty

ROA - rentabilita aktív									
	%					medziročná zmena v %			
	2016	2017	2018	2019	priemer	2017	2018	2019	priemer
podporení realizátori	13	11	9	11	11	-9,5	-24,3	27,1	-2,2
nepodporení realizátori	10	11	7	7	9	13,4	-35,6	-6,1	-9,5
ROE - rentabilita vlastného imania									
	%					medziročná zmena v %			
	2016	2017	2018	2019	priemer	2017	2018	2019	priemer
podporení realizátori	47	45	43	45	45	-3,2	-5,8	5,2	-1,3
nepodporení realizátori	43	45	44	43	44	4,6	-3,1	-0,9	0,2
ROS - rentabilita tržieb									
	%					medziročná zmena v %			
	2016	2017	2018	2019	priemer	2017	2018	2019	priemer
podporení realizátori	8	9	6	6	7	8,0	-36,3	0,4	-9,3
nepodporení realizátori	7	8	6	5	7	10,6	-31,0	-17,7	-12,7
Podiel pridanej hodnoty na tržbách									
	%					medziročná zmena v %			
	2016	2017	2018	2019	priemer	2017	2018	2019	priemer
podporení realizátori	28	30	26	25	27	7,0	-14,2	-3,0	-3,4
nepodporení realizátori	23	26	24	26	25	11,3	-9,8	9,1	3,6

Zdroj: vlastné spracovanie údajov SBA a Finstat

Ak sa pozrieme na pomerové ukazovatele dvoch skupín realizátorov, tak vidíme v rokoch 2016 až 2019 klesajúcu tendenciu rentability aktív (ROA), čo môže súvisieť s väčším nárastom tržieb a na druhej strane stagnujúcou úrovňou hospodárskeho výsledku. Rentabilita vlastného imania (ROE) ako aj podiel pridanej hodnoty na tržbách majú pri všetkých skupinách podnikov viac-menej stabilný vývoj. Vyššiu fluktuáciu hodnôt vidíme len pri rentabilite tržieb (ROS).

4.4.2 SIEŤOVANIE ŽIADATEĽOV A REALIZÁTOROV

Vzory regionálnej a odvetvovej spolupráce žiadateľov a realizátorov je možné znázorniť na sieťovom grafe. Na grafe 67 vidíme kruhy rôznej veľkosti a farby (tzv. „uzly“), ktoré sú prepojené mnohými farebnými spojnicami (tzv. „hrany“). Uzly na grafe znázorňujú okresy, resp. odvetvia podľa číselníka NACE, kým hrany zas finančné toky (hodnoty realizovaných voucherov) smerujúce od realizátorov k žiadateľom.

1. Veľkosť uzla zodpovedá sume voucherov uplatnených v určitom okrese resp. odvetví žiadateľmi. Hrúbka hrany (spojnice medzi uzlami) zodpovedá výške sumy uplatnených voucherov medzi konkrétnymi okresmi resp. odvetviami.
2. Žiadatelia aj realizátori nespolicovali medzi sebou náhodne, ale združovali sa podľa špecifických regionálnych alebo odvetvových komunit, tzv. modulov. Previazanosť členov modulu (meraná objemom uplatnených voucherov) je vždy vyššia ako previazanosť s okresmi / odvetviami mimo modulu. Modul (klaster) je definovaný tak, že jeho členovia majú medzi sebou početnejšie a silnejšie väzby v porovnaní s členmi iných modulov. Sila väzieb je na grafe vyjadrená objemom uplatnených voucherov. Na grafoch sú jednotlivé moduly vyznačené farebne.

Oba grafy, regionálny (Graf. 71) aj odvetvový (Graf 72), graficky znázorňujú spoluprácu žiadateľov a realizátorov a to za 424 voucherov uplatnených v rokoch 2018-2020, v celkovej hodnote 2,042 mil. EUR.

Regionálne sieťovanie podľa sídla žiadateľa a realizátora

Na regionálnom sieťovom grafe je zreteľné združovanie žiadateľov a realizátorov do štyroch veľkých modulov. Najväčší je fialový modul centrovanej okolo Bratislavy. S Bratislavou silne komunikujú aj okresy Pezinok, Nitra, Trnava, Galanta a viaceré iných okresov. Druhý veľký modul (vyznačený zelenou farbou) prepája Košice a Prešov. Na Prešov sú naviazané viaceré menšie okresy z východu Slovenska, kým s Košicami komunikovali aj okresy ako Piešťany a Dolný Kubín. Modrý modul (centrovanej okolo Banskej Bystrice) a oranžový modul (centrovanej okolo Žiliny) sú podstatne menšie.

Celému regionálnemu sieťovému grafu jasne dominuje mesto Bratislava, čo do počtov uplatnených voucherov, ako aj potov prepojené s inými okresmi. Z celkového objemu 2,042 mil. EUR uplatnili žiadatelia z Bratislavy vouchery v hodnote 0,802 mil. EUR, t.j. 39,2% celého objemu voucherov. Spolupráca, keď žiadateľ aj realizátor boli z Bratislavy, generovala vouchery v hodnote 0,582 mil. EUR, teda 28,5% všetkých uplatnených voucherov. Na sieťovom grafe je tento tok znázornený hrubou fialovou slučkou okolo Bratislavy. Podobné slučkové toky pozorujeme aj v Prešove a Košiciach²⁷.

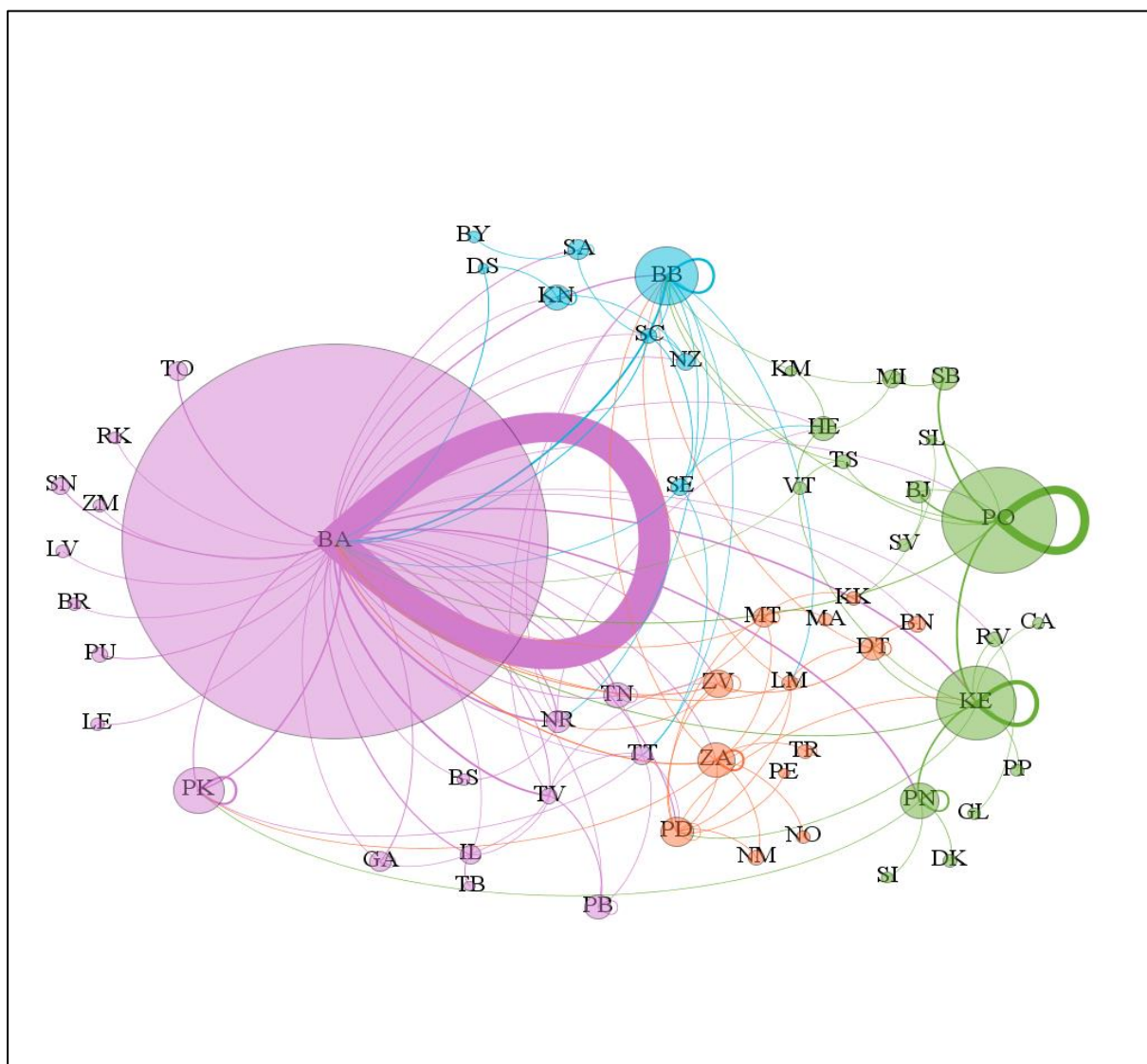
Regionálny sieťový graf potvrdzuje niektoré poznatky z interview:

- Dominancia Bratislavy, a v menšej miere aj Košíc a Prešova je daná nielen ich ekonomickou silou, ale aj prítomnosťou kreatívnych odvetví v Bratislave a krajských mestách a prezentáciou projektov v týchto lokalitách zo strany SIEA.
- Väčšina spoluprác medzi žiadateľmi a realizátormi sa odohrala na základe vzájomného poznania a dobrých predošlých skúseností partnerov. K tomu nepochybne prispela aj vzájomná geografická blízkosť.

²⁷ Bratislava aj Košice boli považované za jeden okres.

- Vysoká koncentrácia sieťovania bola prítomná najmä v rámci VRR (Bratislavy). V prípade MRR je sieťovanie prítomné najmä v rámci krajov na východe a strede Slovenska, pričom sa krajské mestá profilujú ako regionálne centrá prepájania žiadateľov a realizátorov.

Graf 71: Sieťovanie žiadateľov a realizátorov na regionálnej úrovni.



Zdroj: Vlastné spracovanie

Sieťovanie podľa odvetví

Na odvetvovom sieťovom grafe 72 vynikajú tri veľké a jeden malý modul spolupráce.

- Odvetvový sieťový graf indikuje, že najväčší objem voucherov uplatnili žiadatelia v oranžovom module a to z odvetví NACE 47 (Maloobchod). Toto odvetvie výrazne komunikovalo s odvetviami NACE 62 (Počítačové služby), 63 (Informačné služby) a 43 (Špecializované stavebné práce), 56 (Reštaurácie) a niekoľkými ďalšími odvetviami. Oranžový modul benefitoval aj z voucherov poskytnutými realizátormi z odvetví 68 (Nehnutelnosti) a 71 (Architektúra) a 73 (Reklama). Na sieťovom grafe vidíme túto spoluprácu ako hrubé spojnice zelenej farby (z odvetví 68 a 71), resp. fialovej farby (z odvetvia 73).
- Fialový modul prepája najmä odvetvia NACE 46 (Veľkoobchod), 69 (Právo a účtovníctvo), 73 (Reklama) a 83 (Administratíva), plus niekoľko menších odvetví. Okrem silného toku z odvetvia 73 do odvetvia 47 vidíme aj výrazný tok do odvetvia 45. Služby reklamy patrili k najčastejším aktivitám realizátorov.

Význam regionálnych aspektov v sieťovaní

V rámci realizovaného prieskumu sa zisťovala aj dôležitosť priestorového rozloženia zákazníkov/trhov pre rozvoj. Respondenti sa vyjadrovali k dôležitosti nasledujúcich trhov:

- Zákazníci v našom meste / okrese
- Zákazníci v našom kraji
- Zákazníci na celom Slovensku
- Zákazníci v zahraničí

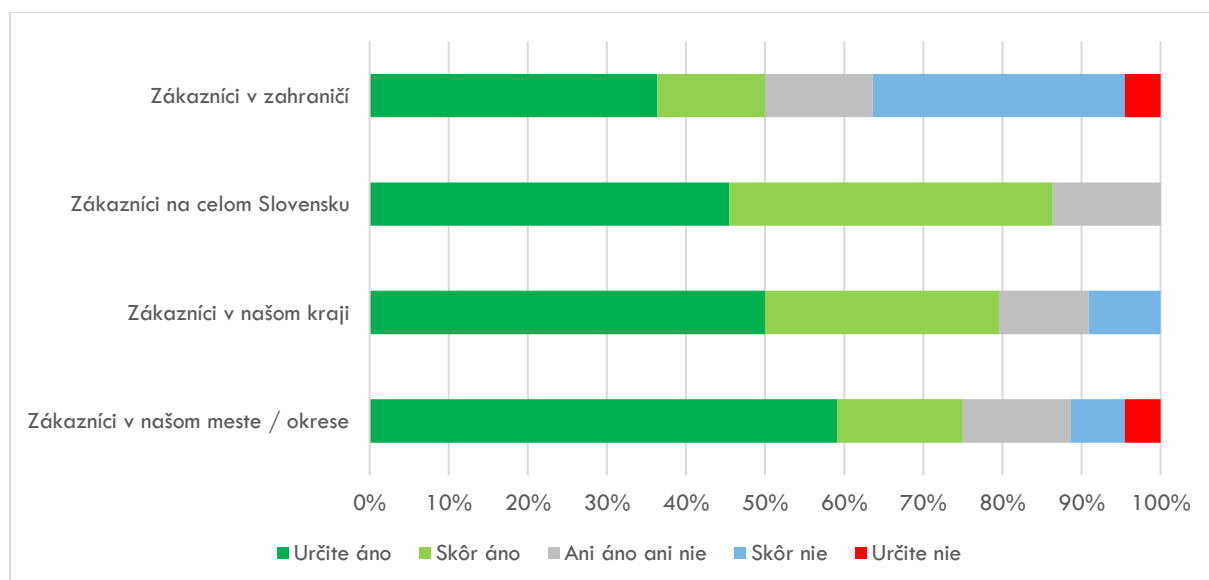
Zákazníci na celom Slovensku boli jednoznačne označení ako najdôležitejší pre všetkých odpovedajúcich. 86% vyjadrilo súhlas (odpoveď určite áno a skôr áno), pričom pre 45% bola táto možnosť úplne istou (odpoveď určite áno). Celkovo 14% odpovedajúcich zaujalo neutrálny postoj. Títo respondenti zrejme pôsobia na regionálnej úrovni, pretože 84% z nich priradilo vysokú dôležitosť zákazníkom vo vlastnom meste či okrese. Žiadny respondent sa nevyjadril negatívne, čo znamená, že slovenskí zákazníci sú pre všetky subjekty, ktoré sa prieskumu zúčastnili, dôležití.

Druhým najdôležitejším trhom boli na základe odpovedí, zákazníci v rámci kraja. Tých pokladalo za najdôležitejších 80% odpovedajúcich, pričom až 50% uviedlo ako odpoveď určite áno, 11% odpovedajúcich vyjadrilo neutrálny postoj. Len 9% s týmto tvrdením mierne nesúhlasilo (odpoveď skôr nie). Podľa odpovedí sa dá dedukovať, že tieto subjekty sú zamerané na klientov v rámci celého Slovenska a aj v zahraničí.

Zákazníci na lokálnej úrovni – v meste či okrese- sú dôležitými pre 75% odpovedajúcich, pričom až 59% odpovedajúcich silne súhlasilo s týmto tvrdením (uviedlo odpoveď určite áno). Odpoveď ani áno ani nie uviedlo 14%. Naopak pre 11% odpovedajúcich nie sú tieto trhy dôležité (odpoveď určite nie alebo skôr nie).

Najmenšiu dôležitosť priradili respondenti zahraničným zákazníkom. Len 50% odpovedí súhlasilo s významnosťou zahraničných zákazníkov pre ich podnikanie, naopak 37% nesúhlasilo (odpoveď určite nie a skôr nie).

Silným faktorom, ktorý pôsobí pri určovaní dôležitosti trhov je charakter podnikania, ktorý ovplyvňuje aj priestorovú orientáciu na zákazníkov.



Zdroj: Vlastné spracovanie

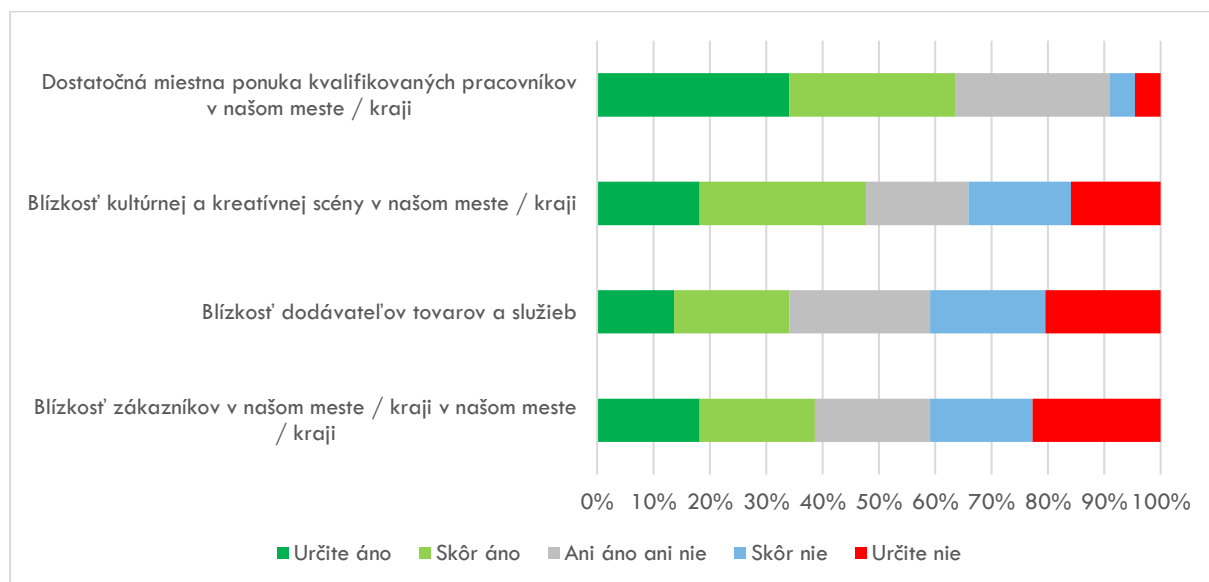
Uvedené podporuje zistenia významnu prepojení v rámci lokálnych/regionálnych ekonomík z hľadiska spolupráce kreatívneho priemyslu a lokálnych malých a stredných podnikov.

V rámci realizovaného dotazníkového prieskumu sa respondenti vyjadrili aj k podnikateľskému prostrediu. Určovali, nakoľko a ktoré z nasledujúcich faktorov sú pre ich firmu dôležité:

- Blízkosť zákazníkov v našom meste / kraji
- Blízkosť dodávateľov tovarov a služieb
- Blízkosť kultúrnej a kreatívnej scény v našom meste / kraji
- Dostatočná miestna ponuka kvalifikovaných pracovníkov v našom meste / kraji

Z odpovedí vyplýva, že najdôležitejšia pre firmy je dostatočná miestna ponuka kvalifikovaných pracovníkov v ich meste / kraji. Za dôležitý považovalo faktor dostatok kvalifikovaných pracovníkov 64% odpovedajúcich (odpoveď určite áno a skôr áno). Naopak len 9% respondentov nepovažovalo kvalifikovanú pracovnú silu za dôležitú. 27% respondentov zaujalo v tejto otázke nevyhranený postoj (odpoveď ani áno ani nie). Výsledky nasvedčujú, že faktor kvalifikovanej pracovnej sily, ktorá je dostupná, je považovaný za veľmi významný. Ako ďalší významný faktor označilo 48% respondentov „Blízkosť kultúrnej a kreatívnej scény v našom meste / kraji“. O niečo menej, 34% odpovedajúcich nepokladalo takýto faktor za dôležitý (odpoveď určite nie a skôr nie). 18% odpovedajúcich zaujalo neutrálny postoj (odpoveď ani áno ani nie). „Blízkosť zákazníkov v našom meste / kraji“ označilo 18% respondentov za dôležitú. Avšak až pre 41% odpovedajúcich nebol tento faktor dôležitým (odpoveď určite nie a skôr nie). Dokonca 23% určite nepokladá tento faktor za významný pre fungovanie firmy (odpoveď určite nie). 20% odpovedajúcich zaujalo neutrálne stanovisko (odpoveď ani áno ani nie).

Graf 73: Dôležitosť faktorov ovplyvňujúcich podnikanie



Zdroj: Vlastné spracovanie

4.5 Ktoré interné a externé faktory (pozitívne a/alebo negatívne) ovplyvňujú účinnosť zvolených foriem podpory kreatívneho priemyslu a ako vplývajú na motiváciu klientov obracať sa na NP?

Z osobných hĺbkových rozhovorov vyplynulo, že jednoznačnou motiváciou firiem uchádzať sa o podporu prostredníctvom KV je optimalizácia výdavkov. Všetci respondenti z prostredia MSP jednoznačne potvrdili, že hlavným dôvodom, pre ktorý sa do programu zapojili bola snaha získať dodatočné finančné zdroje.

Vzhľadom na pragmatický prístup a absolútne jednoznačnú motiváciu, niektorí zástupcovia MSP neboli schopní pomenovať prekážky, ktoré v procese rozhodovania sa, či budú alebo nebudú o podporu žiadať, zohľadňovali. Ako uviedla jedna respondentka „keď som sa o KV dozvedela, tak som do KV

išla jednoznačne presvedčená. Považovala som to za senzačnú formu podpory. Páčilo sa mi, že to bolo veľmi presne nasmerované a celý proces vyzeral veľmi priateľsky. Nevedela som však, čo ma čaká. Keď si dnes spomeniem na administratívu, ktorú som absolvovala, tak nie som si istá, či by som do procesu išla opäť. Ale asi áno. Výraznou a hlavnou motiváciou boli najmä peniaze“. Ďalšia respondentka svoj postoj zhodnotila veľmi podobne: „Nevideli sme žiadne prekážky, podpora sa nám zdala veľmi dobrá možnosť získať dodatočné prostriedky. To sme ale samozrejme nevedeli, čo nás čaká, dnes by som bola trochu opatrenejšia. O podporu by som ale asi žiadala opäť.“

Ako uviedli niektorí zástupcovia kreatívneho priemyslu, pre určitý segment MSP môže byť povinnosť celú sumu služby predfinancovať problém. V praxi nie je výnimočné, že platba za služby kreatívneho priemyslu sa realizuje v niekoľkých splátkach, čo zjemňuje tlak na cash-flow. V rámci podpory KV je potrebné celú sumu uhradiť jednorazovo a následne sa čaká na refundáciu. Rozhovory s MSP však túto obavu nepotvrdili. Rozhovory však boli realizované iba s MSP, ktoré o podporu žiadali a úspešne ju využili, podmienka jednorazovej platby a predfinancovania platby teda nezohrávala v ich prípade veľkú úlohu. Všetci respondenti z prostredia MSP tiež potvrdili rýchlosť pri konečnom preplácaní podpory, obdobie medzi predložením žiadosti o platbu a vyplatením podpory ani v jednom prípade neprekročila dané lehoty.

Na základe realizovaných rozhovorov je možné tvrdiť, že najsilnejší vplyv na rozhodnutie MSP ohľadom využitia podpory KV majú externé faktory ako zrozumiteľnosť výzvy a celospoločenský postoj voči pomoci z EŠIF.

Viacere MSP pri rozhovoroch uvádzali, že keď sa o podpore KV dozvedeli, tak sa im táto možnosť veľmi páčila, ale ako prvé im napadli pochybnosti typu, že „to je už určite rozdelené“, alebo „budeme musieť platiť nejakých konzultantov a dávať úplatky“. Uvedené obavy vo veľkej miere reflektujú celospoločenskú atmosféru, v rámci ktorej je pomoc EŠIF prvoplánovo spájaná s netransparentným prerozdeľovaním, vysokou mierou korupcie a neprekonateľnou administratívou. Je možné predpokladať, že vysokú mieru účasti na negatívnej verejnej mienke majú aj mnohé konzultačné firmy, ktoré tieto predstavy často živia. Na základe rozhovorov s MSP je možné tvrdiť, že podnikateľský plán mnohých konzultačných firiem aktívnych v oblasti eurofondov ťaží z nevedomosti a obáv, ktoré bežní jednotlivci ohľadom eurofondovej podpory pociťujú.

Druhým, rovnako vážnym problémom, je zrozumiteľnosť jazyka, ktorým sú jednotlivé výzvy komunikované. Problémom nie je ani tak text výzvy, ale najmä sprievodné dokumenty (napr. príručka pre žiadateľa), na ktoré sa výzva odvoláva. Vo výpovediach respondentov sa bežne objavovali vyjadrenia ako „príručku som čítala opakovane a stále som mala pocit, že čítam v španielčine“ alebo „veľakrát sme tu aj s kolegyňou sedeli, čítali sme si to aj nahlas, ale niektoré veci sme si vôbec nevedeli vysvetliť, že čo tým chceli povedať. Napríklad, že aby jeden doklad nepredbehol iný doklad, boli sme z toho veľmi zmätené.“

Zložitost' jazyka si uvedomujú aj pracovníci SIEA, ktorí chápu, že množstvo formulácií môže byť nezrozumiteľných, pri úprave problematických častí sa však cítia limitovaní pravidlami a štandardami „eurofondovej podpory“. Mnohí respondenti z prostredia MSP uvádzali, že nezrozumiteľnosť jazyka a viacerých dokumentov bola významne kompenzovaná ochotou administrátorov SIEA. Jedným z hlavných problémom hodnoteného projektu sú však veľmi limitované personálne kapacity na strane administrátora projektu. MSP teda často hovorili aj o tom, že „...najskôr bol problém sa tam dovolať, ale keď sme už našli človeka, tak vždy boli nadmieru ochotní“ alebo „bolo naozaj ťažké to celé vyplniť, na SIEA však bola pani, ktorá bola veľmi ochotná, komunikovala a snažila sa mi vždy pomôcť. Nakoniec som to teda zvládla.“ alebo „...napr. dokument o prepojení firiem, to bolo pre mňa tak zložité, že som to nedokázala urobiť ani na 3x a potom to za mňa vyplnila pani zo SIEA, ktorá bola veľmi nápomocná“. Nedostatok personálnych kapacít na strane administrátora podvedome vnímali aj prijímatelia pomoci, jedna z respondentiek počas rozhovoru poznamenala „mala som pocit, že na SIEA asi nemajú dosť ľudí a nestíhajú svoju robotu robiť, preto sa lehoty stále predlžovali“.

Na problém s predlžovaním určených lehôt na strane administrátora podpory narážalo viacero respondentov. Trvanie celého procesu je určite jedna z vecí, ktorá negatívne ovplyvňuje úspešnosť podpory. Podpora prostredníctvom KV nie je rýchla pomoc. Ako uviedol jeden z respondentov: „nejde o pomoc, ktorá je zrealizovaná za dva mesiace, ak všetko ide dobre, tak priemerné trvanie procesu je šesť mesiacov“. Viacerí respondenti z prostredia MSP však uvádzali, že v ich prípade celý proces trval 10-12 mesiacov. Trvanie procesu je ovplyvnené mnohými premennými, v ostatnom období aj

nepriaznivou pandemickou situáciou. Viacerí respondenti uvádzali, že z hľadiska trvania procesu cítili, že tzv. ťahajú za kratší koniec. Zatiaľ, čo lehoty ktoré dostávali na doplnenie dokumentov boli obyčajne veľmi striktné, obdobie ukončenia jednotlivých úkonov na strane SIEA bolo obyčajne veľmi nekonkrétne. Túto prax demonštruje vyjadrenie „ako ťvtipné“ sa mi zdalo, že keď SIEA niečo potrebovala odo mňa, tak lehota bola 5 pracovných dní. Ale keď mali poslať niečo oni, tak to trvalo strašne dlho a takmer vždy meškali. Aj keď bola dodacia lehota niekedy oficiálne predĺžená, tak SIEA svoje veci posielala vždy až na konci obdobia“. Ak teda podnikateľ potrebuje službu rýchlo, mal by dôsledne zvážiť, či na to využije KV.

V rámci jednej výzvy je podľa pracovníkov SIEA preplatených cca 100-150 KV, pričom je predložených cca 500-600 žiadostí. Dôvod, prečo sú žiadosti zamietané je podľa pracovníkov SIEA najmä zložitost' jednotlivých formulárov. Rovnako ako zástupcovia MSP tak aj pracovníci SIEA potvrdzujú, že tieto nie sú úplne jednoducho nastavené, ich jazyk je pre bežného podnikateľa veľmi formálny a nezrozumiteľný. MSP formulárom často nerozumejú a na základe formálnej chyby, ktorú ľahko urobia, sú následne z procesu vyradení.

Zložitost' a dlhé trvanie administratívneho procesu je možné považovať za jeden z hlavných dôvodov straty záujmu o podporu na strane mnohých žiadateľov. Ako uviedol jeden z respondentov: „Úspešnosť pri získaní KV je v maximálnej možnej miere podmienená dodržiavaním krokov uvedených v príručke pre žiadateľa, ak ich MSP dodržiava, má veľmi vysokú šancu na preplatenie vouchera“.

Požiadavky procesu žiadosti o KV sú veľmi štruktúrované. Proces má niekoľko fáz. Týchto síce nie je veľa, ale v každej fáze musí žiadateľ splniť všetky náležitosti a žiadatelia sa v procese často strácajú. Proces nie je pre nich úplne prehľadný a tiež terminológia je často veľmi ťažko zrozumiteľná. Pracovníci SIEA sa snažili tieto požiadavky znížiť na minimum, ale nie vždy to je úplne možné, nakoľko tiež musia plniť požiadavky dané pravidlami EŠIF. Ako uviedol respondent so SIEA „MSP si musia nájsť na vypracovanie žiadosti čas a toho je v prostredí MSP samozrejme málo, napriek tomu, že sa snažíme byť nápomocní, MSP musí žiadosti venovať určitú energiu, veľa vecí nevieme spraviť za neho“. V návale mnohých problémov, ktorým MSP často čelia, prestanú venovať pozornosť žiadosti o KV a z procesu bývajú vylúčení. Súvisiacim problémom je aj častá chybovosť dokumentov, MSP sú často vyzývané na predloženie opravených dokumentov. Jeden z respondentov uviedol, že žiadosť na opravu dostal 17 krát, pričom mu neboli úplne jasné dôvody. Následne stratil trpezlivosť ako i záujem podporu využiť.

Ďalším problémom, ktorý negatívne ovplyvňuje úspešnosť pri čerpaní podpory KV je rozdelenie jednotlivých oblastí kreatívneho priemyslu a odbornosť jednotlivých formulárov týkajúcich sa zadania zákazky. Podporu je možné žiadať v štyroch oblastiach kreatívneho priemyslu, nie je však zriedkavé, že tieto sa vzájomne prelínajú. Ak chce MSP napr. zrealizovať web stránku, môže ju realizovať v rámci troch oblastí (reklama a marketing, IKT, dizajn), pre MSP teda nie je úplne jednoduché urobiť rozhodnutie ohľadom oblastí, v rámci ktorej bude o podporu prostredníctvom KV žiadať. Rozhodnutie následne ovplyvňuje výber dodávateľa, nakoľko tento musí spĺňať formálne určené kritéria konkrétne pre danú oblasť. Prostredníctvom vstupných formulárov sa vytvára aj zadanie pre kreatívcov. Ak je toto vytvorené nesprávne, tak vzniká problém, ktorý sa ťahne celým procesom, tento komplikuje a znižuje šancu na úspešný koniec. Napr. ak je vo vstupnom formulári zle urobené nacenenie, tak sa problémy začínú nabalovať.

Rozsah pomoci získanej prostredníctvom KV môže byť tiež zdrojom otázok ohľadom typu MSP, ktoré sú pri získavaní podpory najúspešnejšie. Podľa jedného z respondentov z prostredia SIEA by rozsah pomoci prerozdelený prostredníctvom KV mohol byť zaujímavý najmä pre mikro podniky. Zdá sa však, že pre tieto je veľmi náročný. Avšak pre väčšie MSP, ktoré majú aj dostatočné personálne kapacity potrebné na spracovanie žiadosti môže byť už pomoc finančne nie veľmi zaujímavá. Túto obavu MSP s vyšším počtom zamestnancov/obratu síce nepotvrdili, stále však platí, že mikro podniky, ktoré nemajú dostatočné interné kapacity potrebné na zvládnutie celého procesu môžu byť v celom procese znevýhodnené.

Napriek mnohým sťažnostiam ohľadom komplexnosti administratívneho procesu, viacerí respondenti uviedli, že proces bol pre nich extrémne náročný aj preto, že išlo o témy, ktorým sa v minulosti nevenovali. Viacero respondentov uviedlo: „Možno keby som to robila druhý krát, tak by to bolo už asi jednoduchšie.“ alebo „Pri druhej žiadosti to som mala pocit, akoby to bolo aj celé jednoduchšie. Mohlo ísť ale o subjektívny pocit, keďže som už mala skúsenosť s prvou žiadosťou“.

Tiež je potrebné poznamenať, že v súvislosti s administratívnym a procesným nastavením sa pracovníci SIEA snažia proces každou novou výzvou zefektívňovať a zjednodušovať. Podľa vyjadrenia respondentov z prostredia MSP, v minulosti bolo potrebné mať zrealizovaný prieskum trhu už pred registráciou žiadosti, vo výzve z roku 2021 táto povinnosť odpadla. Rovnako sa ustálilo viacero procesov v súvislosti so zmluvami. Na základe jednoduchého porovnania je možné tvrdiť, že proces sa od prvej výzvy realizovanej v roku 2018 v mnohých ohľadoch vylepšil a zautomatizoval.

Tabuľka 43: Interné a externé faktory vplývajúce na úspešnosť podpory NPC.

	Interné	Externé
pozitívne	<ul style="list-style-type: none"> • Získanie dodatočných finančných zdrojov pre MSP • Ochota a proklientský prístup zamestnancov SIEA • Snaha zjednodušiť a zefektívniť procesy 	<ul style="list-style-type: none"> • Dôraz na dôležitosť služieb dodávaných KP medzi MSP • Kultivácia podnikateľského prostredia v zmysle skvalitňovanie prezentácie a služieb MSP • Povzbudenie MSP investovať do služieb dodávaných KP
negatívne	<ul style="list-style-type: none"> • Potreba predfinancovať KV zo strany MSP/ Uhradenie sumy KV vopred • Formálny jazyk výziev a sprievodných dokumentov nezrozumiteľný pre MSP • Nedostatočné personálne kapacity SIEA • Dlhé trvanie celého procesu • Administratívna náročnosť • Absencia vhodného IT systému podporujúceho procesné riadenie 	<ul style="list-style-type: none"> • Celospoločenský postoj/Nedôvera voči EŠIF (obavy ohľadom netransparentnosti, korupcie, náročnej administratívy) • Nevyhnutnosť realizácie cenového prieskumu • Absencia komplementárnych prvkov ekosystému zameraného na podporu KP

Zdroj: vlastné spracovanie

Uvedené zistenia potvrdil realizovaný dotazníkový prieskum, v rámci ktorého sa respondenti, MSP ktorí získali voucher, vyjadrovali k spokojnosti so schémou a ich záujmu o jej využitie aj v budúcnosti. Hodnotili nasledovné konštatovania:

- Služby, ktoré som prostredníctvom kreatívnych voucherov získal, zodpovedali mojim predstavám a požiadavkám.
- O kreatívny voucher by som mal záujem aj v budúcnosti.
- Hodnota kreatívneho voucheru bola primeraná.

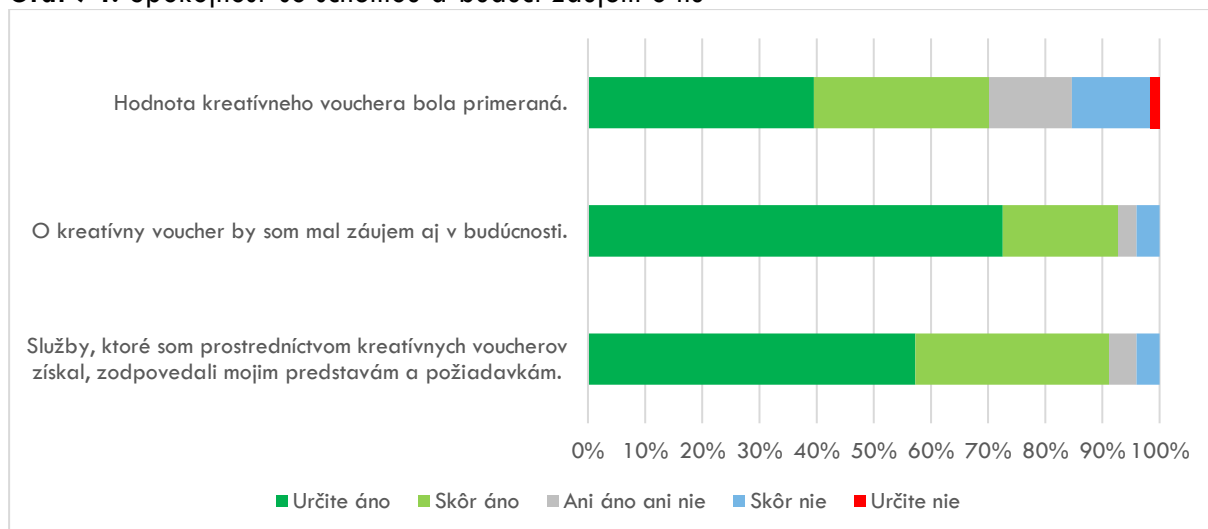
Respondenti mali možnosť uviesť aj vlastné pripomienky.

Na základe odpovedí je možné skonštatovať spokojnosť respondentov so schémou. Až 93% respondentov vyjadrilo záujem o vouchery aj v budúcnosti (odpoveď áno a určite áno). Dokonca 73% všetkých odpovedajúcich prejavilo jednoznačný súhlas (odpoveď určite áno). Mierne negatívny postoj vyjadrili 4% opýtaných (odpoveď skôr nie). Nikto nedeklaroval jednoznačný nezáujem o vouchery v budúcnosti. Malá skupina (3%) respondentov mala neutrálny postoj (odpoveď ani áno ani nie).

Až 91% respondentov uviedlo spokojnosť (odpoveď určite áno a skôr áno) so službami, ktoré prostredníctvom kreatívnych voucherov získali a tie zodpovedali ich predstavám a požiadavkám. Len 4% odpovedajúcich sa vyjadrilo skôr negatívne (skôr nie) a žiadni nezaujali výlučne negatívny postoj. Iba 5% respondentov nemalo vyhranený názor na túto otázku (odpoveď ani áno ani nie).

V prípade zisťovania spokojnosti s hodnotou kreatívneho voucheru bola spokojnosť nižšia. 70% respondentov pokladalo hodnotu voucheru za primeranú (odpoveď áno a skôr áno). Neutrálny prístup (odpoveď ani áno ani nie) vyjadrilo 15% odpovedajúcich. Rovnaký podiel odpovedajúcich nepokladalo hodnotu kreatívneho voucheru za primeranú (odpoveď skôr nie a určite nie).

Graf 74: Spokojnosť so schémou a budúci záujem o ňu



Zdroj: vlastné spracovanie

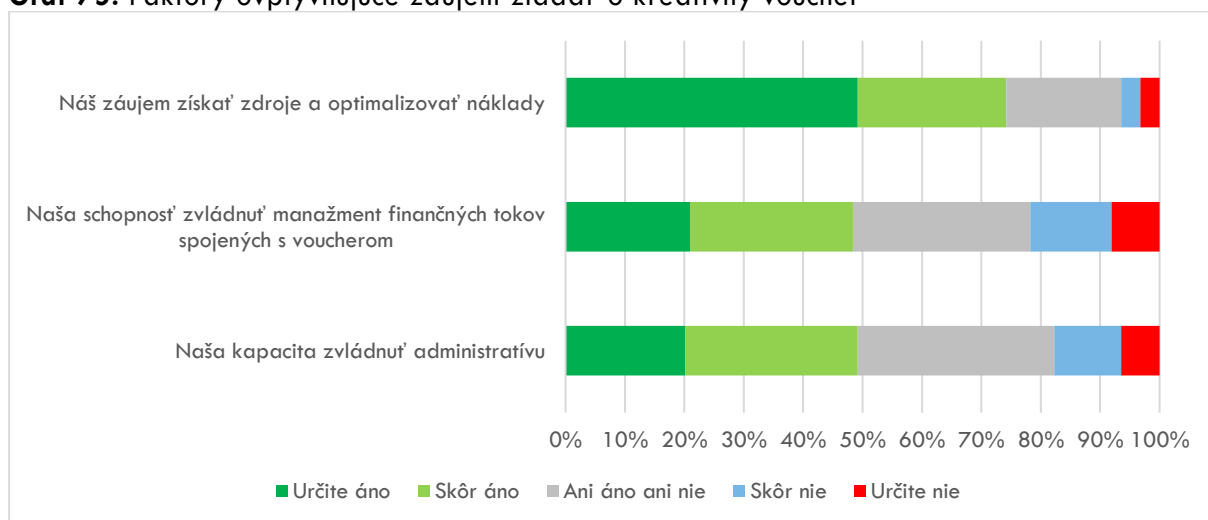
Respondenti vyjadrili nespokojnosť najmä s byrokratickou záťažou spojenou so získavaním voucherov a nedostatočnou výškou hodnoty poskytovaných voucherov. Niektorí vyjadrili nezáujem o budúce využívanie voucherov. Dôvodom bola najmä vysoká administratívna náročnosť.

V rámci dotazníkového prieskumu hodnotili respondenti aj nasledovné faktory z hľadiska vplyvu na záujem o kreatívny voucher. Respondenti reagovali na nasledovné oblasti:

- Naša kapacita zvládnuť administratívu
- Naša schopnosť zvládnuť manažment finančných tokov spojených s voucherom
- Náš záujem získať zdroje a optimalizovať náklady

Z prieskumu vyplýva, že najvýznamnejším faktorom, ktorý vplýval na záujem žiadať o kreatívny voucher bola snaha získať zdroje a optimalizovať náklady. S týmto tvrdením súhlasilo 74% respondentov (odpoveď určite áno a skôr áno). Nesúhlas (odpoveď skôr nie a určite nie) vyjadrilo len 6% odpovedajúcich. Zvyšných 20% respondentov zaujalo neutrálny postoj.

Graf 75: Faktory ovplyvňujúce záujem žiadať o kreatívny voucher



Zdroj: vlastné spracovanie

49% respondentov uviedlo ako významný faktor kapacitu zvládnuť administratívu (odpoveď určite áno a skôr áno). Naopak, 18% ju nepokladalo za faktor ovplyvňujúci rozhodovanie. Odpoveď ani áno ani nie uviedla tretina odpovedajúcich.

Podobný názor respondenti uviedli aj pri schopnosti zvládnuť manažment finančných tokov spojených s voucherom. 48% z nich vyjadrilo súhlas (odpoveď určite áno a skôr áno) s týmto faktorom ako

vplývajúcim na rozhodovanie pri prejavovaní záujmu o voucher. Pre 22% odpovedajúcich nebol tento faktor určujúcim pri prejavovaní záujmu žiadať o voucher (odpovede skôr nie a určite nie). 30% respondentov označilo tento faktor ako neutrálny (odpoveď ani áno ani nie).

Respondenti hodnotili systém poskytovania kreatívnych voucherov z nasledovných hľadísk:

- Administratívna náročnosť
- Zrozumiteľnosť podmienok
- Dĺžka trvania celého procesu
- Zameranie podpory na kreatívny priemysel

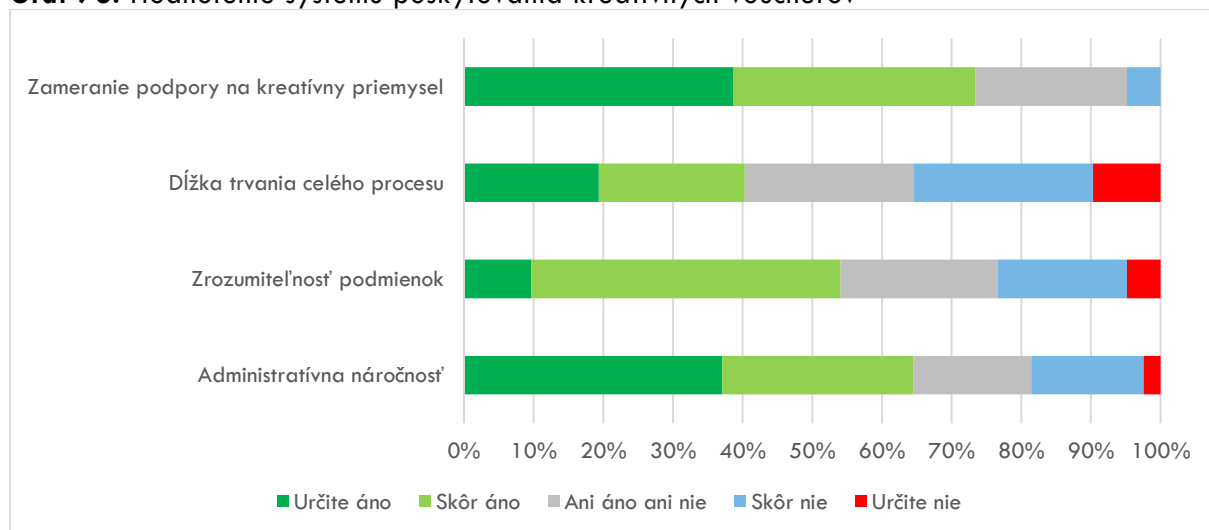
Medzi respondentmi prevládala súhlas so zameraním podpory na kreatívny priemysel. Možnosť určite áno a skôr áno vyjadrilo 73% respondentov. Neutrálny postoj zaujalo 22% odpovedajúcich. Mierny nesúhlas (odpoveď skôr nie) bol zaznamenaný u 5% odpovedajúcich. Nikto nevyjadril výrazný nesúhlas (odpoveď určite nie).

S administratívnou náročnosťou ako faktorom hodnotenia kreatívnych voucherov súhlasilo 65% odpovedajúcich. Uvádzali, že administratívna náročnosť bola extrémne vysoká. Nesúhlasilo 19% (odpoveď určite nie a skôr nie). Neutrálny postoj bol zaznamenaný u 16% odpovedajúcich.

Zrozumiteľnosť podmienok bola považovaná za významnú u viac ako polovice odpovedajúcich (54%). Naopak, 23% respondentov nesúhlasilo (odpoveď skôr nie a určite nie). Neutrálny postoj zaujalo 23% odpovedajúcich. Respondenti deklarovali podmienky ako nezrozumiteľné.

Za najmenej ovplyvňujúce pokladali dĺžku trvania celého procesu, kde odpoveď určite áno a skôr áno označilo len 40% odpovedajúcich. Takmer rovnaký podiel (35%) vyjadril nesúhlas (skôr nie a určite nie). Štvrtina odpovedajúcich zaujalo neutrálny postoj (odpoveď ani áno ani nie).

Graf 76: Hodnotenie systému poskytovania kreatívnych voucherov



Zdroj: vlastné spracovanie

Box 10: Motivácia podnikat'

Pomocou dotazníka boli sledované aj motivujúce faktory pre podnikateľskú činnosť.

Respondenti sa vyjadrovali k nasledovným tvrdeniam a hodnotili ich dôležitosť vo vzťahu k ich podnikaniu:

- Dosahujem pocit osobného šťastia a naplnenia
- Som nezávislý a mám kontrolu nad vlastným životom
- Som spokojný, že mám vlastný biznis
- Môžem vyvážiť pracovný a rodinný (osobný) život
- Dokážem poskytnúť špecifickú službu / produkt
- Teší ma, keď mi rastú tržby a zisk
- Prispievam ku kultúrnej identite nášho mesta / regiónu / krajiny
- Uchovávam a rozvíjam kultúrne dedičstvo
- Získavam uznanie od zákazníkov, ale aj miestnych obyvateľov
- Napĺňa ma moja tvorivá práca
- V podnikaní uplatňujem môj talent a zručnosti

Podľa výsledkov dotazníkového prieskumu bola najviac oceňovanou možnosť nezávislosti a kontroly nad vlastným životom. S týmto tvrdením súhlasilo 95% respondentov (odpoveď určite áno a skôr áno). Len mierne viac ako 2% odpovedajúcich sa vyjadrilo k tejto možnosti mierne záporne (skôr nie) a rovnaký počet zaujal aj neutrálny postoj.

Významnú výhodu podnikania videli respondenti aj v možnosti uplatniť v podnikaní svoj talent a zručnosti. S týmto súhlasilo 93% odpovedajúcich. Pre 5% bola táto možnosť neutrálna (odpoveď ani áno ani nie) a opäť len 2% vyjadrilo slabý nesúhlas (odpoveď skôr nie).

Pre 89% odpovedajúcich bolo podnikanie formou naplnenia vďaka tvorivej práci, pričom až polovica odpovedajúcich vyjadrila silný súhlas s tvrdením (odpoveď určite áno). Opäť len 2% odpovedajúcich vyjadrilo slabý nesúhlas (odpoveď skôr nie).

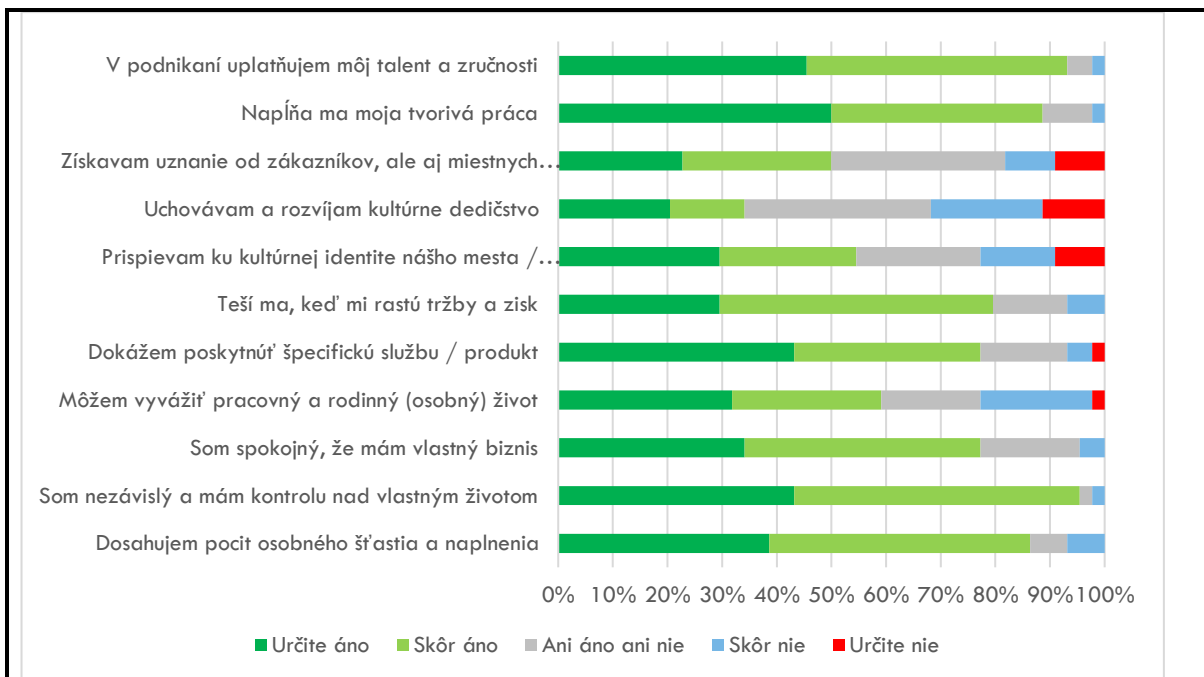
Väčšina respondentov (86%) uvedila, že vďaka podnikaniu dosiahli pocit osobného šťastia a naplnenia. Pričom len 7% nezdieľala nadšenie pre podnikateľské aktivity (odpoveď skôr nie). Neutrálny postoj zaujalo 7% respondentov.

Pre 80% odpovedajúcich je potešením, keď im rastú tržby a zisk, pričom však 7% to nepovažuje za dôležité (odpoveď skôr nie). Pre 14% odpovedajúcich nie je táto možnosť ani motivujúcou ani demotivujúcou (odpoveď ani áno ani nie).

Faktor uspokojenia z dôvodu vlastníctva biznisu uviedlo ako dôležitý 77% odpovedajúcich, iba 5% mať vlastný biznis nepovažovalo za dôležité (odpoveď skôr nie) a 18% opýtaných zaujalo neutrálny postoj.

Rovnako 77% odpovedajúcich pokladá za veľmi dôležité, že dokážu poskytnúť špecifický produkt či službu. Iba 7% opýtaných tomuto faktoru neprisudzovalo dôležitosť (odpoveď skôr nie a určite nie).

Pre 59% opýtaných bola dôležitou možnosť vyvážiť osobný (rodinný) a pracovný život. Za nepodstatné považovalo toto tvrdenie 22% odpovedajúcich. 18% zaujalo neutrálny postoj (odpoveď ani áno ani nie).



Zdroj: vlastné spracovanie

Možnosť prispieť ku kultúrnej identite nášho mesta/regiónu/krajiny považovalo za dôležitú 55% respondentov. Pre 23% z odpovedajúcich nebol tento faktor dôležitý pri rozhodovaní o podnikaní.

Pre polovicu odpovedajúcich zástupcov firiem a organizácií je dôležitým uznanie, ktoré sa im dostáva od zákazníkov a miestnych obyvateľov. 18% odpovedajúcich nepovažovalo tento faktor za určujúci. Neutrálny prístup zaujalo 32% odpovedajúcich.

Najmenšiu dôležitosť priradili odpovedajúci možnosti uchovávať a rozvíjať kultúrne dedičstvo. Je dôležité pre 34% odpovedajúcich. Naopak 32% nepokladá takúto príležitosť za dôležitú pre ich podnikanie. Nevyhranený názor (odpoveď ani áno ani nie) vyjadrilo 34% respondentov.

4.6 Aké sú vstupné predstavy MSP o tom, čo by mala voucherová podpora prinášať?

Viaceri respondenti uviedli, že pokiaľ si žiadateľ prečítal aspoň základné informácie o podpore prostredníctvom KV, tak predstavy ohľadom obsahu podpory vo výraznej miere reflektovali realitu. Ako uviedla jedna respondentka: „Zadanie a informácie boli podľa mňa jednoznačné, očakávania vo veľkej miere naplnili realitu“. Mnohí respondenti oceňujú, že KV sa zameriavajú na jednu konkrétnu službu/aktivitu. Ide o veľmi konkrétne zameranú pomoc a vo väčšine prípadov rozsah pomoci tiež reflektuje reálne potreby MSP.

Tí, ktorí sa so základnými informáciami, ktoré sú uvedené na web stránke neoboznámia, si podľa pracovníkov SIEA často predstavujú, že rozsah podpory je vyšší (či už v zmysle intenzity pomoci alebo maximálnej získanej sumy). Najmä v ostatnom období MSP často zisťujú, či je prostredníctvom KV tiež možné získať podporu na mzdové výdavky. Podľa pracovníkov SIEA sa tieto prípady začali intenzívnejšie objavovať počas pandémie. To poukazuje na potrebu osobnej komunikácie SIEA s klientami.

Záujemcovia, či už z prostredia MSP alebo kreatívneho priemyslu, sú tiež často zaskočení, že výber dodávateľa kreatívnej služby je podmienený prieskumom trhu. Ako uviedol jeden pracovník SIEA „spomínam si na jeden nesmierne nepríjemný zážitok s jedným kreatívcom, ktorý sa chcel zapísať do galérie realizátorov, pretože mal nejakého klienta, ktorý chcel KV ponúknuť. Keď som mu vysvetlil, že zapísať sa samozrejme môže, ale nie je isté, či vzhľadom na povinnosť realizovať cenový prieskum medzi min.3 realizátormi, zákazku aj dostane, tak kreatívec začal byť veľmi nepríjemný“.

Výpovede z prostredia MSP tiež často hovorili o tom, že očakávali, že celý proces bude jednoduchší a kratší. Na základe prezentácie a základných informácií, ktoré o podpore mali, očakávali, že pôjde o jednoduchý a rýchly proces. Množstvo administratívnych úkonov a dokumentov, ktoré boli podmienkou pre úspešne preplatenie KV bolo pre každého z respondentov z prostredia MSP veľkým prekvapením, ktoré v úvodnej fáze, prípadne vo fáze rozhodovania, nečakali.

Všetci respondenti z prostredia MSP však jednoznačne potvrdili, že v konečnom dôsledku, im KV pomohli získať služby/produkty, ktoré potrebovali pre svoje podnikanie (web stránka, nová vizuálna identita, architektonický návrh, kampaň na sociálnych sieťach) a konečné produkty/služby naplnili ich predstavy a očakávania, ktoré od získaných služieb/produktov mali. Medzi očakávaniami, ktoré MSP mali bolo napr.: „prezentácia firmy bude pôsobiť profesionálnejšie“, alebo „nová web stránka bude mať interaktívne funkcie, ktoré zákazníkom pomôžu sa lepšie zorientovať“ alebo „budeme mať pekný nový showroom“ alebo „vďaka prítomnosti na sociálnej sieti zvýšime svoj predaj“.

So zástupcami kreatívneho priemyslu bolo zložitejšie hovoriť o očakávaniach, nakoľko títo sa do programu obvyčajne zapájali potom ako boli oslovení zástupcom MSP. Ich očakávania sa teda obvyčajne spájali s realizáciou jednej konkrétnej úlohy. Tiež je možné predpokladať, že očakávania tých, ktorí sa do galérie realizátorov prihlásili bez garancie konkrétnej zákazky, boli napr. získanie nových obchodných príležitostí. Takýto respondenti sa však vo vzorke respondentov neobjavili, preto je možné toto očakávanie iba predpokladať.

Na základe realizovaných rozhovorov je možné predpokladať, že postoj MSP ohľadom záujmu o podporu prostredníctvom KV je pomerne pragmatický. Hlavnou motiváciou je optimalizácia výdavkov, ktoré boli v mnohých prípadoch plánované. Ako sa vyjadrila jedna respondentka: „U nás vo firme nebola pochybnosť o tom, či do KV ísť alebo nie, bola to veľmi dobrá možnosť ušetriť nejaké peniaze na aktivitu, ktorú by sme aj tak robili“. Je teda možné predpokladať, že tzv. efekt mŕtvej váhy je medzi realizovanými KV pomerne prítomný.

4.7 Viedla podpora prostredníctvom voucherov k inováciám procesov, produktov, alebo služieb prostredníctvom vzájomnej spolupráce MSP s aktérmi kreatívneho priemyslu?

Každý z MSP, ktorý do programu podpory prostredníctvom KV vstupoval, sa prostredníctvom spolupráce s kreatívnym priemyslom svoju každodennú činnosť určitým spôsobom snažil zlepšovať, resp. inovovať – či išlo o vytvorenie novej web stránky, spustenie on-line predaja, vytvorenie nového loga, posilnenie svojej prítomnosti v on-line priestore alebo mnohé iné činnosti. Jednalo sa však o inovácie nižších rádov, ktoré nepredstavovali dramatické zlepšenie činnosti, resp. zásadnú zmenu prístupu k podnikaniu.

Z individuálneho pohľadu každého zo zapojených MSP je teda možné tvrdiť, že spolupráca s kreatívnym priemyslom činnosť MSP v istej obmedzenej miere inovovala.

Súčasne je však potrebné poznamenať, že miera realizovaných inovácií nemusí byť pri realizovaných projektoch z celospoločenského pohľadu zásadná. V mnohých prípadoch išlo o činnosti/procesy/produkty, ktoré, viac ako inovatívnym prínosom, boli skôr naplnením bežných štandardov (napr. existencia funkčnej web stránky, ktorá umožňuje interaktívne funkcie). Z celospoločenského pohľadu (aj vzhľadom na výšku podpory a počet udelených KV) je teda o inováciách v súvislosti s KP možné hovoriť len veľmi opatrne. Realizované aktivity smerovali často krátko k dobehaniu trhových štandardov určených inými firmami, resp. konkurentami (napr. kvalita web stránky). KV tak primárne podporili projekty, ktoré neboli realizované trhovými lídrami, resp. inováciami hnanými podnikmi, ale skôr firmami, ktoré sa snažia dobiehať trendy určené trhovými lídrami (aj z pohľadu regionálnych ekonomík).

Vplyv megatrendov ako starnutie, klimatická zmena atď., prípadne vyššiu mieru orientácie na zelené/sociálne témy alebo snahu prispieť ku napĺňaniu tzv. SDG (teda ciele trvalo udržateľného rozvoja) respondenti v súvislosti s realizáciou KV nezaznamenali. Jediným náznakom je rastúca miera orientácie na on-line priestor, ktorú urýchlila aj skúsenosť s pandémiou, počas ktorej MSP pochopili, že

prítomnosť v on-line priestore je pre mnohých už nevyhnutnosťou. V súvislosti s orientáciou na on-line priestor je však tiež možné povedať, že sa objavovali najmä aktivity nevyžadujúce vysokú mieru sofistikovanosti a inovácie. Väčšinou išlo o vytváranie e-obchodov, web-stránok alebo kampaní na sociálnych sieťach. Projekty ako napr. využitie umelej inteligencie napr. v identifikácii zákazníkov alebo pochopení ich vzorcov správania sa medzi projektami neobjavovali. Toto je však vo veľkej miere podmienené aj maximálnou hodnotou KV, ktorá realizáciu podobných projektov nedovoľuje. Realizované rozhovory s kreatívcami naznačujú, že o tieto typy inovačných projektov s vysokou pridanou hodnotou nebol medzi žiadateľmi/MSP záujem.

Viacero respondentov však uviedlo, že práve samotný KV možno považovať za inováciu, ktorá môže priniesť spoločenskú zmenu vo forme kultivácie a profesionalizácie MSP. Ako uviedla jedna z respondentiek: „KV kultivujú podnikateľské prostredie, ktoré sa učí prijímať nové formy podpory a následne byť otvorenejší aj k iným formám inovácií“.

Respondenti z kreatívneho priemyslu neboli schopní identifikovať žiadne inovácie, ktoré im KV priniesli, z pohľadu kreatívcov v konečnom dôsledku išlo o bežné zákazky. Je však možné, že tieto zákazky by v niekoľkých prípadoch bez podpory, ktorú MSP na ich úhradu získali cez KV neboli zadané. Pre väčšinu kreatívcov v zásade nebolo podstatné, či je služba platená prostredníctvom KV alebo z iných zdrojov.

Uvedené zisťovanie rozšíril realizovaný dotazníkový prieskum s MSP, ktoré získali KV. Respondenti hodnotili aj pridanú hodnotu kreatívnych voucherov, z viacerých pohľadov:

- Reagovali sme na rastúcu konkurenciu
- Inovovali sme svoje produkty alebo služby
- Lepšie sme vyhoveľi požiadavkám našich zákazníkov, alebo subdodávateľov
- Zlepšili sme naše postavenie na trhu
- Zmenili-zlepšili sme náš biznis model
- Zachytili sme nové obchodné príležitosti
- Zlepšili sme naše ekonomické výsledky
- Zlepšili sme marketing našich produktov a služieb

Najväčšie zlepšenie vidia respondenti v marketingu svojich produktov a služieb, kde pozitívne reagovalo 81% odpovedajúcich (odpoveď určite áno a skôr áno). Zároveň viac ako polovica odpovedajúcich výrazne súhlasila s pozitívnym vplyvom kreatívnych voucherov na firmu (odpoveď určite áno). Iba 6% respondentov nevidelo pridanú hodnotu kreatívnych voucherov na ich marketing. Neutrálny postoj vyjadrilo 12% odpovedajúcich.

Súhlas s vplyvom kreatívnych voucherov prevládal aj berúc do úvahy požiadavky zákazníkov a subdodávateľov, kde zlepšenie vďaka voucherom vnímalo 77% odpovedajúcich (odpoveď určite áno a skôr áno). Pre 6% respondentov nebol podstatný vplyv kreatívnych voucherov na zlepšenie reakcie na požiadavky zákazníkov. 17% odpovedajúcich reagovalo odpoveďou „ani áno ani nie“.

Podobný vplyv mali kreatívne vouchery aj na nové obchodné príležitosti, kde zlepšenie vidí 76% odpovedajúcich. Pre 8% neboli kreatívne vouchery dôležité pre zachytenie nových obchodných príležitostí (odpoveď určite nie a skôr nie). Zostávajúcich 17% tlmočilo neutrálny postoj.

Významný vplyv kreatívnych voucherov videli respondenti aj v možnosti inovovať svoje produkty a služby, kde sa pozitívne vyjadrilo 74% odpovedajúcich. Malá časť odpovedajúcich (9%) neinovovala svoje produkty vďaka kreatívnym voucherom.

Rovnakú významnosť vyslovili respondenti aj zlepšeniu postavenia na trhu vďaka kreatívnym voucherom. Súhlasilo s ňou 74% odpovedajúcich. Táto možnosť bola významnou a všeobecne pozitívne prijímanou, pretože len 2,5% nesúhlasilo s vplyvom na inováciu produktov.

Box 11: Prípadová štúdia využitia kreatívneho vouchera

Hlavné zistenia, ktoré prípadová štúdia indikuje:

- Inovácie, ktoré KV prinášajú, obyčajne nemajú zásadný význam v celospoločenskom kontexte, z pohľadu konkrétnej firmy sú však často významné
- Podpora prostredníctvom KV je pre realizáciu jednotlivých inovácií zásadná, bez KV často zostávajú nezrealizované
- Vo väčšine prípadov KV prinášajú inovácie procesného charakteru, ktoré majú potenciál zvýšiť efektivitu firmy, ich zavádzanie však často ohrozuje existujúce pracovné miesta
- Podpora prostredníctvom KV je pre firmy atraktívna, jej realizácia je však pre jednotlivcov z podnikateľského prostredia stále náročná

Firma XY, s.r.o. vznikla v roku 2008 v Galante. Predmetom podnikania je prevádzka autokempingu, poskytovanie ubytovania a prevádzka bufetu. Realizácia činnosti má sezónny charakter, čomu je prispôsobená aj personálna stratégia firmy. Firma má jedného zamestnanca na trvalý pracovný pomer. Počas sezóny, ktorá trvá približne od začiatku mája do konca septembra, firma zamestnáva cca 10 brigádnikov, zväčša študentov alebo dôchodcov. Náklady na jedného brigádnika mesačne predstavujú cca 800 EUR. Obrat firmy v roku 2020 dosiahol cca 120 000 EUR.

Majiteľka firmy XY sa o existencii kreatívnych voucherov dozvedela v roku 2019 od obchodného partnera, ktorý podporu využil v prospech tvorby on-line obchodu a kampane na sociálnych sieťach.

Typ podpory majiteľku firmy zaujal, nakoľko prítomnosť firmy XY v online priestore je veľmi slabá. Vzhľadom na typ podnikania, firma tiež dlhodobo plánuje investovať do on-line rezervačného a elektronického recepčného systému, pričom oba systémy by boli vzájomne prepojené. Aktuálne sa rezervácie ubytovania a zápis hostí vykonáva manuálne, čo je v čase sezóny veľmi náročné, pomalé a s vysokým rizikom chybovosti. Zavedenie elektronického recepčného systému by okrem manuálneho zápisu do knihy hostí odbúral aj samostatnú evidenciu a zápis mestskej dane a samostatnú evidenciu zahraničných hostí pre potreby cudzineckej polície.

Autokemping má kapacitu cca 2000 ubytovaných ľudí čo predstavuje cca 150 obytných automobilov/prívesov, cca 500 stanov a 10 zrubov. Pri uvedenom počte jednotiek sú náklady na nákup bežne dostupných recepčných systémov veľmi vysoké a presahujú sumu 10 000 EUR. Okrem toho, špecifické potreby autokempingu nie sú naplnené na trhu bežne dostupnými recepčnými a rezervačnými systémami, ktoré sú vytvárané pre potreby hotelov. Najvhodnejším z dostupných riešení je naprogramovať samostatný modul určený len pre potreby konkrétneho autokempingu. Kreatívny voucher je majiteľkou firmy považovaný za ideálny nástroj pre získanie takéhoto riešenia.

Majiteľka firmy sa preto o možnosť podpory prostredníctvom KV začala zaujímať bezprostredne po získaní prvej informácie. Toto sa stalo v roku 2019, kedy výzva bola už uzatvorená, pracovníci SIEA jej preto odporučili sledovať stránku www.vytvor.me.

Majiteľka firmy nemala predchádzajúcu skúsenosť s čerpaním podpory z verejných zdrojov, podobnú pomoc nikdy nevyužila. Napriek tomu, že príručku pre žiadateľa prečítala ešte v roku 2019, ako sama povedala „...roky sa živím podnikaním, myslím si, že v podnikaní sa viem pohybovať. Mnohým veciam uvedeným v príručke som však vôbec nerozumela a netušila som, čo si mám pod uvedenými informáciami predstavovať. Rovnako som nevedela odhadnúť náročnosť a dôležitosť jednotlivých krokov. Keď som teda v roku 2020 chcela žiadať o podporu, prihláške som sa začala venovať približne týždeň pred termínom, čo som samozrejme, vzhľadom na potrebu realizovať prieskum trhu pred podaním prihlášky nestihla“.

Majiteľka firmy XY podala žiadosť o podporu v roku 2021. Systém pre podanie žiadosti bol v roku 2021 otvorený týždeň, majiteľka firmy XY žiadosť podala štvrtý deň po otvorení systému. Vzhľadom na vysoký záujem, podaná žiadosť sa dostala iba do čakárne. Kreatívny voucher v tomto prípade, napriek veľkému záujmu, teda doposiaľ nebol realizovaný.

Zavedenie špeciálne vytvoreného elektronického rezervačného a recepčného systému, ktorý predstavuje náklad cca 6 000 EUR pre firmu XY znamená zefektívnenie služieb pre ubytovaných zákazníkov v podobe prehľadného on-line rezervačného systému a zásadné skrátenie čakania pri zápise na recepcii. V neposlednom rade tiež predpokladá zníženie náporu na personálne kapacity o približne jeden a pol brigádnika, čo znamená úsporu cca 1 200 EUR/mesačne. S ohľadom na pretrvávajúci nedostatok voľnej a kvalifikovanej pracovnej sily na trhu, zníženie počtu brigádnikov pre firmu XY predstavuje aj úľavu v procese najímania pracovníkov.

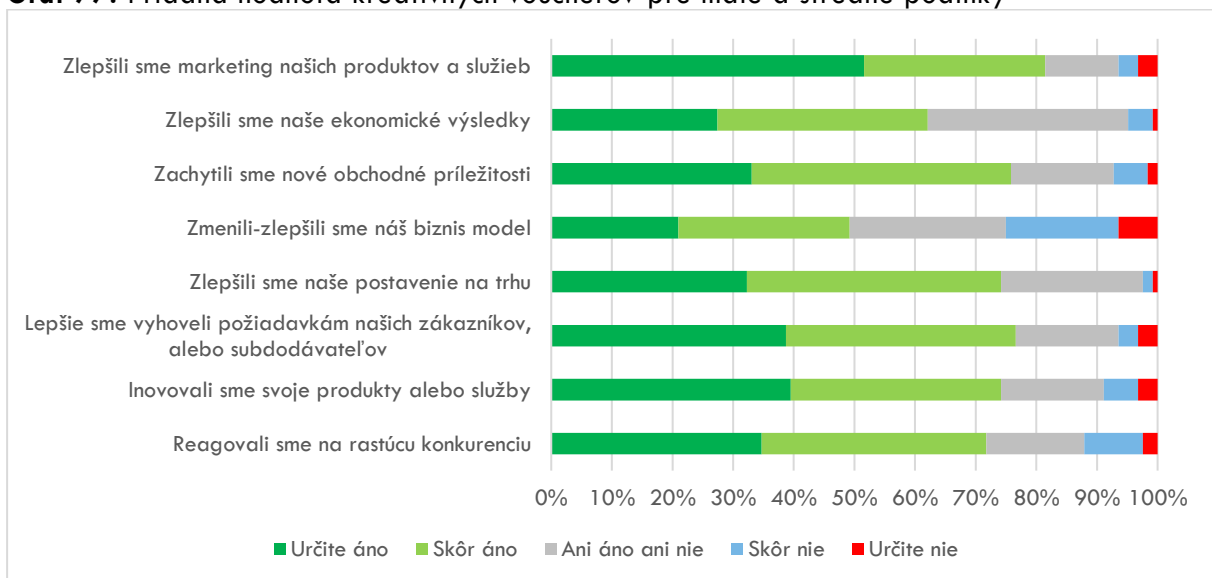
Inováciu, ktorú firma XY vďaka kreatívnemu voucheru očakáva síce z celospoločenského aspektu nemožno považovať za významnú, pre uvedenú firmu má však, podľa vyjadrenia majiteľky, zásadný význam.

Významnú pomoc predstavovali kreatívne vouchery aj v reakcii na rastúcu konkurenciu, kde súhlasilo s ich vplyvom 72% respondentov. Neutrálne reagovalo 16% odpovedajúcich (označili odpoveď ani áno ani nie). Pre 12% nepôsobili KV na zlepšenie tohto faktora.

Kreatívne vouchery pôsobili aj na zlepšenie ekonomických výsledkov, s čím súhlasilo 62% zúčastnených. Len 5% vyjadrilo nesúhlas, že by sa ich ekonomické výsledky zlepšili vďaka kreatívnym voucherom. Tretina odpovedajúcich zachovala neutrálny prístup.

Za najmenší prínos kreatívnych voucherov je pokladaný vplyv na zlepšenie biznis modelu podniku, s čím súhlasilo len 49% zúčastnených. Malý vplyv potvrdzuje aj vysoký (25%) podiel odpovedajúcich, ktorí neprikladajú význam kreatívnym voucherom pri zmene biznis modelu firmy.

Graf 77: Pridaná hodnota kreatívnych voucherov pre malé a stredné podniky

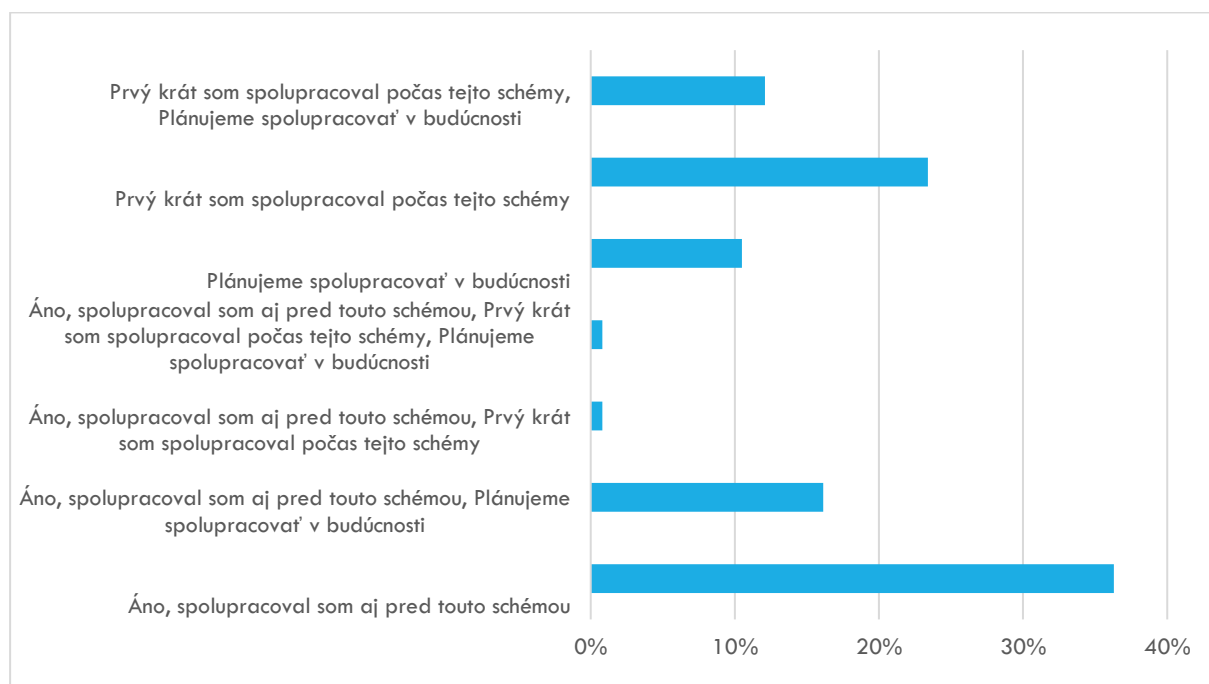


Zdroj: vlastné spracovanie

Významným faktorom je potreba spolupráce s rôznymi typmi externých organizácií v oblasti inovačného rozvoja. V rámci prieskumu sa spolupráca zisťovala s cieľom zlepšenia konkurencieschopnosti podniku (napríklad prostredníctvom inovácií produktov a služieb a/alebo zlepšenia marketingu a predaja).

Väčšina zúčastnených (54%) už v minulosti spolupracovala s príjemcom kreatívneho voucheru s cieľom zlepšenia konkurencieschopnosti ich podnikania. Až 40% odpovedajúcich má aj v budúcnosti záujem o zapojenie sa do schémy kreatívnych voucherov.

Graf 78: Stav spolupráce s príjemcom kreatívneho vouchera



Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci dotazníkového zisťovania hodnotili pridanú hodnotu aj subjekty kreatívneho priemyslu, ktoré sa zapojili do schémy.

Hodnotili zlepšenie v nasledovných oblastiach:

- Lepšie sme vyhoveľi požiadavkám našich existujúcich zákazníkov
- Získali sme nových zákazníkov
- Získali sme nové kontakty
- Získali sme skúsenosti v novej oblasti
- Zachytili sme nové obchodné príležitosti
- Zlepšili sme naše ekonomické výsledky

Zástupcovia firiem videli pridanú hodnotu najmä v lepšom naplnení požiadaviek existujúcich zákazníkov. S týmto tvrdením súhlasilo 59% odpovedajúcich. (odpoveď určite áno a skôr áno). Naopak 27% opýtaných nevidelo zlepšenie v tomto smere (odpoveď nie a určite nie). 14% odpovedajúcich zaujalo neutrálny postoj (odpoveď ani áno ani nie).

Viac ako polovica (52%) respondentov vidí zlepšenie vďaka kreatívnym voucherom v ich ekonomických výsledkoch (odpoveď určite áno a skôr áno). Pre 25% odpovedajúcich nemalo zapojenie sa do schémy vplyv na ekonomickú oblasť ich podnikania. Neutrálny postoj vyjadrilo 23% odpovedajúcich.

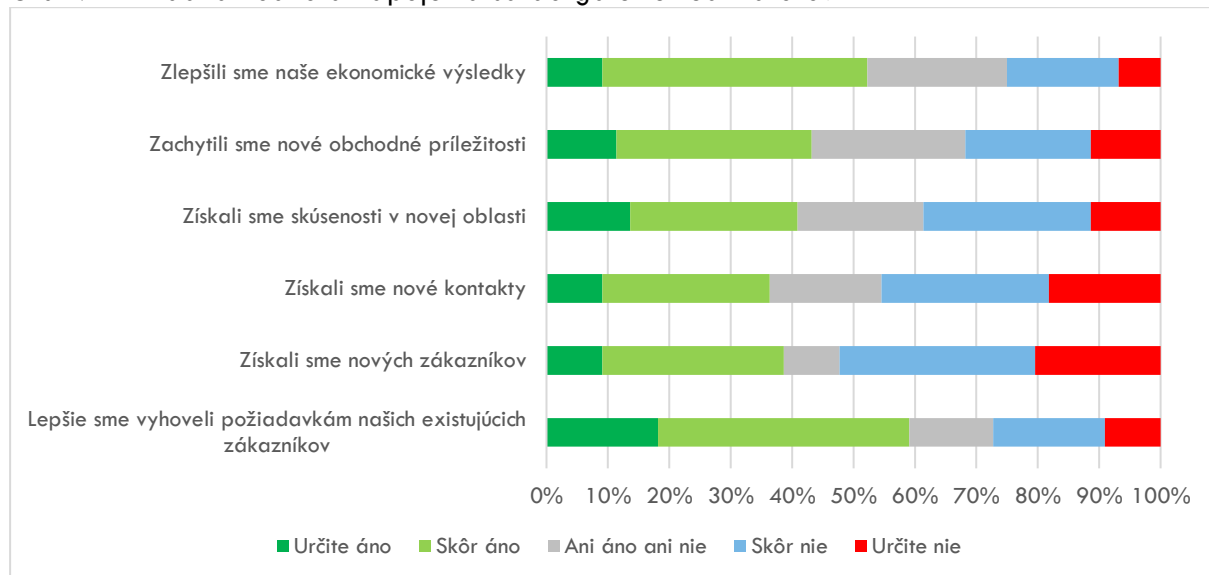
Za prínosné pokladalo 43% odpovedajúcich aj zachytenie nových obchodných príležitostí. Pričom však 32% túto oblasť nepokladalo za dôležitú, čím sa znížila všeobecná užitočnosť voucherov ako prostriedku na zaobstaranie si nových obchodných príležitostí. 25% odpovedajúcich uviedlo možnosť ani áno ani nie, čím vyjadrili nestrannosť.

Získanie skúseností v nových oblastiach nebolo považované za prínosné vďaka kreatívnym voucherom. 41% respondentov súhlasilo, že vďaka voucherom získali nové skúsenosti. Ale 39% respondentov zaujalo negatívne stanovisko k takémuto prínosu a označilo odpoveď „skôr nie“ alebo „určite nie“. 20% odpovedajúcich vyjadrilo neutrálne stanovisko.

Kreatívny voucher podľa odpovedajúcich nevýznamne prispel k získavaniu nových zákazníkov. Len 39% odpovedajúcich súhlasí s tvrdením, že vďaka voucheru získali nových zákazníkov. Naopak 52% nesúhlasí, že by sa im podarilo získať vďaka voucherom nových zákazníkov (odpovedali určite nie a skôr nie).

Podobná situácia je aj s faktorom získavania nových kontaktov. Za nedôležitý ho považuje 45% odpovedajúcich. Dôležitým je len pre 36% respondentov, čím sa zaraďuje do faktorov, ktoré sú menej dôležité pre fungovanie firmy. V tomto prípade štvrtina odpovedajúcich prezentovala nezaujatý postoj (odpoveď ani áno ani nie).

Graf 79: Pridaná hodnota zapojenia sa do galérie realizátorov



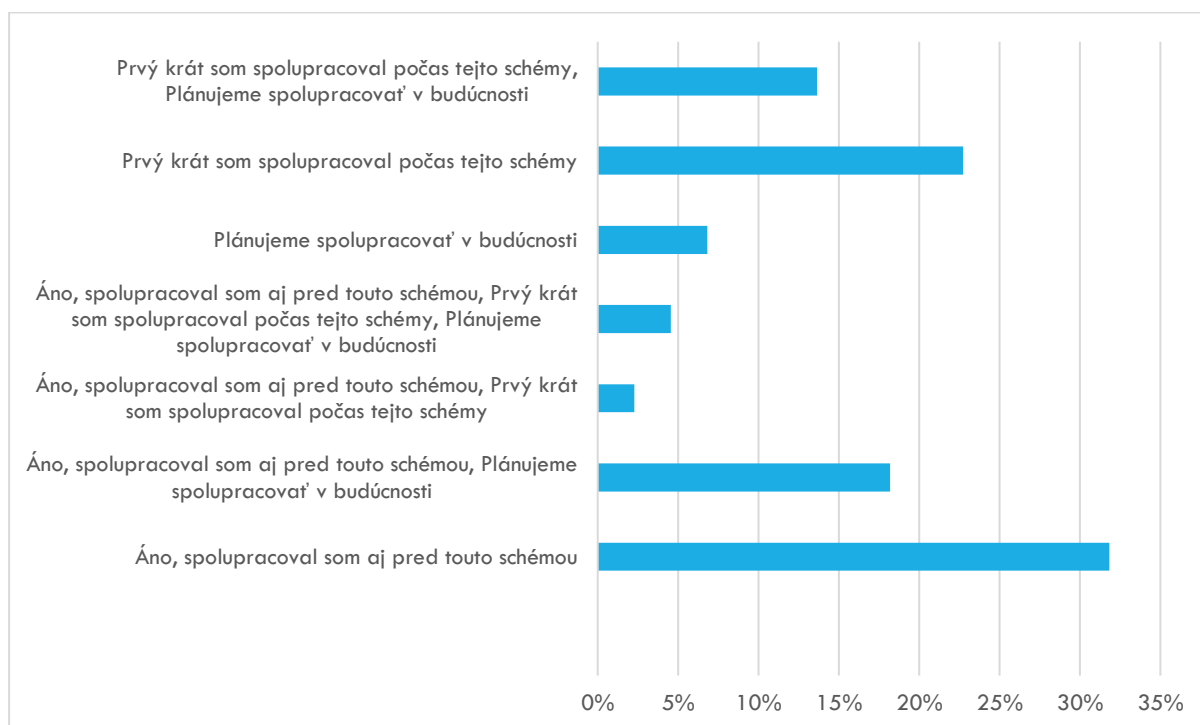
Zdroj: vlastné spracovanie

Respondenti vidia pridanú hodnotu takéhoto grantu aj v iných oblastiach, ktoré vyjadrili slovami:

- „Naučili sme sa pracovať s grantmi.“
- „Projekty nerealizované pre ich náročnosť a neistotu ich úspechu sa dajú touto formou zrealizovať, čím vznikajú nové príležitosti a rozvoj obchodných vzťahov!“

Väčšina zúčastnených (57%) už v minulosti spolupracovala s príjemcom kreatívneho vouchera, pričom 48% odpovedajúcich doteraz získalo len jeden voucher. Až 89% odpovedajúcich má aj v budúcnosti záujem o zapojenie sa do schémy kreatívnych voucherov.

Graf 80: Stav spolupráce s príjemcom kreatívneho vouchera



Zdroj: vlastné spracovanie

V rámci dotazníkového prieskumu boli zisťované aj dôvody budúceho zapojenia a nezapojenia sa respondentov do schémy kreatívnych voucherov. Dôvody respondentov, ktorí sa chcú v budúcnosti zapojiť do schémy kreatívnych voucherov boli:

- „Finančná podpora a možnosť zmysluplne pomôcť zákazníkovi, ktorému podpora umožní dostať sa k riešeniu, na ktoré by nemuseli mať dostatok vlastných prostriedkov.“
- „Vďaka voucherom sme sa dostali k zaujímavým zákazkám.“
- „Pre klientov je to výhodné. Dostanú viac muziky za menej peňazí“ resp. Majú nižšie počiatkové náklady.
- „Nové obchodné príležitosti, nové kontakty.“
- „Získať finančné príspevky na rozvoj firmy.“
- „Je to veľmi transparentná forma podpory kreatívneho priemyslu a potrebná pre Slovensko ako "sol" a ešte viac po pandémie. Minimalizuje priestor na korupciu a dáva príležitosť odberateľom realizovať svoje plány práve pre ekonomické "zlacnenie" projektov, ktoré sa obávali realizovať.“
- „Je to pomoc pri rozbiehaní projektov.“

5. ZÁVERY, ZISTENIA A ODPORÚČANIA

Táto práca sa zamerala na posúdenie vybraných efektov finančnej a nefinančnej pomoci MSP poskytovanej prostredníctvom nasledujúcich národných projektov:

- Národný projekt NPC II – BA kraj – Kód projektu 3130411861
- Národný projekt NPC v regiónoch – Kód projektu 3130311870
- Podpora rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku – Kód projektu 313000K874

Hodnotenie ukázalo na prínosy implementovaných podporných schém a potenciál využitia v ďalšom období. Pre maximalizáciu efektov je však odporúčané venovať pozornosť niektorým oblastiam, v ktorých je odporúčané vykonať zlepšenia. Niektoré odporúčania sú smerované k možnému využitiu v programovom období 2021-2027.

V rámci hodnotenia boli identifikované rôzne pozitívne, ako aj negatívne zistenia na základe ktorých sú navrhované rôzne typy opatrení v prípade nefinančnej, ale aj finančnej podpory.

5.1 Závěry v oblasti nefinančnej podpory

Hodnotiaca otázka č. 1: Aká je štandardná metodológia hodnotení podobnej podpory vo vyspelých krajinách OECD?

Široko využívané prístupy hodnotenia efektov podpory MSP sú založené na postupnej gradácii hodnotenia. Metodika rozoznáva tri kroky vo fáze monitoringu a ďalšie tri vo fáze evaluácie. V prvých troch krokoch sa podporná schéma implementuje a monitoruje. Zberajú sa názory prijímateľov na priebeh implementácie schémy, a s určitým časovým odstupom, aj na jej pridanú hodnotu. Komplexnejší prístup predstavujú ďalšie kroky hodnotenia, kedy sa porovnáva výkon podporených subjektov s nepodporenými subjektami. V piatom kroku sa uskutočňuje kontrafaktuálna analýza na základe tvorby štatisticky validnej kontrolnej vzorky. Tento prístup však neumožňuje eliminovať niektoré nepozorované externé faktory, ako je napr. samovýber, ktoré sú ošetrené systémovým prístupom v šiestom kroku prostredníctvom tvorby špeciálnych kontrolných skupín.

Hodnotiaca otázka č. 2: Nakoľko je cieľová skupina podnikov totožná s typickou vzorkou podnikov v regióne

Na základe jednoduchého ukazovateľa - intenzita regionálnej pomoci - sme indikovali, ako sa regionálne distribuovala projektová pomoc vzhľadom na ekonomický potenciál regiónu (NUTS III). Môžeme konštatovať, že kraje s intenzívnejšou pomocou sú Banskobystrický kraj, Košický kraj, Trenčiansky kraj a Žilinský kraj. Na druhej strane Trnavský kraj, Nitriansky kraj a Prešovský kraj môžeme hodnotiť ako regióny s nižšou intenzitou pomoci. Druhým spôsobom bolo využitie lokalizačného koeficienta, ktorý sme kvantifikovali samostatne pre právnické osoby a pre fyzické osoby. Vysoké nadproporcionálne zastúpenie medzi benefitujúcimi podnikmi vykazuje sektor K - Finančné a poisťovacie činnosti (avšak vzhľadom na celkovú nízku hodnotu služieb tohto sektora to nepovažujeme za nedostatok). Vysoký podiel sektora G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov medzi benefitujúcimi podnikmi zodpovedá viac-menej jeho postaveniu v rámci ekonomiky. Benefitujúce PO z odvetvia priemyselnej výroby majú pomerne proporcionálne zastúpenie vzhľadom k zastúpeniu všetkých PO v odvetví priemyselnej výroby v jednotlivých regiónoch (okrem Žilinského kraja, ktorý má nízke zastúpenie). V prípade Bratislavského kraja výsledky analýzy ukázali, že benefitujúce subjekty mali pomerne rovnomerné zastúpenie, teda zodpovedali typickej vzorke podnikov v Bratislavskom regióne. Mierne nadproporcionálne zastúpenie bolo len v prípade sektorov: J - Informácie a komunikácia a K - Finančné a poisťovacie činnosti.

Hodnotiacia otázka č. 3: **Aká je štruktúra podnikov benefitujúcich z podpory v rámci NPC z hľadiska odvetvovej príslušnosti a štruktúry aktív?**

Analýza poskytnutých služieb z hľadiska odvetí ukázala najvyššiu koncentráciu poskytnutých služieb v mimo bratislavských regiónoch v sektore G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov (19%) a M - Odborné vedecké a technické činnosti (18 %). V rámci priemyselnej výroby, ktorá má 12%-ný podiel na hodnote služieb poskytnutých NPC má najvyšší podiel odvetvie 25 Výroba kovových konštrukcií okrem strojov a zariadení. Z hľadiska štruktúry podľa technologickej náročnosti má síce najväčší podiel zastúpenie odvetí menej znalostne intenzívnych trhových služieb, ale na druhom mieste sú znalostne intenzívne trhové služby. Relatívne veľké zastúpenie služieb s vysokou znalostnou intenzitou je skôr charakteristické pre mestské ekonomiky a väčšie sídla. Projekt teda prispieva najmä k tomuto "segmentu" národnej ekonomiky. V Bratislavskom kraji bola odvetvová štruktúra benefitujúcich subjektov podobná; vysoké zastúpenie mali sektory: M - Odborné vedecké a technické činnosti (26%); J - Informácie a komunikácia (21%); G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov (14%); C - Priemyselná výroba (8%). V prípade podporených MSP mal vývoj priemerných aktív, tržieb, vlastného imania ako aj pridanej hodnoty rastúcu tendenciu. Vývoj hospodárskeho výsledku medzi rokmi 2016 a 2017 rástol. V nasledujúcom období bola v prípade podnikov podporených v rámci regiónov zaznamenaná stabilizácia vývoja, resp. mierny pokles pri podnikoch podporených v rámci NPC II – BA kraj.

Hodnotiacia otázka č. 4: **Aký je profil firiem (z pohľadu štádia životného cyklu podniku), ktoré sa obracajú na NPC?**

Z hľadiska vekového profilu firiem v mimo bratislavských regiónoch prevažujú firmy do troch rokov (a to tak v prípade PO ako aj FO - podnikateľov). V prípade bratislavského regiónu sme zistili odlišnú štruktúru než v mimo bratislavských regiónoch. Aj keď prevažujú subjekty (FO - podnikatelia PO) do troch rokov, v tejto kategórii nie je koncentrácia podnikov taká vysoká ako v mimo bratislavských regiónoch, pričom v kategórii 4 až 10 ročných podnikov sa nachádza významný podiel benefitujúcich podnikov. Rozdiel v pomere firiem do 3 rokov a nad 3 roky je spôsobený najmä nastavením MÚ v NPC BA a v NPC Regióny. V NPC Regióny sa kladie väčší dôraz na zapojenie podnikov do 3 rokov. Preto sa nastavenie výziev a nábor klientov zameriava na túto skupinu.

Hodnotiacia otázka č. 5: **Aké sú vstupné predstavy klientov o tom, čo malo NPC poskytovať a existujú nejaké bariéry pre klientov, ktorí majú záujem o podporu?**

Vstupné predstavy klientov sa líšia v závislosti od toho o aký typ klienta sa jedná. Klienti nepodnikatelia očakávali predovšetkým získanie nových poznatkov, motivácie, inšpirácie, zdieľanie skúseností. Klienti podnikatelia očakávali konkrétne, praktické rady týkajúce sa ich podnikania. Medzi hlavné bariéry pre klientov je možné zaradiť nízke povedomie verejnosti o aktivitách NPC a s tým súvisiacu nedostatočnú propagáciu a takisto aj administratívnu náročnosť spojenú s čerpaním pomoci z NPC.

Hodnotiacia otázka č. 6: **Aký je relatívny záujem o jednotlivé druhy služieb a ktoré faktory to ovplyvňujú?**

Záujem o jednotlivé druhy služieb sa v priebehu jednotlivých rokov realizácie projektu zvyšoval. Vysoký záujem bol predovšetkým o Rastový program v skupine klientov podnikateľov a Akceleračný program v skupine klientov nepodnikateľov. V kategórii podnikov bolo v rámci regionálnych NPC najvyužívanejšou službou krátkodobé individuálne poradenstvo, v prípade bratislavského kraja bolo najviac využívané dlhodobé individuálne poradenstvo. Odlišná bola aj trajektória realizácie, pričom v rámci NPC regióny sa najvyšší podiel poskytnutých služieb realizoval v roku 2020, v prípade NPC II - BA kraj bol najvyšší podiel služieb poskytnutý v rokoch 2018-2019.

Medzi faktory negatívne ovplyvňujúce záujem o jednotlivé služby je možné zaradiť administratívnu náročnosť a nutnosť poskytovania podrobných informácií. Jedným z najvýznamnejších faktorov pozitívne ovplyvňujúcich záujem o služby NPC je proklientský prístup zamestnancov NPC.

Hodnotiaca otázka č. 7: **Ktoré interné a externé faktory (pozitívne a/alebo negatívne) ovplyvňujú účinnosť nefinančnej podpory MSP a ako ovplyvňujú motiváciu klientov obracať sa na NPC?**

	Interné	Externé
Pozitívne	<ul style="list-style-type: none"> • Poskytovanie bezodplatného poradenstva • Zameranie na prax a ponuka riešení so zapojením lektorov so skúsenosťami • Individuálny prístup ku každému klientovi • Možnosť sprostredkovania dlhodobej podpory • Flexibilita jednotlivých centier • Motivovaní a proklientsky orientovaní zamestnanci NPC • Zdieľané infraštruktúrne kapacity • Podpora všetkých typov podnikateľských subjektov 	<ul style="list-style-type: none"> • Záujem firiem o špecializované poradenstvo • Dôvera firiem ktoré využívajú opakovane služby NPC (budovanie značky NPC) • Kvalita a renomé konzultantov • Rastúci záujem expertov o zapojenie do programov • Zmeny ovplyvňujúce podnikanie (trhové, Covid, megatrendy) • Podpora MSP v rámci SR a EÚ a národných politík a programov • Finančné mechanizmy podpory
Negatívne	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatočná viditeľnosť NPC • Administratívna náročnosť poskytovania služieb • Interné kapacity zahltené administratívou • Nároky na zdravie firmy (postupne sa menilo) • Koncentrácia služieb v centre kraja a limitované aktivity v rámci regiónu 	<ul style="list-style-type: none"> • Malý záujem o podnikanie • Nedostatočná spolupráca s inými organizáciami • Suboptimálny ľudský kapitál vo firmách • Obmedzené kapacity inkubátorov (mimo online režim) • Podkapitalizovanie firiem a nepodnikateľov • Slabé prepojenie na vedu a výskum • Vysoké administratívne zaťaženie podnikateľských aktivít • Chýbajúca infraštruktúra v krajoch • Nedostatočná medializácia služieb • Nastavenie verejného obstarávania

Hodnotiaca otázka č. 8: **Aká je spokojnosť klientov NPC s poskytovanými službami?**

Klienti NPC vo všeobecnosti vyjadrovali vysokú mieru spokojnosti so službami NPC. Poskytnuté služby mali pre nich vysokú pridanú hodnotu. Klienti uvádzali prínos v podobe získania nových poznatkov, nasmerovania podnikania, diskusie s odborníkmi a nových kontaktov. Pozitívne bola hodnotená predovšetkým komunikácia zamestnancov NPC a odborné rady skúsených expertov.

Hodnotiaca otázka č. 9: **Aké sú aktuálne a očakávané potreby podnikov v oblasti poskytovanej podpory a odporúčania pre ďalšie obdobie, využitie nefinančných podpôr, grantov a finančných nástrojov a v členení podľa regiónov (vzhľadom na regionálne ekonomické špecifiká)?**

Klienti na základe doterajšej spokojnosti s poskytovanými službami vyjadrovali záujem o využívanie služieb aj v ďalšom období. Z pohľadu klientov by bolo prínosné zameranie budúcej podpory na konkrétne, praktické výstupy. Vysoký záujem deklarovali aj o iné ako nefinančné formy podpory, primárne nenávratné granty. Poradenstvo by malo reflektovať rôzne potreby klientov a reagovať ich meniace sa potreby. Potrebné je zväziť zlepšenie informovanosti siete NPC o všetkých formách podpory (nie len EŠIF), aby ich NPC mohlo priamo sprostredkovať podnikateľom. Pre naplnenie potrieb klientov NPC získať okrem poradenstva aj finančné zdroje, je možné zvažovať umožnenie poskytovania grantovej podpory priamo v rámci NPC. Grantová podpora by mohla mať napr. formu administratívne zjednodušeného finančného vouchera.

Čo sa týka očakávaných potrieb podnikov a odporúčaní pre ďalšie programové obdobie, z prieskumu vyplynulo zistenie o vysokom záujme o krátkodobé individuálne poradenstvo, pričom záujem v bratislavskom kraji bol o niečo vyšší ako v ostatných regiónoch. Vysoký záujem bol zistený aj v prípade dlhodobého individuálneho poradenstva, kde bol mierne vyšší záujem v mimo bratislavských regiónoch. Záujem o špecializované skupinové poradenstvo malo iba 47% respondentov z bratislavského kraja a 40% z ostatných regiónov. V bratislavskom kraji bol zaznamenaný o niečo vyšší záujem o podporu zameranú na nadviazovanie spolupráce ako v mimo-bratislavských regiónoch.

Čo sa týka budúceho záujmu o finančnú podporu, najvyšší záujem bol zaznamenaný v prípade podpory do 50 000 EUR. Záujem o zvýhodnené úvery bol relatívne nízky vo všetkých regiónoch. Najnižší záujem malých a stredných podnikov zapojených do prieskumu bol zistený v prípade rizikového kapitálu.

5.2 Identifikované zistenia a návrhy odporúčaní v oblasti nefinančnej podpory

Z hodnotenia vyplynulo, že pre zefektívnenie činnosti a maximalizáciu efektov je vhodné realizovať (aj v pripravovanom období) opatrenia na i. projektovej úrovni, ii. úrovni Operačného programu a iii. národnej a nadnárodnej úrovni.

Zistenia a odporúčania na úrovni projektu:

Zistenie č. 1: V súčasnosti NPC poskytujú špecifické služby lokalizované v regionálnych centrách, kde majú založené pobočky.

Odporúčanie: V prípade niektorých NPC pôsobiach v blízkosti najmenej rozvinutých regiónov je možné zvážiť vybudovanie vysunutých pracovísk (všetkých programov), ktoré by poskytovali služby v týchto regiónoch so zohľadnením regionálnych špecifik (napr. Gemer-remeslá). S cieľom maximalizácie efektov a minimalizácie nákladov by tieto vysunuté pobočky mohli fungovať len vo vyhradených dňoch v mesiaci (obmedzená doba), pričom činnosť by bola zabezpečovaná pracovníkmi pôsobiacimi v regionálnych centrách a nedošlo by k navýšeniu personálnych kapacít. Vysunuté pobočky by mohli poskytovať služby v spolupráci s lokálnymi municipalitami, príp. inými aktérmi (typu n.o.). Taktiež je vhodné zvážiť dobudovanie Creative pointov vo všetkých regiónoch, príp. podporiť prepojenia regionálnych NPC na už existujúcu podpornú infraštruktúru (napr. typu FabLab). To by znížilo geografické/logistické bariéry využívania služieb rôznym, a to aj znevýhodneným cieľovým skupinám.

Zistenie č. 2: Projekty podpory MSP sú implementované v synergii s inými aktivitami realizovanými SBA, čo vytvára predpoklady pre maximalizáciu možných efektov.

Odporúčanie: Je vhodné rozšíriť spektrum poskytovanej podpory tak, aby dopĺňala poskytovanú nefinančnú podporu o iné typy najmä finančných mechanizmov (napr. vouchre, finančné nástroje) aj v spolupráci s inými aktérmi (napr. SIH, SLOVCA). Sieť NPC má potenciál poskytovať aj iné informácie rôznym typom MSP (napr. o výzvach vyhlásených MH SR).

Zistenie č. 3: Prieskum ukázal na suboptimálny informačný tok medzi jednotlivými NPC, ale aj programami, ktorý je citelný najmä na úrovni výkonných pracovníkov.

Odporúčanie: Je potrebné zlepšiť výmenu informácií, znalostí a skúseností so zameraním na riešenie praktických problémov na všetkých úrovniach riadenia siete NPC. To môže podporiť poskytovanie služieb klientom využívajúcich NPC (napr. prepojenie Creative point na Akceleračný program). Taktiež je vhodné lepšie naviazať informačné prepojenia s inými národnými projektami (min. v gescii MH SR), ktoré je potrebné vnímať ako ucelený systém poskytovania rôznych typov služieb určených cieľovým skupinám. Deliace línie rôznych národných projektov predstavujú formálne určenie priestoru pre realizáciu aktivít tak, aby nedochádzalo k duplicitám v rámci budovaného podporného systému. Sieť NPC by mala predstavovať prvý kontakt s cieľovými skupinami, pričom by mala byť schopná poskytovať komplexné informácie o všetkých typoch podpôr poskytovaných nezávisle aj inými typmi organizácií.

Zistenie č. 4: V rámci realizácie projektov je zrejmá snaha o postupné zefektívňovanie činností. Niektoré interné procesy, napr. procesy potrebné pre schvaľovanie poskytnutia niektorých typov podpôr sú však vysoko formalizované a centralizované.

Odporúčanie: Je vhodné umožniť jednak decentralizáciu (vybraných) rozhodovacích procesov, tak aby boli jednotlivé NPC pôsobiace v regiónoch samostatne schopné cielenejšie podporovať perspektívne subjekty. Taktiež je vhodné skrátiť periodicitu zasadnutí príslušných komisií čo skráti dobu medzi podaním žiadosti a reálnym poskytnutím služby MSP.

Zistenie č. 5: Klienti veľmi negatívne vnímajú administratívu nevyhnutnú na čerpanie pomoci poskytovanej sieťou NPC. Pandémia koronavírusu priniesla aj pozitívum v podobe zjednodušenia administratívy, nakoľko konzultačné listy bolo možné podpisovať online a využívať elektronický podpis.

Odporúčanie: Je potrebné všetky procesy zjednodušiť v čo možno najvyššej miere. Administratívu, ktorú je možné realizovať online, teda nie je nutné zasielanie dokumentov poštou, prípadne fyzicky v priestoroch NPC, vnímajú klienti ako nižšie bremeno.

Zistenie č. 6: Záujem o služby je rôzny, pričom niektoré typy služieb nie je možné poskytovať všetkým záujemcom.

Odporúčanie: Je vhodné rozšíriť možnosti poskytovania služieb o ktoré majú MSP vysoký záujem jednak zvýšením časovej alokácie na klienta, t.j. navýšením počtu hodín nad rámec súčasných limitov. Taktiež je potrebné priebežne zvyšovať celkovú alokáciu zdrojov na atraktívnejšie programy.

Zistenie č. 7: Respondenti z prostredia NPC uvádzali, že vážnym problémom projektov/poskytovaných služieb je ich malá viditeľnosť v prostredí MSP aj napriek realizovaným aktivitám (najmä na sociálnych sieťach).

Odporúčanie: Je vhodné realizovať cieľenú systematickú informačnú kampaň (podlinkovú, nadlinkovú) s cieľom zvýšenia povedomia cieľových skupín o NPC a poskytovaných službách.

Zistenie č. 8: V prípade konzultácií, ale aj školení je zásadným faktorom kvalita školiteľa, či mentora. Podľa výpovedí pracovníkov NPC nie všetci kvalitní externí konzultanti (školitelia, mentori, lektori) boli schopní poskytovať služby z dôvodu ponúkanej odmeny, ktorá v niektorých odvetviach bola výrazne pod trhovou cenou. Taktiež nebolo možné zapojiť do poskytovania služieb renomovaných odborníkov, ktorí nespĺňali nastavené formálne kritériá.

Odporúčanie: Je potrebné flexibilnejšie nastavovať možnosti ohodnocovania a výberu expertov so zachovaním vysokej kvality poskytovaných služieb. V prípade Creative point je taktiež vhodné umožniť zapojenie externých odborníkov v pozícii lektora.

Zistenie č. 9: Koronakríza katalyzovala zvýšenie poskytovanie špecializovaného poradenstva v online priestore. Podujatia sú organizované jednotlivými NPC, pričom využívajú najmä lokálne kapacity.

Odporúčanie: Pokračovať v poskytovaní širokej škály online služieb (školení, konzultácií, sieťovania, etc.) so zapojením renomovaných odborníkov, ktorí nebudú regionálne ukotvení. Je potrebné umožniť vyššiu mieru zapájania čo najkvalitnejších odborníkov nie len na regionálnej báze.

Zistenie č. 10: Zamestnanci administrujúci programy sú vystavení vysokej pracovnej záťaži najmä výkonom rutinných činností, ktoré im v značnej miere neumožňujú v dostatočnej miere komunikovať s klientami.

Odporúčanie: Je vhodné prehodnotiť administratívne zaťaženie a jednotlivé procesy a identifikovať možnosti na automatizáciu, napr. prostredníctvom video nahrávok, na ktorých budú predstavované programy, čo sa v súčasnosti deje osobným predstavením každému klientovi.

Zistenie č. 11: V rámci hodnotení spokojnosti klientov sa ukázalo, že na ich spokojnosť vplýva aj organizačno-technické zabezpečenie aktivít. Manažéri NPC deklarujú v tejto oblasti postupné zlepšovanie. Aktuálne len NPC v Žiline a Košiciach nepôsobia vo vyhovujúcich priestoroch kvôli náročnosti realizácie verejných obstarávaní.

Odporúčanie: Zabezpečenie stabilných priestorov v rámci celej siete NPC.

Zistenie č. 12: Súčasná nastavenie NPC umožňuje poskytovať individuálne poradenstvo klientom podľa ich potrieb avšak bez možnosti zapojenia zahraničných odborníkov. Taktiež existuje potenciál pre poskytovanie poradenstva pre špecifické cieľové skupiny.

Odporúčanie: Je potrebné umožniť využívanie aj zahraničných odborníkov pilotne v špecifických oblastiach individuálneho poradenstva. Na druhej strane v prípade skupinového poradenstva je odporúčané zväžiť realizáciu ďalších podujatí pre špecifické cieľové skupiny, napr. pre skúsených podnikateľov, alebo v odvetvovom rozdelení (napr. gastro).

Zistenie č. 13: Súčasná nastavenie programu podporuje širokú škálu rôznych typov podnikov s limitovanou alokáciou zdrojov na subjekt. Počet podnikov, ktoré využili širokú škálu služieb NPC je relatívne nízky. Podpora neumožňuje špecificky podporovať väčšie množstvo motivovaných subjektov s vysokým potenciálom rozvoja.

Odporúčanie: Je vhodné vytvoriť systémové predpoklady pre podporu rozvoja motivovaných perspektívnych subjektov s trhovým potenciálom. Časť podpory by tak mala umožniť selektovať a komplexne rozvíjať skupinu potenciálnych lídrov/vít'azov z rôznych kategórií MSP. Malo by sa jednať o intenzívnu podporu poskytovanú nad rámec aktuálnych možností poskytovania horizontálnej podpory širokej šále MSP. Je vhodné zväžiť vytvorenie systému na zachytávanie takýchto podnikov a to nie len z pohľadu biznis modelu, ale aj potenciálu ľudských zdrojov (primárne na riadiacich pozíciách).

Zistenie č. 14: Poradenstvo je poskytované rôznym typom pracovných pozícií aj s nízkou pridanou hodnotou pre rozvoj podniku.

Odporúčanie: Je vhodné vo zvýšenej miere podporovať primárne kľúčových aktérov podniku, ako sú majitelia a manažéri, ktorým by sa poskytovali služby s vysokou pridanou hodnotou. Tento typ podpory so zameraním na majiteľov/manažérov vo vyššej miere umožní poskytovať podporu, ktorá bude mať dopad na rozvoj MSP. Podpora typu BOZP školení by mala byť poskytovaná len v obmedzenej miere individuálnym podnikateľom v počiatočných fázach podnikania, mikro podnikom, príp. podnikom z najmenej rozvinutých regiónov.

Zistenie č. 15: Implementácia projektov NPC je realizovaná v administratívne náročnom prostredí EŠIF, ktoré stanovuje rôzne typy podmienok, ktorých výklad a implementácia je kľúčová pre zabezpečenie efektívneho a hospodárneho vynakladania zdrojov.

Odporúčanie: Pre zvýšenie istoty výkladu rôznych požiadaviek a následne zabezpečenie správnej implementačnej praxe na strane SBA/NPC je potrebné v prípade nejasností požiadať poskytovateľa pomoci o výklad a usmernenie oficiálnou cestou.

Zistenia a odporúčania na úrovni Operačného programu:

Zistenie č. 1: Respondenti často uvádzali bariéry spojené s geografickým rozdelením projektov budovania siete NPC (Bratislava, regióny), ktoré vyplynulo z rôznej ekonomickej výkonnosti regiónov SR. V prípade NPC-regióny bolo možné využívať služby bez teritoriálnej viazanosti, t.j. v rámci siedmych samosprávnych krajov bolo možné využívať služby bez zásadných obmedzení. Naopak subjekty z BSK museli využiť služby len v rámci NPC-BA kraj.

Odporúčanie: Je vhodné umožniť poskytovať služby v rámci celej SR bez geografického členenia.

Zistenie č. 2: NPC pôsobia v dynamicky sa meniacom prostredí, čo sa odráža v požiadavkách modifikovať nastavenie relevantných častí projektov, a tým činnosti NPC.

Odporúčanie: Dynamika podnikateľského prostredia je vysoká, čo je potrebné zohľadniť v skracovaní procesov zmenového konania, čím sa podporí snaha o ponuku služieb, ktoré reflektujú meniace potreby cieľových skupín.

Zistenie č. 3: Projekty financované zo zdrojov EŠIF trpia vo všeobecnosti vysokou mierou administratívnej náročnosti, ktorá odráža žiadateľov. V rámci poskytovania nefinančnej podpory došlo k postupnému znižovaniu celkového administratívneho zaťaženia cieľových skupín presunom realizácie administratívnych činností na NPC. Taktiež došlo k prehodnoteniu a úprave niektorých požiadaviek (napr. test podniku v ťažkostiach), čo sa pozitívne odrazilo v oprávnenosti MSP.

Odporúčanie: Je potrebné ďalšie odľahčenie celého systému a prehodnotenie jednotlivých požiadaviek a prístupov, ktoré komplikujú realizáciu projektu. Jedným z problémov je napr. komplikovaný a náročný prístup kategorizácie žiadateľov ako MSP. Je vhodné vytvoriť zjednodušené pravidlá pri pomoci v nižšej výške (napr. niekoľko sto eur).

Zistenia a odporúčania na národnej a nadnárodnej úrovni:

Zistenie č. 1: Sieť NPC podporuje malé a stredné podniky v širokej škále odvetví s vylúčením malého spektra podnikov v poľnohospodárstve.

Odporúčanie: Je vhodné zvážiť možnosť poskytovania týchto typov služieb celému spektru podnikateľských subjektov bez odvetvového/sektorového vymedzenia. Horizontálna podpora vytvára podmienky pre rozvoj širokého spektra MSP a možnosti selekcie podnikov s vysokým potenciálom.

5.3 Závěry v oblasti v oblasti finančné podpory

Hodnotiaca otázka č. 1: Aký je záujem MSP o voucherovú podporu?

Z hľadiska záujmu o podporu prostredníctvom voucherov bol zistený najvyšší záujem MSP (merané počtom žiadostí) v oblasti reklamy a marketingu (44 %), nasledovala oblasť IKT – programovanie (26 %), dizajnu (20 %) a na poslednom mieste bola architektúra (10 %). Viac ako jedna tretina všetkých žiadostí pochádzala z Bratislavského kraja. Najnižší záujem bol v Trnavskom kraji (6%) a Nitrianskom kraji (6%). Z odvetvového hľadiska dominovali žiadatelia zo sektoru G - Veľkoobchodu, maloobchodu a opravy motorových vozidiel (27 %). Z pohľadu kreatívneho priemyslu najviac evidovanou oblasťou bola reklama a marketing (68%). Z regionálneho hľadiska bolo najviac registrovaných realizátorov z Bratislavského kraja (40%). Najmenej evidovaných realizátorov registroval Trenčiansky kraj (5%). Z hľadiska sektorov ekonomických činností realizátorov majú dominantné zastúpenie odvetvia J – Informácie a komunikácie (33%) a M – Odborné, vedecké a technické činnosti. Toto je ovplyvnené charakterom kreatívnych odvetví, na ktoré je projekt zameraný.

Box 12: Rastúci záujem o Kreatívne vouchre

Kreatívne vouchre predstavujú v našich podmienkach relatívne nový a trhovo orientovaný nástroj podporujúci medziodvetvovú spoluprácu. Prvé žiadosti o kreatívny voucher boli podané v roku 2018. V nasledujúcich rokoch došlo k významnému zvýšeniu záujmu o získanie tejto inovatívnej formy podpory. Medziročný nárast záujmu v roku 2019 bol až 755 %. V nasledujúcich rokoch zaznamenaný rast bol však nižší.

Záujem sa odrazil aj v celkovej podpore. V roku 2018 bolo požadovaných na preplatenie 32 kreatívnych voucherov v hodnote skoro 150 tis. Eur. V roku 2020 to bolo až 233 kreatívnych voucherov v hodnote viac ako 1,1 mil. Eur. V roku 2021 bol zaznamenaný ďalší nárast záujmu o získanie, ale aj preplatenie vouchera, čo indikuje záujem o tento typ podpory zameranej na rozvoj medziodvetvovej spolupráce.

Hodnotiaca otázka č. 2: Aký je profil firiem využívajúcich voucherovú podporu?

Z hľadiska štruktúry podporených firiem, situácia kopíruje štruktúru žiadateľov o kreatívny voucher. Dominuje Bratislavský kraj s takmer 40 %-ným zastúpením. Z hľadiska kreatívnych odvetví bolo 36% podpory alokovanej do oblastí reklamy a marketingu, 29% do IKT, 25% do dizajnu a najnižšie zastúpenie mala oblasť architektúry (10%). V prípade kombinácie kreatívnych odvetví a regiónu bol najvyšší podiel podpory (15% z celkového objemu) alokovaný do dizajnu v Bratislavskom kraji. Aj z hľadiska odvetví ekonomických činností podporených žiadateľov je poradie odvetví s najväčším podielom rovnaké ako v prípade registrovaných žiadateľov. Najviac kreatívnych voucherov získali odvetviav nasledujúcom poradí: G - Veľkoobchod a maloobchod oprava motorových vozidiel a motocyklov (takmer 30%), nasleduje odvetvie M - Odborné vedecké a technické činnosti 22,6% a J – Informácie a komunikácie (11%).

Hodnotiaca otázka č. 3: Aký je profil aktérov kreatívneho priemyslu, ktorí v rámci voucherovej podpory poskytujú služby?

Z hľadiska štruktúry realizátorov v delení podľa odvetví ekonomických činností NACE SK dosiahli najvyšší podiel realizátori z odvetví M – Odborné, vedecké a technické činnosti (40,4%) a J – Informácie a komunikácie (38%). Dominantné postavenie týchto dvoch odvetví je pochopiteľné vzhľadom na tematické zameranie kreatívnych voucherov. Najviac zapojených realizátorov pochádza z Bratislavského kraja (až 44%) a najmenej z Trenčianskeho kraja (3%). Taktiež je možné konštatovať, že takmer 1/3 spoluprác je koncentrovaná do Bratislavského kraja. Toto je možné interpretovať vysokým zastúpením podporených žiadateľov, ako aj realizátorov v kraji. Vo väčšine krajov prevláda spolupráca v rámci regiónu (okrem Nitrianskeho kraja a Trenčianskeho kraja), najvyššia miera medziregionálnej spolupráce je medzi realizátormi z Bratislavského kraja a podporenými žiadateľmi z Nitrianskeho kraja (3,3 % zo všetkých spoluprác).

Hodnotiaca otázka č. 4: **Ktoré interné a externé faktory (pozitívne a/alebo negatívne) ovplyvňujú účinnosť zvolených foriem podpory kreatívneho priemyslu a ako vplývajú na motiváciu klientov obracať sa na NP?**

	Interné	Externé
pozitívne	<ul style="list-style-type: none"> • Získanie dodatočných finančných zdrojov pre MSP • Ochota a proklientský prístup zamestnancov SIEA • Snaha zjednodušiť a zefektívniť procesy 	<ul style="list-style-type: none"> • Dôraz na dôležitosť služieb dodávaných KP medzi MSP • Kultivácia podnikateľského prostredia v zmysle skvalitňovanie prezentácie a služieb MSP • Povzbudenie MSP investovať do služieb dodávaných KP
negatívne	<ul style="list-style-type: none"> • Potreba predfinancovať KV zo strany MSP/ Uhradenie sumy KV vopred • Formálny jazyk výziev a sprievodných dokumentov nezrozumiteľný pre MSP • Nedostatočné personálne kapacity SIEA • Dlhé trvanie celého procesu • Administratívna náročnosť • Absencia vhodného IT systému podporujúceho procesné riadenie 	<ul style="list-style-type: none"> • Celospoločenský postoj/Nedôvera voči EŠIF (obavy ohľadom netransparentnosti, korupcie, náročnej administratívy) • Nevyhnutnosť realizácie cenového prieskumu • Absencia komplementárnych prvkov ekosystému zameraného na podporu KP

Hodnotiaca otázka č. 5: **Aké sú vstupné predstavy MSP o tom, čo by mala voucherová podpora prinášať?**

MSP mali relatívne dobrú predstavu o tom čo umožňujú kreatívne vouchre, túto získali po preštudovaní základných informácií. Niektoré MSP by očakávali intenzívnejšiu mieru podpory (výška a intenzita podpory). Z obsahového pohľadu boli očakávania vo väčšine prípadov naplnené, nakoľko tieto sa týkali produktu/služby, ktorú MSP prostredníctvom KV získalo. Postoj MSP k podpore prostredníctvom KV je pomerne pragmatický s možným zameraním na optimalizáciu nákladov. Celkovo však boli očakávania cieľovej skupiny MSP spojené s výrazne nižšou administratívnou náročnosťou, ale aj dĺžkou trvania celého procesu získania kreatívneho vouchera. Množstvo administratívnych úkonov a dokumentov predstavoval z hľadiska MSP negatívny prvok v nastavenej podpore. Z technického pohľadu MSP očakávali, že pôjde o administratívne nenáročnú a rýchlu podporu. Toto očakávanie naplnené nebolo.

Hodnotiaca otázka č. 6: **Viedla podpora prostredníctvom voucherov k inováciám procesov, produktov, alebo služieb prostredníctvom vzájomnej spolupráce MSP s aktérmi kreatívneho priemyslu?**

MSP sa snažili prostredníctvom KV podporiť realizáciu projektov, ktoré mali z pohľadu podniku inovatívny charakter (napr. nová web stránka, spustenie on line predaja). Jednalo sa aj o projekty, ktoré umožnili podnikom vyrovnáť sa aktívnejšej konkurencii. Je teda možné tvrdiť, že KV sú nositeľmi mikro-inovácii realizovaných na úrovni konkrétneho MSP prostredníctvom spolupráce s kreatívnym priemyslom. Za inováciu však môže byť považovaný aj samotný model KV, nakoľko tento sa snaží priniesť spoločenskú zmenu vo forme kultivácie a profesionalizácie MSP. Sieťová analýza ukázala, že schéma kreatívnych voucherov podporuje tvorbu neformálnych regionálnych a odvetvových spoluprác, ktoré majú potenciál podporiť tvorbu inovácií.

5.4 Identifikované zistenia a návrhy odporúčaní v oblasti finančnej podpory

Z realizovaného hodnotenia vyplynulo, že pre zefektívnenie činnosti a maximalizáciu efektov je vhodné realizovať nasledovné opatrenia na i. projektovej úrovni, ii. úrovni Operačného programu a iii. národnej a nadnárodnej úrovni.

Zistenia a odporúčania na úrovni projektu:

Zistenie č. 1: Problémom programu je jeho slabšia viditeľnosť, čo spôsobuje, že kreatívny priemysel a význam kreatívneho priemyslu je v prostredí MSP stále pomerne neznámy.

Odporúčanie: Je vhodné realizovať pravidelné informačno-osvetové podujatia (podlinkové, nadlinkové, regionálnej báze) určené pre MSP zamerané na predstavenie ponuky a služieb kreatívneho priemyslu a tým podnietiť zvýšenie záujmu o zapojenie sa MSP do existujúcej schémy podpory.

Zistenie č. 2: V súčasnosti je administratívna podpora projektu spojená s poskytovaním konzultácií cieľovým skupinám fyzicky lokalizovaná len v Bratislave a v Košiciach.

Odporúčanie: Pre lepšie pokrytie je vhodné poskytovať konzultácie v rámci viacerých, príp. všetkých krajov napr. prostredníctvom vybudovaných konzultačných pracovísk v súčasnosti financovaných aj z iných národných projektov. Vytvorená sieť konzultantov môže vo vyššej miere interagovať s lokálnymi aktérmi aj vďaka rozloženiu administratívnej záťaže na viacero pracovísk. Navrhovaná sieť regionálnych konzultantov by okrem šírenia informácií mala plniť aj úlohu bezplatnej technickej asistencie určenej pre žiadateľov o podporu. Regionálni konzultanti by mali byť prvým kontaktom pre MPS v príprave žiadostí o podporu, vďaka čomu by administratívnu záťaž spojenú s procesom žiadosti o KV pociťovali menej intenzívne.

Zistenie č. 3: Formálny jazyk, v ktorom sú Výzvy pre KV realizované je pre prijímateľov podpory z prostredia MSP nesmierne náročný a ťažko zrozumiteľný.

Odporúčanie: Je potrebné významné zvýšenie zrozumiteľnosti programu pre cieľové skupiny. Okrem dôrazu na zjednodušenie jazyka by bolo vhodné jednotlivé požiadavky/kroky ilustrovať prostredníctvom príkladov, ktoré by boli uvedené v jednoduchom, bežne zrozumiteľnom jazyku. Rovnako by bolo vhodné klásť vyšší dôraz na vysvetľovanie, prečo sú jednotlivé dokumenty potrebné (napr. dokument o vyhlásení MSP – okrem toho, že žiadatelia ho nevedia vyplniť, nerozumejú ani dôvodom, prečo ho majú vyplňať). Všeobecnému porozumeniu a akceptácii by pomohlo, keby bolo prostredníctvom konkrétnych príkladov vysvetlené, prečo je dokument dôležitý a čo je ním sledované. Okrem zvyšovania zrozumiteľnosti a akceptácie by takýto prístup plnil aj výraznú edukačnú úlohu a mohol by prispieť ku kultivácii prostredia a zvyšovania dôvery MSP voči realizovaným procesom.

Zistenie č. 4: Podpora prostredníctvom KV je určená pre MSP. Definícia MSP je však veľmi široká a pokrýva kategórie podnikov, ktoré sú vzájomne neporovnateľné.

Odporúčanie: Je vhodné nastaviť rôznu podporu (výška podpory, intenzita podpory) pre jednotlivé veľkostné segmenty MSP. Takáto podpora by mohla relatívne zvýhodňovať práve kategóriu mikropodnikov. Na druhej strane najmä stredné podniky majú potenciál realizovať inovatívnejšie projekty, čo by malo byť v rámci podpory zohľadnené.

Zistenie č. 5: Jedným z hlavných nástrojov podpory projektu pre subjekty kreatívneho priemyslu je možnosť prezentácie prostredníctvom galérie realizátorov. Aktuálny systém však vykazuje niekoľko nedostatkov, napr. vyhľadávanie v galérii je limitované viacerými technickými obmedzeniami (napr. pri prekliku na konkrétneho zhotoviteľa nie je možné sa vrátiť do pôvodného výberu).

Odporúčanie: S cieľom zvýšiť efektívnosť vyhľadávania je potrebné tieto limity odstrániť.

Zistenie č. 6: Cena KV bola (vo väčšine prípadov) do 5 000.- EUR, čím z pohľadu aktuálne platnej legislatívy o verejnom obstarávaní nie je prieskum trhu potrebné realizovať.

Odporúčanie: Je vhodné zjednotiť aktuálne platnú legislatívu v oblasti verejného obstarávania a v oblasti využívania EŠIF a povinnosť realizácie prieskumu trhu v prípade KV pri podpore do výšky 5 000.- EUR nevyžadovať.

Zistenie č. 7: Viaceré subjekty kreatívneho priemyslu využili príležitosť, ktorú im podpora prostredníctvom KV nepriamo poskytla a KV začali svojim zákazníkom ponúkať ako nástroj pre optimalizáciu nákladov, vďaka čomu vznikla obrovská disproporcía v počte KV realizovaných jednotlivými subjektami kreatívneho priemyslu.

Odporúčanie: Cieľom KV by malo byť stimulovať spoluprácu medzi aktérmi kreatívneho priemyslu a MSP, ktorí spolu nespolupracovali. Je preto vhodné zvážiť obmedzenie počtu KV realizovaných jedným subjektom kreatívneho priemyslu napr. na 5 KV pre jeden subjekt. Navrhované obmedzenie by však nemalo obmedzovať snahu subjektov KP pri spolupráci s novými subjektami (MSP) s ktorými v minulosti nespolupracovali.

Zistenie č. 8: Rozsah personálnych kapacít projektu je výrazne poddimenzovaný. Nie len v súvislosti s administratívnymi pracovníkmi ale i v súvislosti s pracovníkmi zabezpečujúcimi ďalšie aktivity projektu.

Odporúčanie: V prípade realizácie nadväzujúceho projektu by bolo vhodné počet zapojených pracovníkov navýšiť, okrem iného aj prostredníctvom rozšírenia regionálneho pokrytia.

Zistenie č. 9: Projekt trpí absenciou vhodného IT riešenia podporujúceho procesné spracovanie jednotlivých žiadostí.

Odporúčanie: V projekte rozsahu a zamerania NP PRKPS by vhodná IT podpora mala byť absolútnou samozrejmosťou. Prítomnosť vhodného IT riešenia podporujúceho procesné spracovanie jednotlivých žiadostí by tiež umožnila proces zjednodušiť a posunúť ho do on-line prostredia, kde by mohol byť automatizovaný, čím by sa minimalizovala chybovosť na strane administrátorov podpory a možné odchýlky v procesnom spracovaní jednotlivých žiadostí podmienené ľudským faktorom by boli odstránené. Zároveň by došlo k zrýchleniu procesov v niektorých fázach.

Zistenia a odporúčania na úrovni Operačného programu:

Zistenie č. 1: Projekt aktuálne podporuje 4 oblasti kreatívneho priemyslu. Pravidelne sa však objavujú požiadavky aj voči ďalším oblastiam (napr. gamifikácia).

Odporúčanie: Je vhodné zvážiť možnosť rozšírenia podporovaných oblastí napr. využitím európskych prístupov²⁸.

Zistenie č. 2: Záujem o jednotlivé podporované oblasti kreatívneho priemyslu je veľmi disproporčný, napr. o služby architektov je v porovnaní s ďalšími podporovanými oblasťami veľmi malý záujem zo strany MSP.

Odporúčanie: Je vhodné zvážiť rozšírenie skupiny prijímateľov kreatívnych voucherov aj o miestnu samosprávu, ktorá môže byť veľmi silným zákazníkom, napr. v súvislosti s realizáciou malých urbanistických štúdií alebo realizáciou verejného mobiliáru.

²⁸ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture/data/database>

Zistenia a odporúčania na národnej a nadnárodnej úrovni:

Zistenie č. 1: Záujem o podporu zo strany MSP ako i subjektov kreatívneho priemyslu je ovplyvnený opatrným, až negatívnym postojom širokej verejnosti voči podpore financovanej z prostriedkov EŠIF.

Odporúčanie: Prekonávaniu nedôvery voči schémam podpory je potrebné venovať samostatnú pozornosť a komunikačnú stratégiu ako i implementačnú prax realizovať tak, aby nebola zdrojom ďalšej nedôvery, prípadne sklamaní a zlej skúsenosti.

Zistenie č. 2: Implementácia projektu je limitovaná z dôvodu externých a interných bariér.

Odporúčanie: Je vhodné prehodnotiť systémové bariéry v oblasti EŠIF spojené napr. s aplikáciou definície MSP, alebo vyžadovaním niektorých podmienok (ako bol napr. Test podniku v ťažkostiach). Taktiež je potrebné optimalizovať procesné nastavenie poskytovania KV.

Zistenie č. 3: Projekt zameraný na podporu kreatívneho priemyslu je v prostredí SIEA pomerne osamotený.

Odporúčanie: Je vhodné zvážiť jeho lepšie previazanie s inými aktivitami a organizáciami pôsobiacimi v oblasti rozvoja kreatívneho priemyslu, tak aby projekt podporoval tvorbu synergických efektov.

5.5 Návrhy odporúčaní v oblasti dizajnu a hodnotenia poradenských podporných schém

Z pripravenej metaanalýzy vypracovanej v rámci Hodnotiacej otázky č. 1 vyplynuli nasledovné odporúčania:

1. Správne nastaviť ciele podpory

Metaanalýza v zahraničí realizovaných hodnotení programov zameraných na nefinančnú podporu ukázala, že kvalitný dizajn programu zlepšuje šance na jeho úspech. Preto je potrebné pochopiť a správne identifikovať potreby cieľových skupín a dynamiku ich vývoja. Mapovanie nesmie byť realizované len pred spustením podpornej schémy, ale priebežne aj počas implementácie programu, čo zabezpečí reflektovanie aktuálnych a meniacich sa potrieb. Pri navrhovaní programov poradenstva je vhodné konzultovať ich dizajn s potenciálnymi príjemcami. Predmetom konzultácií by mal byť predovšetkým obsah poradenstva (organizačná štruktúra, plánovanie predaja, marketing) a jeho forma. Aby bolo možné efekty programov správne vyhodnotiť, poradenské programy musia mať (1) jasne stanovené ciele a (2) indikátory výsledkov, ktoré sú pre tieto ciele relevantné. Ak má program viac ako dva ciele, je pomerne ťažké vyhodnotiť, či bol úspešný. Väčšina poradenských programov zahrnutých do metaanalýz mali príliš komplexné a vágne stanovené ciele.

2. Nastaviť stratifikovaný systém podpory

Podporné mechanizmy by mali umožniť rozvoj širokej škály špecifických skupín MSP. Efektívna stratifikácia podpory by mala umožniť rôznym spôsobom podporovať podniky v závislosti od ich charakteristík, pričom najvyššia intenzita podpory by bola určená pre podniky s rastovým, inovačným a exportným potenciálom.

3. Identifikovať subjekty s potenciálom

Správny výber podporených podnikateľských subjektov determinuje dosahované efekty. Intenzívnejšia podpora by mala byť primárne určená pre podniky s potenciálom rastu, ktorý v kritickej miere závisí od motivácie kľúčových osobností v podniku. Výber do špecifických programov môže byť nastavený podľa špecifických charakteristík, ako sú napr. charakteristika vlastníka manažéra, typ biznis stratégie, motivácia podnikat' a očakávania ohľadne efektov podpory, ktoré by mali byť získané pri ex ante hodnotení, napríklad formou dotazníka pre príjemcov podpory.

4. Správny výber hodnotiacich metód

Pri ex post evaluácii podporných programov možno využiť viaceré hodnotiace metódy. V ideálnom prípade by sa mali najprv hodnotiť efekty veľkoplošných programov pomocou štandardných kvantitatívnych metód, podľa možnosti s využitím kontrolnej skupiny a kontrafaktuálnej analýzy. Veľkoplošné kvantitatívne hodnotenia by následne mali byť doplnené kvalitatívnymi metódami. Postupy ako hĺbkové rozhovory, fokusové skupiny, prípadové štúdie a peer review môžu priniesť cenné informácie o tom, ako podporné politiky fungujú na lokálnej úrovni a ako je možné ich zdokonaľiť. Kvalitatívne postupy môžu byť prvou voľbou aj v prípadoch, kde je vzorka podporených podnikov malá.

Metodika OECD odporúča, aby sa pri evaluácii programov používali rovnaké hodnotiace metódy. Čím sú hodnotiace metódy homogénnejšie, tým viac sú porovnateľné výsledky hodnotenia. Menej sofistikované metódy hodnotenia zvyknú nadhodnocovať efekty podporných politík.

6. TÍM HODNOTITEĽOV

Hodnotenie bolo pripravené nasledovnými expertami:

- Ing. Miroslav Balog, PhD. et PhD. – vedúci hodnotenia, expert
- Doc. Ing. Vladimír Baláž, DrSc. – odborný garant hodnotenia, expert
- Ing. Tomáš Jeck, PhD. - expert
- Mgr. Richard Filčák, MSc., PhD. - expert

Na vypracovaní hodnotiacej správy sa podieľali nasledovní vedeckí pracovníci CPSV SAV:

- Mgr. Zuzana Poláčková, PhD.
- Mgr. Denisa Fedáková, PhD.
- RNDr. Dušana Dokupilová, PhD.
- Ing. Ľubica Kotorová Slušná, PhD.

7. ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. Baláž, V., Karasová, K. a Chrančoková, M. (2019): *Do research and innovation stimuli improve competitiveness of private firms? Evidence from the Slovak Republic*. Book of Proceedings 37th International Scientific Conference on Economic and Social Development – "Socio Economic Problems of Sustainable Development" - Baku, 14-15 February 2019.
2. Bartle, D., and Morris, M. (2010): Evaluating the impacts of government business assistance programmes: approaches to testing additionality. *Research Evaluation*, 19, 275–280.
3. Benus, J., Shen, T., Zhang, S., Chan, M., and Hansen, B. (2009): *Growing America through entrepreneurship: Final evaluation of Project GATE*. Washington, DC: IMPAQ International.
4. Bruhn, M., Karlan, D.S., and Schoar, A. (2012): The Impact of Consulting Services on Small and Medium Enterprises: Evidence from a Randomized Trial in Mexico. *Journal of Political Economy*, 126(2): 635-687. DOI: 10.1086/696154.
5. Cumming, D.J., and Fischer, E. (2012) Publicly Funded Business Advisory Services and Entrepreneurial Outcomes. *Research Policy* 41(2): 467–481. DOI: 10.1016/j.respol.2011.09.004.
6. Chatterji, A., Delecourt, S., Hasan, S. and Koning, R. (2019): When Does Advice Impact Startup Performance? *Strategic Management Journal*, 40(3): 331-356. DOI: 10.1002/smj.2987.
7. Fairlie, R.W., Karlan, D., and Zinman, J. (2015): Behind the GATE Experiment: Evidence on Effects of and Rationales for Subsidized Entrepreneurship Training. *American Economic Journal: Economic Policy*, 7(2): 125-161. DOI: 10.1257/pol.20120337.
8. Kösters, S. and Obschonka, M. (2011): Public business advice in the founding process: an empirical evaluation of subjective and economic effects. *Environment and Planning C*, 29(4): 577-604. <https://doi.org/10.1068/c10126r>.
9. Kuhn, K.M., Galloway, T.L. and Collins-Williams, M. (2017): Simply the best: An exploration of advice that small business owners value. *Journal of Business Venturing Insights*, 8:33-40. DOI: 10.1016/j.jbvi.2017.05.003.
10. Mole, K.F., Hart, M., Roper, S., and Saal, D.S. (2011): Broader or deeper? Exploring the most effective intervention profile for public small business support. *Environment and Planning A*, 43(1): 87–105. doi:10.1068/a43268.
11. Oberschachtsiek, D. and Sciocch, P. (2015): The outcome of coaching and training for self-employment. A statistical evaluation of outside assistance support programs for unemployed business founders in Germany. *Journal of Labour Market Research*, 48(1): 1-25. DOI 10.1007/s12651-014-0161-6.
12. OECD (2007): *OECD Framework for the Evaluation of SME and Entrepreneurship Policies and Programmes*, OECD: Paris.
13. Robson, P.J.A. and Bennet, R. (2000): SME Growth: The Relationship with Business Advice and External Collaboration. *Small Business Economics*, 15(3):193-208.
14. Sawang, S., Parker, P., and Hine, D. (2016): How Small Business Advisory Program Delivery Methods (Collective Learning, Tailored, and Practice-Based Approaches) Affect Learning and Innovation. *Journal of Small Business Management*. 54(1): 244-261. doi: 10.1111/jsbm.12142
15. Van Cauwenberge, P., Vander Bauwhede, H., and Schoonjans, B. (2013): An evaluation of public spending: the effectiveness of a government-supported networking program in Flanders. *Environment and Planning C*, 31(1): 24–38. doi:10.1068/c11329b.
16. Widerstedt, B. (2015): *Evaluation of State Funded Business Counselling: Evidence from Sweden*. Paper prepared for the 17th annual conference on European Integration 19-22 May, 2015, organised by the Swedish Network for European Studies in Economics and Business (SNEE).

Internetové zdroje, dokumenty, správy:

1. Evalvačná správa za prvý polrok 2019. Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019
2. Evalvačná správa za rok 2018. Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2019
3. Evalvačná správa-Hodnotiacia správa za 1.polrok 2020. Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.
4. Evalvačná správa - Výročná správa za rok 2019. Národný projekt NPC v regiónoch, SBA, Bratislava 2020.

5. Evaluačná analýza za rok 2016. Národný projekt NPCII BA – kraj, SBA, Bratislava 2019
6. Evaluačná analýza za 1-6 2017. Národný projekt NPCII BA – kraj, SBA, Bratislava 2019
7. Evaluačná analýza za 7-12 2017. Národný projekt NPCII BA – kraj, SBA, Bratislava 2019
8. Evaluačná analýza za 1-6 2018. Národný projekt NPCII BA – kraj, SBA, Bratislava 2019
9. Evaluačná analýza za 7-12 2018. Národný projekt NPCII BA – kraj, SBA, Bratislava 2019
10. Evaluačná analýza za 1-6 2019. Národný projekt NPCII BA – kraj, SBA, Bratislava 2019
11. Evaluačná analýza za 7-12 2019. Národný projekt NPCII BA – kraj, SBA, Bratislava 2019
12. Evaluačná analýza za 7-12 2019. Národný projekt NPCII BA – kraj, SBA, Bratislava 2019
13. Evaluačná analýza za 1-6 2020. Národný projekt NPCII BA – kraj, SBA, Bratislava 2019
14. Harmonogram zrealizovaných podujatí 2018, 2019 – BA kraj
15. Monitorovacia správa projektu 2017, 2018, 2019, 2020
16. SBA. Čerpanie a MU v roku 2021, NP NPC v regiónoch
17. SBA. Databáza benefitujúcich subjektov
18. ŠÚ SR (2021). Verejná databáza DATAcube. Organizačná štatistika
19. UPSVAR (2021). Mesačná štatistika o počte a štruktúre uchádzačov o zamestnanie. Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny https://www.upsvr.gov.sk/statistiky/nezamestnanost-mesacne-statistiky/2020.html?page_id=971502
20. Vnútroprojektové evalvačné a aktualizáčné procesy. Polročná analýza (nov.-dec.2017). Národný projekt NPC v regiónoch ITMS 2014+3130311870, SBA
21. Vnútroprojektové evalvačné a aktualizáčné procesy. Polročná analýza (jan.-jun 2018). Národný projekt NPC v regiónoch ITMS 2014+3130311870, SBA
22. Záverečné správy – dlhodobé individuálne poradenstvo, medzinárodné odborné podujatia, Akcelerátor, Coworking, Inkubačný program

8. PRÍLOHY

Príloha č. 1: Dotazníky pre posúdenie finančnej a nefinančnej podpory

Príloha č. 2: Rozdelenie odvetví do technologických sektorov

Príloha č. 3: Efekty nefinančnej podpory na ekonomické výsledky podnikov

Príloha č. 4: Efekty finančnej podpory na ekonomické výsledky podnikov