



EURÓPSKA ÚNIA
Európsky fond regionálneho rozvoja
OP Integrovaná infraštruktúra 2014 – 2020

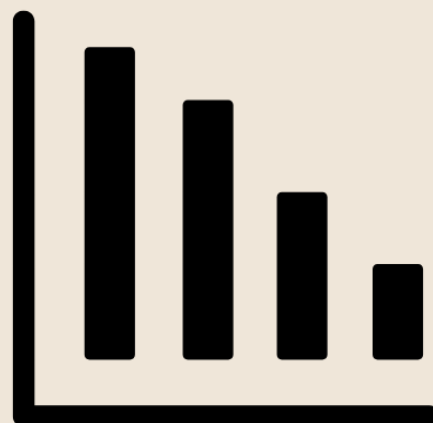


MINISTERSTVO
DOPRAVY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



MINISTERSTVO
HOSPODÁRSTVA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

INTERNACIONALIZÁCIA MALÉHO A STREDNÉHO PODNIKANIA



Správa z kvantitatívneho prieskumu

Vydavateľ: Slovak Business Agency

© SBA, Bratislava, 2023

Všetky práva vyhradené. Údaje, ktoré sú obsahom tejto publikácie, je možné použiť len s uvedením zdroja.

Neprešlo jazykovou úpravou.

OBSAH

ÚVOD	2
1. CHARAKTERISTIKA SKÚMANEJ VZORKY MSP	6
2. VŠEOBECNÉ POSTOJE MSP K INTERNACIONALIZÁCIÍ PODNIKATEĽSKÉHO PROSTREDIA.....	10
2.1. SÚČASNÉ HODNOTENIE PODMIENOK PRE INTERNACIONALIZAČNÉ AKTIVITY NA SLOVENSKU (OTÁZKA 1)	10
2.2. VÝVOJ PODMIENOK PRE VYKONÁVANIE INTERNACIONALIZAČNÝCH AKTIVÍT NA SLOVENSKU (OTÁZKA 2)	11
2.3. AKÁ FORMA PODPORY PRE INTERNACIONALIZAČNÉ AKTIVITY PODNIKATEĽOV NA SLOVENSKU CHÝBA? (OTÁZKA 3)	13
2.4. INFORMÁCIE O MOŽNOSTIACH VYUŽÍVANIA PODPORNÝCH PROGRAMOV PRE INT. AKTIVITY (OTÁZKA 4)	15
2.5. PÔSOBENIE FIRMY NA ZAHRANIČNÝCH TRHOCH (OTÁZKA 5).....	17
2.6. PREČO VAŠA FIRMA NEVYKONÁVA INTERNACIONALIZAČNÉ AKTIVITY? (OTÁZKA 20).....	19
3. POSTOJE MSP, KTORÉ VYKONÁVAJÚ INTERNACIONALIZAČNÉ AKTIVITY	22
3.1. PODIEL INTERNACIONALIZAČNÝCH AKTIVÍT NA OBRATE (OTÁZKA 6)	22
3.2. NA KTORÝCH ZAHRANIČNÝCH TRHOCH PÔSOBÍTE? (OTÁZKA 7)	24
3.3. SPÔSOB VOĽBY KONKRÉTNÝCH MEDZINÁRODNÝCH TRHOV (OTÁZKA 8)	25
3.4. NAJVÝZNAMNEJŠIE BARIÉRY INTERNACIONALIZÁCIE (OTÁZKA 9).....	28
3.5. PRÍNOSY PRE INT. AKTIVITY PLYNÚCE Z ČLENSTVA V PODNIK./ZAMESTN. ORGANIZÁCIÁCH (OTÁZKA 10).....	31
3.6. IDENTIFIKÁCIA POTENCIÁLNYCH MEDZINÁRODNÝCH PARTNEROV ALEBO ZÁKAZNÍKOV (OTÁZKA 11).....	34
3.7. HODNOTENIE SLUŽBY EKO. DIPLOMACIE MIN. ZAHR.VECÍ A EURÓP.ZÁLEŽITOSTÍ NA PODPORU INTER. (OTÁZKA 12)	36
3.8. HODNOTENIE PODPORNÝCH SLUŽIEB (SARIO) NA PODPORU INTERNACIONALIZÁCIE (OTÁZKA 13).....	38
3.9. HODNOTENIE PODPORNÝCH SLUŽIEB (SBA) NA PODPORU INTERNACIONALIZÁCIE (OTÁZKA 14)	40
3.10. VÝVOJ INTERNACIONALIZAČNÝCH AKTIVÍT V BUDÚCNOSTI (OTÁZKA 15).....	42
3.11. PREFEROVANÉ SLUŽBY NA PODPORU INTERNACIONALIZAČNÝCH AKTIVÍT (OTÁZKA 16).....	44
3.12. VPLYV PANDÉMIE COVID-19 NA INTERNACIONALIZAČNÉ AKTIVITY (OTÁZKA 17)	47
3.13. OVPLYVŇUJE VOJNA NA UKRAJINE INTERNACIONALIZAČNÉ AKTIVITY? (OTÁZKA 18).....	50
3.14. VPLYVY VOJNY NA UKRAJINE NA INTERNACIONALIZAČNÉ AKTIVITY (OTÁZKA 19).....	51
4. ZHRNUTIE VÝSLEDKOV	54
5. ZOZNAM GRAFOV A TABULIEK	57
6. METODIKA PRIESKUMU	58
7. DOTAZNÍK	59
8. KONCEPCIA VONKAJŠÍCH EKONOM. VZŤAHOV A EKONOM. DIPLOMACIE SR NA OBDOBIE 2022-2030 ...	65

Úvod

Proces internacionalizácie podnikania je bázou, na základe ktorej sa národné ekonomiky zapájajú do vzájomných vzťahov.

Internacionalizáciu podnikania chápeme ako realizáciu ekonomických aktivít za hranicami národných ekonomík. Proces internacionalizácie sa deje aj v súčasnosti a veľmi často sa spája s procesom globalizácie. Prikláňame sa k názoru, že globalizácia ako proces nie je alternatívou procesu internacionalizácie, ktorá globalizáciou zaniká, ale je vývojový komplement, ktorým sa proces internacionalizácie završuje. Každá zmena a ďalší vývoj v ekonomikách a v medzinárodných ekonomických vzťahoch znamenal zároveň silnejšiu internacionalizáciu, ktorú je možné vymedziť ako proces zvyšovania vplyvu firiem pri medzinárodných aktivitách. To vedie k vytváraniu rôznych transakcií s firmami v iných krajinách.

Základným ukazovateľom **internationalizácie je zahraničný obchod**. Zahraničný obchod Slovenska je dôležitou súčasťou hospodárskej aktivity krajiny. Slovensko je otvorené pre medzinárodný obchod a snaží sa vytvárať priaznivé podmienky pre vstup zahraničných investorov a export svojich výrobkov. Vývoz a dovoz tovaru a služieb tvoria základ zahraničného obchodu Slovenska. Hlavnými obchodnými partnermi Slovenska sú členské štáty Európskej únie, najmä Nemecko, Česká republika, Poľsko a Rakúsko. Okrem toho má Slovensko obchodné vzťahy s krajinami mimo EÚ, ako sú Rusko, Čína, Spojené štáty, Maďarsko a iné. Slovenský vývoz je zameraný najmä na automobilový priemysel, elektrotechniku, strojárstvo, informačné technológie, chemický priemysel a potravinárstvo. Automobilový priemysel tvorí významnú časť slovenského exportu a zamestnáva veľký počet ľudí.

Dovoz do Slovenska zahŕňa predovšetkým ropu a zemný plyn, chemické látky, elektroniku, stroje a zariadenia, potraviny a nápoje. Slovensko má vysokú závislosť od dovozu energetických surovín, najmä ropy a zemného plynu, čo predstavuje určité riziko pre energetickú bezpečnosť krajiny. V závislosti od hospodárskej situácie a medzinárodných trendov sa zahraničný obchod Slovenska mení. Je ovplyvnený rôznymi faktormi, ako sú menové kurzy, geopolitické udalosti, ekonomické výkony partnerov a mnoho ďalších. Preto je dôležité sledovať a prispôbovať sa týmto faktorom s cieľom udržať a rozvíjať zahraničný obchod Slovenska.

Vnútorňa organizácia medzinárodne činných podnikov je závislá predovšetkým na stupni internacionalizácie činností a medzinárodnej stratégii, ktorú spoločnosť uplatňuje. Ide predovšetkým o to, do akej miery je firma stále ešte orientovaná na domáci trh a od nej predovšetkým odvodzuje svoje zdroje, alebo ako v rozhodovaní prevažuje orientácia na trhy zahraničné a zdroje sú čerpané z globalizovanej svetovej ekonomiky. Mieru internacionalizácie môžeme vyjadriť hlavne podielom výkonov realizovaných v zahraničných jednotkách na celkovom výkone firmy, prípadne podielom zahraničných pracovníkov na celkovom počte zamestnancov, percentom zisku vytvoreného v zahraničí, podielom zahraničnej účtovnej hodnoty na celkovej účtovnej hodnote firmy, alebo taktiež jednoduchšie, počtom krajín, v ktorých má firma svoje zastúpenie.

Pre zapájanie sa Slovenska do vonkajších ekonomických vzťahov a zvýšenie internacionalizácie Slovenska, ako proexportnej a vysoko otvorenej ekonomiky a pre zabezpečenie hospodárskeho rastu bola vypracovaná **konceptia ekonomickej diplomacie Slovenskej republiky 2022 – 2030**. Konceptia predstavuje vládny dokument, ktorého cieľom je prispieť k inkluzívnemu a udržateľnému hospodárskemu rastu Slovenska s generovaním nových pracovných miest s vyššou pridanou hodnotou. Konceptia ekonomickej diplomacie Slovenskej republiky 2022 – 2030 je uvedená na konci tejto správy.

Z dôvodu hĺbkového posúdenia internacionalizácie podnikateľského prostredia v sektore MSP bol realizovaný aj predmetný reprezentatívny prieskum medzi reprezentantami tohto segmentu na Slovensku, ktorý sa zamerlal na vybrané ťažiskové témy:

- Podmienky pre internacionalizačné aktivity v rámci MSP na Slovensku.
- Dôvody a bariéry nevykonávania internacionalizačných aktivít.
- Hodnotenie podpory internacionalizácie v rámci podnikania MSP.

Prieskum bol realizovaný formou telefonických rozhovorov CATI v mesiaci 29.5 až 22.6.2023. Prieskumu sa zúčastnilo 1 000 mikro, malých a stredných podnikateľov (MSP). Zber údajov realizovala prieskumná agentúra Actly s.r.o.. Respondenti prieskumu boli predstavitelia podnikateľských subjektov s rozhodovacou právomocou, teda majitelia firiem, generálni riaditelia, výkonní riaditelia alebo kompetentní pracovníci poverení odpovedať na otázky zodpovednou osobou vo firme s rozhodovacou právomocou.

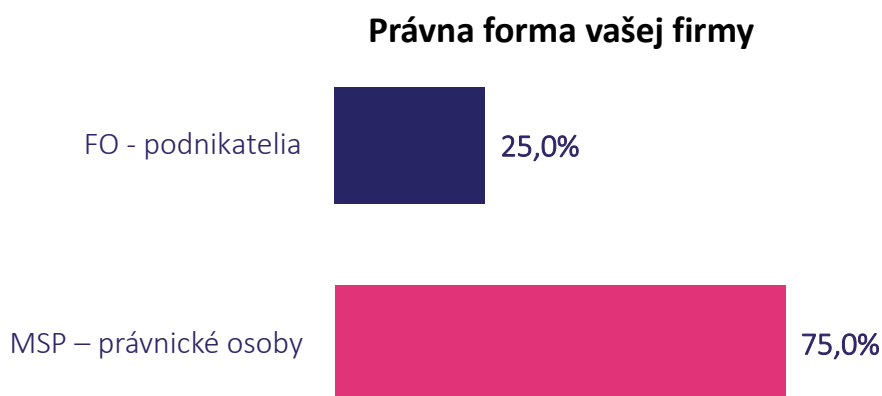
1. Charakteristika skúmanej vzorky MSP

Skúmanú vzorku mikro, malých a stredných podnikov (MSP), ktoré sa zúčastnili prieskumu realizovaného v roku 2023, možno rozčleniť na základe nasledujúcich kategórií:

- právna forma;
- veľkosť (podľa počtu zamestnancov);
- regionálna príslušnosť (na úrovni regiónov NUTS 3);
- odvetvie, v ktorom vykonávajú hlavnú činnosť podnikania (podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností SK NACE Rev. 2);
- vlastníctvo.

Z celkovej vzorky 1 000 MSP tvorili štvrtinu fyzické osoby (25,0%) – podnikatelia a tri štvrtiny právnické osoby (75,0%). V rámci vzorky dominovali spoločnosti s ručením obmedzením so 72,7% zastúpením. Samostatne zárobkovo činné osoby boli zastúpené 23,4% podielom. V nižšej miere boli vo vzorke zastúpené akciové spoločnosti (1,8%), slobodné povolania (1,5%) a spoločnosti inej právnej formy (0,6%), do ktorej mohli byť zaradené verejno-obchodné spoločnosti, komanditné spoločnosti, družstvá, jednoduché spoločnosti na akcie, zahraničné osoby a samostatne hospodáriaci roľníci.

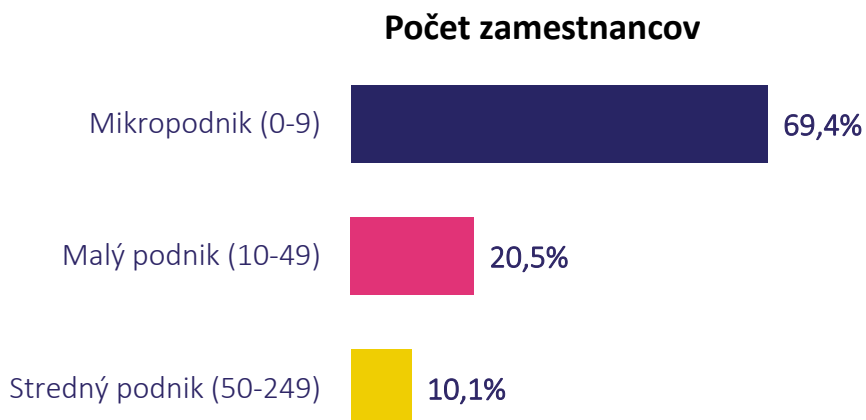
Graf č.1: Právna forma firmy



N=1000 respondentov

V členení podľa veľkostných kategórií boli v prieskume najpočetnejšie zastúpené mikropodniky (t. j. podniky s počtom zamestnancov nižším ako 10), ktoré predstavovali 69,4 % celkového počtu respondentov. Viac ako pätinu respondentov (20,5%) tvorili malé podniky (10 – 49 zamestnancov). Najnižšie zastúpenie v prieskume mali stredné podniky s počtom zamestnancov 50 až 249, a to 10,1%. Podnikateľské subjekty bez zamestnancov tvorili 17,4% zo všetkých oslovených MSP.

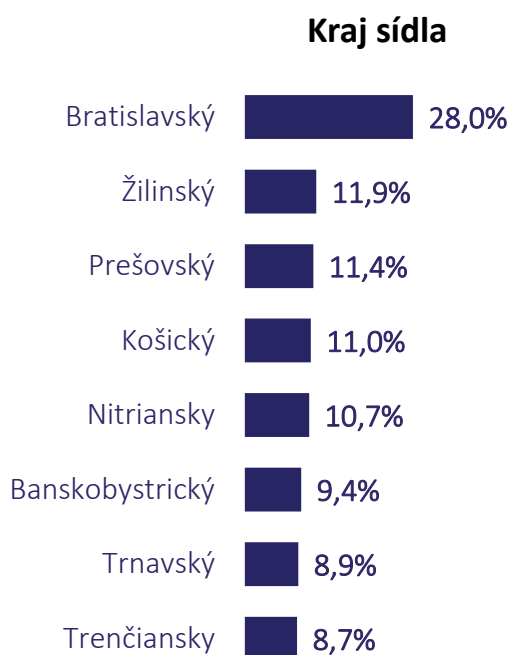
Graf č.2: Počet zamestnancov



N=1000 respondentov

Z pohľadu regionálneho zastúpenia MSP, ktoré sa zúčastnili prieskumu, boli oslovené podnikateľské subjekty so sídlom vo všetkých krajoch SR. Najpočetnejšie zastúpenie mali MSP sídlia v Bratislavskom kraji, ktorých podiel na celkovom počte oslovených respondentov predstavoval 28,0%. Zastúpenie MSP z ostatných krajov bolo relatívne vyrovnané – v intervale od 8,7% do 11,9%.

Graf č.3: Kraj sídla

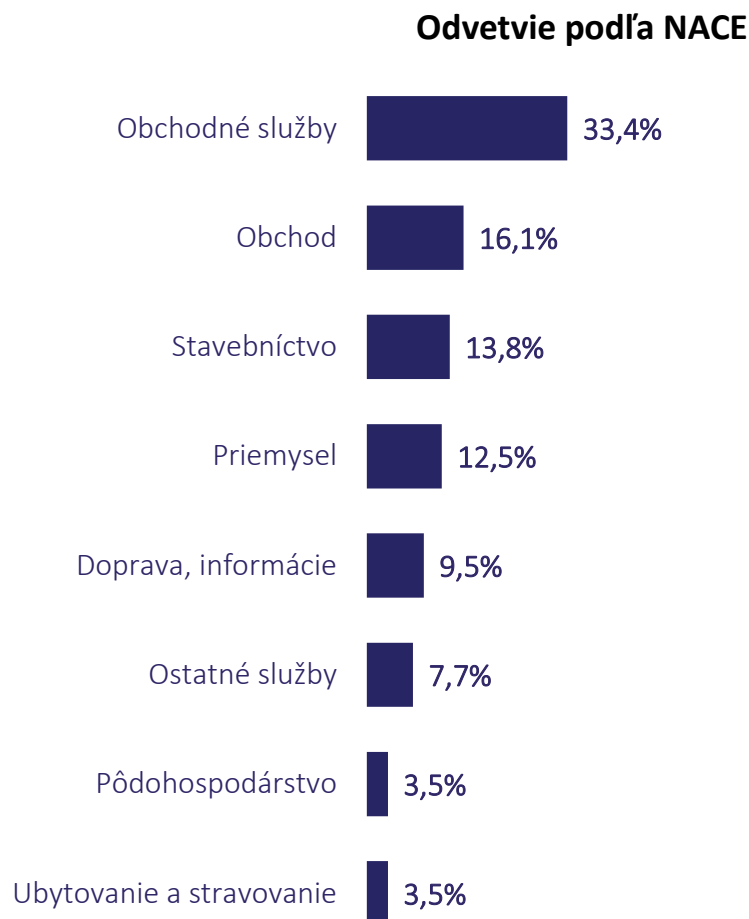


N=1000 respondentov

Skúmaná vzorka MSP pozostávala v prevažujúcej miere z podnikateľských subjektov vykonávajúcich hlavnú podnikateľskú činnosť v odvetví obchodných služieb (33,4%) a obchodu (16,1%). Podiel podnikateľských subjektov v ostatných odvetviach bol nižší. V stavebníctve podniká

13,8% respondentov, v priemysle 12,5% respondentov, v doprave a informáciách 9,5% respondentov. Najnižší podiel MSP, ktoré sa zúčastnili prieskumu, podnikal v pôdohospodárstve (3,5%), resp. ubytovaní a stravovaní (3,5%). 7,7% respondentov podnikalo v ostatných službách.

Graf č.4: **Odvetvie**

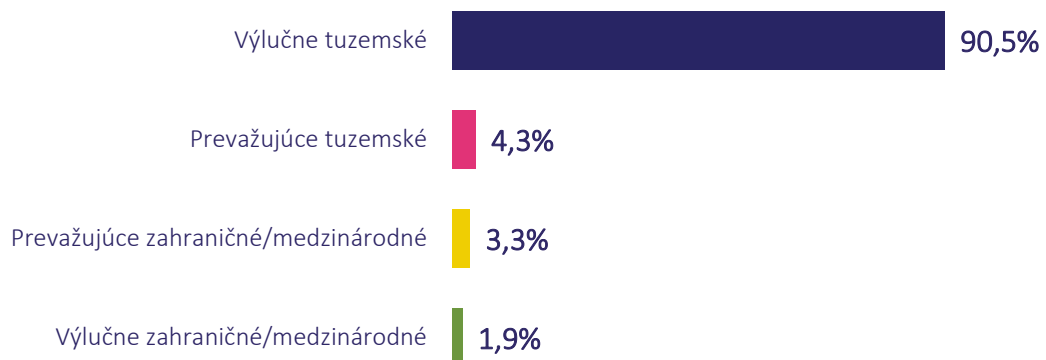


N=1000 respondentov

Z hľadiska tuzemského alebo zahraničného vlastníctva bola vzorka MSP zložená prevažne z tuzemských respondentov. Viac ako deväťdesiat percent respondentov (90,5%) tvorili MSP výlučne v tuzemskom vlastníctve. Druhou najpočetnejšou skupinou boli podnikatelia s prevažujúcim tuzemským vlastníctvom (4,3%). Nasledovali podnikatelia s prevažujúcim zahraničným vlastníctvom (3,3%). Najmenej boli v prieskume zastúpení podnikatelia výlučne so zahraničným vlastníctvom, takmer dve percentá (1,9%).

Graf č.5: Druh vlastníctva

Druh vlastníctva Vašej firmy



N=1000 respondentov

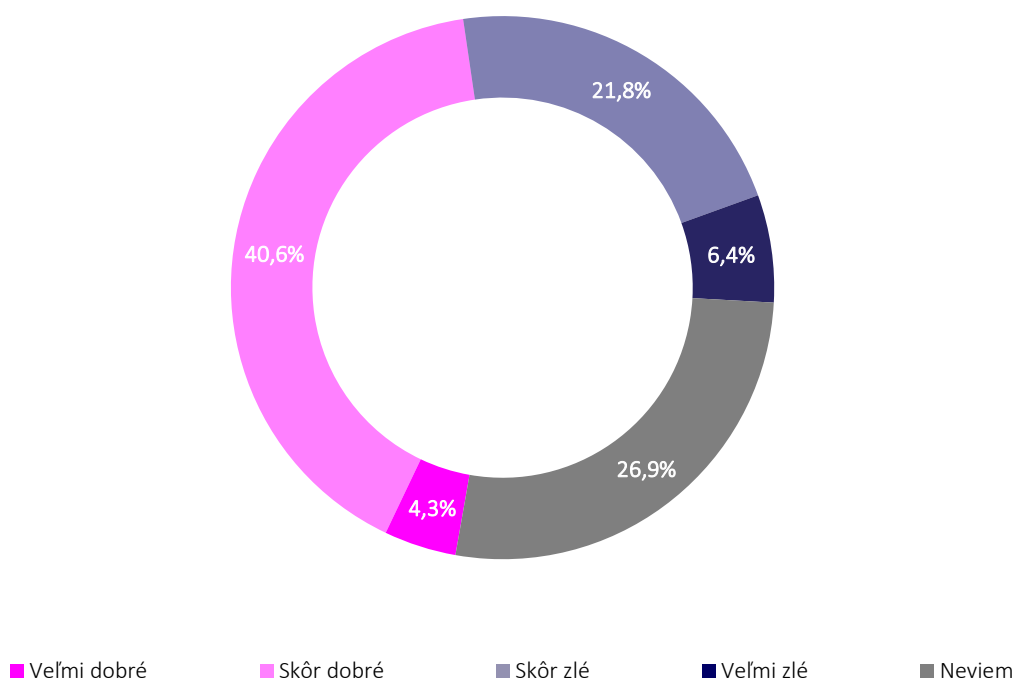
2. Všeobecné postoje MSP k internacionalizácii podnikateľského prostredia

2.1. Súčasnú hodnotenie podmienok pre internacionalizačné aktivity na Slovensku (Otázka 1)

Takmer 45% mikro, malých a stredných podnikateľov Slovenska (44,9%) hodnotí podmienky pre internacionalizačné aktivity na Slovensku za dobré. Ako veľmi dobré ich hodnotilo takmer päť percent MSP (4,3%) a ako skôr dobré 40,6%. Naopak za zlé ich považuje 28,2% mikro, malých a stredných podnikateľov, z toho takmer pätina (21,8%) za skôr zlé a 6,4% za veľmi zlé. Viac ako štvrtina MSP (26,9%) sa nevedela k podmienkam pre internacionalizačné aktivity vyjadriť. Z regionálneho hľadiska boli najviac spokojní mikro, malí a strední podnikatelia z Bratislavského (48,2%), resp. Trenčianskeho (48,2) kraja a najmenej z Banskobystrického kraja (35,1%).

Graf č.6: Súčasnú hodnotenie internacionalizačných aktivít na Slovensku

Ako hodnotíte súčasné podmienky pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku? Sú podľa Vás:



N=1000 respondentov

Spomedzi mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí majú pozitívne hodnotenie podmienok pre internacionalizačné aktivity, sú najmä podnikatelia v sektore ubytovanie

a stravovanie (14,3% – veľmi dobré, 37,1% - skôr dobré). Negatívne hodnotili podmienky pre internacionalizačné aktivity najmä mikro, malí a strední podnikatelia v sektore obchod (3,7% - veľmi zlé; 28,6% - skôr zlé) a v sektore ubytovanie a stravovanie (11,4% - veľmi zlé; 20,0% - skôr zlé).

Tab. č.1: Súčasné hodnotenie podmienok internacionalizačných aktivít na Slovensku

Riadkové %		Veľmi dobré	Skôr dobré	Skôr zlé	Veľmi zlé	Neviem
Celková vzorka	1000 respondentov	4,3%	40,6%	21,8%	6,4%	26,9%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	3,6%	39,9%	22,3%	6,2%	28,0%
	Malý podnik (10-49)	5,4%	45,4%	20,5%	6,3%	22,4%
	Stredný podnik (50-249)	6,9%	35,6%	20,8%	7,9%	28,7%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	0,0%	54,3%	17,1%	5,7%	22,9%
	Priemysel	8,8%	39,2%	20,0%	5,6%	26,4%
	Stavebníctvo	3,6%	42,8%	21,7%	4,3%	27,5%
	Obchod	0,0%	41,0%	28,6%	3,7%	26,7%
	Ubytovanie a stravovanie	14,3%	37,1%	20,0%	11,4%	17,1%
	Doprava, informácie	5,3%	42,1%	16,8%	8,4%	27,4%
	Obchodné služby	3,9%	40,1%	21,3%	8,1%	26,6%
	Ostatné služby	5,2%	33,8%	22,1%	5,2%	33,8%
Kraj sídla	Bratislavský	5,0%	43,2%	17,9%	5,4%	28,6%
	Trnavský	3,4%	42,7%	22,5%	5,6%	25,8%
	Nitriansky	5,6%	35,5%	25,2%	9,3%	24,3%
	Trenčiansky	1,1%	47,1%	21,8%	9,2%	20,7%
	Banskobystrický	2,1%	31,9%	29,8%	5,3%	30,9%
	Žilinský	3,4%	42,0%	22,7%	3,4%	28,6%
	Prešovský	6,1%	39,5%	21,1%	9,6%	23,7%
	Košický	5,5%	39,1%	20,9%	5,5%	29,1%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	4,4%	36,4%	25,6%	5,2%	28,4%
	MSP - právnické osoby	4,3%	42,0%	20,5%	6,8%	26,4%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	4,3%	40,7%	21,9%	5,9%	27,1%
	Zahraničné	3,8%	38,5%	19,2%	15,4%	23,1%

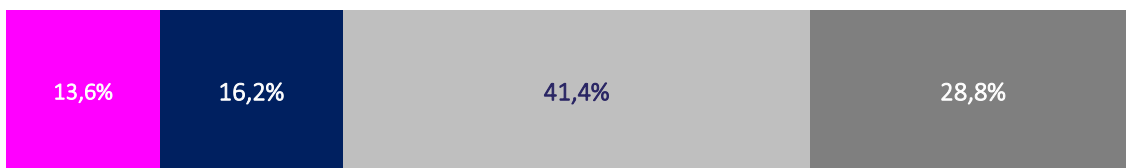
2.2. Vývoj podmienok pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku (Otázka 2)

Pre viac ako štyridsať percent mikro, malých a stredných podnikateľov (41,4%) sa podmienky pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku nezmenili. Takmer tridsať percent MSP (28,8%) sa nevedelo vyjadriť. Pre 16,2 % mikro, malých a stredných podnikateľov sa

podmienky pre vykonávanie internacionalizačných aktivít zhoršili a pre 13,6% sa v priebehu predchádzajúcich dvoch rokov zlepšili.

Graf č.7: Vývoj podmienok pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku

Zmenili sa podľa Vás v priebehu predchádzajúcich dvoch rokov podmienky pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku?



■ Zmenili, teraz sú lepšie ■ Zmenili, teraz sú horšie ■ Podmienky sú rovnaké ako sú predtým ■ Neviem

N=1000 respondentov

Za lepšie podmienky pre vykonávanie internacionalizačných aktivít v priebehu predchádzajúcich dvoch rokov sa vyjadrili najmä strední podnikatelia (18,8%), MSP v sektore ostatné služby (18,2%) a ubytovanie a stravovanie (17,1%). Uviedli to prevažne MSP so sídlom v Košickom kraji (15,5%), MSP prevažne v zahraničnom vlastníctve (17,3%). Za zhoršenie internacionalizačných aktivít v priebehu predchádzajúcich dvoch rokov sa vyjadrili najmä mikropodnikatelia (16,4%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (25,7%), MSP so sídlom v Trnavskom kraji (23,6%) a Trenčianskom kraji (23,0%), podnikatelia – fyzické osoby (20,0%). Pre viac ako polovicu mikro, malých a stredných podnikateľov v sektore pôdohospodárstvo (51,4%) zostali podmienky rovnaké. Rovnaké podmienky uvádzali najmä MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (47,7%) a v Prešovskom kraji (47,4%).

Tab. č.2: Vývoj podmienok pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku

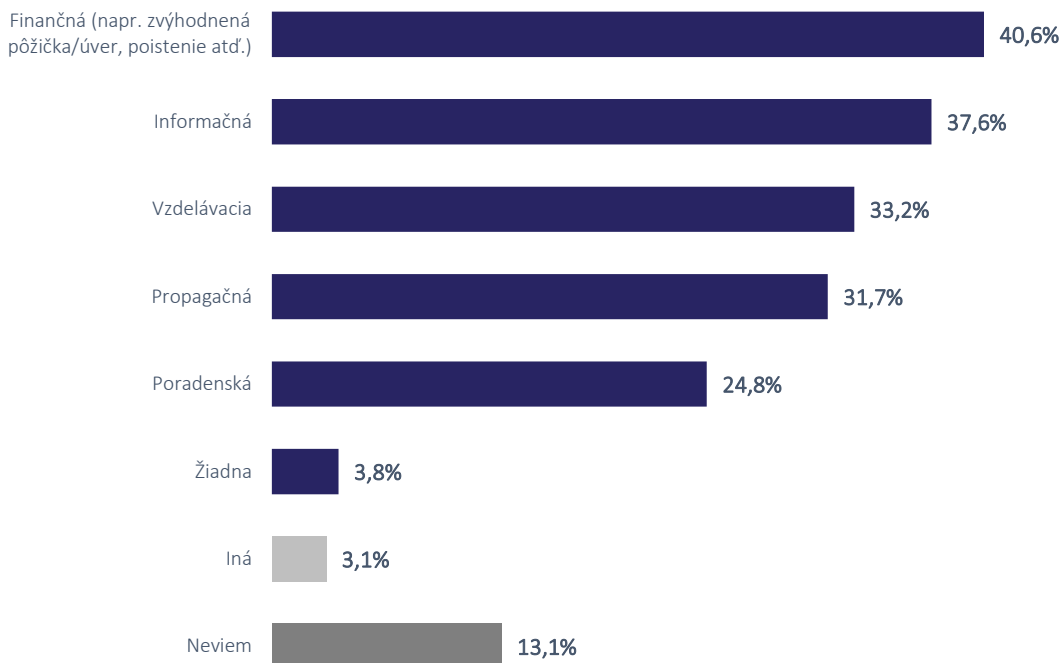
Riadkové %		Zmenili, teraz sú lepšie	Zmenili, teraz sú horšie	Podmienky sú rovnaké ako sú predtým	Neviem
Celková vzorka	1000 respondentov	13,6%	16,2%	41,4%	28,8%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	13,1%	16,4%	41,9%	28,5%
	Malý podnik (10-49)	12,7%	16,1%	42,0%	29,3%
	Stredný podnik (50-249)	18,8%	14,9%	36,6%	29,7%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	8,6%	20,0%	51,4%	20,0%
	Priemysel	15,2%	16,8%	41,6%	26,4%
	Stavebníctvo	8,7%	15,2%	47,8%	28,3%
	Obchod	11,8%	16,8%	42,9%	28,6%
	Ubytovanie a stravovanie	17,1%	25,7%	31,4%	25,7%
	Doprava, informácie	16,8%	17,9%	41,1%	24,2%
	Obchodné služby	14,1%	13,2%	40,4%	32,3%
	Ostatné služby	18,2%	20,8%	31,2%	29,9%
Kraj sídla	Bratislavský	14,3%	14,6%	38,2%	32,9%
	Trnavský	12,4%	23,6%	39,3%	24,7%
	Nitriansky	13,1%	13,1%	47,7%	26,2%
	Trenčiansky	13,8%	23,0%	36,8%	26,4%
	Banskobystrický	13,8%	14,9%	43,6%	27,7%
	Žilinský	10,9%	16,0%	42,0%	31,1%
	Prešovský	14,0%	13,2%	47,4%	25,4%
	Košický	15,5%	16,4%	40,0%	28,2%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	10,0%	20,0%	43,2%	26,8%
	MSP - právnické osoby	14,8%	14,9%	40,8%	29,5%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	13,4%	16,1%	41,2%	29,2%
	Zahraničné	17,3%	17,3%	44,2%	21,2%

2.3. Aká forma podpory pre internacionalizačné aktivity podnikateľov na Slovensku chýba? (Otázka 3)

Na Slovensku podľa opýtaných MSP najviac chýba zvýhodnený finančný nástroj pre internacionalizačné aktivity podnikateľov (40,6%), nasledovaný informačnou podporou (37,6%), vzdelávacou podporou (33,2%) a propagačnou podporou (31,7%). Približne pätine opýtaných podnikateľov (24,8%) chýba poradenská podpora pre internacionalizačné aktivity. Nevedelo sa vyjadriť 13,1% mikro, malých a stredných podnikateľov. Žiadnu podporu internacionalizačných aktivít nepotrebnú takmer štyri percentá mikro, malých a stredných podnikateľov (3,8%). Iný druh podpory chýba viac ako trom percentám mikro, malých a stredných podnikateľov.

Graf č.8: Aká forma podpory pre internacionalizačné aktivity podnikateľov na Slovensku chýba?

Aká forma podpory pre internacionalizačné aktivity podnikateľov podľa Vás na Slovensku chýba?



N=1000 respondentov

Zvýhodnený finančný nástroj pre internacionalizačné aktivity by privítali prevažne mikropodnikatelia (41,4%), MSP v sektoroch pôdohospodárstvo (48,6%) a priemysel (46,4%) a hlavne MSP z Prešovského kraja (50,0%). Informačnú podporu by privítali najmä malí podnikatelia (38,5%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (48,6%), MSP z Trnavského kraja (44,9%), MSP - právnické osoby (38,0%), MSP so zahraničným vlastníctvom (40,4%). Vzdelávacie aktivity by privítali hlavne stredné podniky (33,7%), MSP v sektore ostatné služby (39,0%), MSP z Bratislavského kraja (36,1%), MSP - právnické osoby (34,4), MSP so zahraničným vlastníctvom (40,4%). Za propagačné podporné aktivity pre internacionalizáciu podnikateľského prostredia sa vyjadrili najmä mikropodnikatelia (32,6%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (40,0%), firmy so sídlom v Trnavskom kraji (37,1%), najmä podnikatelia - fyzické osoby (34,0%). Poradenské služby ako podporu pre internacionalizačné aktivity by uvítali hlavne stredný podnikatelia (27,7%), MSP v sektore ostatné služby (35,1%), MSP z Bratislavského kraja (28,2%), MSP prevažne v zahraničnom vlastníctve (38,5%). 18,8% stredných podnikateľov sa nevedelo vyjadriť aké formy podpory internacionalizačných aktivít pre podnikateľov chýbajú na Slovensku. Najmä MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (17,1%), zo Žilinského kraja (20,2%). Iné formy podporili by uvítali najmä stredné podniky (4,0%), MSP v sektore doprava, informácie (6,3%), MSP zo Žilinského kraja (5,0%). Medzi najčastejšie uvádzané iné formy boli zjednodušenie procesu a zjednotenie legislatívy.

Tab. č.3: Aká forma podpory pre internacionalizačné aktivity podnikateľov na Slovensku chýba?

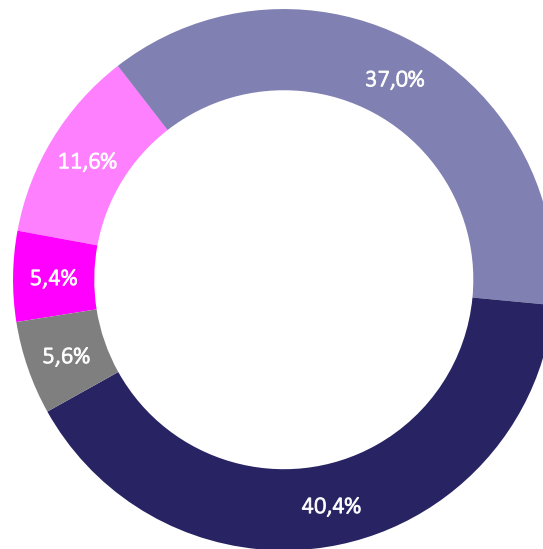
Riadkové %		Finančná (napr. zvýhodnená pôžička/úver, poistenie atď.)	Informačná	Vzdelávacia	Propagačná	Poradenská	Žiadna	Iná	Neviem
Celková vzorka	1000 respondentov	40,6%	37,6%	33,2%	31,7%	24,8%	3,8%	3,1%	13,1%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	41,4%	38,2%	33,4%	32,6%	24,6%	4,2%	2,7%	12,4%
	Malý podnik (10-49)	38,0%	38,5%	32,2%	30,7%	23,9%	2,9%	3,9%	12,7%
	Stredný podnik (50-249)	40,6%	31,7%	33,7%	27,7%	27,7%	3,0%	4,0%	18,8%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	48,6%	28,6%	37,1%	40,0%	14,3%	8,6%	0,0%	2,9%
	Priemysel	46,4%	34,4%	31,2%	29,6%	22,4%	4,8%	2,4%	14,4%
	Stavebníctvo	36,2%	31,9%	34,8%	29,7%	21,7%	4,3%	1,4%	16,7%
	Obchod	38,5%	37,9%	30,4%	29,8%	23,0%	3,7%	1,9%	14,9%
	Ubytovanie a stravovanie	34,3%	48,6%	31,4%	34,3%	14,3%	0,0%	2,9%	17,1%
	Doprava, informácie	43,2%	29,5%	30,5%	29,5%	26,3%	7,4%	6,3%	14,7%
	Obchodné služby	39,8%	42,2%	33,8%	32,9%	27,2%	2,7%	3,6%	11,4%
Ostatné služby	42,9%	41,6%	39,0%	35,1%	35,1%	1,3%	5,2%	9,1%	
Kraj sídla	Bratislavský	37,5%	38,6%	36,1%	35,4%	28,2%	3,6%	3,9%	13,2%
	Trnavský	38,2%	44,9%	32,6%	37,1%	23,6%	3,4%	1,1%	10,1%
	Nitriansky	43,9%	35,5%	35,5%	32,7%	23,4%	4,7%	1,9%	12,1%
	Trenčiansky	36,8%	36,8%	33,3%	27,6%	26,4%	6,9%	3,4%	11,5%
	Banskobystrický	40,4%	36,2%	31,9%	28,7%	16,0%	3,2%	4,3%	9,6%
	Žilinský	37,0%	37,8%	33,6%	27,7%	23,5%	3,4%	5,0%	20,2%
	Prešovský	50,0%	28,1%	27,2%	30,7%	23,7%	3,5%	0,9%	13,2%
	Košický	44,5%	42,7%	30,9%	28,2%	27,3%	2,7%	2,7%	12,7%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	42,0%	36,4%	29,6%	34,0%	23,6%	4,0%	2,4%	14,8%
	MSP - právnické osoby	40,1%	38,0%	34,4%	30,9%	25,2%	3,7%	3,3%	12,5%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	40,4%	37,4%	32,8%	31,5%	24,1%	3,8%	3,2%	13,2%
	Zahraničné	44,2%	40,4%	40,4%	34,6%	38,5%	3,8%	1,9%	11,5%

2.4. Informácie o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity (Otázka 4)

Viac ako tri štvrtiny mikro, malých a stredných podnikateľov na Slovensku (77,4%) nemá dostatok informácií o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity, z toho až 40,4% určite nemá dostatok informácií. Iba 17,0% mikro, malých a stredných podnikateľov má dostatok informácií o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity určené pre malých a stredných podnikateľov na Slovensku, z toho iba viac ako päť percent (5,4%) má určite dostatok požadovaných informácií.

Graf č.9: Informácie o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity

Máte alebo nemáte dostatok informácií o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity určené pre malých a stredných podnikateľov na Slovensku?



■ Určite máme dostatok informácií ■ Skôr máme ■ Skôr nemáme ■ Určite nemáme dostatok informácií ■ Neviem

N=1000 respondentov

Dostatok informácií o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity nemajú najmä mikropodnikatelia (79,6%), najmä MSP v sektore ostatné služby (83,2%) a doprava a informácie (81,1%), najmä MSP z Trenčianskeho kraja (85,0%). Určite nemajú dostatok informácií o podpore hlavne mikropodnikatelia (41,8%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (45,7%), resp. ostatné služby (45,5%), MSP z Bratislavského kraja (44,6%). Skôr nemajú informácie o možnostiach podpore najmä mikropodniky (37,8%), MSP v sektore stavebníctvo (41,3%), MSP z Banskobystrického kraja (44,7%). Iba takmer osem percent stredných podnikateľov (7,9%) má určite dostatok informácií o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity. Ďalej najmä MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (8,6%), MSP z Prešovského kraja (7,9%), MSP - právnické osoby (6,1%).

Tab. č.4: Informácie o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity

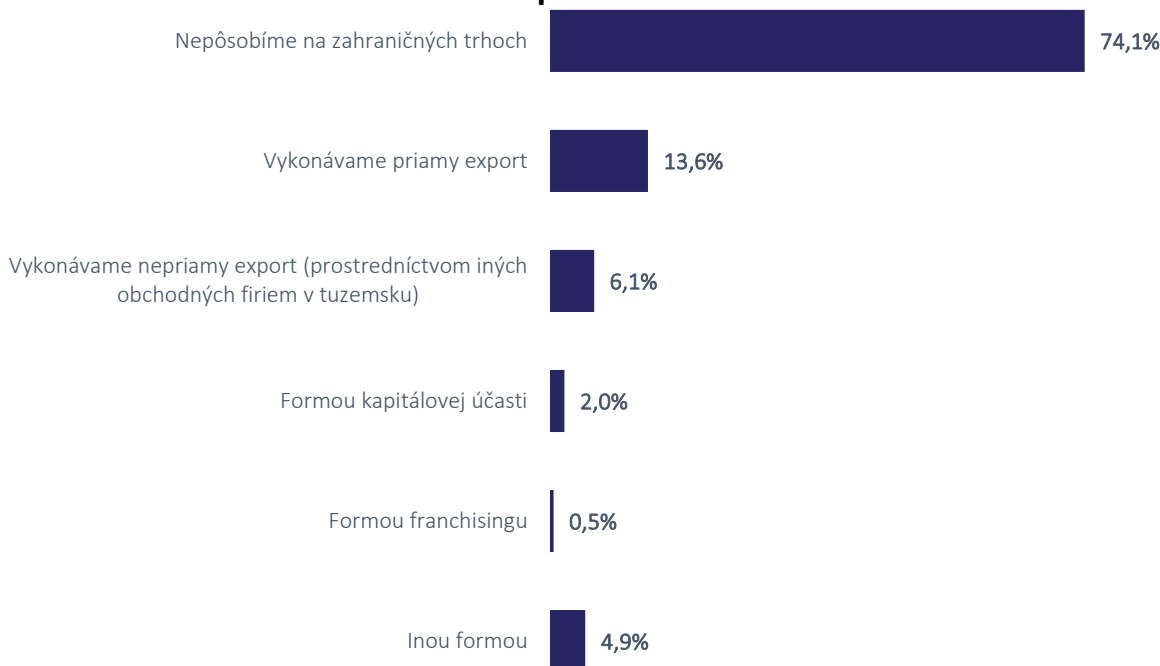
Riadkové %		Určite máme dostatok informácií	Skôr máme	Skôr nemáme	Určite nemáme dostatok informácií	Neviem
Celková vzorka	1000 respondentov	5,4%	11,6%	37,0%	40,4%	5,6%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	5,0%	9,8%	37,8%	41,8%	5,6%
	Malý podnik (10-49)	5,4%	15,6%	37,1%	36,6%	5,4%
	Stredný podnik (50-249)	7,9%	15,8%	31,7%	38,6%	5,9%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	5,7%	14,3%	34,3%	45,7%	0,0%
	Priemysel	6,4%	11,2%	37,6%	36,8%	8,0%
	Stavebníctvo	2,9%	12,3%	41,3%	37,0%	6,5%
	Obchod	6,2%	11,8%	33,5%	41,0%	7,5%
	Ubytovanie a stravovanie	8,6%	20,0%	28,6%	34,3%	8,6%
	Doprava, informácie	7,4%	8,4%	41,1%	40,0%	3,2%
	Obchodné služby	5,4%	11,1%	36,5%	41,9%	5,1%
	Ostatné služby	2,6%	11,7%	37,7%	45,5%	2,6%
Kraj sídla	Bratislavský	4,3%	11,8%	32,9%	44,6%	6,4%
	Trnavský	6,7%	10,1%	42,7%	39,3%	1,1%
	Nitriansky	7,5%	5,6%	36,4%	43,9%	6,5%
	Trenčiansky	4,6%	5,7%	42,5%	42,5%	4,6%
	Banskobystrický	1,1%	17,0%	44,7%	36,2%	1,1%
	Žilinský	5,9%	14,3%	37,8%	34,5%	7,6%
	Prešovský	7,9%	11,4%	36,0%	37,7%	7,0%
	Košický	6,4%	15,5%	32,7%	38,2%	7,3%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	3,2%	11,6%	38,4%	42,4%	4,4%
	MSP - právnické osoby	6,1%	11,6%	36,5%	39,7%	6,0%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	5,2%	11,3%	37,8%	40,0%	5,8%
	Zahraničné	9,6%	17,3%	23,1%	48,1%	1,9%

2.5. Pôsobenie firmy na zahraničných trhoch (Otázka 5)

Takmer tri štvrtiny oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov (74,1%) nepôsobí na zahraničných trhoch. 13,6% mikro, malých a stredných podnikateľov vykonáva priamy export a 6,1% vykonáva nepriamy export (prostredníctvom iných obchodných firiem v tuzemsku). Formou kapitálovej účasti pôsobia na zahraničných trhoch dve percentá mikro, malých a stredných podnikateľov (2,0%) a formou franchisingu pol percenta oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov (0,5%). Takmer päť percent mikro, malých a stredných podnikateľov (4,9%) pôsobí na zahraničných trhoch inou formou.

Graf č.10: Pôsobenie firmy na zahraničných trhoch

Ak Vaša firma pôsobí na zahraničných trhoch, prosím, špecifikujte formu tohto pôsobenia.



N=1000 respondentov

Najviac mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí nepôsobia na zahraničných trhoch sú mikropodniky (79%), MSP v sektoroch stavebníctvo (81,2%) a pôdohospodárstvo (80,0%), MSP z Banskobystrického kraja (81,9%), fyzické osoby (83,6%), MSP s tuzemským vlastníctvom (75,3%). Priamy export vykonávajú najmä malí podnikatelia (21,0%), MSP v sektore doprava a informácie (21,1%), MSP so sídlom v Žilinskom (16,8%), resp. Košickom (16,4%) kraji, MSP – právnické osoby (15,5%) a MSP so zahraničným vlastníctvom (26,9%). Nepriamy export vykonávajú hlavne malí podnikatelia (10,2%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (17,1%), MSP so sídlom v Trnavskom kraji (11,2%). Inou formou pôsobia na zahraničných trhoch prevažne malí podnikatelia (6,3%), MSP v sektore doprava a informácie (11,6%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (8,4%). Formou kapitálovej účasti pôsobia na zahraničných trhoch najmä strední podnikatelia (3,0%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (5,7%), MSP so sídlom v Trnavskom (3,4%), resp. Trenčianskom (3,4%) kraji. Forma franchisingu nebola kvôli nízkej početnosti hodnotená.

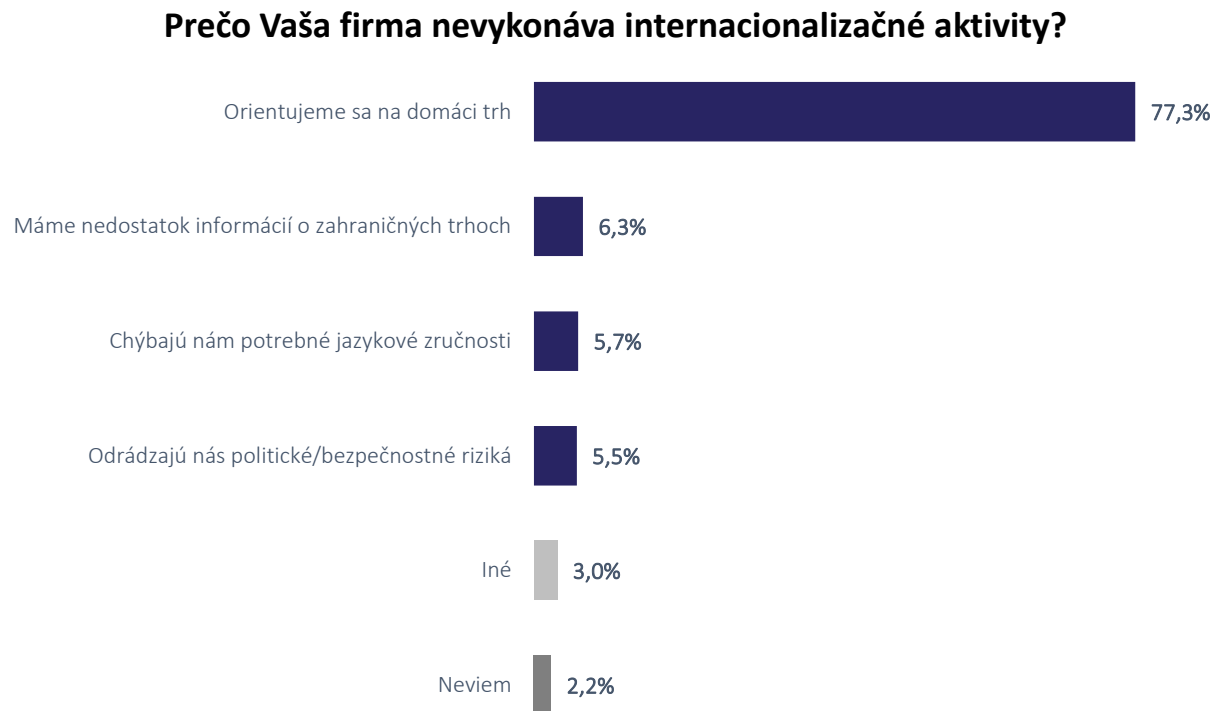
Tab. č.5: Pôsobenie firmy na zahraničných trhoch

Riadkové %		Nepôsobíme na zahraničných trhoch	Vykonávame priamy export	Vykonávame nepriamy export (prostredníctvom iných obchodných firiem v tuzemsku)	Formou kapitálovej účasti	Formou franchisingu	Inou formou
Celková vzorka	1000 respondentov	74,1%	13,6%	6,1%	2,0%	0,5%	4,9%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	79,0%	10,4%	5,0%	1,6%	0,4%	4,5%
	Malý podnik (10-49)	60,5%	21,0%	10,2%	2,9%	1,0%	6,3%
	Stredný podnik (50-249)	68,3%	20,8%	5,0%	3,0%	0,0%	5,0%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	80,0%	17,1%	2,9%	2,9%	0,0%	0,0%
	Priemysel	75,2%	12,8%	8,0%	2,4%	1,6%	3,2%
	Stavebníctvo	81,2%	9,4%	5,1%	0,0%	0,0%	4,3%
	Obchod	73,9%	16,8%	5,0%	0,6%	0,0%	3,7%
	Ubytovanie a stravovanie	65,7%	11,4%	17,1%	5,7%	0,0%	2,9%
	Doprava, informácie	58,9%	21,1%	6,3%	3,2%	1,1%	11,6%
	Obchodné služby	75,7%	11,7%	5,7%	2,7%	0,6%	4,2%
	Ostatné služby	72,7%	14,3%	5,2%	1,3%	0,0%	9,1%
Kraj sídla	Bratislavský	72,1%	14,3%	5,7%	2,1%	0,7%	5,7%
	Trnavský	71,9%	11,2%	11,2%	3,4%	1,1%	4,5%
	Nitriansky	72,0%	13,1%	4,7%	1,9%	0,0%	8,4%
	Trenčiansky	69,0%	17,2%	5,7%	3,4%	0,0%	6,9%
	Banskobystrický	81,9%	8,5%	4,3%	1,1%	2,1%	3,2%
	Žilinský	75,6%	16,8%	6,7%	0,8%	0,0%	0,8%
	Prešovský	78,9%	9,6%	6,1%	0,9%	0,0%	5,3%
	Košický	73,6%	16,4%	5,5%	2,7%	0,0%	3,6%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	83,6%	8,0%	4,4%	1,2%	0,4%	2,4%
	MSP - právnické osoby	70,9%	15,5%	6,7%	2,3%	0,5%	5,7%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	75,3%	12,9%	5,9%	1,7%	0,4%	5,0%
	Zahraničné	51,9%	26,9%	9,6%	7,7%	1,9%	3,8%

2.6. Prečo Vaša firma nevykonáva internacionalizačné aktivity? (Otázka 20)

Ako hlavný dôvod nevykonávania internacionalizačných aktivít uviedlo 77,3% mikro, malých a stredných podnikateľov orientáciu na domáci trh. Nedostatok informácií o zahraničných trhoch uviedlo 6,3% oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov. Viac ako päť percent podnikateľov si myslí, že im chýbajú potrebné zručnosti (5,7%) na vykonávanie internacionalizačných aktivít, resp. ich odrádzajú politické/bezpečnostné riziká (5,5%). Iné dôvody uviedli 3,0% mikro, malých a stredných podnikateľov. Vyše dve percentá MSP nevedeli odpovedať (2,2%).

Graf č.11: Prečo Vaša firma nevykonáva internacionalizačné aktivity?



N=741 respondentov, ktorí nevykonávajú internacionalizačné aktivity

Na domáci trh sa orientujú najmä mikropodnikatelia (77,7%), MSP v sektore stavebníctvo (82,1%) a priemysel (80,9%), MSP so sídlom v Trnavskom kraji (81,3%). Nedostatok informácií o zahraničných trhoch majú najmä malé podniky (12,1%), MSP z odvetvia pôdohospodárstvo (14,3%) a ubytovanie a stravovanie (13,0%), MSP so sídlom v Bratislavskom kraji (8,4%). Potrebné jazykové zručnosti chýbajú najmä mikropodnikom (6,2%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (8,7%), MSP z Trnavského (7,8%), resp. Nitrianskeho (7,8%) kraja. Politické a bezpečnostné riziká odrádzajú najmä mikropodnikateľov, MSP z odvetvia pôdohospodárstvo (10,7%), MSP so sídlom v Prešovskom (7,8%), resp. Nitrianskom (7,8%) kraji. Iné dôvody najčastejšie uvádzali strední podnikatelia (4,3%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (8,7%), MSP so sídlom v Trenčianskom kraji (6,7%). Najčastejšie za iné dôvody podnikatelia uvádzali veľkosť firmy, podkapitalizáciu, chýbajúce zdroje a nevhodný predmet podnikania.

Tab. č.6: Prečo Vaša firma nevykonáva internacionalizačné aktivity?

Riadkové %		Orientujeme sa na domáci trh	Máme nedostatok informácií o zahraničných trhoch	Chýbajú nám potrebné jazykové zručnosti	Odrádzajú nás politické/bezpečnostné riziká	Iné	Neviem
Celková vzorka	741 respondentov	77,3%	6,3%	5,7%	5,5%	3,0%	2,2%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	77,7%	5,3%	6,2%	5,8%	2,7%	2,2%
	Malý podnik (10-49)	75,8%	12,1%	3,2%	4,8%	3,2%	0,8%
	Stredný podnik (50-249)	76,8%	4,3%	5,8%	4,3%	4,3%	4,3%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	60,7%	14,3%	7,1%	10,7%	7,1%	0,0%
	Priemysel	80,9%	7,4%	2,1%	8,5%	1,1%	0,0%
	Stavebníctvo	82,1%	7,1%	4,5%	3,6%	1,8%	0,9%
	Obchod	75,6%	5,9%	7,6%	4,2%	4,2%	2,5%
	Ubytovanie a stravovanie	65,2%	13,0%	8,7%	0,0%	8,7%	4,3%
	Doprava, informácie	73,2%	8,9%	3,6%	8,9%	1,8%	3,6%
	Obchodné služby	78,3%	4,3%	7,1%	4,7%	3,2%	2,4%
	Ostatné služby	78,6%	3,6%	3,6%	7,1%	1,8%	5,4%
Kraj sídla	Bratislavský	76,7%	8,4%	5,0%	5,0%	3,0%	2,0%
	Trnavský	81,3%	4,7%	7,8%	6,3%	0,0%	0,0%
	Nitriansky	75,3%	0,0%	7,8%	7,8%	1,3%	7,8%
	Trenčiansky	78,3%	5,0%	6,7%	3,3%	6,7%	0,0%
	Banskobystrický	76,6%	6,5%	6,5%	6,5%	2,6%	1,3%
	Žilinský	78,9%	6,7%	5,6%	4,4%	3,3%	1,1%
	Prešovský	76,7%	7,8%	2,2%	7,8%	3,3%	2,2%
	Košický	76,5%	7,4%	6,2%	3,7%	3,7%	2,5%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	75,1%	4,8%	9,1%	6,7%	1,4%	2,9%
	MSP - právnické osoby	78,2%	7,0%	4,3%	5,1%	3,6%	1,9%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	77,2%	6,4%	5,5%	5,7%	3,1%	2,1%
	Zahraničné	81,5%	3,7%	11,1%	0,0%	0,0%	3,7%

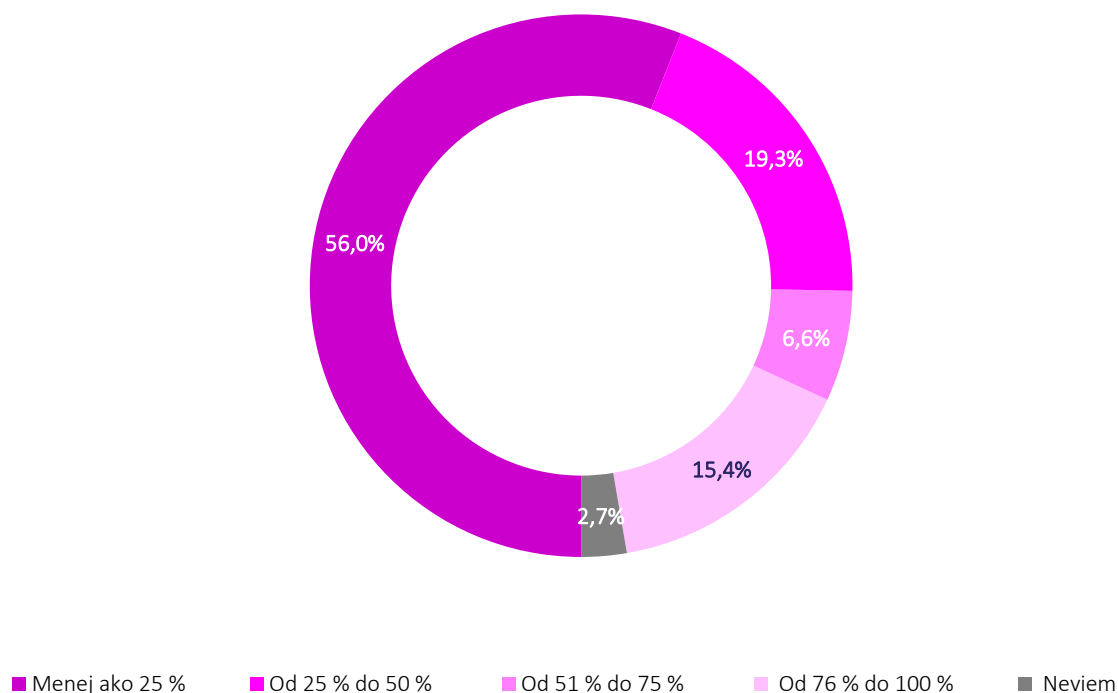
3. Postoje MSP, ktoré vykonávajú Internacionalizačné aktivity

3.1. Podiel internacionalizačných aktivít na obrate (Otázka 6)

U viac ako polovici mikro, malých a stredných podnikateľov (56,0%), ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity predstavuje podiel týchto aktivít menej ako 25% ich obratu. U takmer pätiny týchto podnikateľov (19,3%) je to od 25% do 50% ich obratu. Od 51% do 75% obratu je to u 6,6% mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity. Viac ako tri štvrtiny obratu (od 76% do 100%) predstavujú internacionalizačné aktivity u 15,4% skúmaných podnikateľov. Takmer tri percentá mikro, malých a stredných podnikateľov sa nevedeli vyjadriť (2,7%).

Graf č.12: Podiel internacionalizačných aktivít na obrate

Aký podiel majú internacionalizačné aktivity na Vašom obrate?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Spomedzi mikro, malých a stredných podnikateľov vykonávajúcich internacionalizačné aktivity s menej ako štvrtinovým podielom na obrate je najviac malých podnikov s 10 až 49 zamestnancami, podnikateľov v sektore obchod (66,7%), resp. ostatné služby (66,7%), podnikov so sídlom v Banskobystrickom kraji (76,5%), firiem v tuzemskom vlastníctve (58,1%) a právnických osôb (56,9%). Mikro, malí a strední podnikatelia vykonávajúci internacionalizačné aktivity s podielom na obrate od 25% do 50% sú najmä mikropodniky (21,9%), MSP v sektore priemysel

(29,0%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (26,7%). S viac ako polovičným podielom na obrate (od 51% do 75%) sú najviac zastúpené stredné podniky (12,5%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (16,7%), MSP z Prešovského kraja (16,7%). S podielom na obrate od 75% do 100% sú zastúpené najmä malé podniky (21,0%), MSP v sektore obchodné (19,8%), resp. ostatné (19,0%) služby, MSP so sídlom v Bratislavskom (17,9%), resp. Banskobystrickom (17,6%) kraji a MSP v zahraničnom vlastníctve (32,0%).

Tab. č.7: Podiel internacionalizačných aktivít na obrate

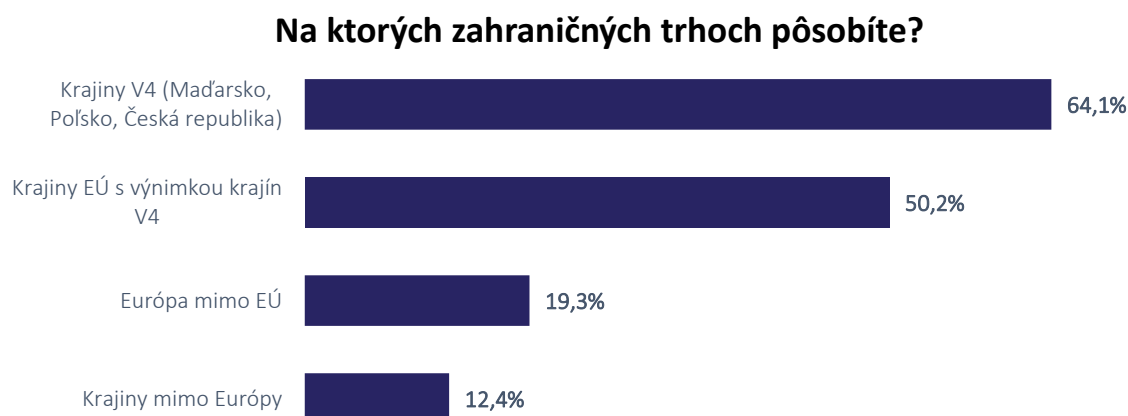
Riadkové %		Menej ako 25 %	Od 25 % do 50 %	Od 51 % do 75 %	Od 76 % do 100 %	Neviem
Celková vzorka	259 respondentov	56,0%	19,3%	6,6%	15,4%	2,7%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	56,2%	21,9%	8,2%	12,3%	1,4%
	Malý podnik (10-49)	59,3%	16,0%	1,2%	21,0%	2,5%
	Stredný podnik (50-249)	46,9%	15,6%	12,5%	15,6%	9,4%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	57,1%	14,3%	14,3%	14,3%	0,0%
	Priemysel	48,4%	29,0%	12,9%	6,5%	3,2%
	Stavebníctvo	53,8%	19,2%	7,7%	15,4%	3,8%
	Obchod	66,7%	16,7%	4,8%	9,5%	2,4%
	Ubytovanie a stravovanie	50,0%	16,7%	16,7%	16,7%	0,0%
	Doprava, informácie	48,7%	17,9%	10,3%	17,9%	5,1%
	Obchodné služby	55,6%	19,8%	2,5%	19,8%	2,5%
	Ostatné služby	66,7%	14,3%	0,0%	19,0%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	55,1%	19,2%	6,4%	17,9%	1,3%
	Trnavský	64,0%	16,0%	4,0%	12,0%	4,0%
	Nitriansky	50,0%	26,7%	0,0%	16,7%	6,7%
	Trenčiansky	55,6%	18,5%	7,4%	14,8%	3,7%
	Banskobystrický	76,5%	5,9%	0,0%	17,6%	0,0%
	Žilinský	55,2%	24,1%	6,9%	10,3%	3,4%
	Prešovský	54,2%	12,5%	16,7%	12,5%	4,2%
	Košický	48,3%	24,1%	10,3%	17,2%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	51,2%	26,8%	7,3%	7,3%	7,3%
	MSP - právnické osoby	56,9%	17,9%	6,4%	17,0%	1,8%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	58,1%	19,2%	6,4%	13,7%	2,6%
	Zahraničné	36,0%	20,0%	8,0%	32,0%	4,0%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.2. Na ktorých zahraničných trhoch pôsobíte? (Otázka 7)

Najviac mikro, malých a stredných podnikateľov vykonávajúcich internacionalizačné aktivity pôsobí na okolitých trhoch v krajinách V4 (64,1%). Druhým najvýznamnejším teritóriom pôsobenia sú krajiny EÚ s výnimkou krajín V4 (50,2%). Tretím teritóriom pôsobenia s takmer štvrtinovým podielom (19,3%) sú krajiny Európy mimo EÚ. Posledným teritóriom pôsobenia sú krajiny mimo Európy (12,4%).

Graf č.13: Na ktorých zahraničných trhoch pôsobíte?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Na okolitých trhoch v krajinách V4 pôsobia skôr tuzemský mikro, malí a strední podnikatelia (66,2%), mikropodnikatelia (64,4%), MSP v odvetví stavebníctvo (69,2%), resp. obchod (69,0%), MSP so sídlom v Trenčianskom kraji (74,1%), MSP - právnické osoby (65,6%). V krajinách EÚ s výnimkou krajín V4 pôsobia najmä stredné podniky (56,3%), MSP v sektore doprava, informácie (61,5%), MSP so sídlom v Košickom kraji (58,6%), MSP prevažne v zahraničnom vlastníctve (60,0%). Na trhoch Európy mimo EÚ pôsobia najmä malé podniky (24,7%), MSP v sektore ostatné služby (38,1%), MSP z Trenčianskeho kraja (29,6%) a MSP prevažne v zahraničnom vlastníctve (28,0%). V krajinách mimo Európy pôsobia najmä stredné podniky (28,1%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (28,6%), MSP so sídlom v Banskobystrickom kraji (29,4%) a MSP - právnické osoby (12,8%).

Tab. č.8: Na ktorých zahraničných trhoch pôsobíte?

Riadkové %		Krajiny V4 (Maďarsko, Poľsko, Česká republika)	Krajiny EÚ s výnimkou krajín V4	Európa mimo EÚ	Krajiny mimo Európy
Celková vzorka	259 respondentov	64,1%	50,2%	19,3%	12,4%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	64,4%	49,3%	18,5%	10,3%
	Malý podnik (10-49)	64,2%	49,4%	24,7%	9,9%
	Stredný podnik (50-249)	62,5%	56,3%	9,4%	28,1%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	57,1%	57,1%	14,3%	28,6%
	Priemysel	67,7%	45,2%	9,7%	19,4%
	Stavebníctvo	69,2%	53,8%	11,5%	3,8%
	Obchod	69,0%	50,0%	14,3%	14,3%
	Ubytovanie a stravovanie	58,3%	50,0%	16,7%	0,0%
	Doprava, informácie	56,4%	61,5%	23,1%	7,7%
	Obchodné služby	64,2%	46,9%	22,2%	14,8%
Ostatné služby	61,9%	42,9%	38,1%	9,5%	
Kraj sídla	Bratislavský	61,5%	53,8%	17,9%	10,3%
	Trnavský	68,0%	56,0%	12,0%	4,0%
	Nitriansky	63,3%	53,3%	16,7%	16,7%
	Trenčiansky	74,1%	44,4%	29,6%	11,1%
	Banskobystrický	64,7%	35,3%	23,5%	29,4%
	Žilinský	58,6%	41,4%	27,6%	6,9%
	Prešovský	62,5%	45,8%	16,7%	16,7%
	Košický	65,5%	58,6%	13,8%	13,8%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	56,1%	51,2%	24,4%	9,8%
	MSP - právnické osoby	65,6%	50,0%	18,3%	12,8%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	66,2%	49,1%	18,4%	12,4%
	Zahraničné	44,0%	60,0%	28,0%	12,0%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

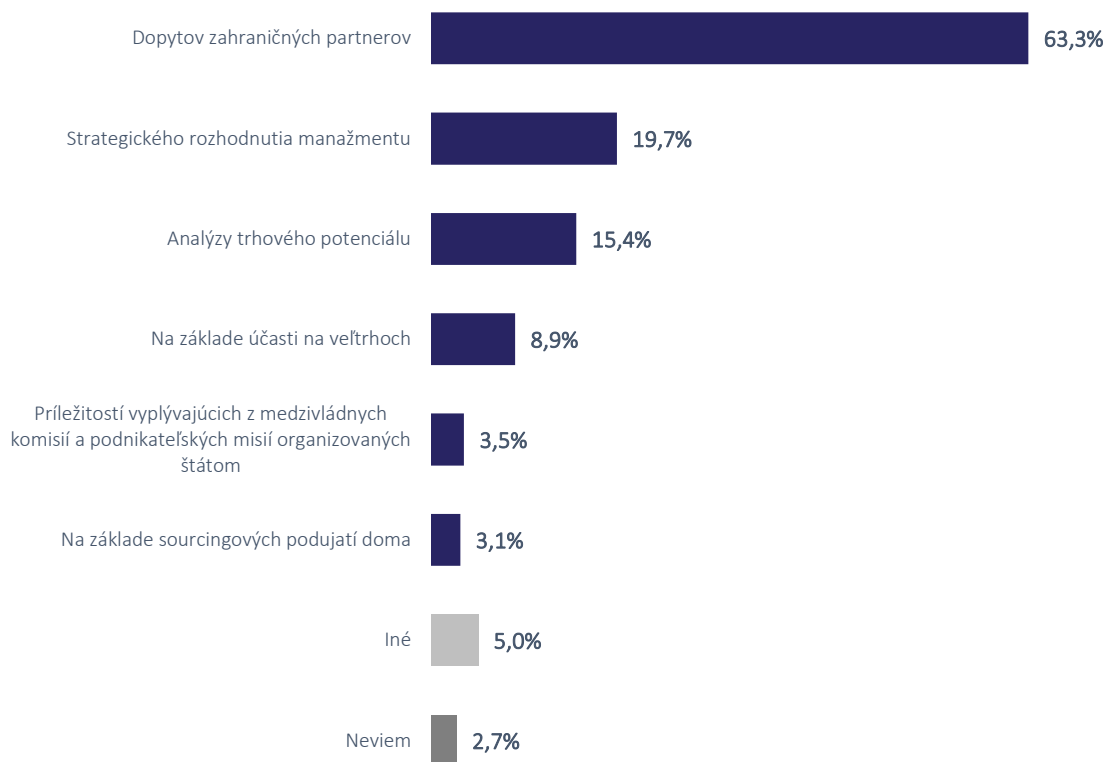
3.3. Spôsob voľby konkrétnych medzinárodných trhov (Otázka 8)

Voľba pôsobenia na konkrétnych medzinárodných trhoch bola u oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov prevažne výsledkom dopytov zahraničných partnerov, uviedlo to 63,3% respondentov. U takmer pätiny oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov je to strategické rozhodnutie manažmentu (19,7%). Mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí sa rozhodujú na základe analýzy trhového potenciálu je 15,4% a mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí si uskutočňujú výber konkrétneho trhu na základe účasti na veľtrhoch, je takmer deväť percent (8,9%). Iný dôvod pôsobenia na konkrétnych medzinárodných trhoch uviedlo 5% respondentov. Za najčastejší iný dôvod bola uvedená reakcia na inzerát. Za menšie dôvody

pôsobenia na konkrétnych trhoch opýtaní mikro, malí a strední podnikatelia uviedli príležitosti na medzivládnych misiách (3,5%) a sourcingových podujatiach doma (3,1%). Na otázku nevedelo odpovedať 2,7% respondentov.

Graf č.14: Spôsob voľby konkrétnych medzinárodných trhov

Prosím, špecifikujte, na základe čoho uskutočňujete voľbu konkrétnych medzinárodných trhov. Je výsledkom...



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Tri štvrtiny stredných podnikateľov (75,0%) uskutočňuje voľbu konkrétneho medzinárodného trhu na základe dopytu partnerov. Ďalej sa týmto spôsobom rozhodujú najmä MSP v sektore pôdohospodárstvo (85,7%), so sídlom v Žilinskom kraji (75,9%), prevažne v tuzemskom vlastníctve (64,1%) a MSP - právnické osoby (63,8%). Na základe strategického rozhodnutia manažmentu uskutočňujú voľbu pôsobenia na konkrétnych zahraničných trhoch najmä mikropodnikatelia (20,5%), MSP v sektore pôdohospodárstva (28,6%), MSP so sídlom v Trnavskom kraji (28,0%), MSP prevažne v zahraničnom vlastníctve (28,0%) a MSP - právnické osoby (21,6%). Analýzu trhového potenciálu uskutočňujú pri výbere konkrétneho trhu najmä mikropodnikatelia (19,2%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (33,3%), MSP so sídlom v Trnavskom kraji (24,0%). Účasť na veľtrhoch uskutočňuje ako základ pre výber konkrétneho trhu 13,6% malých podnikateľov a najmä MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (16,7%), resp. priemysel (16,1%), MSP so sídlom v Trnavskom kraji (16,0%) a MSP - právnické osoby (10,1%).

Tab. č.9a: Spôsob voľby konkrétnych medzinárodných trhov

Riadkové %		Dopytov zahraničných partnerov	Strategického rozhodnutia manažmentu	Analýzy trhového potenciálu	Na základe účasti na veľtrhoch
Celková vzorka	259 respondentov	63,3%	19,7%	15,4%	8,9%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	61,6%	20,5%	19,2%	5,5%
	Malý podnik (10-49)	61,7%	19,8%	9,9%	13,6%
	Stredný podnik (50-249)	75,0%	15,6%	12,5%	12,5%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	85,7%	28,6%	14,3%	14,3%
	Priemysel	67,7%	16,1%	12,9%	16,1%
	Stavebníctvo	65,4%	7,7%	7,7%	11,5%
	Obchod	57,1%	26,2%	16,7%	14,3%
	Ubytovanie a stravovanie	58,3%	25,0%	33,3%	16,7%
	Doprava, informácie	66,7%	15,4%	20,5%	7,7%
	Obchodné služby	61,7%	22,2%	13,6%	3,7%
	Ostatné služby	61,9%	19,0%	14,3%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	55,1%	25,6%	14,1%	7,7%
	Trnavský	60,0%	28,0%	24,0%	16,0%
	Nitriansky	66,7%	13,3%	20,0%	0,0%
	Trenčiansky	63,0%	14,8%	18,5%	14,8%
	Banskobystrický	64,7%	23,5%	0,0%	11,8%
	Žilinský	75,9%	13,8%	13,8%	6,9%
	Prešovský	66,7%	20,8%	12,5%	12,5%
	Košický	69,0%	10,3%	17,2%	6,9%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	61,0%	9,8%	14,6%	2,4%
	MSP - právnické osoby	63,8%	21,6%	15,6%	10,1%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	64,1%	18,8%	15,0%	9,4%
	Zahraničné	56,0%	28,0%	20,0%	4,0%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

Viac ako desatina stredných podnikov (12,5%) uskutočňuje výber konkrétnych trhov na základe príležitostí vyplývajúcich z medzivládnych komisií a misií. Ďalej sú to najmä MSP v sektore stavebníctvo (7,7%), so sídlom v Prešovskom kraji (8,3%), v zahraničnom vlastníctve (12,0%) . Na základe sourcingových podujatí doma uskutočňuje výber konkrétneho trhu 6,3% stredných podnikateľov. Ďalej sú to najmä MSP v sektore pôdohospodárstvo (14,3%), so sídlom v Košickom kraji (10,3%). Na otázku nevedeli odpovedať takmer tri percentá podnikateľov.

Tab. č.9b: Spôsob voľby konkrétnych medzinárodných trhov

Riadkové %		Príležitosti vyplývajúcich z medzivládnych komisií a podnikateľských misií organizovaných štátom	Na základe sourcingových podujatí doma	Iné	Neviem
Celková vzorka	259 respondentov	3,5%	3,1%	5,0%	2,7%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	2,7%	2,7%	6,2%	2,7%
	Malý podnik (10-49)	1,2%	2,5%	4,9%	3,7%
	Stredný podnik (50-249)	12,5%	6,3%	0,0%	0,0%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%
	Priemysel	3,2%	3,2%	0,0%	0,0%
	Stavebníctvo	7,7%	0,0%	7,7%	11,5%
	Obchod	2,4%	4,8%	4,8%	2,4%
	Ubytovanie a stravovanie	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%
	Doprava, informácie	5,1%	5,1%	0,0%	5,1%
	Obchodné služby	3,7%	1,2%	8,6%	0,0%
	Ostatné služby	0,0%	4,8%	9,5%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	3,8%	3,8%	5,1%	3,8%
	Trnavský	4,0%	4,0%	8,0%	4,0%
	Nitriansky	0,0%	0,0%	10,0%	3,3%
	Trenčiansky	7,4%	0,0%	3,7%	3,7%
	Banskobystrický	0,0%	0,0%	5,9%	5,9%
	Žilinský	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%
	Prešovský	8,3%	4,2%	8,3%	0,0%
	Košický	0,0%	10,3%	0,0%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	2,4%	4,9%	7,3%	4,9%
	MSP - právnické osoby	3,7%	2,8%	4,6%	2,3%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	2,6%	3,0%	5,6%	2,6%
	Zahraničné	12,0%	4,0%	0,0%	4,0%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

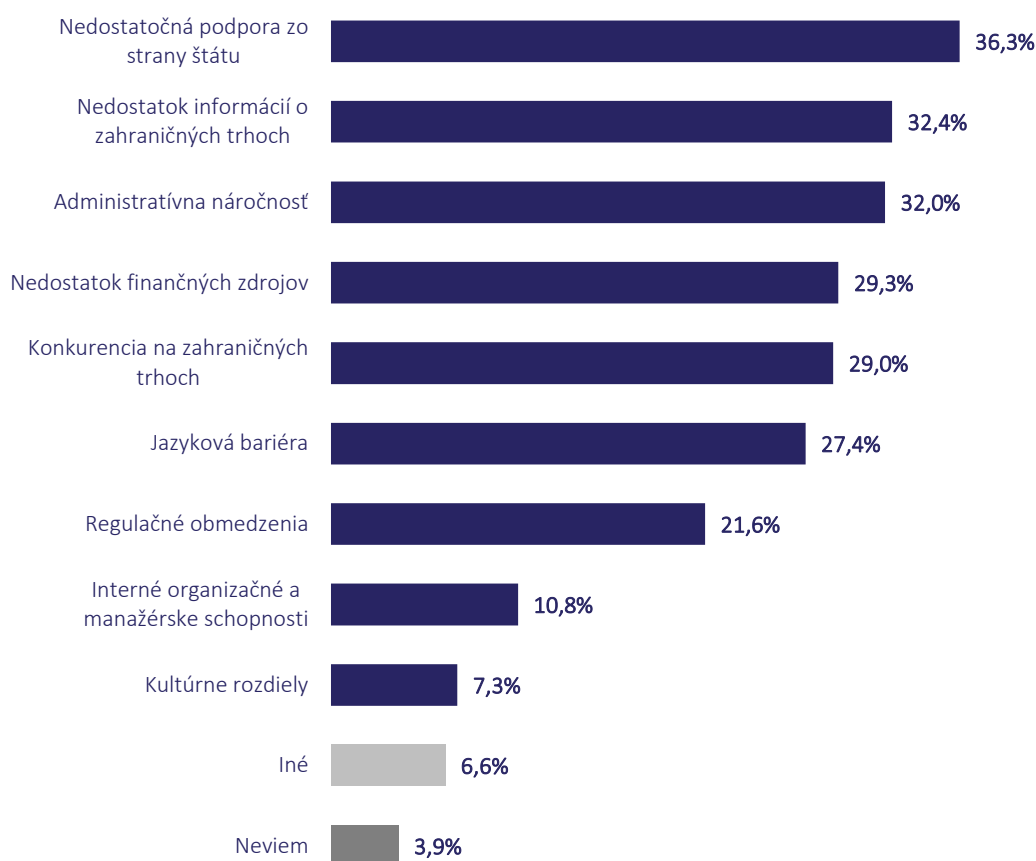
3.4. Najvýznamnejšie bariéry internacionalizácie (Otázka 9)

Za najvýznamnejšiu bariéru internacionalizácie považujú mikro, malí a strední podnikatelia vykonávajúci internacionalizačné aktivity nedostatočnú podporu zo strany štátu (36,3%). Druhou najvýznamnejšou bariérou je nedostatok informácií o zahraničných trhoch (32,4%) a treťou bariérou je administratívna náročnosť (32,0%). Takmer tridsať percent podnikateľov (29,3%) nemá dostatok finančných zdrojov na internacionalizačné aktivity, resp. považuje konkurenciu na zahraničných trhoch za bariéru (29,0%). Jazykovú bariéru považuje 27,4% respondentov za významnú. Regulačné obmedzenia považuje za významnú bariéru viac ako pätina respondentov (21,6%). Viac ako desatina (10,8%) považuje interné a manažérske schopnosti za významnú bariéru

internacionalizácie. Kultúrne rozdiely vidí za významnú bariéru 7,3% mikro, malých a stredných podnikateľov. Iné bariéry uviedlo 6,6% respondentov. Medzi najčastejšie iné bariéry respondenti uvádzali príliš malý trh. Takmer štyri percentá oslovených podnikateľov sa nevedelo vyjadriť.

Graf č.15: Najvýznamnejšie bariéry internacionalizácie

Čo považujete za najvýznamnejšie bariéry internacionalizácie?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Nedostatočnú podporu zo strany štátu považujú za najvýznamnejšiu bariéru internacionalizácie najviac mikropodniky (43,8%). Ďalej túto možnosť uviedli najmä mikro, malí a strední podnikatelia v sektore pôdohospodárstvo (71,4%), so sídlom v Prešovskom kraji (58,3%) a prevažne v zahraničnom vlastníctve (44,0%). Druhou významnou bariérou internacionalizácie je nedostatok informácií o zahraničných trhoch, takisto najpočetnejšou skupinou pri výbere tejto odpovede boli mikropodniky (38,4%), ďalej MSP v sektore pôdohospodárstvo (71,4%) a MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (46,7%). Do tretice, administratívnu náročnosť ako významnú bariéru vidia hlavne stredné podniky (34,4%), MSP v pôdohospodárstve (71,4%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (66,7%). Nedostatok finančných zdrojov považuje za významnú bariéru tretina malých podnikateľov (33,3%). Ďalej sú to najmä MSP v sektore pôdohospodárstvo (57,1%), z Nitrianskeho kraja (40,0%) a fyzické osoby - podnikatelia (31,7%). Konkurenciu na zahraničných trhoch považujú za významnú bariéru najmä stredné podniky (37,5%), MSP v sektore

pôdohospodárstvo (85,7%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (36,7%) a MSP - právnické osoby (29,4%).

Tab. č.10a: **Najvýznamnejšie bariéry internacionalizácie**

Riadkové %		Nedostatočná podpora zo strany štátu	Nedostatok informácií o zahraničných trhoch	Administratívna náročnosť	Nedostatok finančných zdrojov	Konkurencia na zahraničných trhoch
Celková vzorka	259 respondentov	36,3%	32,4%	32,0%	29,3%	29,0%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	43,8%	38,4%	34,2%	28,1%	27,4%
	Malý podnik (10-49)	24,7%	19,8%	27,2%	33,3%	28,4%
	Stredný podnik (50-249)	31,3%	37,5%	34,4%	25,0%	37,5%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	71,4%	71,4%	71,4%	57,1%	85,7%
	Priemysel	45,2%	25,8%	41,9%	41,9%	29,0%
	Stavebníctvo	30,8%	15,4%	46,2%	23,1%	26,9%
	Obchod	31,0%	31,0%	14,3%	26,2%	16,7%
	Ubytovanie a stravovanie	25,0%	25,0%	16,7%	33,3%	50,0%
	Doprava, informácie	30,8%	28,2%	38,5%	28,2%	38,5%
	Obchodné služby	42,0%	37,0%	29,6%	24,7%	23,5%
Ostatné služby	23,8%	47,6%	28,6%	33,3%	28,6%	
Kraj sídla	Bratislavský	29,5%	17,9%	29,5%	23,1%	25,6%
	Trnavský	40,0%	36,0%	28,0%	32,0%	28,0%
	Nitriansky	46,7%	46,7%	66,7%	40,0%	36,7%
	Trenčiansky	14,8%	40,7%	22,2%	11,1%	25,9%
	Banskobystrický	29,4%	17,6%	35,3%	23,5%	23,5%
	Žilinský	48,3%	44,8%	20,7%	37,9%	34,5%
	Prešovský	58,3%	41,7%	25,0%	37,5%	25,0%
	Košický	34,5%	34,5%	31,0%	37,9%	34,5%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	41,5%	39,0%	29,3%	31,7%	26,8%
	MSP - právnické osoby	35,3%	31,2%	32,6%	28,9%	29,4%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	35,5%	31,6%	31,2%	29,5%	29,5%
	Zahraničné	44,0%	40,0%	40,0%	28,0%	24,0%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

Jazykovú bariéru vidia ako výrazný problém internacionalizácie najmä stredné podniky (28,1%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (57,1%), MSP so sídlom v Banskobystrickom kraji (35,5%) a fyzické osoby - podnikatelia (31,7%). Regulačné obmedzenia považujú za významnú bariéru internacionalizácie hlavne malé podniky (25,9%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (42,9%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (36,7%), MSP v zahraničnom vlastníctve (28,0%). Interné organizačné a manažérske schopnosti považujú za bariéru prevažne stredné podniky (12,5%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (28,6%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (23,3%). Kultúrne rozdiely považujú za významnú bariéru najmä malé podniky (8,6%), MSP v sektore pôdohospodárstva

(28,6%), MSP so sídlom v Banskobystrickom kraji (17,6%). Iné bariéry považujú za významné hlavne malé podniky (7,4%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (16,7%), MSP z Prešovského kraja (12,5%) a MSP v zahraničnom vlastníctve (8,0%).

Tab. č.10b: **Najvýznamnejšie bariéry internacionalizácie**

Riadkové %		Jazyková bariéra	Regulačné obmedzenia	Interné organizačné a manažérske schopnosti	Kultúrne rozdiely	Iné	Neviem
Celková vzorka	259 respondentov	27,4%	21,6%	10,8%	7,3%	6,6%	3,9%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	27,4%	19,9%	10,3%	6,8%	6,8%	4,1%
	Malý podnik (10-49)	27,2%	25,9%	11,1%	8,6%	7,4%	4,9%
	Stredný podnik (50-249)	28,1%	18,8%	12,5%	6,3%	3,1%	0,0%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	57,1%	42,9%	28,6%	28,6%	0,0%	0,0%
	Priemysel	41,9%	32,3%	16,1%	6,5%	3,2%	0,0%
	Stavebníctvo	34,6%	15,4%	11,5%	7,7%	7,7%	3,8%
	Obchod	23,8%	11,9%	9,5%	7,1%	11,9%	14,3%
	Ubytovanie a stravovanie	25,0%	0,0%	16,7%	8,3%	16,7%	0,0%
	Doprava, informácie	17,9%	25,6%	12,8%	7,7%	7,7%	0,0%
	Obchodné služby	27,2%	24,7%	6,2%	6,2%	2,5%	2,5%
	Ostatné služby	14,3%	19,0%	9,5%	4,8%	9,5%	4,8%
Kraj sídla	Bratislavský	20,5%	24,4%	11,5%	6,4%	7,7%	5,1%
	Trnavský	28,0%	12,0%	0,0%	8,0%	4,0%	4,0%
	Nitriansky	30,0%	36,7%	23,3%	10,0%	10,0%	0,0%
	Trenčiansky	29,6%	14,8%	14,8%	3,7%	7,4%	3,7%
	Banskobystrický	35,3%	17,6%	5,9%	17,6%	0,0%	11,8%
	Žilinský	27,6%	13,8%	3,4%	0,0%	0,0%	6,9%
	Prešovský	33,3%	29,2%	8,3%	12,5%	12,5%	0,0%
	Košický	31,0%	17,2%	13,8%	6,9%	6,9%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	31,7%	24,4%	9,8%	7,3%	0,0%	9,8%
	MSP - právnické osoby	26,6%	21,1%	11,0%	7,3%	7,8%	2,8%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	26,9%	20,9%	9,4%	7,3%	6,4%	3,8%
	Zahraničné	32,0%	28,0%	24,0%	8,0%	8,0%	4,0%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

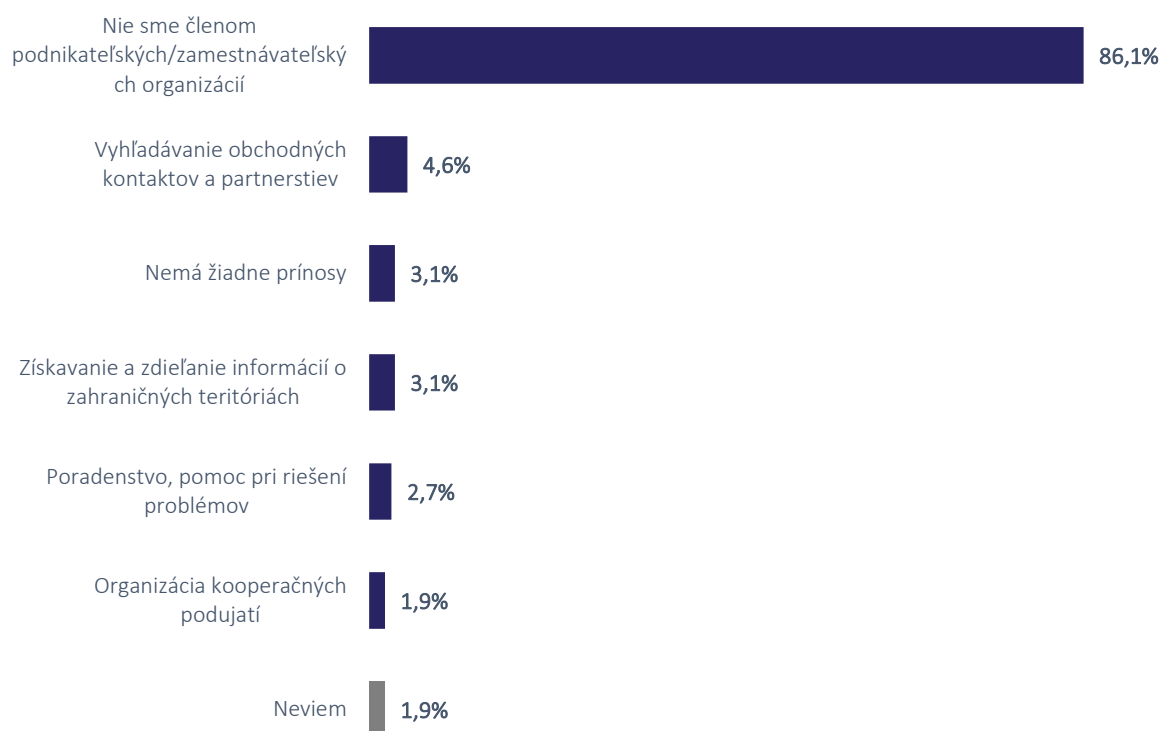
3.5. Prínosy pre internacionalizačné aktivity plynúce z členstva v podnikateľských/zamestnávateľských organizáciách (Otázka 10)

Viac ako 80% mikro, malých a stredných podnikateľov (86,1%), ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, nie sú členom podnikateľských/zamestnávateľských organizácií.

Najvýraznejší prínos plynúci z členstva v podnikateľských/zamestnávateľských organizáciách vidia oslovený mikro, malí a strední podnikatelia vo vyhľadávaní obchodných kontaktov a partnerstiev (4,6%). Viac ako tri percentá mikro, malých a stredných podnikateľov (3,1%), ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, nemá z toho žiadne prínosy, resp. získava a zdieľa informácie o zahraničných teritóriách (3,1%). Poradenstvo, pomoc pri riešení problémov považuje za prínos plynúci z členstva v podnikateľských/zamestnávateľských organizáciách 2,7% mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity. Organizáciu kooperačných podujatí považuje za prínos z členstva v podnikateľských/zamestnávateľských organizáciách 1,9% mikro, malých a stredných podnikateľov vykonávajúcich internacionalizačné aktivity. Vyjadriť sa nevedel zhodný počet mikro, malých a stredných podnikateľov (1,9%).

Ak je Vaša firma členom v podnikateľských/zamestnávateľských organizáciách, prosím, konkretizujte prínosy pre Vaše internacionalizačné aktivity plynúce z Vášho členstva?

Graf č.16: Prínosy pre internacionalizačné aktivity plynúce z členstva v podnikateľských/zamestnávateľských organizáciách



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Z tých podnikateľov, ktorí nie sú členom podnikateľských/zamestnávateľských organizácií je najviac mikropodnikov (87,7%), Ďalej sú to najmä MSP v sektore obchod (90,5%), resp. ostatné služby (90,5%), MSP so sídlom v Trenčianskom kraji (92,6%). Najčastejšie vyhľadávajú obchodné kontakty a partnerstvá malé podniky (4,9%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (16,7%), MSP z Prešovského kraja (8,3%), resp. Trnavského (8,0%) kraja. Medzi podnikateľmi, ktorí z členstva

nemajú žiadne prínosy boli najčastejšie stredné podniky (6,3%), MSP zo sektora stavebníctvo (11,5%), MSP v Trnavskom kraji (8,0%). Najčastejšie získavali a zdieľali informácie o zahraničných teritóriách stredné podniky (6,3%), MSP v sektore doprava, informácie (5,1%), MSP z Nitrianskeho kraja (10,0%). Poradenstvo, pomoc pri riešení problémov vidia za prínos z členstva hlavne malé podniky (3,7%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (14,3%), MSP z Nitrianskeho kraja (10,0%). Organizáciu kooperačných podujatí označili za prínos z členstva hlavne malé podniky (3,7%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (14,3%), MSP so sídlom v Banskobystrickom kraji (5,9%).

Tab. č.11: Prínosy pre internacionalizačné aktivity plynúce z členstva v podnikateľských/zamestnávateľských organizáciách

Riadkové %		Nie sme členom podnikateľských/zamestnávateľských organizácií	Vyhľadávanie obchodných kontaktov a partnerstiev	Nemá žiadne prínosy	Získavanie a zdieľanie informácií o zahraničných teritóriách	Poradenstvo, pomoc pri riešení problémov	Organizácia kooperačných podujatí	Neviem
Celková vzorka	259 respondentov	86,1%	4,6%	3,1%	3,1%	2,7%	1,9%	1,9%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	87,7%	4,8%	2,1%	0,7%	2,7%	0,7%	2,7%
	Malý podnik (10-49)	84,0%	4,9%	3,7%	6,2%	3,7%	3,7%	0,0%
	Stredný podnik (50-249)	84,4%	3,1%	6,3%	6,3%	0,0%	3,1%	3,1%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	85,7%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	14,3%	0,0%
	Priemysel	83,9%	0,0%	6,5%	3,2%	0,0%	0,0%	6,5%
	Stavebníctvo	80,8%	3,8%	11,5%	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%
	Obchod	90,5%	4,8%	0,0%	2,4%	0,0%	4,8%	0,0%
	Ubytovanie a stravovanie	75,0%	16,7%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Doprava, informácie	84,6%	10,3%	0,0%	5,1%	2,6%	2,6%	2,6%
	Obchodné služby	87,7%	3,7%	1,2%	3,7%	4,9%	1,2%	2,5%
	Ostatné služby	90,5%	0,0%	4,8%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	89,7%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	1,3%
	Trnavský	76,0%	8,0%	8,0%	0,0%	8,0%	4,0%	0,0%
	Nitriansky	80,0%	6,7%	0,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%
	Trenčiansky	92,6%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%
	Banskobystrický	82,4%	5,9%	0,0%	5,9%	0,0%	5,9%	0,0%
	Žilinský	86,2%	0,0%	6,9%	0,0%	0,0%	0,0%	6,9%
	Prešovský	87,5%	8,3%	0,0%	8,3%	0,0%	4,2%	4,2%
	Košický	86,2%	6,9%	6,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	82,9%	7,3%	4,9%	0,0%	0,0%	0,0%	4,9%
	MSP - právnické osoby	86,7%	4,1%	2,8%	3,7%	3,2%	2,3%	1,4%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	86,3%	4,7%	3,0%	3,0%	3,0%	2,1%	1,7%
	Zahraničné	84,0%	4,0%	4,0%	4,0%	0,0%	0,0%	4,0%

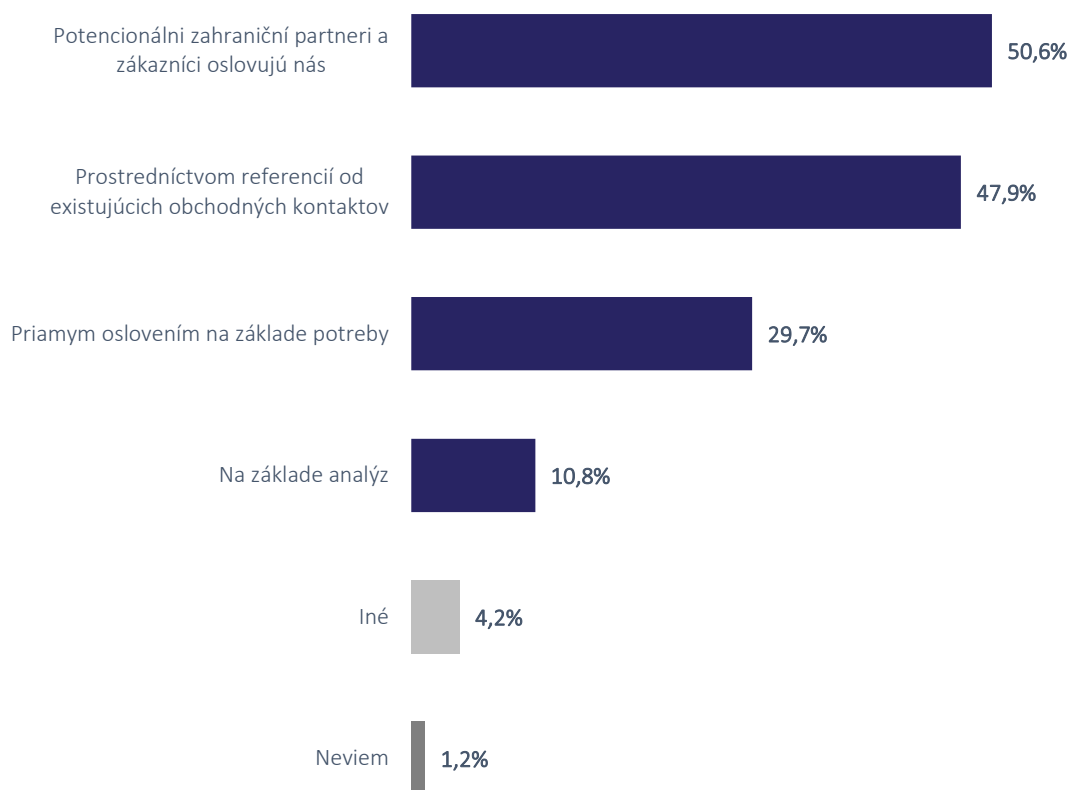
Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.6. Identifikácia potenciálnych medzinárodných partnerov alebo zákazníkov (Otázka 11)

Viac ako polovicu mikro, malých a stredných podnikateľov vykonávajúcich internacionalizačné aktivity oslovujú potenciónálni zahraniční partneri (50,6%). 47,9% mikro, malých a stredných podnikateľov identifikuje potenciálnych medzinárodných partnerov prostredníctvom referencií od existujúcich obchodných kontaktov. Identifikáciu potenciálnych medzinárodných partnerov priamym oslovením využíva takmer tridsať percent mikro, malých a stredných podnikateľov (29,7%). Viac ako desatina mikro, malých a stredných podnikateľov identifikuje potenciálnych zahraničných partnerov na základe analýz (10,8%).

Graf č.17: Identifikácia potenciálnych medzinárodných partnerov alebo zákazníkov

Prosím, špecifikujte, na základe čoho identifikujete potenciálnych medzinárodných partnerov alebo zákazníkov?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Potenciální zahraniční partneri oslovujú priamo najmä stredné podniky (68,8%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (85,7%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (60,0%). Potenciálních zahraničných partnerov identifikujú prostredníctvom referencií od existujúcich partnerov hlavne stredné podniky (50,0%), MSP v sektore doprava, informácie (59,0%), MSP so sídlom v Prešovskom kraji (58,3%). Priame oslovenie na základe potreby používa na identifikáciu potenciálních

zahraničných partnerov 34,4% stredných podnikov. Ďalej sú to najmä MSP v sektore pôdohospodárstvo (57,1%), MSP z Trenčianskeho kraja (40,7%), MSP prevažne v zahraničnom vlastníctve (36,0%). Analýzu na identifikáciu potenciálnych zahraničných partnerov využívajú prevažne mikropodniky (13,0%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (25,0%), MSP zo Žilinského kraja (20,7%). Inú identifikáciu partnerov využívajú najmä stredné podniky (6,3%), MSP v sektore obchod (7,1%), MSP so sídlom v Banskobystrickom kraji (11,8%). Najčastejšie ako inú identifikáciu zahraničných partnerov respondenti uvádzali rozhodnutie manažmentu a stáli zákazníci.

Tab. č.12: Identifikácia potenciálnych medzinárodných partnerov alebo zákazníkov

Riadkové %		Potencionálni zahraniční partneri a zákazníci oslovujú nás	Prostredníctvom referencií od existujúcich obchodných kontaktov	Priamym oslovením na základe potreby	Na základe analýz	Iné	Neviem
Celková vzorka	259 respondentov	50,6%	47,9%	29,7%	10,8%	4,2%	1,2%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	47,3%	47,3%	30,1%	13,0%	4,1%	0,7%
	Malý podnik (10-49)	49,4%	48,1%	27,2%	6,2%	3,7%	2,5%
	Stredný podnik (50-249)	68,8%	50,0%	34,4%	12,5%	6,3%	0,0%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	85,7%	42,9%	57,1%	0,0%	0,0%	0,0%
	Priemysel	51,6%	58,1%	38,7%	6,5%	3,2%	3,2%
	Stavebníctvo	57,7%	53,8%	26,9%	15,4%	3,8%	0,0%
	Obchod	47,6%	35,7%	26,2%	19,0%	7,1%	2,4%
	Ubytovanie a stravovanie	41,7%	16,7%	41,7%	25,0%	0,0%	0,0%
	Doprava, informácie	51,3%	59,0%	30,8%	10,3%	2,6%	0,0%
	Obchodné služby	43,2%	53,1%	24,7%	6,2%	4,9%	1,2%
	Ostatné služby	66,7%	28,6%	28,6%	9,5%	4,8%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	51,3%	56,4%	19,2%	11,5%	3,8%	2,6%
	Trnavský	52,0%	48,0%	16,0%	20,0%	0,0%	0,0%
	Nitriansky	60,0%	36,7%	33,3%	10,0%	3,3%	0,0%
	Trenčiansky	40,7%	40,7%	40,7%	3,7%	3,7%	0,0%
	Banskobystrický	47,1%	35,3%	29,4%	0,0%	11,8%	0,0%
	Žilinský	44,8%	41,4%	48,3%	20,7%	6,9%	0,0%
	Prešovský	54,2%	58,3%	41,7%	16,7%	0,0%	0,0%
	Košický	51,7%	48,3%	27,6%	0,0%	6,9%	3,4%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	56,1%	41,5%	29,3%	12,2%	4,9%	2,4%
	MSP - právnické osoby	49,5%	49,1%	29,8%	10,6%	4,1%	0,9%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	50,4%	49,1%	29,1%	10,3%	3,8%	1,3%
	Zahraničné	52,0%	36,0%	36,0%	16,0%	8,0%	0,0%

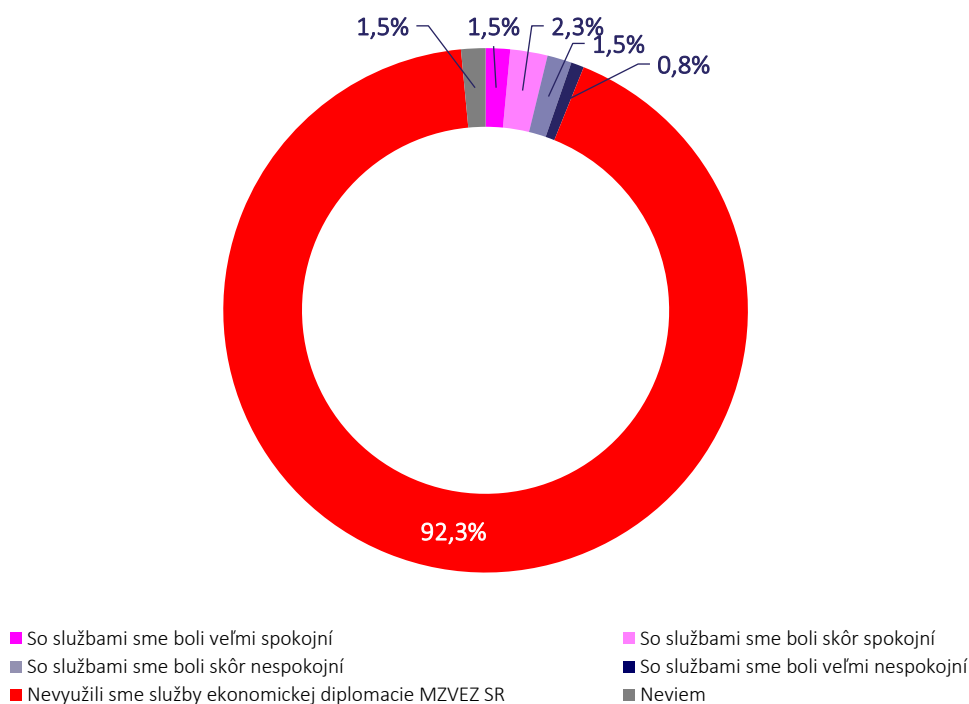
Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.7. Hodnotenie služby ekonomickej diplomacie Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí na podporu internacionalizácie (Otázka 12)

Viac ako deväťdesiat percent oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí realizujú internacionalizačné aktivity, nevyužili služby ekonomickej diplomacie (92,3%). Medzi tými, ktorí využili služby ekonomickej diplomacie bolo viac takých, čo boli so službami spokojní (3,8%), z toho veľmi spokojní bolo 1,5% respondentov. Nespokojní boli vyše dve percentá oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov (2,3%), z toho menej ako jedno percento bolo veľmi nespokojných (0,8%).

Graf č.18: Hodnotenie služby ekonomickej diplomacie Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí na podporu internacionalizácie

Ak ste využili služby ekonomickej diplomacie Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR na podporu internacionalizácie, do akej miery ste boli so službami spokojný?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Z mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity a nevyužili služby ekonomickej diplomacie, bolo najviac mikropodnikov (93,2%), ďalej to boli najmä MSP v sektore pôdohospodárstvo (100%) a obchodné služby (96,3%), MSP z Banskobystrického kraja (100%). Pre malú početnosť hodnotení sme ďalej nižšie uvedené triedenie nekomentovali.

Tab. č.13: Hodnotenie služby ekonomickej diplomacie Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí na podporu internacionalizácie

Riadkové %		Nevyužili sme služby ekonomickej diplomacie MZVEZ SR	So službami sme boli veľmi spokojní	So službami sme boli skôr spokojní	So službami sme boli skôr nespokojní	So službami sme boli veľmi nespokojní	Neviem posúdiť
Celková vzorka	259 respondentov	92,3%	1,5%	2,3%	1,5%	0,8%	1,5%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	93,2%	1,4%	4,1%	0,0%	0,7%	0,7%
	Malý podnik (10-49)	92,6%	1,2%	0,0%	2,5%	1,2%	2,5%
	Stredný podnik (50-249)	87,5%	3,1%	0,0%	6,3%	0,0%	3,1%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Priemysel	87,1%	3,2%	3,2%	0,0%	0,0%	6,5%
	Stavebníctvo	92,3%	3,8%	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%
	Obchod	95,2%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%
	Ubytovanie a stravovanie	75,0%	0,0%	8,3%	8,3%	8,3%	0,0%
	Doprava, informácie	87,2%	2,6%	5,1%	2,6%	2,6%	0,0%
	Obchodné služby	96,3%	0,0%	1,2%	1,2%	0,0%	1,2%
	Ostatné služby	95,2%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	92,3%	1,3%	3,8%	1,3%	0,0%	1,3%
	Trnavský	92,0%	0,0%	4,0%	0,0%	4,0%	0,0%
	Nitriansky	93,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%
	Trenčiansky	88,9%	3,7%	0,0%	3,7%	0,0%	3,7%
	Banskobystrický	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Žilinský	93,1%	3,4%	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%
	Prešovský	95,8%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Košický	86,2%	0,0%	6,9%	3,4%	3,4%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	87,8%	0,0%	12,2%	0,0%	0,0%	0,0%
	MSP - právnické osoby	93,1%	1,8%	0,5%	1,8%	0,9%	1,8%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	92,7%	1,7%	1,7%	1,7%	0,9%	1,3%
	Zahraničné	88,0%	0,0%	8,0%	0,0%	0,0%	4,0%

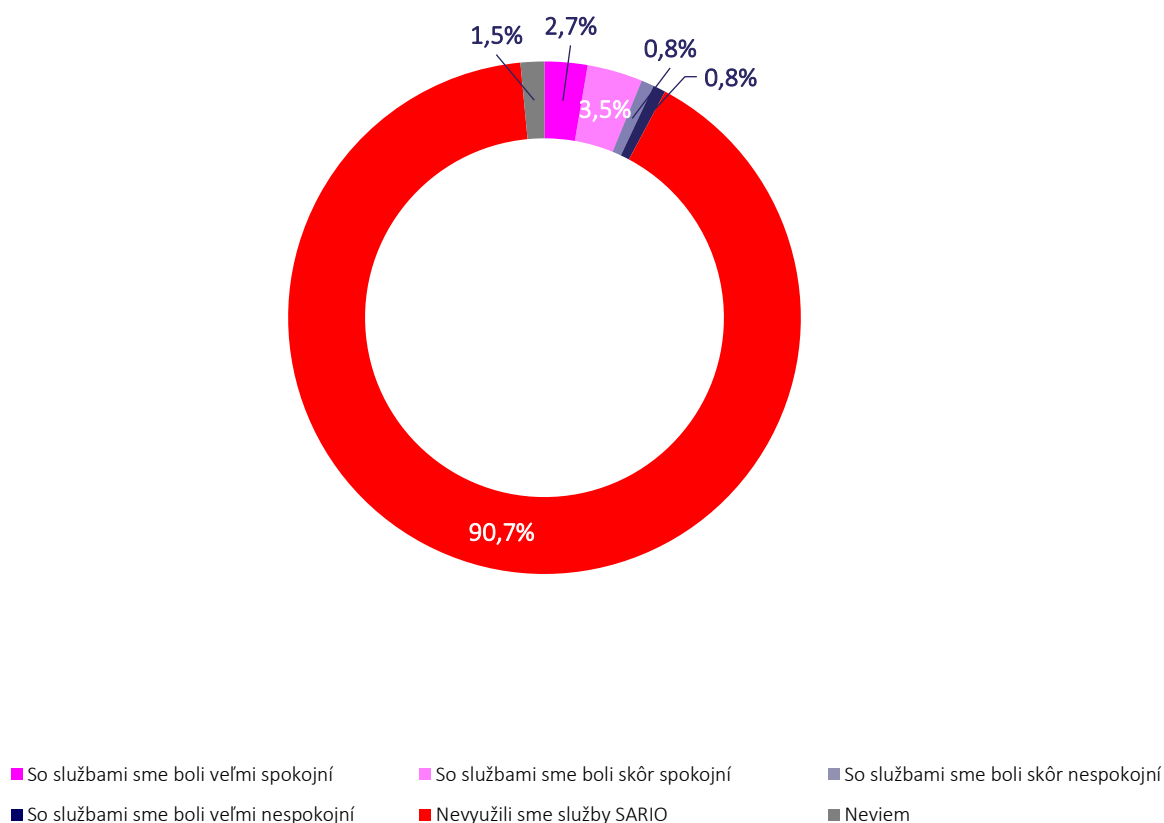
Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.8. Hodnotenie podporných služieb Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO) na podporu internacionalizácie (Otázka 13)

Viac ako deväťdesiat percent oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí realizujú internacionalizačné aktivity, nevyužili podporné služby agentúry SARIO (90,7%). Medzi tými, ktorí využili služby agentúry SARIO bolo viac takých, čo boli so službami spokojní (6,2%), z toho veľmi spokojných bolo 2,7%. Nespokojných bolo menej ako dve percentá (1,6%), z toho menej ako jedno percento bolo veľmi nespokojných (0,8%).

Graf č.19: Hodnotenie podporných služieb Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO) na podporu internacionalizácie

Ak ste využili podporné služby Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO) na podporu internacionalizácie, do akej miery ste boli so službami spokojný?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Z mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity a nevyužili služby agentúry SARIO, boli najviac mikropodniky (91,8%). Ďalej to boli najmä MSP v sektore obchod (97,6%) a stavebníctvo (96,2%) a MSP z Banskobystrického kraja (100,0%). Pre malú početnosť hodnotení sme nižšie uvedené triedenie ďalej nekomentovali.

Tab. č.14: Hodnotenie podporných služieb Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO) na podporu internacionalizácie

Riadkové %		Nevyužili sme služby SARIO	So službami sme boli veľmi spokojní	So službami sme boli skôr spokojní	So službami sme boli skôr nespokojní	So službami sme boli veľmi nespokojní	Neviem posúdiť
Celková vzorka	259 respondentov	90,7%	2,7%	3,5%	0,8%	0,8%	1,5%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	91,8%	2,1%	2,7%	1,4%	0,7%	1,4%
	Malý podnik (10-49)	88,9%	3,7%	4,9%	0,0%	1,2%	1,2%
	Stredný podnik (50-249)	90,6%	3,1%	3,1%	0,0%	0,0%	3,1%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	71,4%	0,0%	14,3%	0,0%	14,3%	0,0%
	Príemysel	83,9%	3,2%	6,5%	0,0%	0,0%	6,5%
	Stavebníctvo	96,2%	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Obchod	97,6%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Ubytovanie a stravovanie	83,3%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%
	Doprava, informácie	89,7%	5,1%	2,6%	0,0%	0,0%	2,6%
	Obchodné služby	91,4%	2,5%	2,5%	1,2%	1,2%	1,2%
	Ostatné služby	90,5%	0,0%	4,8%	4,8%	0,0%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	91,0%	2,6%	1,3%	1,3%	0,0%	3,8%
	Trnavský	88,0%	4,0%	4,0%	0,0%	4,0%	0,0%
	Nitriansky	93,3%	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%	3,3%
	Trenčiansky	81,5%	7,4%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%
	Banskobystrický	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Žilinský	93,1%	3,4%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%
	Prešovský	91,7%	0,0%	0,0%	4,2%	4,2%	0,0%
	Košický	89,7%	3,4%	6,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	92,7%	0,0%	7,3%	0,0%	0,0%	0,0%
	MSP - právnické osoby	90,4%	3,2%	2,8%	0,9%	0,9%	1,8%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	90,2%	3,0%	3,4%	0,9%	0,9%	1,7%
	Zahraničné	96,0%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%

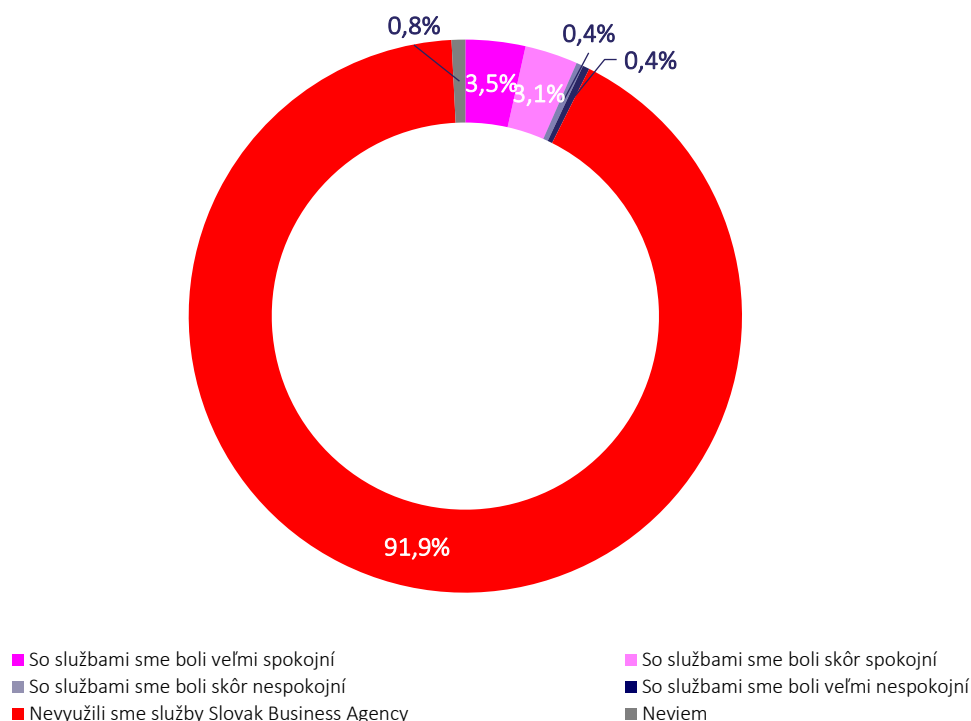
Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.9. Hodnotenie podporných služieb Slovak Business Agency (SBA) na podporu internacionalizácie (Otázka 14)

Viac ako deväťdesiat percent oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí realizujú internacionalizačné aktivity, nevyužili podporné služby SBA (91,9%). Medzi tými, ktorí využili služby SBA, bolo viac takých, čo boli so službami spokojní (6,6%), z toho veľmi spokojní boli 3,5%. Nespokojných bolo menej ako percento (0,8%).

Graf č.20: **Hodnotenie podporných služieb Slovak Business Agency (SBA) na podporu internacionalizácie**

Ak ste využili podporné služby Slovak Business Agency (SBA) na podporu internacionalizácie, do akej miery ste boli so službami spokojný?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Spomedzi mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity a nevyužili služby SBA, bolo najviac stredných podnikov (93,8%). Ďalej to boli najmä MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (100,0%), MSP zo Žilinského kraja (96,6%). Pre malú početnosť hodnotení sme nižšie uvedené triedenie ďalej nekomentovali.

Tab. č.15: Hodnotenie podporných služieb Slovak Business Agency (SBA) na podporu internacionalizácie

Riadkové %		Nevyužili sme služby Slovak Business Agency	So službami sme boli veľmi spokojní	So službami sme boli skôr spokojní	So službami sme boli skôr nespokojní	So službami sme boli veľmi nespokojní	Neviem posúdiť
Celková vzorka	259 respondentov	91,9%	3,5%	3,1%	0,4%	0,4%	0,8%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	91,8%	3,4%	2,7%	0,7%	0,7%	0,7%
	Malý podnik (10-49)	91,4%	3,7%	4,9%	0,0%	0,0%	0,0%
	Stredný podnik (50-249)	93,8%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	57,1%	28,6%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%
	Priemysel	87,1%	6,5%	0,0%	0,0%	0,0%	6,5%
	Stavebníctvo	92,3%	0,0%	3,8%	3,8%	0,0%	0,0%
	Obchod	95,2%	4,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Ubytovanie a stravovanie	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Doprava, informácie	89,7%	2,6%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%
	Obchodné služby	95,1%	2,5%	1,2%	0,0%	1,2%	0,0%
	Ostatné služby	90,5%	0,0%	9,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	87,2%	2,6%	7,7%	0,0%	0,0%	2,6%
	Trnavský	92,0%	4,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%
	Nitriansky	86,7%	6,7%	3,3%	3,3%	0,0%	0,0%
	Trenčiansky	92,6%	3,7%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%
	Banskobystrický	94,1%	5,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Žilinský	96,6%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Prešovský	95,8%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Košický	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	97,6%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%
	MSP - právnické osoby	90,8%	4,1%	3,7%	0,0%	0,5%	0,9%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	91,0%	3,8%	3,4%	0,4%	0,4%	0,9%
	Zahraničné	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

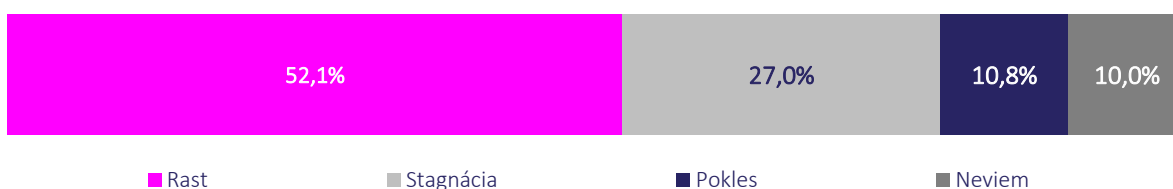
Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.10. Vývoj internacionalizačných aktivít v budúcnosti (Otázka 15)

Viac ako polovica mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, predpokladá rast vo vývoji týchto aktivít (52,1%). Takmer tretina týchto podnikateľov očakáva stagnáciu takýchto aktivít (27,0%). Viac ako desatina mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, očakáva ich pokles (10,8%). Desatina opýtaných podnikateľov sa nevedela vyjadriť.

Graf č.21: Vývoj internacionalizačných aktivít v budúcnosti

Aký predpokladáte vývoj Vašich internacionalizačných aktivít v budúcnosti?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Rast internacionalizačných aktivít očakávajú najmä mikropodniky (54,1%), MSP v sektore obchodné služby (64,2%) a ostatné služby (61,9%), MSP z Banskobystrického kraja (58,8%), resp. Žilinského kraja (58,6%), MSP - právnické osoby (52,8%) a MSP prevažne v tuzemskom vlastníctve (52,6%). Stagnáciu internacionalizačných aktivít očakávajú najmä stredné podniky (43,8%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (42,9%), MSP z Prešovského kraja (37,5%) a MSP prevažne v zahraničnom vlastníctve (36,0%). Pokles očakávajú najmä mikropodniky (13,7%), MSP v sektore priemysel (19,4%), resp. obchod (19,0%), MSP z Košického kraja (24,1%) a MSP prevažne v tuzemskom vlastníctve (11,5%).

Tab. č.16: Vývoj internacionalizačných aktivít v budúcnosti

Riadkové %		Rast	Pokles	Stagnácia	Neviem
Celková vzorka	259 respondentov	52,1%	10,8%	27,0%	10,0%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	54,1%	13,7%	22,6%	9,6%
	Malý podnik (10-49)	50,6%	7,4%	28,4%	13,6%
	Stredný podnik (50-249)	46,9%	6,3%	43,8%	3,1%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	42,9%	0,0%	42,9%	14,3%
	Priemysel	35,5%	19,4%	29,0%	16,1%
	Stavebníctvo	34,6%	15,4%	26,9%	23,1%
	Obchod	47,6%	19,0%	26,2%	7,1%
	Ubytovanie a stravovanie	50,0%	16,7%	16,7%	16,7%
	Doprava, informácie	53,8%	5,1%	28,2%	12,8%
	Obchodné služby	64,2%	6,2%	24,7%	4,9%
	Ostatné služby	61,9%	4,8%	33,3%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	57,7%	9,0%	25,6%	7,7%
	Trnavský	44,0%	12,0%	28,0%	16,0%
	Nitriansky	50,0%	10,0%	30,0%	10,0%
	Trenčiansky	44,4%	11,1%	33,3%	11,1%
	Banskobystrický	58,8%	0,0%	35,3%	5,9%
	Žilinský	58,6%	6,9%	17,2%	17,2%
	Prešovský	45,8%	12,5%	37,5%	4,2%
	Košický	48,3%	24,1%	17,2%	10,3%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	48,8%	12,2%	24,4%	14,6%
	MSP - právnické osoby	52,8%	10,6%	27,5%	9,2%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	52,6%	11,5%	26,1%	9,8%
	Zahraničné	48,0%	4,0%	36,0%	12,0%

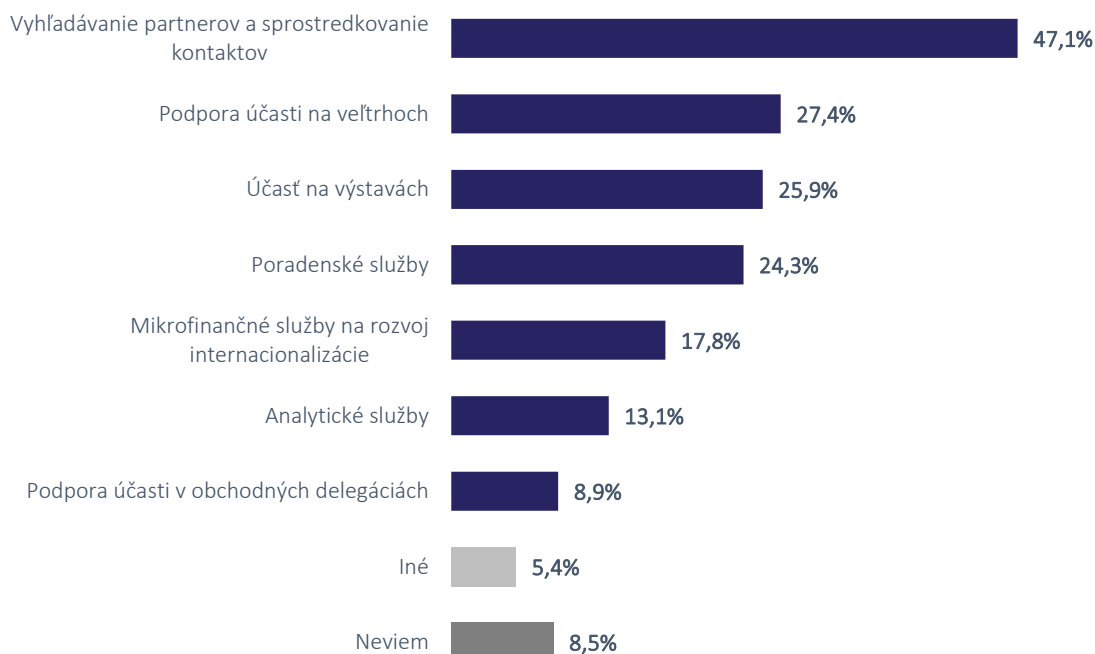
Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.11. Preferované služby na podporu internacionalizačných aktivít (Otázka 16)

Medzi mikro, malými a strednými podnikateľmi, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, je najviac preferovanou službou na podporu aktivít vyhľadávanie partnerov a sprostredkovanie kontraktov (47,1%). Druhou najviac preferovanou službou je podpora účasti na veľtrhoch (27,4%) a treťou najviac preferovanou službou je účasť na výstavách (25,9%). Poradenské služby preferuje takmer štvrtina oslovených podnikateľov (24,3%). Menej ako pätina preferuje mikrofinančné služby na rozvoj internacionalizácie (17,8%). Analytické služby preferuje 13,1% oslovených podnikateľov. Podporu účasti v obchodných delegáciách preferuje takmer deväť percent opýtaných podnikateľov (8,9%). Nevedelo sa vyjadriť 8,5% oslovených podnikateľov a iné služby preferuje viac ako päť percent respondentov (5,4%).

Graf č.22: Preferované služby na podporu internacionalizačných aktivít

Aké služby preferujete na podporu Vašich internacionalizačných aktivít?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Vyhľadávanie partnerov a sprostredkovanie kontaktov ako službu na podporu svojich internacionalizačných aktivít preferujú najmä stredné podniky (53,1%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (71,4%), MSP so sídlom v Žilinskom kraji (62,1%) a MSP prevažne v tuzemskom vlastníctve (47,9%). Podporu účasti na veľtrhoch preferujú najmä stredné podniky (34,4%), MSP v sektore obchod (42,9%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (36,7%), MSP - právnické osoby (29,8%). Účasť na výstavách preferujú najmä stredné podniky (34,4%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (50,0%), MSP so sídlom v Trnavskom kraji (36,0%), MSP - právnické osoby (27,1%). Poradenské služby preferujú hlavne mikropodniky (27,4%), MSP v sektore ostatné služby (38,1%), MSP zo Žilinského kraja (31,0%), MSP - právnické osoby (25,2%). Mikrofinančné služby na rozvoj internacionalizácie podporujú hlavne mikropodniky (19,2%), MSP v sektore doprava a informácie

(25,6%), MSP so sídlom v Košickom kraji (24,1%) a MSP s prevažne zahraničným vlastníctvom (32,0%).

Tab. č.17a: Preferované služby na podporu internacionalizačných aktivít

Riadkové %		Vyhľadávanie partnerov a sprostredkovanie kontaktov	Podpora účasti na veľtrhoch	Účasť na výstavách	Poradenské služby	Mikrofinančné služby na rozvoj internacionalizácie
Celková vzorka	259 respondentov	47,1%	27,4%	25,9%	24,3%	17,8%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	48,6%	26,7%	25,3%	27,4%	19,2%
	Malý podnik (10-49)	42,0%	25,9%	23,5%	18,5%	17,3%
	Stredný podnik (50-249)	53,1%	34,4%	34,4%	25,0%	12,5%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	71,4%	28,6%	28,6%	28,6%	14,3%
	Priemysel	58,1%	32,3%	32,3%	25,8%	16,1%
	Stavebníctvo	38,5%	34,6%	30,8%	30,8%	7,7%
	Obchod	47,6%	42,9%	35,7%	21,4%	19,0%
	Ubytovanie a stravovanie	16,7%	25,0%	50,0%	25,0%	16,7%
	Doprava, informácie	41,0%	20,5%	15,4%	12,8%	25,6%
	Obchodné služby	53,1%	23,5%	19,8%	24,7%	17,3%
	Ostatné služby	38,1%	9,5%	19,0%	38,1%	19,0%
Kraj sídla	Bratislavský	44,9%	28,2%	24,4%	28,2%	19,2%
	Trnavský	40,0%	32,0%	36,0%	24,0%	12,0%
	Nitriansky	40,0%	36,7%	23,3%	23,3%	16,7%
	Trenčiansky	48,1%	22,2%	25,9%	11,1%	11,1%
	Banskobystrický	52,9%	23,5%	29,4%	29,4%	17,6%
	Žilinský	62,1%	27,6%	24,1%	31,0%	20,7%
	Prešovský	58,3%	25,0%	25,0%	16,7%	16,7%
	Košický	37,9%	20,7%	24,1%	24,1%	24,1%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	43,9%	14,6%	19,5%	19,5%	14,6%
	MSP - právnické osoby	47,7%	29,8%	27,1%	25,2%	18,3%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	47,9%	27,8%	26,5%	23,9%	16,2%
	Zahraničné	40,0%	24,0%	20,0%	28,0%	32,0%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

Analytické služby preferujú hlavne stredné podniky (15,6%), MSP v sektore obchodné služby (21,0%), MSP so sídlom v Bratislavskom kraji (16,7%), resp. Nitrianskom kraji (16,7%) a MSP -

právnické osoby (15,1%). Podporu účasti na obchodných delegáciách preferujú hlavne stredné podniky (12,5%), MSP v sektore obchod (16,7%), MSP so sídlom v Košickom kraji (13,8%), resp. Nitrianskom kraji (13,3%). Vyjadriť sa nevedeli najmä malé podniky (11,1%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (16,7%), MSP so sídlom v Žilinskom kraji (13,8%). Iné služby uvádzali hlavne mikropodniky (7,5%), MSP v sektore priemysel (9,7%) a MSP z Košického kraja (13,8%).

Tab. č.17b: **Preferované služby na podporu internacionalizačných aktivít**

Riadkové %		Analytické služby	Podpora účasti v obchodných delegáciách	Iné	Neviem
Celková vzorka	259 respondentov	13,1%	8,9%	5,4%	8,5%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	13,7%	8,2%	7,5%	8,2%
	Malý podnik (10-49)	11,1%	8,6%	3,7%	11,1%
	Stredný podnik (50-249)	15,6%	12,5%	0,0%	3,1%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%
	Priemysel	12,9%	9,7%	9,7%	9,7%
	Stavebníctvo	0,0%	7,7%	3,8%	7,7%
	Obchod	11,9%	16,7%	7,1%	7,1%
	Ubytovanie a stravovanie	8,3%	8,3%	0,0%	16,7%
	Doprava, informácie	7,7%	7,7%	5,1%	5,1%
	Obchodné služby	21,0%	6,2%	4,9%	11,1%
	Ostatné služby	19,0%	9,5%	4,8%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	16,7%	10,3%	3,8%	9,0%
	Trnavský	12,0%	0,0%	12,0%	8,0%
	Nitriansky	16,7%	13,3%	3,3%	10,0%
	Trenčiansky	11,1%	7,4%	3,7%	3,7%
	Banskobystrický	5,9%	11,8%	5,9%	5,9%
	Žilinský	13,8%	6,9%	0,0%	13,8%
	Prešovský	8,3%	4,2%	4,2%	12,5%
	Košický	10,3%	13,8%	13,8%	3,4%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	2,4%	9,8%	7,3%	14,6%
	MSP - právnické osoby	15,1%	8,7%	5,0%	7,3%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	13,2%	7,7%	5,6%	8,5%
	Zahraničné	12,0%	20,0%	4,0%	8,0%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.12. Vplyv pandémie Covid-19 na internacionalizačné aktivity (Otázka 17)

Pandémia COVID-19 nemala vplyv na internacionalizačné aktivity väčšiny mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí ich vykonávajú (40,9%). Spomalenie realizácie zahraničných kontraktov zaznamenala takmer pätina mikro, malých a stredných podnikateľov (19,7%). Dočasné prerušenie internacionalizačných aktivít zaznamenalo 15,4% mikro, malých a stredných podnikateľov. Rast dopytu po výrobkoch/službách v zahraničí zaznamenala menej ako desatina mikro, malých a stredných podnikateľov (8,1%). Pre viac ako päť percent mikro, malých a stredných podnikateľov (5,8%) nastal pokles dopytu po výrobkoch/službách v zahraničí. Pre takmer štyri percentá (3,9%) mala pandémia COVID-19 iný vplyv. Takmer tri percentá mikro, malých a stredných podnikateľov (2,7%) zaznamenali trvalú stratu zahraničných trhov. Schopnosť realizovať internacionalizačné aktivity stratili vyše dve percentá mikro, malých a stredných podnikateľov (2,3%).

Graf č.23: Vplyv pandémie Covid-19 na internacionalizačné aktivity

Ak mala pandémia Covid-19 vplyv na Vaše internacionalizačné aktivity, prosím, špecifikujete ho?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Pandémia COVID-19 nemala vplyv na internacionalizačné aktivity najmä malých podnikov (42,0%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (58,3%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (60,0%), fyzických osôb - podnikateľov (51,2%). U viac ako pätiny mikropodnikov spomalila realizáciu zahraničných kontraktov (22,6%). Ďalej spomalila realizáciu zahraničných kontraktov najmä MSP v sektore stavebníctvo (26,9%), resp. obchod (26,2%), MSP so sídlom v Prešovskom kraji

(33,3%). Dočasne prerušila internacionalizačné aktivity najmä u stredných podnikateľov (18,8%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (28,6%), MSP so sídlom v Trnavskom kraji (28,0%), MSP - právnických osobách (16,1%) a MSP v prevažne tuzemskom vlastníctve (15,8%). Takmer desať percent malých podnikov zaznamenalo rast dopytu po výrobkoch/službách (9,9%). Rast dopytu po výrobkoch/službách vplyvom pandémie Covid-19 zaznamenali najmä MSP v sektore pôdohospodárstvo (14,3%), resp. ostatné služby (14,3%) a MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (13,3%). Pokles dopytu po výrobkoch/službách zaznamenali hlavne malé podniky (11,1%), MSP v sektore doprava, informácie (20,5%) a MSP so sídlom v Bratislavskom kraji (12,8%).

Tab. č.18a: Vplyv pandémie Covid-19 na internacionalizačné aktivity

Riadkové %		Pandémia Covid-19 nemala vplyv na naše internacionalizačné aktivity	Spomalenie realizácie zahraničných kontraktov	Dočasné prerušenie internacionalizačných aktivít	Rast dopytu po našich výrobkoch/službách v zahraničí	Pokles dopytu po našich výrobkoch/službách v zahraničí
Celková vzorka	259 respondentov	40,9%	19,7%	15,4%	8,1%	5,8%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	40,4%	22,6%	13,7%	7,5%	3,4%
	Malý podnik (10-49)	42,0%	13,6%	17,3%	9,9%	11,1%
	Stredný podnik (50-249)	40,6%	21,9%	18,8%	6,3%	3,1%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	42,9%	0,0%	28,6%	14,3%	0,0%
	Priemysel	48,4%	16,1%	22,6%	3,2%	0,0%
	Stavebníctvo	30,8%	26,9%	23,1%	3,8%	0,0%
	Obchod	40,5%	26,2%	9,5%	9,5%	2,4%
	Ubytovanie a stravovanie	58,3%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%
	Doprava, informácie	41,0%	12,8%	12,8%	7,7%	20,5%
	Obchodné služby	43,2%	22,2%	11,1%	9,9%	4,9%
	Ostatné služby	23,8%	14,3%	23,8%	14,3%	9,5%
Kraj sídla	Bratislavský	30,8%	16,7%	21,8%	9,0%	12,8%
	Trnavský	36,0%	20,0%	28,0%	4,0%	8,0%
	Nitriansky	60,0%	13,3%	3,3%	13,3%	0,0%
	Trenčiansky	37,0%	25,9%	14,8%	11,1%	0,0%
	Banskobystrický	41,2%	23,5%	17,6%	11,8%	0,0%
	Žilinský	55,2%	20,7%	3,4%	3,4%	6,9%
	Prešovský	25,0%	33,3%	12,5%	4,2%	4,2%
	Košický	55,2%	13,8%	13,8%	6,9%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	51,2%	19,5%	12,2%	4,9%	2,4%
	MSP - právnické osoby	39,0%	19,7%	16,1%	8,7%	6,4%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	41,0%	20,1%	15,8%	8,1%	5,1%
	Zahraničné	40,0%	16,0%	12,0%	8,0%	12,0%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

Trvalú stratu zahraničných trhov zaznamenali najmä stredné podniky (6,3%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (14,3%), MSP so sídlom v Prešovskom kraji (8,3%). Schopnosť realizovať internacionalizačné aktivity stratili najmä mikro, malé a stredné podniky v sektore ubytovanie a stravovanie (8,3%) a MSP so sídlom v Prešovskom kraji (8,3%). Pre takmer päť percent mikropodnikov mala pandémia COVID-19 iné vplyvy na podnikanie (4,8%). Iné vplyvy pandémie Covid-19 na podnikanie ďalej uvádzali najmä MSP v sektore ostatné služby (9,5%), MSP so sídlom v Nitrianskom kraji (10,0%). Najčastejšie iné odpovede boli strata kontaktov a problém s dopravou. Pre malú početnosť hodnotení sme posilnenie e-commerce na zahraničných trhoch nekomentovali.

Tab. č.18b: Vplyv pandémie Covid-19 na internacionalizačné aktivity

Riadkové %		Trvalú stratu zahraničných trhov	Stratu schopnosti firmy realizovať internacionalizačné aktivity	Posilnenie e-commerce na zahraničných trhoch	Iné vplyvy	Neviem
Celková vzorka	259 respondentov	2,7%	2,3%	0,4%	3,9%	0,8%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	2,7%	2,7%	0,7%	4,8%	1,4%
	Malý podnik (10-49)	1,2%	2,5%	0,0%	2,5%	0,0%
	Stredný podnik (50-249)	6,3%	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Priemysel	3,2%	0,0%	0,0%	3,2%	3,2%
	Stavebníctvo	3,8%	0,0%	0,0%	7,7%	3,8%
	Obchod	2,4%	2,4%	2,4%	4,8%	0,0%
	Ubytovanie a stravovanie	0,0%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%
	Doprava, informácie	2,6%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%
	Obchodné služby	2,5%	3,7%	0,0%	2,5%	0,0%
	Ostatné služby	0,0%	4,8%	0,0%	9,5%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	2,6%	1,3%	0,0%	2,6%	2,6%
	Trnavský	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%
	Nitriansky	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%
	Trenčiansky	0,0%	7,4%	0,0%	3,7%	0,0%
	Banskobystrický	0,0%	0,0%	5,9%	0,0%	0,0%
	Žilinský	3,4%	3,4%	0,0%	3,4%	0,0%
	Prešovský	8,3%	8,3%	0,0%	4,2%	0,0%
	Košický	6,9%	0,0%	0,0%	3,4%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	2,4%	2,4%	0,0%	4,9%	0,0%
	MSP - právnické osoby	2,8%	2,3%	0,5%	3,7%	0,9%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	3,0%	2,1%	0,4%	3,8%	0,4%
	Zahraničné	0,0%	4,0%	0,0%	4,0%	4,0%

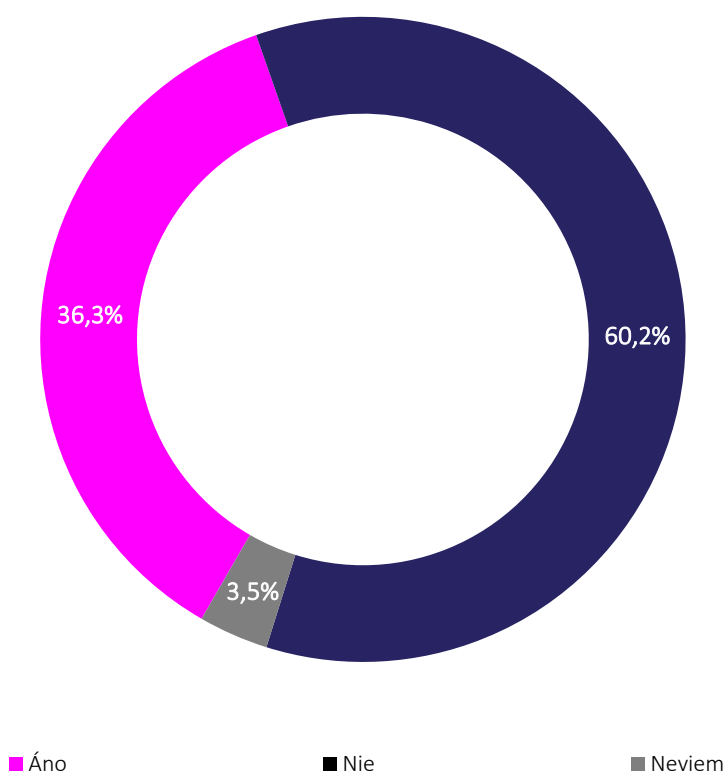
Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.13. Ovpływňuje vojna na Ukrajine internacionalizačné aktivity? (Otázka 18)

Väčšinu mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, neovplyvnila vojna na Ukrajine v ich internacionalizačných aktivitách (60,2%). Viac ako tretinu podnikateľov vykonávajúcich internacionalizačné aktivity vojna na Ukrajine ovplyvnila v ich internacionalizačných aktivitách (36,3%). Na otázku nevedelo odpovedať 3,5% respondentov.

Graf č.24: Ovpływňuje vojna na Ukrajine internacionalizačné aktivity?

Ovpływňuje vojna na Ukrajine Vaše internacionalizačné aktivity?



N=259 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity

Mikro, malé a stredné podniky, ktoré vojna na Ukrajine ovplyvnila v ich internacionalizačných aktivitách, boli hlavne v sektore doprava, informácie (46,2%), z Prešovského kraja (50,0%), prevažne v zahraničnom vlastníctve (56,0%). Mikro, malé a stredné podniky, ktoré vojna na Ukrajine neovplyvnila v ich internacionalizačných aktivitách, boli najmä v sektore ostatné služby (76,2%), z Trenčianskeho kraja (81,5%), prevažne v tuzemskom vlastníctve (62,0%). Na otázku sa nevedeli vyjadriť najmä mikropodniky (4,1%), MSP v sektore priemysel (9,7%) a MSP zo Žilinského kraja.

Tab. č.19: **Ovplyvňuje vojna na Ukrajine internacionalizačné aktivity?**

Riadkové %		Áno	Nie	Neviem
Celková vzorka	259 respondentov	36,3%	60,2%	3,5%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	37,0%	58,9%	4,1%
	Malý podnik (10-49)	34,6%	61,7%	3,7%
	Stredný podnik (50-249)	37,5%	62,5%	0,0%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	28,6%	71,4%	0,0%
	Priemysel	41,9%	48,4%	9,7%
	Stavebníctvo	30,8%	69,2%	0,0%
	Obchod	31,0%	64,3%	4,8%
	Ubytovanie a stravovanie	41,7%	50,0%	8,3%
	Doprava, informácie	46,2%	51,3%	2,6%
	Obchodné služby	37,0%	60,5%	2,5%
	Ostatné služby	23,8%	76,2%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	34,6%	59,0%	6,4%
	Trnavský	32,0%	64,0%	4,0%
	Nitriansky	36,7%	63,3%	0,0%
	Trenčiansky	18,5%	81,5%	0,0%
	Banskobystrický	35,3%	64,7%	0,0%
	Žilinský	44,8%	48,3%	6,9%
	Prešovský	50,0%	50,0%	0,0%
	Košický	41,4%	55,2%	3,4%
Právna forma firmy	FO – podnikatelia	46,3%	46,3%	7,3%
	MSP - právnické osoby	34,4%	62,8%	2,8%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	34,2%	62,0%	3,8%
	Zahraničné	56,0%	44,0%	0,0%

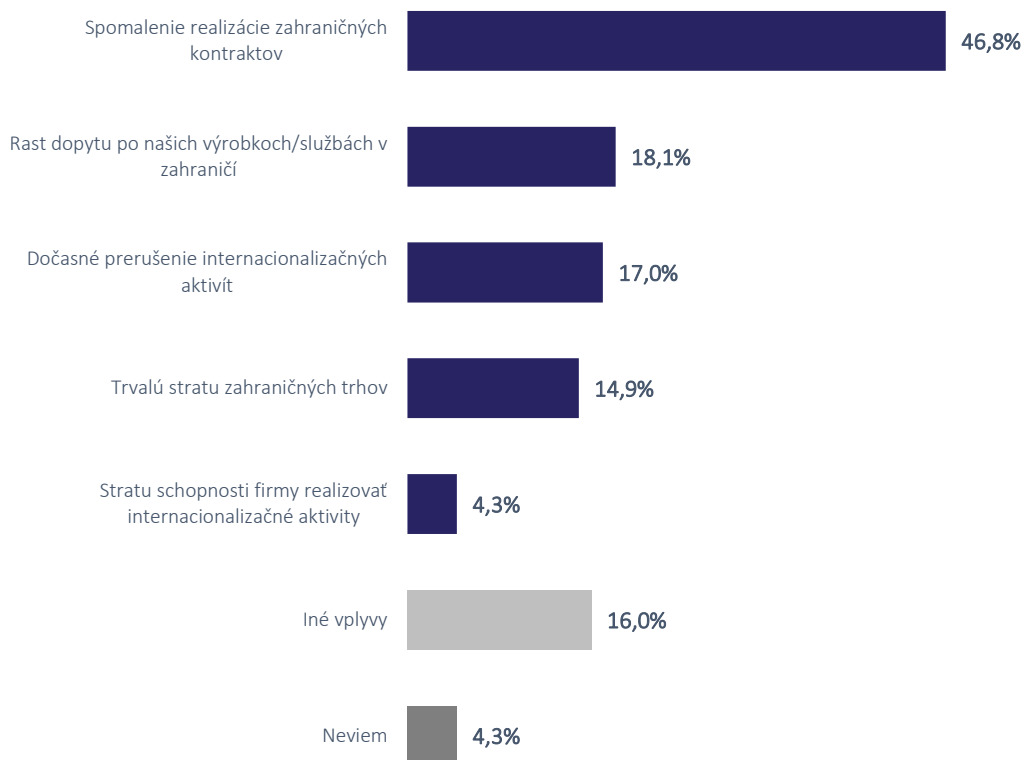
Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

3.14. Vplyvy vojny na Ukrajine na internacionalizačné aktivity (Otázka 19)

U tých mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorých internacionalizačné aktivity vojna na Ukrajine ovplyvnila, sa najviac spomalila realizácia zahraničných kontraktov (46,8%). Rast dopytu po výrobkoch/službách v zahraničí zaznamenalo 18,1% týchto podnikov. Dočasne muselo kvôli vojne na Ukrajine prerušiť internacionalizačné aktivity 17,0% podnikov. Trvalú stratu zahraničných trhov zaznamenalo 14,9% podnikateľov. Iné vplyvy zaznamenalo 16% podnikov. Stratu schopnosti realizovať internacionalizačné aktivity stratilo takmer päť percent podnikateľov (4,3%), resp. nevedelo odpovedať.

Graf č.25: Vplyvy vojny na Ukrajine na internacionalizačné aktivity

Prosím, špecifikujte bližšie vplyv vojny na Ukrajine na Vaše internacionalizačné aktivity. Vojna na Ukrajine spôsobila...



N=94 respondentov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity a vojna na Ukrajine ovplyvnila tieto aktivity

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí nízku spoľahlivosť.

Spomalenie realizácie zahraničných kontraktov zaznamenali hlavne malé podniky (50,0%), MSP v sektore ubytovanie a stravovanie (60,0%), resp. ostatné služby (60,0%), MSP so sídlom v Banskobystrickom kraji (66,7%), najmä fyzické osoby - podnikatelia (57,9%). Rast dopytu po výrobkoch a službách zaznamenali najmä stredné podniky (33,3%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (50,0%), MSP zo Žilinského kraja (23,1%). Dočasné prerušenie internacionalizačných aktivít zaznamenali najmä stredné podniky (33,3%), MSP v sektore pôdohospodárstvo (50,0%) a v sektore ubytovanie a stravovanie (40,0%), MSP z Košického kraja (41,7%). Trvalú stratu zahraničných trhov zaznamenali hlavne mikropodniky (16,7%), MSP v sektore pôdohospodárstvo, MSP z Prešovského kraja (33,3%). Stratu schopnosti realizovať internacionalizačné aktivity uviedli najmä stredné podniky (8,3%), MSP v sektore ostatné služby (20,0%), MSP z Košického kraja (16,7%). Iné vplyvy zaznamenali najmä mikropodniky (18,5%), MSP v sektore obchod (23,1%), MSP so sídlom v Trenčianskom kraji (40,0%), MSP - právnické osoby (16,0%) a MSP v prevažne tuzemskom vlastníctve (17,5%). Ako iné vplyvy najčastejšie uviedli zvýšenie cien a zníženie dopytu.

Tab. č.20: Vplyvy vojny na Ukrajine na internacionalizačné aktivity

Riadkové %		Spomalenie realizácie zahraničných kontraktov	Rast dopytu po našich výrobkoch/službách v zahraničí	Dočasné prerušenie internacionalizačných aktivít	Trvalú stratu zahraničných trhov	Stratu schopnosti formy realizovať internacionalizačné aktivity	Iné vplyvy	Neviem
Celková vzorka	94 respondentov	46,8%	18,1%	17,0%	14,9%	4,3%	16,0%	4,3%
Typ podniku	Mikropodnik (0-9)	48,1%	14,8%	14,8%	16,7%	5,6%	18,5%	1,9%
	Malý podnik (10-49)	50,0%	17,9%	14,3%	14,3%	0,0%	14,3%	10,7%
	Stredný podnik (50-249)	33,3%	33,3%	33,3%	8,3%	8,3%	8,3%	0,0%
Odvetvie	Pôdohospodárstvo	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Priemysel	46,2%	30,8%	15,4%	7,7%	7,7%	15,4%	7,7%
	Stavebníctvo	50,0%	0,0%	12,5%	12,5%	12,5%	12,5%	0,0%
	Obchod	53,8%	15,4%	15,4%	15,4%	0,0%	23,1%	0,0%
	Ubytovanie a stravovanie	60,0%	20,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Doprava, informácie	44,4%	16,7%	11,1%	11,1%	5,6%	16,7%	11,1%
	Obchodné služby	40,0%	16,7%	20,0%	23,3%	0,0%	16,7%	3,3%
	Ostatné služby	60,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%	0,0%
Kraj sídla	Bratislavský	33,3%	22,2%	14,8%	14,8%	0,0%	18,5%	3,7%
	Trnavský	62,5%	12,5%	25,0%	25,0%	0,0%	12,5%	0,0%
	Nitriansky	45,5%	18,2%	0,0%	9,1%	0,0%	9,1%	27,3%
	Trenčiansky	40,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	40,0%	0,0%
	Banskobystrický	66,7%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%
	Žilinský	46,2%	23,1%	7,7%	15,4%	7,7%	23,1%	0,0%
	Prešovský	58,3%	16,7%	25,0%	33,3%	8,3%	16,7%	0,0%
	Košický	50,0%	16,7%	41,7%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%
Právna forma firmy	FO - podnikatelia	57,9%	5,3%	26,3%	15,8%	10,5%	15,8%	0,0%
	MSP - právnické osoby	44,0%	21,3%	14,7%	14,7%	2,7%	16,0%	5,3%
Vlastníctvo firmy	Tuzemské	51,2%	16,3%	15,0%	16,3%	2,5%	17,5%	3,8%
	Zahraničné	21,4%	28,6%	28,6%	7,1%	14,3%	7,1%	7,1%

Poznámka: Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí odpovedali na položenú otázku, má vyhodnotenie odpovedí v rámci druhostupňového triedenia nízku spoľahlivosť.

4. Zhrnutie výsledkov

Takmer 45% mikro, malých a stredných podnikateľov Slovenska (44,9%) hodnotí podmienky pre internacionalizačné aktivity na Slovensku za dobré. Ako veľmi dobré ich hodnotilo takmer päť percent MSP (4,3%) a ako skôr dobré 40,6%. Naopak za zlé ich považuje 28,2% mikro, malých a stredných podnikateľov, z toho takmer pätina (21,8%) za skôr zlé a 6,4% za veľmi zlé

Pre viac ako štyridsať percent mikro, malých a stredných podnikateľov (41,4%) sa podmienky pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku nezmenili. Takmer tridsať percent MSP (28,8%) sa nevedelo vyjadriť. Pre 16,2 % mikro, malých a stredných podnikateľov sa podmienky pre vykonávanie internacionalizačných aktivít zhoršili a pre 13,6% sa v priebehu predchádzajúcich dvoch rokov zlepšili.

Na Slovensku podľa opýtaných MSP najviac chýba zvýhodnený finančný nástroj pre internacionalizačné aktivity podnikateľov (40,6%), nasledovaný informačnou podporou (37,6%), vzdelávacou podporou (33,2%) a propagačnou podporou (31,7%). Približne pätine opýtaných podnikateľov (24,8%) chýba poradenská podpora pre internacionalizačné aktivity.

Viac ako tri štvrtiny mikro, malých a stredných podnikateľov na Slovensku (77,4%) nemá dostatok informácií o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity, z toho až 40,4% určite nemá dostatok informácií. Iba 17,0% mikro, malých a stredných podnikateľov má dostatok informácií o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity určené pre malých a stredných podnikateľov na Slovensku.

Takmer tri štvrtiny oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov (74,1%) nepôsobí na zahraničných trhoch. 13,6% mikro, malých a stredných podnikateľov vykonáva priamy export a 6,1% vykonáva nepriamy export (prostredníctvom iných obchodných firiem v tuzemsku). Formou kapitálovej účasti pôsobia na zahraničných trhoch dve percentá mikro, malých a stredných podnikateľov (2,0%) a formou franchisingu pol percenta oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov (0,5%). Takmer päť percent mikro, malých a stredných podnikateľov (4,9%) pôsobí na zahraničných trhoch inou formou.

Ako hlavný dôvod nevykonávania internacionalizačných aktivít uviedlo 77,3% mikro, malých a stredných podnikateľov orientáciu na domáci trh. Nedostatok informácií o zahraničných trhoch uviedlo 6,3% oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov. Viac ako päť percent podnikateľov si myslí, že im chýbajú potrebné zručnosti (5,7%) na vykonávanie internacionalizačných aktivít, resp. ich odrádzajú politické/bezpečnostné riziká (5,5%).

Najviac mikro, malých a stredných podnikateľov vykonávajúcich internacionalizačné aktivity pôsobí na okolitých trhoch v krajinách V4 (64,1%). Druhým najvýznamnejším teritóriom pôsobenia sú krajiny EÚ s výnimkou krajín V4 (50,2%). Tretím teritóriom pôsobenia s takmer štvrtinovým podielom (19,3%) sú krajiny Európy mimo EÚ. Posledným teritóriom pôsobenia sú krajiny mimo Európy (12,4%).

Voľba pôsobenia na konkrétnych medzinárodných trhoch bola u oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov prevažne výsledkom dopytov zahraničných partnerov, uviedlo to 63,3% respondentov. U takmer pätiny oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov je to strategické rozhodnutie manažmentu (19,7%). Mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí sa rozhodujú na základe analýzy trhového potenciálu je 15,4% a mikro, malých a stredných

podnikateľov, ktorí si uskutočňujú výber konkrétneho trhu na základe účasti na veľtrhoch, je takmer deväť percent (8,9%).

Za najvýznamnejšiu bariéru internacionalizácie považujú mikro, malí a strední podnikatelia vykonávajúci internacionalizačné aktivity nedostatočnú podporu zo strany štátu (36,3%). Druhou najvýznamnejšou bariérou je nedostatok informácií o zahraničných trhoch (32,4%) a treťou bariérou je administratívna náročnosť (32,0%).

Viac ako 80% mikro, malých a stredných podnikateľov (86,1%), ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, nie sú členom podnikateľských/zamestnávateľských organizácií. Najvýraznejší prínos plynúci z členstva v podnikateľských/zamestnávateľských organizáciách vidia oslovený mikro, malí a strední podnikatelia vo vyhľadávaní obchodných kontaktov a partnerstiev (4,6%).

Viac ako polovicu mikro, malých a stredných podnikateľov vykonávajúcich internacionalizačné aktivity oslovujú potencionálni zahraniční partneri (50,6%). 47,9% mikro, malých a stredných podnikateľov identifikuje potenciálnych medzinárodných partnerov prostredníctvom referencií od existujúcich obchodných kontaktov.

Viac ako deväťdesiat percent oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí realizujú internacionalizačné aktivity, nevyužili služby ekonomickej diplomacie (92,3%). Medzi tými, ktorí využili služby ekonomickej diplomacie bolo viac takých, čo boli so službami spokojní (3,8%), z toho veľmi spokojní bolo 1,5% respondentov. Nespokojní boli vyše dve percentá oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov (2,3%), z toho menej ako jedno percento bolo veľmi nespokojných (0,8%).

Viac ako deväťdesiat percent oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí realizujú internacionalizačné aktivity, nevyužili podporné služby agentúry SARIO (90,7%).

Medzi tými, ktorí využili služby agentúry SARIO bolo viac takých, čo boli so službami spokojní (6,2%), z toho veľmi spokojných bolo 2,7%. Nespokojných bolo menej ako dve percentá (1,6%), z toho menej ako jedno percento bolo veľmi nespokojných (0,8%).

Viac ako deväťdesiat percent oslovených mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí realizujú internacionalizačné aktivity, nevyužili podporné služby SBA (91,9%). Medzi tými, ktorí využili služby SBA, bolo viac takých, čo boli so službami spokojní (6,6%), z toho veľmi spokojní boli 3,5%. Nespokojných bolo menej ako percento (0,8%).

Viac ako polovica mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, predpokladá rast vo vývoji týchto aktivít (52,1%). Takmer tretina týchto podnikateľov očakáva stagnáciu týchto aktivít (27,0%). Viac ako desatina mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, očakáva ich pokles (10,8%).

Medzi mikro, malými a strednými podnikateľmi, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, je najviac preferovanou službou na podporu aktivít vyhľadávanie partnerov a sprostredkovanie kontraktov (47,1%). Druhou najviac preferovanou službou je podpora účasti na veľtrhoch (27,4%) a treťou najviac preferovanou službou je účasť na výstavách (25,9%).

Pandémia COVID-19 nemala vplyv na internacionalizačné aktivity väčšiny mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí ich vykonávajú (40,9%). Spomalenie realizácie zahraničných kontraktov zaznamenala takmer pätina mikro, malých a stredných podnikateľov (19,7%). Dočasné

prerušenie internacionalizačných aktivít zaznamenalo 15,4% mikro, malých a stredných podnikateľov.

Väčšinu mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorí vykonávajú internacionalizačné aktivity, neovplyvnila vojna na Ukrajine v ich internacionalizačných aktivitách (60,2%). Viac ako tretinu podnikateľov vykonávajúcich internacionalizačné aktivity vojna na Ukrajine ovplyvnila v ich internacionalizačných aktivitách (36,3%).

U tých mikro, malých a stredných podnikateľov, ktorých internacionalizačné aktivity vojna na Ukrajine ovplyvnila, sa najviac spomalila realizácia zahraničných kontraktov (46,8%). Rast dopytu po výrobkoch/službách v zahraničí zaznamenalo 18,1% týchto podnikov. Dočasne muselo kvôli vojne na Ukrajine prerušiť internacionalizačné aktivity 17,0% podnikov.

5. Zoznam grafov a tabuliek

Graf č.1: Právna forma firmy	str.6
Graf č.2: Počet zamestnancov	str.8
Graf č.3: Kraj sídla	str.8
Graf č.4: Odvetvie	str.9
Graf č.5: Druh vlastníctva	str.10
Graf č.6: Súčasné hodnotenie internacionalizačných aktivít na Slovensku	str.11
Graf č.7: Vývoj podmienok pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku	str.12
Graf č.8: Aká forma podpory pre internacionalizačné aktivity podnikateľov na Slovensku chýba?	str.14
Graf č.9: Informácie o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity	str.16
Graf č.10: Pôsobenie firmy na zahraničných trhoch	str.18
Graf č.11: Prečo Vaša firma nevykonáva internacionalizačné aktivity?	str.20
Graf č.12: Podiel internacionalizačných aktivít na obrate	str.22
Graf č.13: Na ktorých zahraničných trhoch pôsobíte?	str.24
Graf č.14: Spôsob voľby konkrétnych medzinárodných trhov	str.26
Graf č.15: Najvýznamnejšie bariéry internacionalizácie	str.29
Graf č.16: Prínosy pre internacionalizačné aktivity plynúce z členstva v podnikateľských/zamestnávateľských org.	str.32
Graf č.17: Identifikácia potenciálnych medzinárodných partnerov alebo zákazníkov	str.34
Graf č.18: Hodnotenie služby ekonomickej diplomacie Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí	str.35
Graf č.19: Hodnotenie podporných služieb Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO)	str.38
Graf č.20: Hodnotenie podporných služieb Slovak Business Agency (SBA) na podporu internacionalizácie	str.40
Graf č.21: Vývoj internacionalizačných aktivít v budúcnosti	str.42
Graf č.22: Preferované služby na podporu internacionalizačných aktivít	str.44
Graf č.23: Vplyv pandémie Covid-19 na internacionalizačné aktivity	str.47
Graf č.24: Ovplyvňuje vojna na Ukrajine internacionalizačné aktivity?	str.50
Graf č.25: Vplyvy vojny na Ukrajine na internacionalizačné aktivity	str.52
Tab.č.1: Súčasné hodnotenie internacionalizačných aktivít na Slovensku	str.11
Tab.č.2: Vývoj podmienok pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku	str.13
Tab.č.3: Aká forma podpory pre internacionalizačné aktivity podnikateľov na Slovensku chýba?	str.15
Tab.č.4: Informácie o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity	str.17
Tab.č.5: Pôsobenie firmy na zahraničných trhoch	str.19
Tab.č.6: Prečo Vaša firma nevykonáva internacionalizačné aktivity?	str.21
Tab.č.7: Podiel internacionalizačných aktivít na obrate	str.23
Tab.č.8: Na ktorých zahraničných trhoch pôsobíte?	str.25
Tab.č.9a: Spôsob voľby konkrétnych medzinárodných trhov	str.27
Tab.č.9b: Spôsob voľby konkrétnych medzinárodných trhov	str.28
Tab.č.10a: Najvýznamnejšie bariéry internacionalizácie	str.30
Tab.č.10b: Najvýznamnejšie bariéry internacionalizácie	str.31
Tab.č.11: Prínosy pre internacionalizačné aktivity plynúce z členstva v podnikateľských/zamestnávateľských org.	str.33
Tab.č.12: Identifikácia potenciálnych medzinárodných partnerov alebo zákazníkov	str.35
Tab.č.13: Hodnotenie služby ekonomickej diplomacie Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí	str.37
Tab.č.14: Hodnotenie podporných služieb Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO)	str.39
Tab.č.15: Hodnotenie podporných služieb Slovak Business Agency (SBA) na podporu internacionalizácie	str.41
Tab.č.16: Vývoj internacionalizačných aktivít v budúcnosti	str.43
Tab.č.17a: Preferované služby na podporu internacionalizačných aktivít	str.45
Tab.č.17b: Preferované služby na podporu internacionalizačných aktivít	str.46
Tab.č.18a: Vplyv pandémie Covid-19 na internacionalizačné aktivity	str.48
Tab.č.18b: Vplyv pandémie Covid-19 na internacionalizačné aktivity	str.49
Tab.č.19: Ovplyvňuje vojna na Ukrajine internacionalizačné aktivity?	str.51
Tab.č.20: Vplyvy vojny na Ukrajine na internacionalizačné aktivity	str.53

6. Metodika prieskumu

Zber informácií od respondentov sa realizoval prostredníctvom telefonického prieskumu za použitia metódy CATI. Uvedenú metódu možno charakterizovať ako kvantitatívnu metódu zberu údajov, prostredníctvom ktorej profesionálni operátori telefonicky kontaktujú vybranú skupinu respondentov. Rozhovor sa následne riadi pripravenou štruktúrou otázok a odpovedí formou dotazníka. Prieskum zameraný na monitorovanie financovania MSP sa uskutočnil v mesiaci máj až jún 2023. Zber údajov sa realizoval na základe dotazníka, ktorý spracovala Slovak Business Agency. Dotazník pozostával z 25 uzavretých otázok. Výberová reprezentatívna vzorka o veľkosti 1000 respondentov bola vytvorená stratifikovaným náhodným výberom zo základného súboru malých a stredných podnikov, ktorí v roku 2023 vykonávali podnikateľskú činnosť na území Slovenskej republiky. Respondenti prieskumu boli predstavitelia podnikateľských subjektov s rozhodovacou právomocou, teda majitelia firiem, generálni riaditelia, výkonní riaditelia alebo kompetentní pracovníci poverení odpovedať na otázky zodpovednou osobou vo firme s rozhodovacou právomocou. Ako stratifikačné kritériá boli použité štyri znaky:

- Rozdelenie podnikateľských subjektov podľa právnej formy, pričom fyzické osoby – podnikatelia boli v početnosti reprezentované 250 respondentmi a MSP – právnické osoby (podniky) boli v prieskume zastúpené 750 respondentmi.
- Rozdelenie MSP – právnických osôb (750) podľa počtu zamestnancov v nasledovnej štruktúre: 450 mikropodnikov (podniky s 0 až 9 zamestnancami), 200 malých podnikov (podniky s 10 až 49 zamestnancami) a 100 stredných podnikov (podniky s 50 až 249 zamestnancami).
- Rozdelenie podnikateľských subjektov podľa ich sídla z hľadiska regionálneho členenia na úrovni NUTS 3 na: Bratislavský, Trnavský, Trenčiansky, Nitriansky, Žilinský, Banskobystrický, Prešovský a Košický kraj.
- Rozdelenie podnikateľských subjektov podľa hlavného druhu ekonomickej činnosti zapísanej do Obchodného registra na základe klasifikácie SK NACE Rev. 2, pričom kategorizácia hlavných ekonomických činností bola stanovaná nasledovne: pôdohospodárstvo (sekcia A); priemysel (sekcia B, C, D, E); stavebníctvo (sekcia F); obchod (sekcia G); ubytovanie a stravovanie (sekcia I); doprava, informačné a komunikačné činnosti (sekcia H, J); obchodné služby (sekcia K, L, M, N) a ostatné služby (sekcia O, P, Q, R, S).

7. Dotazník

1. Ako hodnotíte súčasné podmienky pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku? Sú podľa Vás: (Výber jednej odpovede.)

1. Veľmi dobré
2. Skôr dobré
3. Skôr zlé
4. Veľmi zlé
5. Neviem

2. Zmenili sa podľa Vás v priebehu predchádzajúcich dvoch rokov podmienky pre vykonávanie internacionalizačných aktivít na Slovensku? (Výber jednej odpovede.)

1. Zmenili, teraz sú lepšie
2. Zmenili, teraz sú horšie
3. Podmienky sú rovnaké ako sú predtým
4. Neviem

3. Aká forma podpory pre internacionalizačné aktivity podnikateľov podľa Vás na Slovensku chýba? (Možnosť výberu viacerých odpovedí.)

1. Žiadna
2. Finančná (napr. zvýhodnená pôžička/úver, poistenie atď.)
3. Propagačná
4. Poradenská
5. Vzdelávacia
6. Informačná
7. Iná, uveďte...
8. Neviem

4. Máte alebo nemáte dostatok informácií o možnostiach využívania podporných programov pre internacionalizačné aktivity určené pre malých a stredných podnikateľov na Slovensku? (Výber jednej odpovede.)

1. Určite máme dostatok informácií
2. Skôr máme
3. Skôr nemáme
4. Určite nemáme dostatok informácií
5. Neviem

5. Ak Vaša firma pôsobí na zahraničných trhoch, prosím, špecifikujte formu tohto pôsobenia. (Možnosť výberu viacerých odpovedí.)

1. Nepôsobíme na zahraničných trhoch

2. Vykonávame priamy export
3. Vykonávame nepriamy export (prostredníctvom iných obchodných firiem v tuzemsku)
4. Formou kapitálovej účasti
5. Formou franchisingu
6. Inou formou, uveďte...

6. Aký podiel majú internacionalizačné aktivity na Vašom obrate *(Odpovedajú respondenti ktorí v otázke č. 5, uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Výber jednej odpovede.)*

1. Menej ako 25 %
2. Od 25 % do 50 %
3. Od 51 % do 75 %
4. Od 76 % do 100 %
5. Neviem

7. Na ktorých zahraničných trhoch pôsobíte? *(Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Možnosť výberu viacerých odpovedí.)*

1. Krajiny V4 (Maďarsko, Poľsko, Česká republika)
2. Krajiny EÚ s výnimkou krajín V4
3. Európa mimo EÚ
4. Krajiny mimo Európy

8. Prosím, špecifikujte, na základe čoho uskutočňujete voľbu konkrétnych medzinárodných trhov. Je výsledkom... *(Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Možnosť výberu viacerých odpovedí.)*

1. Strategického rozhodnutia manažmentu
2. Dopytov zahraničných partnerov
3. Analýzy trhového potenciálu
4. Príležitostí vyplývajúcich z medzivládnych komisií a podnikateľských misií organizovaných štátom
5. Na základe účasti na veľtrhoch,
6. Na základe sourcingových podujatí doma
7. Iné, uveďte...
8. Neviem

9. Čo považujete za najvýznamnejšie bariéry internacionalizácie? *(Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6, Možnosť výberu viacerých odpovedí.)*

1. Nedostatok informácií o zahraničných trhoch
2. Jazyková bariéra
3. Nedostatok finančných zdrojov
4. Interné organizačné a manažérske schopnosti
5. Administratívna náročnosť
6. Nedostatočná podpora zo strany štátu

7. Regulačné obmedzenia
8. Konkurencia na zahraničných trhoch
9. Kultúrne rozdiely
10. Iné, uveďte...
11. Nevie

10. Ak je Vaša firma členom v podnikateľských/zamestnávateľských organizáciách, prosím, konkretizujte prínosy pre Vaše internacionalizačné aktivity plynúce z Vášho členstva? (Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Možnosť výberu viacerých odpovedí.)

1. Nie sme členom podnikateľských/zamestnávateľských organizácií
2. Získavanie a zdieľanie informácií o zahraničných teritóriách
3. Vyhľadávanie obchodných kontaktov a partnerstiev
4. Organizácia kooperačných podujatí
5. Poradenstvo, pomoc pri riešení problémov
6. Nemá žiadne prínosy
7. Nevie

11. Prosím, špecifikujte, na základe čoho identifikujete potenciálnych medzinárodných partnerov alebo zákazníkov? (Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Možnosť výberu viacerých odpovedí.)

1. Prostredníctvom referencií od existujúcich obchodných kontaktov
2. Na základe analýz
3. Priamym oslovením na základe potreby
4. Potencionálni zahraniční partneri a zákazníci oslovujú nás
5. Iné, uveďte...
6. Nevie

12. Ak ste využili služby ekonomickej diplomacie Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR na podporu internacionalizácie, do akej miery ste boli so službami spokojný? (Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6.)

1. Nevyužili sme služby ekonomickej diplomacie MZVEZ SR
2. So službami sme boli veľmi spokojní
3. So službami sme boli skôr spokojní
4. So službami sme boli skôr nespokojní
5. So službami sme boli veľmi nespokojní
6. Nevie posúdiť

13. Ak ste využili podporné služby Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO) na podporu internacionalizácie, do akej miery ste boli so službami spokojný? (Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Výber jednej odpovede.)

1. Nevyužili sme služby SARIO
2. So službami sme boli veľmi spokojní
3. So službami sme boli skôr spokojní
4. So službami sme boli skôr nespokojní
5. So službami sme boli veľmi nespokojní
6. Nevieť posúdiť

14. Ak ste využili podporné služby Slovak Business Agency (SBA) na podporu internacionalizácie, do akej miery ste boli so službami spokojný? *(Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Výber jednej odpovede.)*

1. Nevyužili sme služby Slovak Business Agency
2. So službami sme boli veľmi spokojní
3. So službami sme boli skôr spokojní
4. So službami sme boli skôr nespokojní
5. So službami sme boli veľmi nespokojní
6. Nevieť posúdiť

15. Aký predpokladáte vývoj Vašich internacionalizačných aktivít v budúcnosti? *(Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Výber jednej odpovede.)*

1. Rast
2. Stagnácia
3. Pokles
4. Nevieť

16. Aké služby preferujete na podporu Vašich internacionalizačných aktivít? *(Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Možnosť výberu viacerých odpovedí.)*

1. Vyhľadávanie partnerov a sprostredkovanie kontaktov
2. Poradenské služby
3. Analytické služby
4. Podpora účasti na veľtrhoch
5. Podpora účasti v obchodných delegáciách
6. Účasť na výstavách
7. Mikrofinančné služby na rozvoj internacionalizácie
8. Iné, uveďte...
9. Nevieť

17. Ak mala pandémia Covid-19 vplyv na Vaše internacionalizačné aktivity, prosím, špecifikujete ho. *(Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Výber jednej odpovede.)*

1. Pandémia Covid-19 nemala vplyv na naše internacionalizačné aktivity
2. Dočasné prerušenie internacionalizačných aktivít

3. Spomalenie realizácie zahraničných kontraktov
4. Trvalú stratu zahraničných trhov
5. Stratu schopnosti firmy realizovať internacionalizačné aktivity
6. Rast dopytu po našich výrobkoch/službách v zahraničí
7. Pokles dopytu po našich výrobkoch/službách v zahraničí
8. Posilnenie e-commerce na zahraničných trhoch
9. Iné vplyvy, uveďte...
10. Neviem

18. Ovplyvňuje vojna na Ukrajine Vaše internacionalizačné aktivity? *(Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 5 uviedli odpoveď č. 2, 3, 4, 5, 6. Výber jednej odpovede.)*

1. Áno
2. Nie
3. Neviem

19. Prosím, špecifikujte bližšie vplyv vojny na Ukrajine na Vaše internacionalizačné aktivity. Vojna na Ukrajine spôsobila... *(Odpovedajú respondenti, ktorí v otázke č. 18 uviedli odpoveď č. 1. Možnosť výberu viacerých odpovedí.)*

1. Dočasné prerušenie internacionalizačných aktivít
2. Spomalenie realizácie zahraničných kontraktov
3. Trvalú stratu zahraničných trhov
4. Stratu schopnosti firmy realizovať internacionalizačné aktivity
5. Rast dopytu po našich výrobkoch/službách v zahraničí
6. Iné vplyvy, uveďte...
7. Neviem

20. Prečo Vaša firma nevykonáva internacionalizačné aktivity? *(Odpovedajú respondenti ktorí v otázke č. 5, uviedli odpoveď č. 1)*

1. Orientujeme sa na domáci trh
2. Máme nedostatok informácií o zahraničných trhoch
3. Chýbajú nám potrebné jazykové zručnosti
4. Odrádzajú nás politické/bezpečnostné riziká
5. Iné (uveďte)
6. Neviem

21. Aká je právna forma Vašej firmy? *(Výber jednej odpovede.)*

1. Živnostník
2. Spoločnosť s ručením obmedzeným
3. Akciová spoločnosť
4. Slobodné povolanie
5. Samostatne hospodáriaci roľník

6. Iná forma (napr. družstvo, komanditná spoločnosť, verejno-obchodná spoločnosť, jednoduchá spoločnosť na akcie, zahraničná osoba)

22. Koľko zamestnancov má Vaša firma? (Výber jednej odpovede.)

1. Žiadnych
2. 1 až 3 zamestnancov
3. 4 až 5 zamestnancov
4. 6 až 9 zamestnancov
5. 10 až 19 zamestnancov
6. 20 až 49 zamestnancov
7. 50 až 249 zamestnancov

23. Uved'te prosím okres, v ktorom sídli Vaša firma. (Výber jednej odpovede.)

24. Ktorá z nasledovných činností je vo vašom podnikaní aktuálne hlavná (podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností SK NACE Rev. 2)? (Výber jednej odpovede.)

1. poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov
2. ťažba a dobývanie
3. priemyselná výroba
4. dodávka elektriny, plynu, pary a studeného vzduchu
5. dodávka vody; čistenie a odvod odpadových vôd, odpady a služby odstraňovania odpadov
6. stavebníctvo
7. veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov
8. doprava a skladovanie
9. ubytovacie a stravovacie služby
10. informácie a komunikácia
11. finančné a poisťovacie činnosti
12. činnosti v oblasti nehnuteľností
13. odborné, vedecké a technické činnosti
14. administratívne a podporné služby
15. vzdelávanie
16. zdravotníctvo a sociálna pomoc
17. umenie, zábava a rekreácia
18. ostatné činnosti

25. Uved'te druh vlastníctva Vašej firmy (Výber jednej odpovede.)

1. Výlučne tuzemské
2. Prevažujúce tuzemské
3. Výlučne zahraničné/medzinárodné
4. Prevažujúce zahraničné/medzinárodné

8. Koncepcia vonkajších ekonomických vzťahov a ekonomickej diplomacie Slovenskej republiky na obdobie 2022-2030

Základné informácie

názov dokumentu	Koncepcia vonkajších ekonomických vzťahov a ekonomickej diplomacie Slovenskej republiky na obdobie 2022-2030
gestori	Ministerstvo hospodárstva SR a Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR
participujúce ústredné orgány štátnej správy a štátne agentúry	ÚV SR, MF SR, MIRRI SR, MDV SR, MPRV SR, MO SR, SARIO, SBA, SIEA, SAMRS, EXIMBANKA SR, Slovakia Travel
definované ciele	podpora udržateľného hospodárskeho rastu, tvorba pracovných miest s vyššou pridanou hodnotou, zvýšenie konkurencieschopnosti hospodárstva v medzinárodnom meradle
rok vypracovania	2021
schvaľovateľ	vláda SR
forma schválenia	uznesením vlády SR
doba realizácie	1.4.2022 – 31.12.2030
implementácia	akčné plány
rozpočet implementácie	rozpočtové vplyvy budú zahrnuté v rámci rozpočtových kapitol participujúcich ústredných orgánov štátnej správy a štátnych agentúr
odpočet	prostredníctvom vyhodnotenia akčných plánov
monitoring	Prostredníctvom Rady vlády Slovenskej republiky pre konkurencieschopnosť a produktivitu (ďalej len „RVKP“) - pracovná skupina zriadená RVKP

1. Misia

Cieľom Konceptie vonkajších ekonomických vzťahov a ekonomickej diplomacie Slovenskej republiky 2022 - 2030 (ďalej len „Konceptia VEVaED“) je prispieť k inkluzívnemu a udržateľnému hospodárskemu rastu Slovenska s generovaním nových pracovných miest s vyššou pridanou hodnotou. Pre Slovensko, ako proexportnú a vysoko otvorenú ekonomiku, je pre zabezpečenie hospodárskeho rastu nevyhnutné posilnenie konkurencieschopnosti v medzinárodnom meradle. Štátna politika v oblasti vonkajších ekonomických vzťahov (ďalej len „VEV“) je v tomto smere nezastupiteľná vzhľadom na nástroje podporujúce expanziu slovenských firiem na zahraničných trhoch, prílev nových a kvalitných zahraničných investícií, zapájanie slovenských subjektov do medzinárodnej vedecko-výskumnej spolupráce či vytváranie priaznivých pravidiel medzinárodného obchodu na presadzovanie obchodno-ekonomických záujmov Slovenska.

2. Úvod

Ministerstvo hospodárstva SR (ďalej len „MH SR“) a Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR (ďalej len „MZVEZ SR“) v zmysle Programového vyhlásenia vlády SR na obdobie rokov 2021 – 2024 prispievajú Konceptiou VEVaED k zefektívňovaniu práce vlády jedným spoločným dokumentom, ktorý nahrádza dva predchádzajúce strategické materiály: (1) Stratégiu vonkajších ekonomických vzťahov Slovenskej republiky na obdobie 2014 – 2020¹ a (2) Zameranie ekonomickej diplomacie v oblasti bilaterálnych a multilaterálnych vzťahov do roku 2020².

Konceptia VEVaED sleduje hlavný cieľ podpory inkluzívneho a udržateľného hospodárskeho rastu založeného na generovaní kvalitných a udržateľných pracovných miest a zvýšení konkurencieschopnosti slovenskej ekonomiky v medzinárodnom meradle.

Štátna politika v oblasti VEV je v tomto smere nezastupiteľná vzhľadom na nástroje podporujúce expanziu slovenských firiem na zahraničných trhoch, prílev nových a kvalitných zahraničných investícií, zapájanie slovenských subjektov do medzinárodnej vedecko-výskumnej spolupráce či vytváranie priaznivých pravidiel medzinárodného obchodu na presadzovanie obchodno-ekonomických záujmov Slovenska.

Na dosiahnutie daného cieľa je nevyhnutné plniť nasledujúce čiastkové ciele:

- ❖ diverzifikácia teritoriálnej štruktúry zahraničného obchodu SR;
- ❖ prílev zahraničných investícií s vyššou pridanou hodnotou;
- ❖ vytváranie priaznivého medzinárodného prostredia na presadzovanie obchodno-ekonomických záujmov SR;
- ❖ zlepšenie využívania nástrojov proexportnej politiky;
- ❖ zvýšenie efektívnosti ekonomickej diplomacie.

Komplementárnym cieľom Konceptie VEVaED je zlepšenie využívania nástrojov proexportnej politiky tak, aby zdroje štátu (aj z fondov Európskej únie) boli čerpané hospodárne, účelne a efektívne prispievajúc k skvalitneniu exportnej výkonnosti SR, a aby

slovenskí aktéri v tomto procese úzko spolupracovali a pôsobili doplnkovo prostredníctvom efektívnejšej výmeny informácií, naviazanosti jednotlivých nástrojov štátu na podporu exportu a ich synergického využitia. Proexportná pomoc štátu vrátane ekonomickej diplomacie musí prejsť viacerými premenami, ktoré súvisia aj s modernými trendami, novými formami prezentácie, zlepšením informačnej bázy či využitím moderných informačných systémov.

Koncepcia VEVaED v porovnaní s predchádzajúcimi dokumentmi pokrýva dlhšie časové obdobie. Hlavným dôvodom je reflexia na viaceré strategické materiály vlády, ktoré určujú smerovanie slovenského hospodárstva na nasledujúcu dekádu. Predkladaná Koncepcia VEVaED sa tým dostáva do prieniku s inými čiastkovými hospodárskymi politikami štátu a strategickými dokumentmi, ktoré stanovujú priority v týchto oblastiach³. Pôsobnosť previazaných strategických dokumentov však nie je Koncepciou VEVaED dotknutá.

Pre efektívnu a účinnú implementáciu Koncepcie VEVaED budú na základe hore uvedených čiastkových cieľov vypracované akčné plány s konkrétnymi úlohami, pomenovanými nositeľmi úloh a merateľnými ukazovateľmi. Akčné plány budú spracované za účasti kľúčových orgánov štátnej správy a verejných subjektov, ktoré vo svojich aktivitách vstupujú do oblasti vonkajších ekonomických vzťahov, a v úzkej komunikácii so zástupcami inštitúcií zastupujúcich záujmy podnikateľov a exportérov. Akčné plány sa budú vyhodnocovať a aktualizovať podľa teritoriálnych, sektorových priorít, požiadaviek a záujmov podnikateľskej obce a národných hospodárskych záujmov.

¹ <https://www.mhsr.sk/obchod/podpora-exportu/strategia-vonkajcich-ekonomickych-vztahov-sr-na-obdobie-2014-2020>

² <https://rokovania.gov.sk/RVL/Material/21556/1>

³ Prehľad stratégií: <https://www.mirri.gov.sk/strategie/>

3. Hlavní aktéři v oblasti vonkajších ekonomických vzťahov a ekonomickej diplomacie

3.1. Ministerstvo hospodárstva SR

Pokrýva oblasť vnútorného obchodu, zahraničného obchodu vrátane obchodovania s výrobkami obranného priemyslu a tvorby zahraničnej obchodnej politiky, ochranu spotrebiteľa s výnimkou ochrany spotrebiteľa pri poskytovaní finančných služieb, koordináciu politiky vnútorného trhu Európskej únie (ďalej len „EÚ“) a podporu zahraničných investícií. Do pôsobnosti MH SR spadá aj niekoľko agentúr s nástrojmi a presahom na VEV.

3.1.1. Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO)

SARIO predstavuje implementačnú agentúru pre podporu exportu a priťahovanie investícií. Podporuje investičný, exportný a inovatívny potenciál SR so zámerom vytvoriť z krajiny technologické centrum atraktívne pre zahraničných investorov, expertov a potenciálnych obchodných partnerov.

3.1.2. Slovenská inovačná a energetická agentúra (SIEA)

SIEA predstavuje implementačnú agentúru, ktorá sa zapája do nepriamej podpory exportu prostredníctvom všestrannej podpory rozvoja inovačných aktivít s cieľom zvýšenia efektívnosti domácej ekonomiky a jej konkurencieschopnosti.

3.1.3. Slovak Business Agency (SBA)

SBA predstavuje verejno-súkromnú inštitúciu, ktorá sa špecializuje na podporu malých a stredných podnikov (ďalej len „MSP“) počas všetkých fáz podnikateľského cyklu vrátane posilnenia ich konkurencieschopnosti v rámci spoločného trhu EÚ a na trhoch tretích krajín.

3.2. Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR

Koordinuje presadzovanie obchodno-ekonomických záujmov SR v zahraničí a jednotnú prezentáciu SR v zahraničí. Riadi oblasť ekonomickej diplomacie a nadväzne na potreby slovenskej ekonomiky, rozhoduje o jej teritoriálnom rozmiestnení, pôsobnosti a rozsahu informačných výstupov a služieb, poskytovaných podnikateľskej verejnosti a ostatným ústredným orgánom štátnej správy.

3.2.1. Slovenská agentúra pre medzinárodnú rozvojovú spoluprácu (SAMRS)

SAMRS je rozpočtovou organizáciou MZVEZ SR, ktorej poslaním je zabezpečiť implementáciu oficiálnej rozvojovej pomoci SR. Vo vzťahu k VEV je dôležitou úlohou SAMRS podpora nových podnikateľských partnerstiev slovenských podnikateľských subjektov v rámci rozvojových aktivít a uľahčenie prieniku súkromného sektora na trhy v rozvojových krajinách.

3.3. Ministerstvo financií SR

Z pohľadu podpory exportérov a exportu má MF SR v kompetencii dohody o podpore a vzájomnej ochrane investícií (bilaterálne investičné dohody), ktoré sa uzatvárajú medzi štátmi s cieľom vytvárať priaznivé ekonomické podmienky pre rozvoj vzájomnej spolupráce a zmluvy o zamedzení dvojitého zdanenia, ktoré sa uzatvárajú medzi štátmi s cieľom vytvoriť spravodlivé daňové zaťaženie tuzemských a zahraničných spoločností aj podnikateľov.

3.3.1. Exportno-importná banka SR (EXIMBANKA SR)

Do pôsobnosti MF SR spadá aj činnosť EXIMBANKY SR, ktorej poslaním je podpora slovenského exportu prostredníctvom bankových a poisťovacích činností. Primárnym cieľom EXIMBANKY SR je umožniť vstup slovenským exportérom do projektov a teritórií, kde komerčný finančný sektor prejavuje menší záujem prevziať na seba riziko. Jej úlohou je zlepšiť hospodársku výmenu Slovenskej republiky so zahraničím, zvýšiť konkurencieschopnosť slovenských výrobcov na zahraničných trhoch, ako aj podporovať vývoz čo najväčšieho objemu výrobkov s vysokou mierou pridanej hodnoty (napr. v oblasti inovácií a nových technológií). EXIMBANKA SR v súlade s mandátom MF SR vykonáva od roku 2019 funkciu tzv. Private Sector Liaison Officer, styčného kontaktného miesta preslovenských exportérov a investorov, ktorí majú záujem zapájať sa do projektov v rozvojových krajinách v spolupráci s medzinárodnými finančnými inštitúciami (napr. Skupina Svetovej banky, EBRD, EIB, atď.).

3.4. Ministerstvo dopravy a výstavby SR

MDV SR sa podieľa na prevádzke a rozvoji dopravnej infraštruktúry, ktorá je nevyhnutná pre export a import tovaru a služieb. MDV SR zároveň vykonáva štátnu politiku v oblasti cestovného ruchu vrátane tvorby stratégie a koncepcie rozvoja cestovného ruchu.

3.4.1. Slovakia Travel

Do pôsobnosti MDV SR patrí aj rozpočtová organizácia Slovakia Travel ako národná destinačná agentúra v oblasti podpory rozvoja cestovného ruchu v SR a propagácia a prezentácia SR v zahraničí a na Slovensku ako cieľovej destinácie. Slovakia Travel zároveň slúži ako dátové analytické centrum cestovného ruchu SR.

3.5. Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR

Pre podporu exportu a exportérov, najmä z oblasti poľnohospodárstva a potravinárstva, vypracúva proexportnú politiku rezortu, vykazuje štatistiky obchodu s poľnohospodárskymi a potravinárskymi výrobkami, poskytuje informácie o možnostiach podpory vývozu, spravuje kalendár výstav a veľtrhov zameraných na poľnohospodárstvo a potravinárstvo, pomáha pri hľadaní nových odbytových trhov prostredníctvom online exportnej databázy Bestslovakfood a vyvíja informačné a propagačné aktivity a programy.

3.6. Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR

MIRRI SR prostredníctvom siete inovačných diplomatov v zahraničí podporuje internacionalizáciu vedy, výskumu a inovácií, podporuje verejno-súkromné partnerstvá a zlepšenie vzťahov s kľúčovými krajinami s bohatým inovačným ekosystémom.

3.7. Ministerstvo obrany SR

Obranný priemysel patrí medzi najvýznamnejšie odvetvia európskeho hospodárstva s bohatou tradíciou aj v SR. Obranný priemysel navyše obsahuje vysoký stupeň technologického výskumu a inovácií. V prípade limitovaného umiestnenia výrobkov obranného priemyslu na domácom trhu vzniká priestor na ich uplatnenie na perspektívnych trhoch. V tomto smere zohráva kľúčovú úlohu MO SR.

3.8. Iní aktéri

Hlavní aktéri vonkajších ekonomických vzťahov navyše úzko spolupracujú a presadzujú

záujmy členov neštátnych aktérov ako napr. Slovenskej obchodnej a priemyselnej komory, Republikovej únie zamestnávateľov, Asociácie zamestnávateľských zväzov a združení, Klubu 500, Rady slovenských exportérov, zamestnávateľských združení, podnikateľských asociácií, klastrov, či zväzov.

Ekonomická diplomacia

Ekonomická diplomacia (ďalej len „ED“) tvorí jeden z pilierov aktivít vlády v oblasti zahraničnej politiky, pričom primárnu pozornosť venuje podpore exportu, prílevu zahraničných investícií a presadzovaniu záujmov SR v medzinárodných organizáciách.

Výkonnou zložkou podpory exportu, investícií a medzinárodnej rozvojovej a vedecko-výskumnej spolupráce v zahraničí je sieť zastupiteľských úradov. Tie poskytujú súčinnosť pre všetky ústredné orgány štátnej správy, združeniam a podnikateľským subjektom. Každý zastupiteľský úrad (ďalej len „ZÚ“) plní úlohy ED SR, pričom zodpovednosť za jej výkon nesie vedúci ZÚ. ZÚ disponujú systemizovaným miestom ekonomického diplomata, na ktorom je vykonávaná ED samostatne alebo v kumulácii s inými činnosťami. S cieľom posilňovania výkonu ekonomickej diplomacie v exponovaných teritóriách je žiaduce vytvárať priestor na obsadzovanie miestnych síl ako doplnkovej pracovnej sily k ekonomickým diplomatom.

V kontexte nastavenia teritoriálnych priorít je primárne dôležité nájsť vhodné prieniky medzi ekonomickým potenciálom SR a príležitosťami na exportných trhoch. Z pohľadu zahraničného obchodu považuje SR za kľúčové nájsť rovnováhu medzi požiadavkami exportérov a možnosťami trhu. Exporty firiem spravidla smerujú na tradičné a relatívne ľahko dostupné, no do značnej miery nasýtené trhy EÚ resp. OECD. Dôležité je pomáhať exportovať na nové a perspektívne trhy. Pre prienik na nové trhy v Ázii, západnom Balkáne, Blízkom východe, Afrike a Latinskej Amerike je intervencia štátu často rozhodujúca. Na trhoch krajín EÚ resp. OECD exportéri dokážu pôsobiť bez pomoci štátu a v závislosti od projektu sú schopní získať aj komerčné financovanie alebo poistenie. Intervencia je v podobe kultivácie medzivládnych vzťahov, aktívnej úlohy ED a v konečnom štádiu priamej štátnej podpory v podobe financovania a poistenia exportných kontraktov.

Je potrebné nastaviť optimálnu sieť ED na základe kritérií a túto pravidelne aktualizovať a vyhodnocovať tak, aby reflektovala meniace sa podmienky vo svetovom hospodárstve. Kritériá je potrebné rozširovať a dopĺňať, aby zahŕňali všetky relevantné faktory. Teritoriálne nastavenie siete ED vychádza zo synergie medzi merateľnými ukazovateľmi a skúsenosťami ekonomických diplomatov, pričom kritériá sú výsledkom diskusie všetkých zainteresovaných subjektov. Ide o kritériá akými sú napr.: výkonnosť trhu, konkurencia na trhu, geografická blízkosť a iné bariéry na trhu, štruktúra a objem exportu a importu na trhu pre vybrané produkty a iné. Identifikovanie kritérií je kontinuálny proces a bude sa pravidelne rozširovať a prehodnocovať.

3.2. Požiadavky, aktivity a proces výberu ekonomických diplomatov

3.2.1. Požiadavky:

1. Jazyková zdatnosť, ideálne aj znalosť jazyka daného teritória, je dôležitým predpokladom pre úspešné pôsobenie v teritórii pri nadväzovaní kontaktov a sprostredkovaní komunikácie medzi firmami v teritórii a domácimi spoločnosťami;
2. Adekvátne vzdelanie so zameraním na zahraničný obchod a medzinárodné hospodárske vzťahy sú výhodou pri vykonávaní práce ekonomického diplomata;
3. Dostatočná prax/skúsenosti, obchodné zručnosti a schopnosť networkovať a nadväzovať kontakty sú dôležitými faktormi pre dosiahnutie výsledkov;
4. Pozitívne referencie od relevantných subjektov sú výhodou a pomáhajú ekonomickým diplomatom pri výkone práce v teritórii;
5. Znalosť exportného potenciálu SR a problematiky zahraničnoobchodných vzťahov SR, poznanie sektorovej špecializácie, teritoriálnej a komoditnej štruktúry zahraničného obchodu má byť súčasťou vzdelania, resp. vzdelávania ekonomických diplomatov;
6. Aktívna znalosť a orientovanie sa v ekonomickom prostredí daného teritória sú dôležité už pred samotným vyslaním do vybraného teritória.

3.2.1.1. Aktivity:

1. Proaktívne identifikovať konkrétne investičné príležitosti z daného teritória na Slovensko;
2. Proaktívne identifikovať konkrétne exportné a investičné príležitosti pre slovenské firmy v danom teritórii;
3. Proaktívne vyhľadávať exportné dopyty pre slovenské firmy a vytvárať podmienky pre riešenie dopytov slovenských firiem smerom navonok;
4. Proaktívne vyhľadávať príležitosti pre prezentovanie Slovenska a organizovanie takýchto prezentácií (investičné semináre, roadshows, konferencie a pod.);
5. Pomáhať pri organizovaní medzivládnych a zmiešaných komisií vo forme proaktívneho vyhľadávania a oslovenia relevantných partnerov pre B2B rokovania so slovenskými firmami (týka sa aj zabezpečenia účasti relevantných subjektov);
6. Asistovať pri účasti a prezentácii slovenských firiem na veľtrhoch a výstavách;
7. Identifikovať misie smerujúce do krajín strednej Európy a proaktívne ponúkať Slovensko ako jednu z cieľových krajín misie;
8. Proaktívne propagovať Slovensko na odbornej/konzultantskej úrovni ako najlepšej obchodnej a investičnej destinácie;
9. Pravidelne komunikovať a koordinovať všetky tieto činnosti s kľúčovými zainteresovanými subjektami;
10. Aktívne monitorovať ekonomiku daného zahraničného teritória pre účely identifikovania rýchlo rastúcich a perspektívnych sektorov;
11. Budovať kontakty s miestnymi podnikateľmi;
12. Orientovať sa v štruktúre hospodárstva a etablovaných investoroch na Slovensku tak, aby bol ekonomický diplomat schopný vyhodnotiť možnosti teritória, v ktorom pôsobí a prispôbiť svoje aktivity potrebám hospodárskeho rozvoja SR;

13. Aktívne sledovať tendre a výberové konania;
14. Pravidelne zasielať zainteresovaným inštitucionálnym partnerom pre SR relevantné analýzy ekonomického vývoja v akreditovaných krajinách.

3.2.1.2. Proces výberu ekonomických diplomatov:

MZVEZ SR spravidla obsadzuje miesta ekonomických diplomatov na ZÚ prostredníctvom vnútorných výberových konaní. Pri stanovovaní odborných kritérií a požiadaviek zohľadní bod Vybrané miesta ekonomických diplomatov môžu byť obsadené aj zamestnancami MH SR. Podrobnosti upraví medzirezortná dohoda o spolupráci.

3.3. Podpora exportu

Slovensko je ôsmou najotvorenejšou ekonomikou svetového hospodárstva s vysokým podielom exportu aj importu na celkovom HDP. Vysoká hodnota importu, ako aj vysoká hodnota exportu znamená, že SR je vo veľkej miere prepojené s ostatnými krajinami. Nakoľko je pre SR export dôležitý bude potrebné aj naďalej posilňovať exportné postavenie a možnosti internacionalizácie slovenských exportných firiem na významných zahraničných trhoch. Dosiahnutie cieľa – podpora udržateľného hospodárskeho rastu a zvýšenie počtu pracovných miest vieme realizovať viacerými spôsobmi:

- ❖ zvýšením intenzity, efektívnosti a kvality podpory exportu slovenských výrobcov (najmä malých a stredných), u ktorých nárast produkcie na vývoz povedie k tvorbe nových pracovných miest;
- ❖ príchodom ďalších zahraničných investorov, ktorí v súvislosti s exportom tovaru a služieb budú vytvárať nové pracovné miesta;
- ❖ podporou inovačných aktivít slovenských firiem, ktoré vedú k zvýšeniu ich konkurencieschopnosti v globálnom meradle.

Slovensko má záujem o stimuláciu nielen exportnej, ale aj inovačnej výkonnosti podnikateľských subjektov pôsobiacich na jeho území. Jednou z hlavných priorít je trvalo nadviazaná spolupráca na úrovni jednotlivých inštitúcií, ktoré sú zainteresované v oblasti podpory rozvoja priemyslu, výskumu a inovácií, za účelom čo najlepšie využiť potenciál vzájomnej spolupráce a identifikovaných synergii. Spolupráca SR so zahraničnými partnermi v oblasti výskumu, vývoja a inovácií bude zároveň jednou z kľúčových možností rozvoja a zvyšovania konkurencieschopnosti.

3.3.1. Hlavné nástroje na podporu exportu

Spoločným cieľom všetkých nástrojov je posilnenie exportnej výkonnosti firiem, a to konkrétne na etablovaných a nových trhoch vyhľadávaním príležitostí, poskytovaním finančných služieb, proexportným poradenstvom či zapájaním do medzinárodnej vedecko-výskumnej spolupráce.

Kľúčovou úlohou nástrojov na podporu exportu je zamerať sa na podniky pôsobiace na slovenskom trhu, najmä MSP a na firmy, ktorých rozhodovanie o teritoriálnej štruktúre

zahraničného obchodu vznikajú na Slovensku. Proexportné nástroje by sa zároveň nemali zameriavať výlučne na etablované exportujúce podniky so skúsenosťami na zahraničných trhoch. Snahou je transformovať neexportujúce podniky na aktívnych vývozcov. Výsledkom tohto procesu bude posilnené prepojenie pro-exportných nástrojov štátu vo všetkých fázach rozvoja exportného potenciálu podniku, od zvýšenia kapacity výroby, cez vyhľadávanie obchodných príležitostí, až po podporu exportu prostredníctvom nástrojov financovania a poistenia cez EXIMBANKU SR.

Vzhľadom na pomerne vysoký počet existujúcich nástrojov bude však do budúcnosti nevyhnutné z pohľadu adresnosti, nastaviť ich lepšiu koordináciu.

3.3.2. Medzivládne a rezortné zmiešané komisie pre hospodársku spoluprácu

Komisie patria medzi priame nástroje proexportnej politiky SR, na činnosti ktorých sa aktívne podieľa väčšina rezortov a inštitúcií na podporu obchodu, investícií či vedy, výskumu a inovácií. Vzhľadom na jej viac-sektorové zameranie sú súčasťou komisií aj dočasné alebo stále pracovné skupiny, v rámci ktorých sa na expertnej úrovni posudzujú vybrané otázky z oblastí prioritného záujmu spolupráce medzi SR a príslušnou krajinou. Významným aspektom je zapojenie podnikateľských subjektov do činnosti väčšiny komisií, pre ktoré sa organizujú podnikateľské fóra, investičné podujatia a bilaterálne rokovania podnikateľských subjektov. Z pohľadu obchodno-ekonomických záujmov Slovenska je nevyhnutné, aby sa komisie realizovali s krajinami, v ktorých existuje reálny a potvrdený záujem slovenskej podnikateľskej verejnosti, resp. dominujú hospodársko-strategické záujmy SR.

3.3.3. Podnikateľské misie

Podnikateľské misie predstavujú príležitosť pre slovenských podnikateľov nadviazať osobný kontakt a rozvinúť spoluprácu s podnikateľmi zo zahraničia formou B2B rokovaní so zahraničnými spoločnosťami, resp. účasťou na sprievodných podujatiach (účasť na konferencii, návšteva veľtrhu/výstavy a pod.) Za účelom maximalizácie pridanej hodnoty a zachovania relevancie podnikateľských misií je potrebné zabezpečiť aj včasnú informovanosť zainteresovaných inštitucionálnych partnerov, ktorí v rámci svojich odborných kapacít vedia efektívne prispieť v štádiách prípravy a realizácie podnikateľskej misie.

3.3.4. Prezentácia na veľtrhoch a výstavách formou národných stánkov

Národné stánky na zahraničných veľtrhoch a výstavách vytvárajú priestor na prezentáciu slovenských malých a stredných podnikov a propagáciu slovenských riešení a produktov z primárnych odvetví slovenského hospodárstva. Forma jednotného národného stánku zároveň dovoľuje prezentovať unikátne riešenia Slovenska ako celku s cieľom posilniť jeho imidž.

Významné veľtrhy, výstavy a konferencie organizované na Slovensku naopak poskytujú priestor na jednotnú prezentáciu štátnych inštitúcií s komplexným informačnými a poradenskými službami. Daný formát jednotného stánku predstavuje tzv. Exportný dom, ktorého cieľom je posilniť prítomnosť štátnych aktérov VEV a synergicky poskytnúť praktické informácie o existujúcich službách na jednom mieste podnikateľským subjektom.

3.3.5. Podpora internacionalizácie malých stredných podnikov

Národný projekt v gescii SARIO v partnerstve so SBA si kladie za cieľ posilniť internacionalizačné kapacity MSP vo fáze rozvoja, vrátane prezentácie podnikateľského potenciálu a poskytnutia bezplatných prezentačných, kooperačných a poradenských služieb MSP za účelom zvýšenia miery ich zapojenia do medzinárodnej spolupráce. Širokú paletu služieb poskytovaných v rámci projektu tvorí okrem iného poskytovanie individuálneho poradenstva, účasť MSP na propagačných podujatiach v zahraničí, poradenstvo pri príprave žiadostí o podporu z komunitárnych programov EÚ. Pri podpore expanzie MSP na nové rizikovejšie teritória má napríklad EXIMBANKA SR špeciálne produkty – priame formy štátnej podpory exportu v spolupráci s medzinárodnými finančnými inštitúciami, ale tiež v prípade potreby vie kryť riziká z nezaplatenia vývozných pohľadávok. Exportérom je k dispozícii online žiadosť o vystavenie poisťného limitu v rámci produktu eMSP.

3.3.6. Systémové vzdelávanie exportérov

Exportná akadémia zabezpečuje školiace, poradenské, tréningové aktivity a sprostredkovanie zručností v oblasti zahraničného obchodu realizáciou proexportne zameraných seminárov. Seminára sú v rámci Exportnej akadémie organizované v regiónoch Slovenska a v centrále SARIO. Cieľom Exportnej akadémie je zvýšiť úroveň znalostí techník a praktík v oblasti zahraničného obchodu slovenských MSP z radov vývozcov a tým podporiť ich ďalšiu expanziu na nové zahraničné trhy.

3.3.7. Projekty ekonomickej diplomacie

Finančná schéma MZVEZ SR určená pre ZÚ SR v zahraničí a ústredie ministerstva na organizáciu podujatí pre slovenské podnikateľské subjekty formou podnikateľských misií, prezentačných podujatí, veľtrhov a výstav v zahraničí a v SR.

3.3.8. Slovenská kooperačná burza

Slovenská kooperačná burza predstavuje „matchmaking“ podujatie slovenských a zahraničných podnikateľských subjektov, organizované SARIO-m pod záštitou MH SR. Obsahovo sa zameriava na aktuálne témy a sektory priemyslu a prostredníctvom riadených bilaterálnych rokovaní podporuje internacionalizáciu slovenských firiem so zahraničnými partnermi z celého sveta. Sprievodnými podujatiami sú prezentácie spoločností, okrúhle stoly, panelové diskusie a odborné moderované konferencie. Súčasťou podujatia je aj prezentácia konkrétnych projektov a služieb slovenských a zahraničných inovatívnych firiem, vedeckých a univerzitných projektov.

3.3.9. Exportné fórum

Exportné fórum predstavuje strategickú platformu MZVEZ SR, ktorá je priestorom pre výmenu názorov o budúcom nastavení, prioritách a nástrojoch exportnej politiky Slovenska. Účastníkmi podujatia budú všetci aktéri v oblasti zahraničného obchodu (inštitúcie, podnikatelia, profesijné organizácie a i.). Podujatie poskytne formou sektorových okrúhlych stolov či odborných panelov priestor na získanie podnetných informácií o príležitostiach a skúsenostiach pre podnikanie v zahraničí. Praktickou časťou Exportného fóra budú aj G2B rokovania podnikateľských subjektov s ekonomickými diplomatmi ZÚ SR v zahraničí.

3.3.10. Inovačné dni

Podujatie MZVEZ SR, ktoré sa koná na mesačnej báze s cieľom prezentácie úspešných inovatívnych slovenských firiem zahraničným veľvyslankyniam a veľvyslancom akreditovaným pre Slovensko. Podujatím sa podporuje internacionalizácia slovenských spoločností a zároveň prezentuje inovačný potenciál SR. Pomoc technologicky zaujímavým firmám a vedecko-výskumným inštitúciám presadiť sa v zahraničí prináša pre Slovensko mnohé pozitívne efekty ako zvýšenie povedomia investorov a ich centrál o technologickej vyspelosti Slovenska, podporu investícií s vysokou pridanou hodnotou, export (noví obchodní partneri, zapojenie slovenských firiem do globálnych dodávateľských reťazcov), vznik výskumných partnerstiev (prepájanie výskumných projektov s partnermi v zahraničí), či vývoj inovatívnych riešení globálnych problémov.

3.3.11. Z regiónov do sveta

Z regiónov do sveta predstavuje podujatie organizované MZVEZ SR v spolupráci s predsedami vyšších územných celkov. Zámerom je diskutovať o ponuke MZVEZ SR v oblasti ED s cieľom byť adresnejší, poznať plány, ale aj problémy podnikateľov v medzinárodnej spolupráci. Dvojdňové podujatie pozostáva z odborného okrúhleho stola za účasti predstaviteľov ministerstiev a ústredných orgánov štátnej správy, samosprávy, verejného sektora a podnikateľskej obce kraja a následne z pracovných návštev vybraných firiem a výrobných spoločností, ako aj vzdelávacích inštitúcií.

3.3.12. Produkty EXIMBANKY SR

EXIMBANKA SR ponúka širokú škálu finančných produktov. Na strane vývozu je to predovšetkým úverové poistenie, financovanie a záruky. Na strane importu je to financovanie dovozu technológií, ktoré zvyšujú konkurencieschopnosť slovenských výrobcov a poskytovateľov služieb a umožňujú im tak vývoz kvalitnejšej produkcie s vysokou mierou pridanej hodnoty. Produkty sú určené malým, stredným ale aj veľkým slovenským podnikateľským subjektom, primárne výrobcom tovarov a poskytovateľom služieb určených na vývoz.

3.3.13. Teritoriálne semináre, Konzultačné dni

Teritoriálne semináre SARIO a Konzultačné dni predstavujú nástroje na predstavenie konkrétneho zahraničného teritória a sú určené pre exportérov, ktorí majú záujem na daný trh vyvíjať obchodné aktivity. Na uvedených seminároch sa organizačne podieľajú SARIO, ZÚ SR v zahraničí, Slovenská obchodná a priemyselná komora často aj v spolupráci so zahraničnými zastúpeniami krajín v SR.

3.3.14. Integrované informačné systémy na podporu exportu

Kvalitné a efektívne presadzovanie VEV nie je v 21. storočí uskutočniteľné bez využitia moderných informačných technológií a patričnej informačnej bázy. Navyše vo vzťahu k externému prostrediu a podnikateľskej verejnosti je nevyhnutná cieleňá a jasne komunikovaná ponuka štátnej podpory a existujúcich nástrojov.

Existujúci webový „Portál pre exportéra“ - (spravuje SARIO) združujúci informácie o

rôznych formách podpory pre exportérov, o aktuálnych podujatiach či o obchodných a investičných príležitostiach si vyžaduje zásadnú aktualizáciu a integráciu naprieč nositeľmi VEV.

Z pohľadu zvýšenia efektivity výkonu ED a zabezpečenie kvalitnej analytickej evidencie, lepšieho plánovania a vyhodnocovania dát, je nevyhnutné zavedenie funkčného CRM systému (Customer Relationship Management). Systém by združoval údaje o aktivitách slovenských firiem v zahraničí a viedol evidenciu kontaktov a riešení obchodných a investičných dopytov.

3.4. Nástroje rozvojovej spolupráce

3.4.1. Projekty rozvojovej spolupráce SR pod značkou SlovakAid

Rozvojová spolupráca SR plní viacero cieľov v oblasti ekonomického a sociálneho rozvoja v rozvojových krajinách, pre ktorých udržateľnosť je nevyhnutný rozvoj súkromného podnikania. Vybrané nástroje SlovakAid prinášajú slovenským firmám zaujímavé možnosti uplatnenia sa na rizikovejších trhoch v zahraničí. Slovenské firmy nemajú dlhodobú historickú skúsenosť s prenikaním na rozvojové trhy. Aktívne zapájanie sa do projektov rozvojovej spolupráce však má z pohľadu podnikateľských subjektov značné výhody – prienik na trhy rozvojových krajín, diverzifikácia teritoriálneho portfólia, vybudovanie si pozitívneho imidžu, ktorý môže ovplyvniť obchodné aktivity v danej krajine. Kľúčovým programom pre lepšie zapájanie firiem do rozvojovej spolupráce sú dotačné projekty v rámci Programu podnikateľských partnerstiev, ktoré predstavujú synergiu medzi rozvojovými cieľmi prijímajúcich krajín slovenskej rozvojovej spolupráce, a podnikateľskými cieľmi slovenských firiem, osobitne MSP, v rozvojových krajinách. Posilnenie angažovanosti súkromného sektora v rozvojovej spolupráci je realizované aj v rámci partnerstva medzi MZVEZ SR a Rozvojovým programom OSN prostredníctvom fondu Slovak Challenge Fund, ktorý podporuje prenos slovenských inovatívnych riešení do partnerských krajín SlovakAid.

3.4.2. Nástroje rozvojovej spolupráce EXIMBANKY SR

V rámci proexportnej politiky je potrebné vyhľadávať nové možnosti a využiť inštitucionálne zázemie a skúsenosti EXIMBANKY SR. V priebehu roka 2019 došlo k rozšíreniu činnosti EXIMBANKY SR o tzv. rozvojový mandát v oblasti rozvojovej spolupráce a od roku 2021 získala EXIMBANKA SR oprávnenie implementovať rozpočtové zdroje EÚ.

Využitie prostriedkov EÚ prostredníctvom EXIMBANKY SR umožní SR získať ďalšie zdroje financovania projektov, nad rámec vlastných zdrojov EXIMBANKY SR, resp. zdrojov štátneho rozpočtu, a to prostredníctvom kombinovaného financovania, pri ktorom časť projektu je financovaná nenávratne zo zdrojov rozpočtu EÚ a časť návratne zo zdrojov EXIMBANKY SR. Táto možnosť prispeje k lepšiemu využívaniu zdrojov EÚ v rámci nadchádzajúceho dlhodobého rozpočtu EÚ na roky 2021 – 2027. Do úvahy prichádza najmä využitie prostriedkov z Programu InvestEU, Nástroj susedstva a rozvojovej a medzinárodnej spolupráce – Globálna Európa (NDICI-GE).

6. Príťahovanie zahraničných investícií

Priame zahraničné investície významne ovplyvňujú výkonnosť slovenskej ekonomiky. Vzhľadom na to, že Slovensko má malý trh, prichádzajúci zahraniční investori sú prevažne proexportne orientovaní, čo má zásadný vplyv osobitne na exportnú štruktúru ekonomiky SR.

V súlade so svetovými hospodárskymi trendmi ako aj Stratégiou výskumu a inovácií pre inteligentnú špecializáciu Slovenskej republiky 2021-2027 sa bude musieť hospodárska politika SR orientovať na podporu prílevu priamych zahraničných investícií (ďalej len „PZI“) do odvetví, v ktorých je najväčší potenciál pre vznik priamych (transfer finančných zdrojov a know-how, rast zamestnanosti) aj nepriamych efektov (zvýšenie produktivity odvetví hospodárstva, technologický rozvoj, rozvoj ľudského kapitálu) na ekonomiku. Štruktúra prichádzajúcich investícií sa postupom času mení v súvislosti so zvyšujúcim sa zastúpením sofistikovaných projektov reagujúcich na nové technologické trendy súčasnosti. Z hľadiska efektov PZI, ako aj z hľadiska stability domácej ekonomiky v čase nepriaznivých cyklických výkyvov bude preto nutné smerovať PZI v rámci možností vyvážené do viacerých odvetví (diverzifikácia), najlepšie do odvetví s vysokou pridanou hodnotou a vyššou mierou inovácií. Obzvlášť v časech hospodárskeho útlmu je účelné, v súlade s princípom udržateľného rozvoja, podporovať investície, pretože tieto okrem kladného vplyvu na obnovu hospodárskeho rastu povedú aj k tvorbe nových pracovných miest.

Z pohľadu VEV tak bude nevyhnutné zintenzívniť spoluprácu s krajinami so silnou ponukou PZI a inovačným ekosystémom. V neposlednom rade bude nevyhnutným zámerom aj potreba kultivovať vzťahy s investormi pôsobiacimi na území SR s cieľom zabezpečiť plynulý proces technologickej transformácie investícií.

6.1. Nástroje na priťahovanie investícií

Priťahovanie a podpora investícií z hľadiska obsahu je súčasťou viacerých nástrojov zmienených už v kapitole venovanej podpore exportu, nakoľko akvizičnej investičnej činnosti sa venujú napr. aj medzivládne komisie, podnikateľské misie zamerané na investorov, investičné semináre a pod. Akvizičnej investičnej činnosti sa navyše prierezovo venujú viacerí aktéri vzhľadom na charakter poskytnutej služby – kým MH SR poskytuje štátnu investičnú pomoc, SARIO sa zameriava na konzultačnú, technickú či asistenčnú činnosť a MZVEZ SR prostredníctvom ZÚ skôr na propagačnú a akvizičnú činnosť v zahraničí. Činnosti štátu je tak lepšie rozdeliť z hľadiska obsahu, a to na akvizično-marketingovú, konzultačno-asistentiskú, regionálnu investičnú pomoc a post-investičnú starostlivosť.

6.1.1. Akvizično-marketingová činnosť

Prebieha ako na Slovensku, tak aj v zahraničí a je zameraná na aktívnu účasť na investičných a sektorovo špecifických podujatiach s cieľom propagácie Slovenska ako atraktívnej investičnej destinácie. Paralelne prebieha proaktívne oslovovanie potenciálnych

investorov a iných partnerov, ktorí sú v bezprostrednom kontakte s investormi (asociácie, banky, konzultačné spoločnosti). Nevyhnutnosťou pre úspešnú propagáciu Slovenska ako atraktívnej investičnej krajiny je potreba kvalitnej materiálno-informačnej bázy. Marketingová činnosť tak v sebe nesie aj tvorbu prezentačných, sektorových a marketingových materiálov o slovenskom investičnom prostredí.

6.1.2. Konzultačno-asistentská činnosť

Pri konkrétnych projektoch je pre potenciálnych investorov nevyhnutná asistencia pri výbere vhodnej lokality a nehnuteľnosti vrátane sprevádzania investora na obhliadkach. Asistencia si navyše vyžaduje aj organizovanie stretnutí s lokálnymi aktérmi (SOŠ, samosprávy a pod.). V neposlednom rade je nevyhnutné poskytnúť konzultácie o dostupnosti pracovnej sily, o povolovacích procesoch, daňovo-odvodovom systéme či o štátnej investičnej pomoci.

6.1.3. Regionálna investičná pomoc

Regionálna investičná pomoc je štátna pomoc určená na podporu konkurencieschopnosti a hospodárskeho rozvoja znevýhodnených regiónov prostredníctvom podpory počiatkových investícií. Regionálnou investičnou pomocou môžu byť podporené nové aj expandujúce, malé aj veľké spoločnosti, v domácom aj zahraničnom vlastníctve.

6.1.4. Post-investičná starostlivosť

Uvedená činnosť je zameraná primárne na investorov už pôsobiacich na Slovensku s cieľom ponúknuť im poradenstvo pri príprave a realizácii prípadných expanzií, riešení problémov na úrovni samospráv či štátnej správy, pomoci pri identifikácii lokálnych dodávateľov a poskytovateľov služieb. V neposlednom rade je zámerom aj kultivovať vzťahy s centrálnymi významnými zahraničnými investorov (primárne prostredníctvom ZÚ SR v zahraničí) s cieľom technologického upgradu existujúcich investícií na SR.

7. Podpora nových trendov – veda, výskum a inovácie, zelené technológie, digitalizácia

Moderná inovačná ekonomika založená na produktívnych a environmentálnych princípoch je nevyhnutnosťou na odolanie súčasným globálnym hospodárskym, ekologickým či pandemickým výzvam. História nás naučila, že ekonomické krízy sú ideálnym priestorom na zvýšenie technologického pokroku a zavedenie nových inovácií. Súčasnú globálne trendy ovplyvňujú konkurencieschopnosť podnikov ako napríklad klimatická zmena, digitalizácia či zlepšovanie inovačného prostredia.

Z tohto dôvodu sa aktivity nositeľov VEV popri tradičných prioritách ako diverzifikácia exportu, internacionalizácia slovenských podnikov a podpora prílevu PZI zamerajú aj na výzvy spojené s nastupujúcimi modernými odvetvami. Medzinárodná spolupráca v oblastiach vedy, výskumu a inovácií, zelených technológií či digitalizácie prináša aj príležitosti pre inovatívne podnikateľské subjekty. Hlavní aktéri Konceptie VEVAED sa v tejto súvislosti zamerajú na mapovanie úspešných a efektívnych riešení vo vyspelých krajinách, podporu zahraničného rozmeru slovenských inovačných firiem a nadväzovanie spolupráce aj akademických či vedecko-výskumných inštitúcií.

V tejto súvislosti je tiež možné využiť nástroje EÚ, ktoré sú vo finálnej fáze prípravy - ako nástroj na financovanie dôležitých projektov spoločného európskeho záujmu v rámci EÚ program IPCEI (Important projects of common European interest). Projekty IPCEI sú zamerané na podporu výskumu, vývoja a inovácií, životného prostredia, energetiky alebo dopravy, pričom budú predmetom výberového procesu Európskej komisie. S cieľom zvýšenia podielu vývozu s vyššou pridanou hodnotou môže EXIMBANKA SR využiť svoje skúsenosti a expertízu, ako aj oprávnenie ako zodpovedného partnera EÚ a využiť možnosť financovať aj projekty v oblasti podpory výskumu a vývoja vrátane podpory internacionalizácie start-upov.

8. Medzinárodná spolupráca

Základným predpokladom pre úspech silne exportne orientovaného slovenského hospodárstva je zachovanie čo najvyššej miery voľnosti medzinárodného obchodu a rešpektovanie rovnosti a dohodnutých pravidiel na svetovom trhu. V tomto kontexte je nepriaznivé, že pretrvávajú tendencie protekcionizmu, hospodárskeho nacionalizmu až egoizmu a spochybňovania multilateralizmu. Aktuálna kríza spôsobená pandemiou COVID-19 najmä v počiatkoch ešte prehĺbila niektoré negatívne tendencie. Zároveň však ukázala, že najúčinnjším liekom na krízu je práve spolupráca, výmena skúseností a zdieľanie informácií.

SR bude v rámci multilaterálnej scény a medzinárodných organizácií podporovať intenzívnejšie zapojenie domácich odborných zamestnancov do riadiacich a expertných štruktúr medzinárodných organizácií.

8.1. Európska únia

Našimi najbližšími a prirodzenými partnermi sú členské krajiny EÚ, kam smeruje viac než 80% slovenského exportu. Záujmom Slovenska je podporovať silnejšie postavenie EÚ ako globálneho hráča. Čím väčšiu váhu bude mať hlas EÚ, tým väčšiu váhu bude mať aj hlas SR. Spoločná obchodná politika EÚ vytvára základný rámec tvorby a implementácie národnej obchodnej politiky. Ako členská krajina EÚ sa Slovensko aktívne spolupodieľa na tvorbe spoločných pozícií EÚ a participuje pri prípravách dohôd o voľnom obchode EÚ so strategickými partnermi. Slovenskí exportéri majú príležitosť zapojiť sa do širokej škály podporných, rozvojových a investičných programov EÚ, a zvýšiť tak aj s podporou EÚ svoju konkurencieschopnosť a presadiť sa na nových perspektívnych teritóriách.

Slovensko je navyše viazané dohovormi vo viacerých medzinárodných organizáciách (OECD, WTO, OSN), kde sa bude aktívne zúčastňovať na práci vo výboroch a v negociačných skupinách.

8.2. Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj

Prostredníctvom členstva v Organizácii pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (ďalej len „OECD“) sa chce Slovensko aj naďalej etablovať ako krajina so zameraním na výzvy súčasnosti: boj proti COVID-19, obnova ekonomík a spoločností po kríze, riešenie dopadov klimatických zmien, medz inárodná daňová reforma, rovnosť medzi mužmi a ženami, zvládanie pozitívnych aj negatívnych vplyvov nových technológií a v neposlednom rade i problematika zaistenia udržateľného rozvoja pri zachovaní čo najmenších škodlivých dopadov na životné prostredie. SR ako jedna z 38 členských krajín OECD má záujem pokračovať v aktívnom zapájaní sa do práce OECD prostredníctvom rezortných expertov pôsobiacich v takmer 300 pracovných formátoch, ktoré sa zameriavajú na sledovanie, vyhodnocovanie a prípravu špecializovaných odporúčaní a štandardov pre jednotlivé sektorové politiky. Podporujeme pokračovanie realizácie spoločných projektov SR a OECD, ktoré sú spolufinancované z dobrovoľných príspevkov SR do OECD. Táto forma spolupráce s organizáciou umožňuje Slovensku využiť analytický a expertný potenciál OECD s cieľom identifikovať slabé stránky jednotlivých sektorových politík, analyzovať rezervy a hľadať riešenia v oblastiach, akými sú zvyšovanie kvality školstva, boj proti daňovým únikom, boj proti korupcii, zefektívnenie verejnej správy, znižovanie regionálnych rozdielov v SR, posilňovanie analytických kapacít v štátnej správe, reformy energetického sektora, rozvoj obehového hospodárstva, zavádzanie inovatívnych ekologických riešení a mnoho ďalších.

8.3. Svetová obchodná organizácia

Slovensko podporuje otvorený, transparentný a predvídateľný multilaterálny obchodný systém založený na pravidlách Svetovej obchodnej organizácie (ďalej len „WTO“). Má záujem o reformu WTO, vrátane dôvery a posilnení postavenia na medzinárodnej geopolitickej scéne. Slovensko bude podporovať ďalšiu liberalizáciu obchodu, odstraňovanie netarifných a technických prekážok, úpravu existujúcich a prijatie nových pravidiel pre svetový obchod.

8.4. Svetová organizácia duševného vlastníctva

Slovensko prostredníctvom Úradu priemyselného vlastníctva SR (ďalej len „UPV“)

spolupracuje so Svetovou organizáciou duševného vlastníctva (ďalej len „WIPO“) pri zabezpečovaní vykonateľnosti medzinárodných zmlúv, dohôd, dohovorov, štandardov a odporúčaní týkajúcich sa priemyselného vlastníctva v SR. ÚPV SR navyše kooperuje s WIPO aj v oblasti obchodných aspektov súvisiacich s ochranou práv k priemyselnému vlastníctvu.

9. Implementácia

Pre účinnú implementáciu a dosahovanie čiastkových cieľov Konceptie VEVaED budú vypracované akčné plány. Obsahom akčných plánov budú úlohy pre rozpracovanie opatrení v jednotlivých kľúčových oblastiach s uvedením zodpovedných gestorov za ich realizáciu, ako aj časovým harmonogramom ich plnenia. Vytvorená platforma Tím Slovensko na operatívnej báze zdieľa informácie a koordinuje aktivity v oblasti ED medzi organizáciami ústrednej štátnej správy. Implementáciu a napĺňanie Konceptie VEVaED bude koordinovať, sledovať a vyhodnocovať MZVEZ SR v spolupráci s MH SR prostredníctvom RVKP.