

# NÁRODNÁ AGENTÚRA PRE ROZVOJ MALÉHO A STREDNÉHO PODNIKANIA

## Inovačná kapacita malých a stredných podnikov



N Á R O D N Á  
A G E N T Ú R A  
P R E R O Z V O J  
M A L É H O A  
S T R E D N É H O  
P O D N I K A N I A



Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania  
v spolupráci  
s Infostatom a Ústavom pre výskum verejnej mienky pri  
Štatistickom úrade SR

## **Inovačná kapacita malých a stredných podnikov**

**Bratislava 2004**



<b>OBSAH</b>	<b>STRANA</b>
<b>ÚVOD</b>	<b>3</b>
<b>I. INOVAČNÉ AKTIVITY MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV V ROKOCH 2001 AŽ 2003</b>	<b>7</b>
1. Inovačné aktivity ako zdroj konkurencieschopnosti malých a stredných podnikov	7
2. Realizácia inovačných aktivít malých a stredných podnikov	8
3. Hodnotenie prínosu inovácií	13
4. Hlavní iniciátori inovačných aktivít v malých a stredných podnikoch	15
5. Dodávatelia konkrétnych riešení pre inovácie malých a stredných podnikov	16
6. Finančné zabezpečenie na realizáciu inovačných aktivít	18
7. Percentuálny podiel z obratu firiem ako náklady na inovácie	20
8. Trvalá inovačná aktivita ako súčasť stratégie	21
9. Prítomnosť pracovníka zodpovedného za inovačný proces	22
<b>II. INÉ AKTIVITY MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV ZAMERANÉ NA VLASTNÝ ROZVOJ</b>	<b>24</b>
1. Prezentácia a účasť podnikov na veľtrhoch a výstavách	24
2. Využívanie vybraných obchodných služieb malými a strednými podnikmi	26
3. Certifikát systému kvality	28
4. Zvyšovanie kvalifikácie pracovníkov	30
5. Marketingový prieskum	32
<b>III. VYBRANÉ EKONOMICKÉ UKAZOVATELE V SKÚMANÝCH MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOCH</b>	<b>34</b>
1. Výška obratu v skúmaných malých a stredných podnikoch	34
2. Podiel exportu na obrate malých a stredných podnikov	35
<b>IV. METODIKA VÝSKUMU</b>	<b>38</b>
<b>V. ZHRNUTIE</b>	<b>39</b>
<b>VI. ZOZNAM GRAFOV</b>	<b>41</b>



## ÚVOD

Malé a stredné podniky sú neoddeliteľnou súčasťou slovenského hospodárstva s približne trojpäťtinovým podielom na tvorbe hrubého domáceho produktu alebo pridanej hodnoty. Pripisuje sa im kľúčový význam ako zdroja nápadov, nových produktov a predovšetkým pracovných príležitostí. Jednotný európsky trh, ktorého sa staneme plnohodnotnými účastníkmi v máji 2004, kladie vysoké požiadavky na kvalitu tovarov a služieb. Realizovaný výskum sa zamerával najmä na trvalú inovačnú aktivitu podnikov, ako jeden z hlavných predpokladov konkurencieschopnosti našich podnikov na európskom trhu.

Najdôležitejší inštitucionálny nástroj podpory malého a stredného podnikania na Slovensku predstavuje Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania, ktorej cieľom je rozširovať svoje programy tak, aby umožnili rast technologickej úrovne slovenskej produkcie a jej kvality. Medzi najvýznamnejšie programy jej činnosti pre rozvoj malého a stredného podnikania patrí grantový program na nákup inovatívnych technológií a na zavádzanie systémov kvality, ako aj úverové programy s výhodnými úrokovými sadzbami. Významná je podpora z predvstupových fondov PHARE, kde je aktuálna grantová schéma na rozvoj priemyslu a na podporu inovácii pre MSP.

Aby malé a stredné podniky na Slovensku mohli čo najefektívnejšie čerpať z uvedených podporných finančných zdrojov a aby ich Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania mohla poskytovať čo najširšiemu okruhu záujemcov, či už so spoluúčasťou štátu alebo Európskej únie je žiaduca informovanosť o potrebách a možnostiach rozvoja v tejto oblasti. V tejto súvislosti uskutočnil ÚVVM prieskum, ktorého objektom boli malé a stredné podniky na Slovensku s počtom pracovníkov do 249. **Hlavnými cieľmi výskumu bolo zistiť:**

- inovačnú aktivitu malých a stredných podnikov (technologické inovácie, inovácie výrobkov a služieb pre zákazníkov)
- aký prínos pre malé a stredné podniky znamená zavedenie jednotlivých inovácií
- odkiaľ podniky získavajú finančné zdroje pre realizáciu inovácií
- aký percentuálny podiel z obratu firiem predstavujú náklady na inovácie
- účasť podnikov na veľtrhoch a výstavách, ako aj ich prínos pre ďalšie fungovanie firmy
- aké iné aktivity zamerané na vlastný rozvoj využívajú malé a stredné podniky (účasť na veľtrhoch a výstavách, certifikát systému kvality, zvyšovanie kvalifikácie pracovníkov, marketingový prieskum)
- výšku obratu malých a stredných podnikov v roku 2002
- výšku podielu exportu na obrate malých a stredných podnikov v roku 2002

Projekt „Inovačná kapacita malých a stredných podnikov“ je súčasťou programu Národnej agentúry pre rozvoj malého a stredného podnikania, ktorý sa zameriava na

zmapovanie situácie v slovenských podnikoch a na získavanie relevantných informácií o tom, v čom by mal štát a ďalšie inštitúcie pomôcť pri prekonávaní počiatočnej bariéry plného začlenenia sa slovenských podnikov do prostredia jednotného trhu EÚ. Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania plánuje získané poznatky pretransformovať do návrhov pre administratívne a legislatívne zlepšenie podnikateľského prostredia na Slovensku ako aj do koncipovania podporných programov pre prekonanie existujúcich problémov. V rámci uvedeného programu je projekt „Inovačná kapacita malých a stredných podnikov“ už v poradí desiatym prieskumom zameraným na problematiku malých a stredných firiem, ktorého realizátorom je Ústav pre výskum verejnej mienky (ÚVVM) pri ŠÚ SR a Inštitút informatiky a štatistiky (INFOSTAT).

Prieskum realizoval Ústav pre výskum verejnej mienky v spolupráci s Inštitútom informatiky a štatistiky v čase od 18. novembra do 1. decembra 2003 na území celého Slovenska, jeho cieľovými objektmi boli **malé podniky s 1 až 9 a s 10 až 49 zamestnancami a stredné podniky s 50 až 249 zamestnancami**. Informácie o výbere vzorky malých a stredných podnikov, reprezentatívnosti vzorky, spôsobe vyhľadávania predstaviteľov vybraných podnikov v teréne, poznatky z priebehu uskutočnených rozhovorov externých spolupracovníkov - anketárov s respondentami a ich vyhodnotenie obsahuje samostatná kapitola informatívnej správy – metodika výskumu na strane 38 predkladanej informácie z výskumu.

Nasledujúca tabuľka prináša prehľad štruktúry skúmaných podnikov, ktoré sa zúčastnili výskumu.

<b>Rozdelenie skúmaných podnikov z hľadiska počtu zamestnancov a hlavnej činnosti</b> (údaje v %)				
<b>Hlavný druh činnosti podniku podľa OKEČ</b>	<b>Počet zamestnancov v podniku</b>			
	<b>0 - 9</b>	<b>10 - 49</b>	<b>50 - 249</b>	<b>celoslov. priemer</b>
priemyselná výroba	46	42	12	<b>13</b>
Poľnohosp. a potravinárska výroba*/	65	29	6	<b>3</b>
obchod	80	17	3	<b>37</b>
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	56	40	4	<b>5</b>
stavebníctvo	52	37	11	<b>11</b>
doprava/pošta/telekomunikácie	72	23	4	<b>5</b>
peňažníctvo*/	85	15	0	<b>1</b>
iné	80	18	2	<b>25</b>

Vzhľadom na relatívne veľký podiel malých a stredných podnikov, ktoré respondenti vo svojich odpovediach zaradili do skupiny tzv. **iných**, uvádzame prehľad ich výskytu v realizovanom výskume. Keďže ich štruktúra je takmer identická s predchádzajúcimi prieskumami, uvádzame zloženie uvedenej skupiny odpovedí bez uvedenia frekvencie výskytu:

„Služby – nešpecifikované“, „prenájom nehnuteľností“, „vedenie účtovníctva“, „predaj a servis výpočtovej techniky“, „poradenstvo“, „reklama a propagácia“, „bezpečnostná služba“, „sprostredkovateľská činnosť“, „auditorstvo“, „cestovná kancelária“, „elektroinštalácie“, „výroba zdravotníckych zariadení“, „realitná kancelária“, „piliarska výroba“, „poskytovanie



zdravotnej starostlivosti“, „rehabilitácia“, „zdravotníctvo“, „záhradnícke služby“, „poisťovacie maklérstvo“, „výroba a predaj okuliarov“, „tlačiareň“, „letecké modelárstvo“,

\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

„finančná činnosť – leasing“, „projekcie“, „prevádzkovanie hracích automatov“, „tvorba informačných systémov“, „školiacia činnosť“, „záložňa“, „projektovanie oceľových konštrukcií“, „energetika“, „prevádzkovanie káblových sietí“, „distribúcia a servis invalidných vozíkov“, „revízie dýchacích prístrojov“, „recyklácia kovového odpadu“, „servis pracovní a čistiarní“, „inžiniersko-obchodné služby“, „inžiniersko-technické služby“, „skúšobníctvo“, „prenájom bytov“, „čistenie energetických zariadení“, „ostatné prevádzkové služby verejnosti“, „colné služby“, „factoring a forfaiting“, „sklenárstvo“, „montáž plynových kotlov“

Najväčšia časť malého a stredného podnikania v uskutočnenom prieskume je koncentrovaná na obchodnú činnosť. Ďalej nasledujú podniky s „inou“ hlavnou náplňou činnosti a firmy zaoberajúce sa priemyselnou výrobou. Vo všetkých uvedených skupinách prevládajú podniky s počtom do 9 zamestnancov.

Z hľadiska krajového členenia Slovenska sú v jednotlivých regiónoch pomerne výrazné rozdiely v zastúpení malých a stredných podnikov podľa hlavného druhu činnosti, ktorý má firma zapísaný v obchodnom registri, ako to dokazuje aj nasledujúca tabuľka.

<b>Rozmiestnenie jednotlivých malých a stredných podnikov podľa hlavného druhu činnosti v krajoch SR (údaje v %)</b>								
<b>Kraj sídla podniku</b>	<b>Hlavný druh činnosti podniku podľa OKEČ</b>							
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
Bratislavský	11	2	40	5	12	7	1	22
Trnavský	15	10	40	3	10	2	0	20
Trenčiansky	18	0	36	3	13	1	2	27
Nitriansky	12	6	33	1	14	3	1	30
Žilinský	15	1	37	9	7	3	4	24
Banskobystrický	9	5	37	3	11	8	1	26
Prešovský	12	1	40	4	11	3	0	29
Košický	13	4	29	10	12	7	2	23
<b>CELOSLOVENSKÝ PRIEMER</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>37</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>25</b>

Legenda:

1. - priemyselná výroba
2. - poľnohospodárstvo/potravinárska výroba
3. - obchod
4. - hotely/reštaurácie/pohostinstvo
5. - stavebníctvo
6. - doprava/pošta/telekomunikácie
7. - peňažníctvo/poisťovníctvo
8. - iné

Vo väčšej miere ako je celoslovenský súbor bol obchod, ako najrozšírenejší druh činnosti malého a stredného podnikania vo výskume, zastúpený v Bratislavskom, Trnavskom a Prešovskom kraji (rovnako 40%), naopak, výrazne menej v Košickom kraji (29%). Najviac

podnikov s „inou“ hlavnou náplňou činnosti bolo zaznamenaných v Nitrianskom (30%) a Prešovskom kraji (29%). Priemyselná výroba, ako tretie najčastejšie uvádzané odvetvie v prieskume, bolo vo väčšej miere zastúpené v Trenčianskom kraji (18%).

<b>Rozmiestnenie jednotlivých veľkostných skupín skúmaných firiem v krajoch SR</b> (údaje v %)			
<b>Kraj sídla podniku</b>	<b>Počet zamestnancov v podniku</b>		
	<b>0 - 9</b>	<b>10 - 49</b>	<b>50 - 249</b>
Bratislavský	66	24	10
Trnavský	75	21	4
Trenčiansky	68	26	6
Nitriansky	71	27	2
Žilinský	68	27	5
Banskobystrický	84	15	1
Prešovský	70	27	3
Košický	80	18	2
<b>CELOSLOVENSKÝ PRIEMER</b>	<b>70</b>	<b>25</b>	<b>5</b>

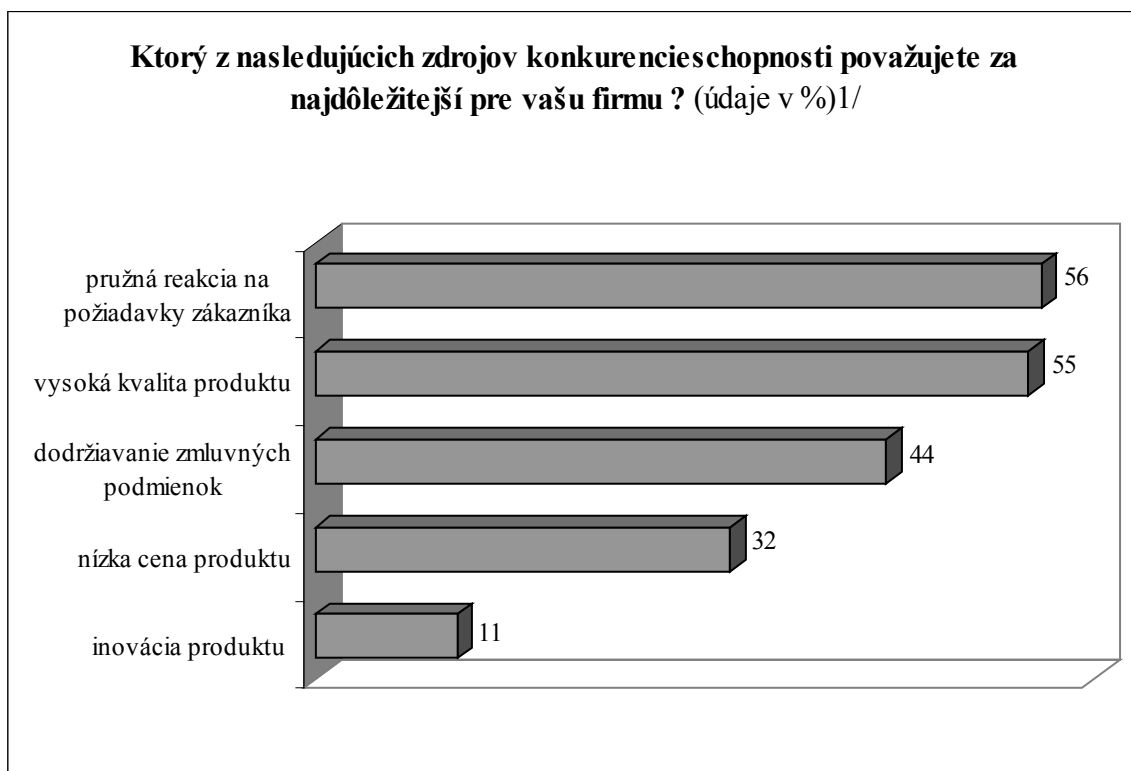
V prieskume sa zúčastnilo najviac firiem s počtom zamestnancov 0 – 9, a to najmä v Banskobystrickom (84%), Košickom (80%) a Trnavskom kraji (75%) kraji. Podniky s počtom zamestnancov od 10 do 49 boli nižšie zastúpené v Banskobystrickom (15%) a Košickom kraji (18%). Najväčšie podniky (50 – 249 zamestnancov) mapoval aktuálny prieskum hlavne v Bratislavskom kraji (10%).

## I. INOVAČNÉ AKTIVITY MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV V ROKOCH 2001 AŽ 2003

### I.1. INOVAČNÉ AKTIVITY AKO ZDROJ KONKURENCIESCHOPNOSTI MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV

Konkurencieschopnosť slovenských malých a stredných firiem bude po vstupe SR do EÚ dôležitým indikátorom ich vyspelosti. Európska únia je spoločenstvo krajín s voľným pohybom tovarov, služieb a kapitálu, kde na náročnom trhu uspejú len výrobky a služby vysokej kvality. Snaženie podnikateľov preto musí byť zamerané na neustále zvyšovanie kvality nimi ponúkaných produktov a služieb.

Graf č.1



V prieskume sa najviac oslovených podnikateľov vyjadrilo, že za **najdôležitejší zdroj konkurencieschopnosti** považujú **pružnú reakciu na požiadavky zákazníka**. Vo zvýšenej miere sa takto vyjadrovali zástupcovia podnikov s reštauračnými a hotelovými službami, „iných“ činností (po 62%), a tiež firmy sídliace v Žilinskom (73%) a Banskobystrickom kraji (65%).

**Vysoká kvalita produktu** je druhý najpodstatnejší zdroj konkurencieschopnosti, avšak častejšie táto odpoveď rezonovala u predstaviteľov firiem s počtom zamestnancov od 10 do 49 (65%) a od 50 do 249 (66%), ďalej vo firmách ktorých hlavná činnosť je zameraná na priemyselnú výrobu (66 %), reštauračné a hotelové služby (60%) a ktoré ako svoje sídlo uvádzajú Žilinský kraj (66%).

1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

**Dodržiavanie zmluvných podmienok** ako dôležitý zdroj konkurencieschopnosti uviedli viac ako dve pätiny oslovených podnikov, spomedzi nich dominovali najmä stavebné podniky (59%), podniky zaoberajúce sa dopravou, poštou a telekomunikáciami (64%) a firmy v Banskobystrickom a Košickom kraji (50%).

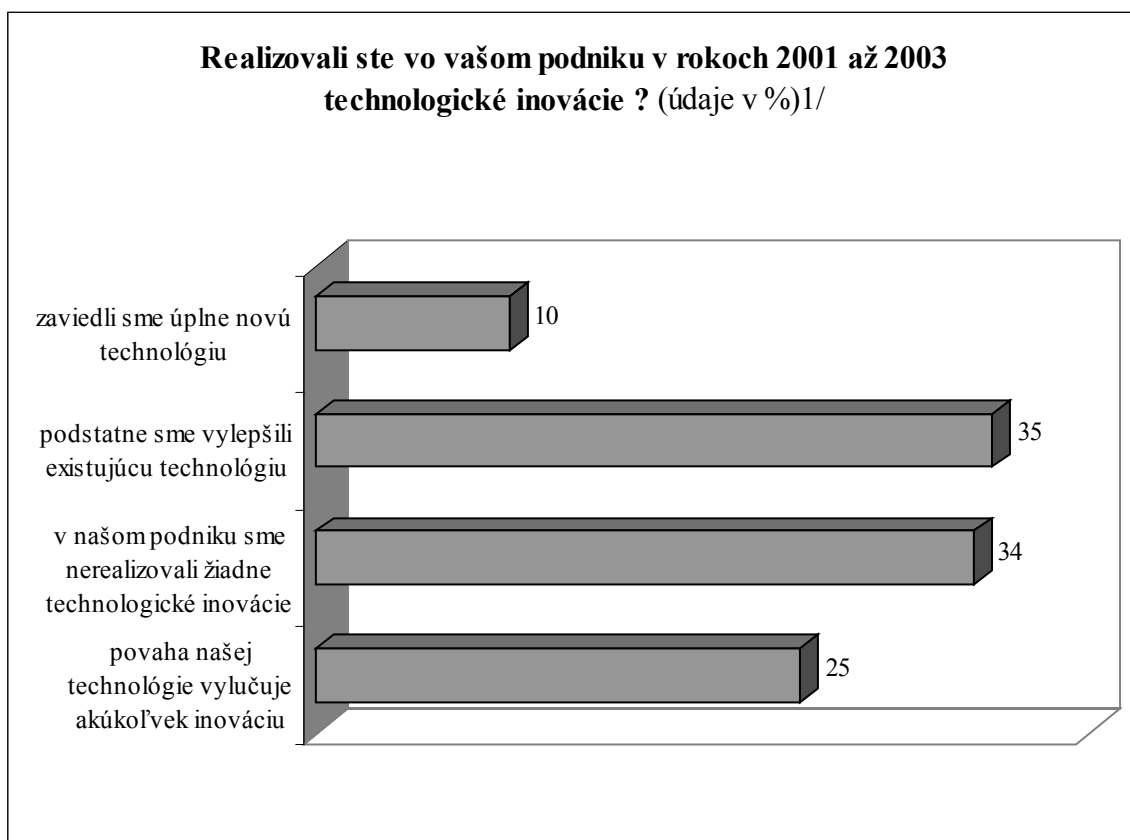
**Nízka cena produktu** je podstatná pre asi tretinu podnikateľov, najmä však pre poľnohospodárov a potravinárov, obchodníkov (po 38%) a firmy so sídlom v Trnavskom a Košickom kraji (po 42%).

Necelá desatina všetkých opýtaných zástupcov firiem za dôležitý zdroj konkurencieschopnosti pokladá **inováciu produktu**, zvýšený výskyt tohto názoru prieskum zaznamenal prevažne v podnikoch zaoberajúcich sa poľnohospodárstvom a potravinovým priemyslom, dopravou, poštou a telekomunikáciami (po 15%), peňažníctvom (23%) a z regionálneho pohľadu v Banskobystrickom kraji (15%).

## I.2. REALIZÁCIA INOVAČNÝCH AKTIVÍT MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV

V tejto časti sme naše sondovanie zamerali na inovačný proces a to najmä na realizáciu technologických inovácií a inováciu produktov malých a stredných podnikov, pričom odpovede predstaviteľov opýtaných podnikov sme podrobnejšie zaznamenali do grafov a tabuliek. Ďalším cieľom výskumu bolo zistiť prípadné prvenstvo zavedenia inovácií.

Graf č.2



1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

Desatina nami oslovených podnikov deklarovala **zavedenie úplne novej technológie** v rokoch 2001 až 2003, najvyšší podiel spomedzi nich bol zaznamenaný v podnikoch, ktorých hlavný druh činnosti spočíva v poľnohospodárstve a potravinárstve (18%) a peňažníctve (23%).

**Podstatné vylepšenie existujúcej technológie**, oproti celoslovenskému priemeru, prieskum zaznamenal vo firmách vo veľkostných skupinách 10 až 49 (50%) a 50 až 249 zamestnancov (54%) a firmách s priemyselnou výrobou (63%).

O **nerealizovaní žiadnych technologických inovácií** v uvedenom období častejšie ako ostatní hovorili zástupcovia malých podnikov s počtom zamestnancov do desať (40%), firiem podnikajúcich v stavebnom priemysle (43%) a sídliacich v Trenčianskom (41%) a Banskobystrickom kraji (40%).

**Technológiu, ktorá vylučuje akúkoľvek inováciu** deklarovala v prieskume štvrtina opýtaných podnikateľov, výraznejšie však podniky zaoberajúce sa hotelierstvom a reštauračnými službami (40%), dopravou, poštou a telekomunikáciami (32%), peňažníctvom (46%) a „inými“ činnosťami (38%) a z krajského členenia podnikateľa v Trnavskom (38%) a Prešovskom kraji (33%).

<b>Ktoré malé a stredné podniky realizovali v rokoch 2001 až 2003 technologické inovácie</b> (údaje v %) <sup>1/</sup>				
<b>Počet zamestnancov v podniku</b>	<b>Odpovede:</b>			
	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>
0 – 9	9	28	40	26
10 – 49	14	50	21	22
50 – 249	4	54	18	26
<b>Druh činnosti</b>				
priemyselná výroba	12	63	25	3
poľnohosp. a potravinárska výroba/*	18	30	27	27
obchod	10	29	37	28
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	11	24	29	40
stavebníctvo	5	38	43	16
doprava/pošta/telekomunikácie	9	30	34	32
peňažníctvo/*	23	31	8	46
iné	10	30	34	30
<b>Kraj sídla podniku</b>				
Bratislavský	8	38	32	26
Trnavský	10	30	27	38
Trenčiansky	10	39	41	15
Nitriansky	9	31	37	24
Žilinský	14	35	30	28
Banskobystrický	12	33	40	19
Prešovský	10	34	26	33
Košický	11	32	36	25
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>10</b>	<b>35</b>	<b>34</b>	<b>25</b>

Legenda:

01 – zaviedli sme úplne novú technológiu

02 – podstatne sme vylepšili existujúcu technológiu

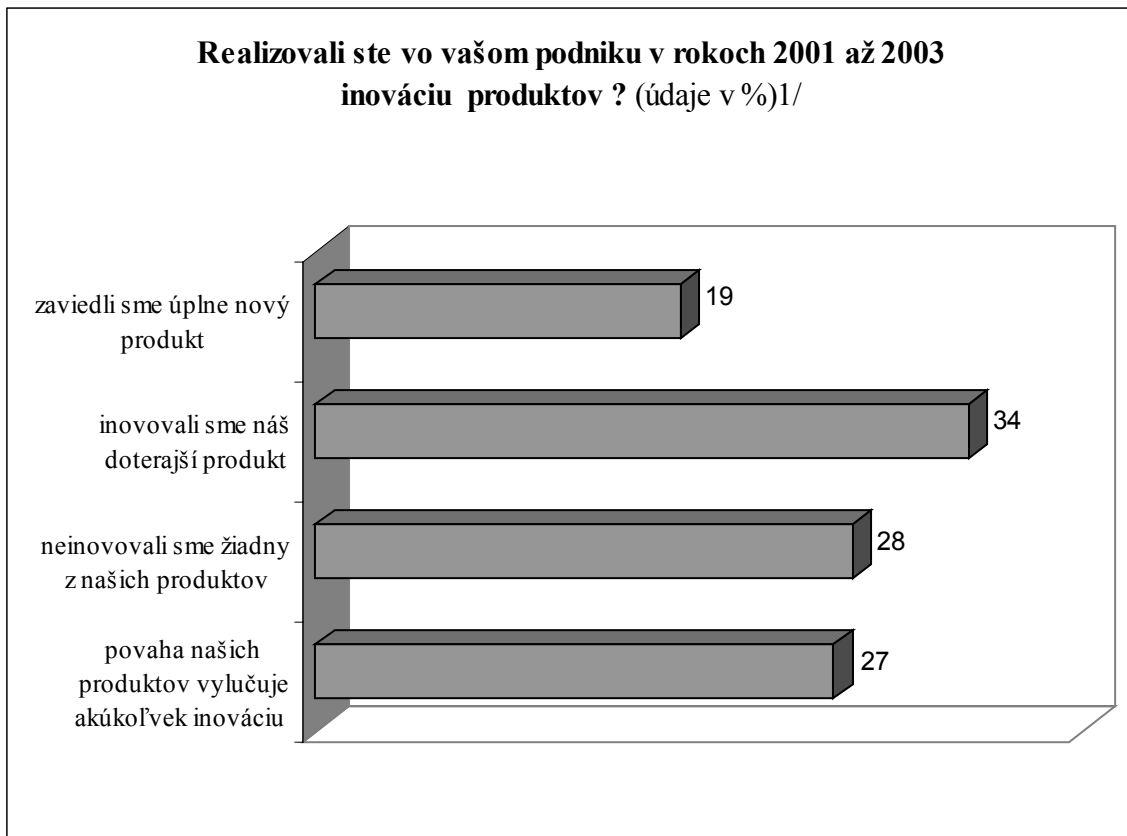
03 – v našom podniku sme nerealizovali žiadne technologické inovácie

04 – povaha našej technológie (našich technológií) vylučuje akúkoľvek inováciu

<sup>1/</sup> Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

Graf č.3



**Zavedenie úplne nového produktu** v prieskume potvrdila necelá pätina opýtaných zástupcov firiem, významnejšie oproti celoslovenskému priemeru prevažujú podniky, ktorých hlavná činnosť spočíva v priemyselnej výrobe (26%), v poľnohospodárstve a potravinárskej výrobe (24%) a v hotelierstve a reštauračných službách (24%).

Viac ako tretina podnikov uviedla, že v rokoch 2001 až 2003 **inovovala svoj doteraz vyrábaný produkt**, častejšie zastúpenie týchto odpovedí sme zaznamenali vo firmách s počtom zamestnancov od 10 do 49 (45%) a 50 až 249 (50%), podľa činnosti v podnikoch zameraných na priemyselnú výrobu (47%), dopravu, poštu a telekomunikácie (43%) a v optike krajového rozloženia vo firmách, ktorých sídlo je v Banskobystrickom (39%) a Prešovskom kraji (43%).

**Neinováciu žiadneho svojho produktu** v uvedenom období deklarovali častejšie ako ostatní podnikatelia z oblasti stavebníctva (39%)

**Nemožnosť akejkoľvek inovácie produktov**, pretože to vylučuje ich povaha, uvádzali vo svojich odpovediach nadpriemerne predstavitelia firiem podnikajúcich v hotelierstve a reštauračných službách (33%), peňažníctve (54%), „iných“ činnostiach (34%) a tiež sídliacich v Trnavskom kraji (45%).

Tabuľka na ďalšej strane poskytuje podrobnejší prehľad odpovedí na túto tému.

1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

<b>Ktoré malé a stredné podniky realizovali v rokoch 2001 až 2003 inováciu produktov</b> (údaje v %) <sup>1/</sup>				
<b>Počet zamestnancov v podniku</b>	<b>Odpovede:</b>			
	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>
0 – 9	18	29	32	27
10 – 49	22	45	16	26
50 – 249	18	50	20	18
<b>Druh činnosti</b>				
priemyselná výroba	26	47	26	7
poľnohosp. potravinárska výroba/*	24	26	32	29
obchod	20	34	25	28
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	24	18	29	33
stavebníctvo	10	35	39	21
doprava/pošta/telekomunikácie	15	43	23	28
peňažníctvo/*	23	23	8	54
iné	15	29	28	64
<b>Kraj sídla podniku</b>				
Bratislavský	18	36	27	23
Trnavský	15	21	26	45
Trenčiansky	20	31	32	25
Nitriansky	18	32	30	26
Žilinský	23	32	24	27
Banskobystrický	19	39	25	22
Prešovský	16	43	24	26
Košický	21	35	30	26
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>19</b>	<b>34</b>	<b>28</b>	<b>27</b>

Legenda:

- 01 – zaviedli sme úplne nový produkt
- 02 – inovovali sme náš doterajší produkt
- 03 – neinovovali sme žiadny z našich produktov
- 04 – povaha produktov vylučuje akúkoľvek inováciu

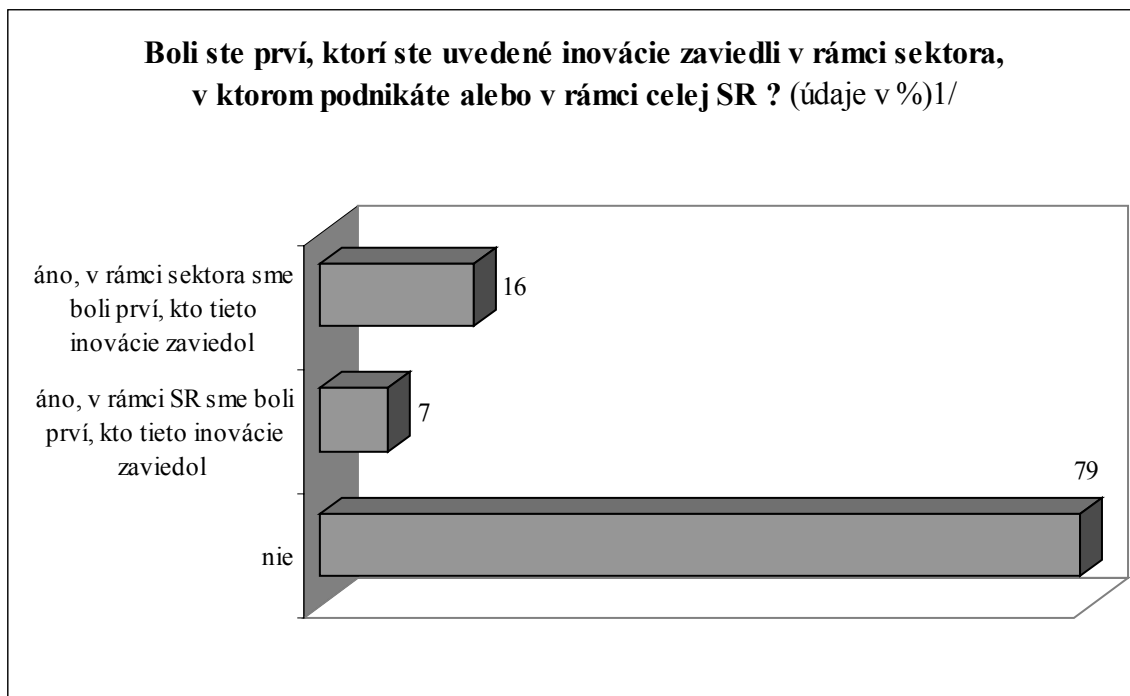
<sup>1/</sup> Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

Tých, ktorí uviedli, že realizovali inovačnú aktivitu, teda zaviedli novú alebo podstatne vylepšili doterajšiu technologickú aktivitu, resp. zaviedli nový alebo inovovali doteraz vyrábaný produkt, sme sa v našom prieskume pýtali, či boli prví, ktorí tieto inovácie zaviedli buď v rámci sektora alebo v rámci Slovenska.

Graf prináša rozloženie odpovedí za celoslovenský súbor.

**Graf č. 4**



Najviac, až takmer štyri pätiny respondentov uviedlo, že **neboli prví**, ktorí uvedené inovácie zaviedli. Tento fakt bol častejšie zaznamenaný u respondentov zastupujúcich väčšie podniky s 50 až 249 zamestnancami (88%), zameraných na poľnohospodárstvo a potravinársku výrobu (94%), stavebníctvo (87%) a tie firmy, ktoré majú svoje sídlo v Žilinskom (86%) a Prešovskom kraji (93%).

V skupine tých, ktorí deklarovali, že **v rámci sektora boli prví, kto tieto inovácie zaviedol**, dominovali podnikatelia zo sféry hotelierstva a reštauračných služieb (28%) a peňažníctva (60%). V optike krajového členenia tento postoj prezentovali najmä podnikatelia z Nitrianskeho (25%) a Banskobystrického kraja (20%).

Spomedzi opýtaných zástupcov firiem, ktorí odpovedali, že **v rámci SR boli prví, kto tieto inovácie zaviedol**, najväčší podiel predstavovali firmy s 10 až 49 zamestnancami (12%), zaoberajúce sa obchodnou činnosťou (12%), peňažníctvom (40%) a sídliace v krajoch Bratislavskom (13%) a Trnavskom (12%).

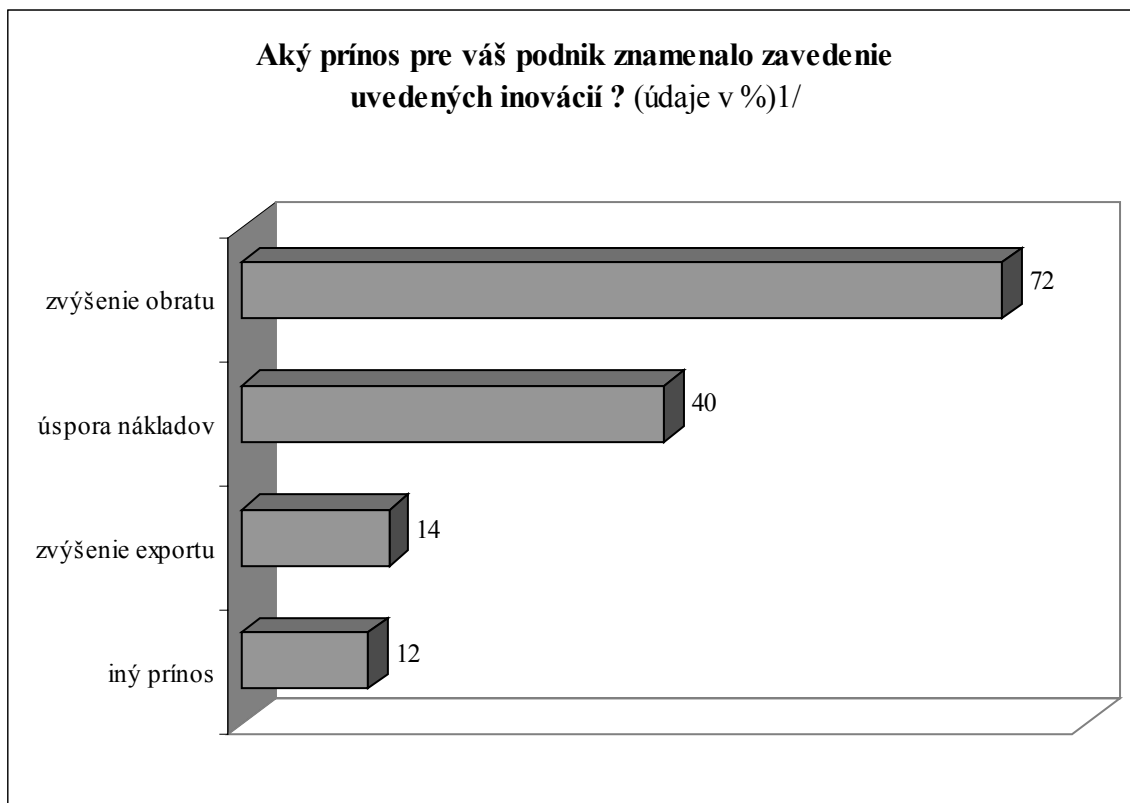
<sup>1/</sup> Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100



### I.3 HODNOTENIE PRÍNOSU INOVÁCIÍ

V prieskume sme medzi oslovenými zástupcami firiem okrem iného zisťovali, aký prínos pre malé a stredné podniky znamenalo zavedenie technologických inovácií, resp. inovácií produktov. Zodpovední pracovníci mali možnosť výberu z troch nami ponúknutých odpovedí, popri prípade mohli uviesť iný ďalší druh prínosu. Najfrekvencovanejšou bola odpoveď „**zvýšenie obratu**“, ktorú vyslovili takmer tri štvrtiny predstaviteľov oslovených firiem. **Úsporu nákladov** skonštatovali presne dve pätiny podnikov.

Graf č.5



Respondenti vo svojich odpovediach uvádzali aj iné druhy prínosov pre svoje firmy, ktoré sme zaradili do skupiny tzv. „**iných prínosov**“. Uvádžame ich prehľad aj s frekvenciou ich výskytu v zisťovaní:

„spokojnosť zákazníkov“ (2x), „zlepšenie kvality“ (3x), „zviditeľnenie na trhu“ (2x), „zjednodušenie služby“ (1x), „udržanie sa na trhu“ (2x), „zvýšenie výkonnosti“ (1x), „návrat starých klientov“ (1x), „rozšírenie sortimentu“ (3x), „skvalitnenie služieb“ (1x), „žiadny“ (2x), „upevnenie pozície na trhu“ (1x), „zlepšenie imidžu firmy“ (1x), „prácnosť sa znížila“ (1x), „zvýšenie zisku“ (1x), „nové druhy výrobkov“ (1x), „postavenie na trhu“ (1x).

Nasledujúca tabuľka na ďalšej strane prináša detailnejší pohľad na rozmiestnenie odpovedí oslovených podnikov v závislosti od ich veľkosti, hlavného druhu činnosti zapísanom v Obchodnom registri a sídla podniku.

<sup>1/</sup> Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

Aký prínos pre malé a stredné podniky znamenalo zavedenie inovácií (údaje v %) <sup>1/</sup>				
Počet zamestnancov v podniku	Úspora nákladov	Zvýšenie obratu	Zvýšenie exportu	Iný prínos
0 – 9	33	71	12	15
10 – 49	45	73	18	10
50 – 249	79	79	15	0
<b>Druh činnosti</b>				
priemyselná výroba	45	75	24	4
poľnohosp. a potravinárska výroba/*	47	71	18	12
obchod	31	79	15	11
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	33	81	10	5
stavebníctvo	62	60	8	13
doprava/pošta/telekomunikácie	35	70	13	17
peňažníctvo/*	60	100 <sup>*/</sup>	0	20
iné	38	60	8	21
<b>Kraj sídla podniku</b>				
Bratislavský	36	76	17	6
Trnavský	53	82	12	15
Trenčiansky	29	69	19	18
Nitriansky	32	71	21	13
Žilinský	28	70	12	19
Banskobystrický	54	67	10	12
Prešovský	39	75	11	9
Košický	49	65	5	12
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>40</b>	<b>72</b>	<b>14</b>	<b>12</b>

Ak posudzujeme odpovede podnikov na túto otázku na základe ich veľkosti, tak podniky s počtom zamestnancov 10 až 49 a 50 až 249, častejšie ako celoslovenský priemer, zaznamenali po zavedení technologickej inovácie, resp. inovácie produktov **úsporu nákladov** a zaznamenali aj **zvýšenie obratu** a **zvýšili svoj export**. Najmenšie firmy s maximálne 9 zamestnancami uvádzali častejšie odpoveď „**iný prínos**“.

U podnikov, ktorých hlavná činnosť je zameraná na priemyselnú výrobu, bol zaznamenaný nadpriemerný výskyt odpovedí u všetkých troch najfrekvencovanejších prínosoch pre malé a stredné firmy, teda pocítili ako **úsporu nákladov**, tak aj **zvýšenie obratu** a **zvýšenie exportu**.

Z pohľadu krajského umiestnenia sídla podniku sa **úspora nákladov** najčastejšie prejavila v Banskobystrickom kraji (54%), **zvýšenie obratu** v Trnavskom (82%) a **zvýšenie exportu** v Nitrianskom kraji (21%). Iný prínos prieskum významnejšie zistil v Žilinskom kraji (19%).

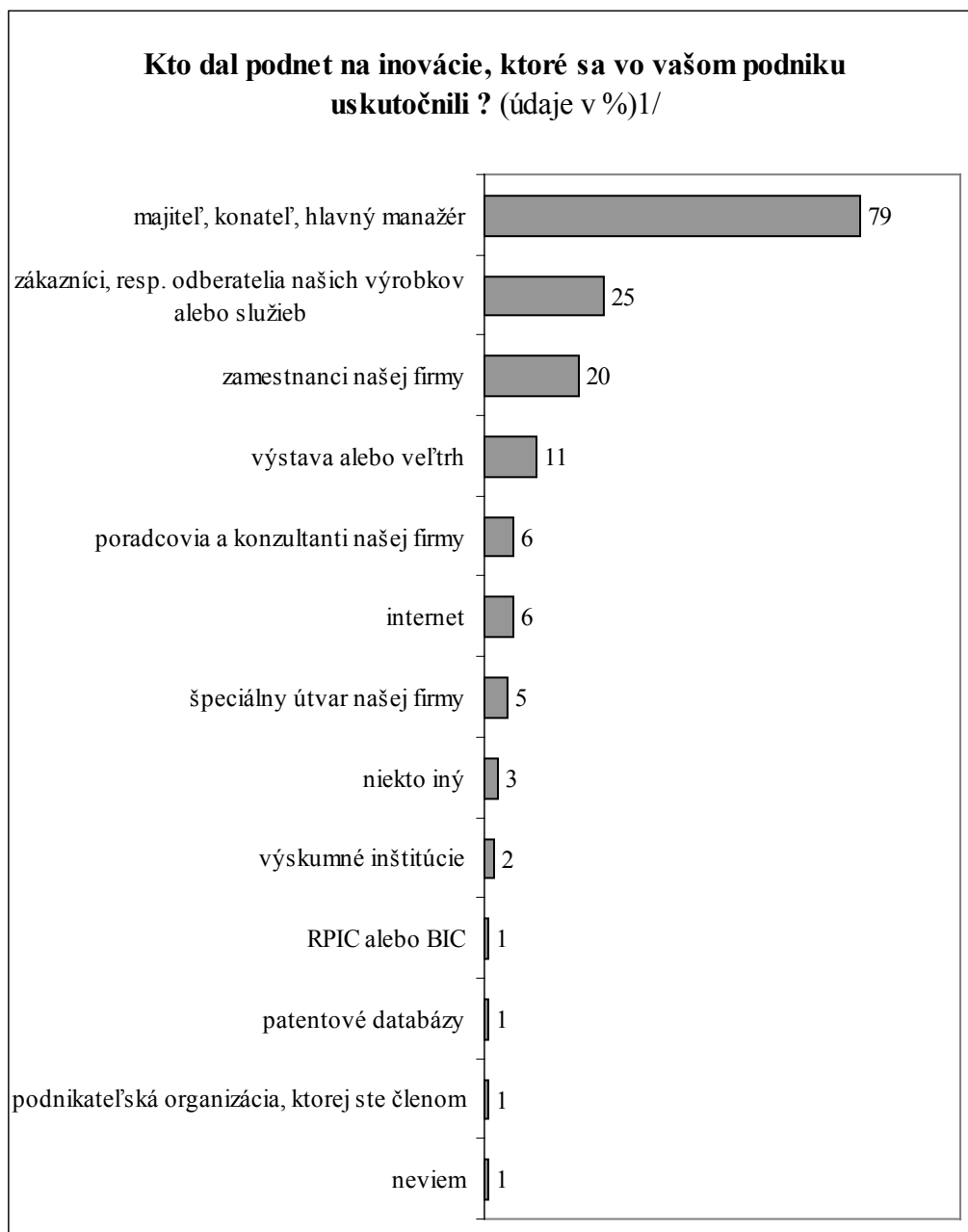
1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent preyšuje 100

\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

#### I.4. HLAVNÍ INICIÁTORI INOVAČNÝCH AKTIVÍT V MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV

Podľa našich zistení z prieskumu, **najväčšími iniciátormi podnetov k inováciám** v malých a stredných firmách v rokoch 2001 až 2003 **boli** zo štyroch pätín **majitelia, resp. konatelia alebo hlavní manažéri** podnikov. V štvrtine prípadov to boli **zákazníci, prípadne odberatelia** našich výrobkov alebo služieb. Presne pätina oslovených podnikov sa vyjadrila, že iniciátormi inovácií sú **zamestnanci** ich firmy a desatina podnetov prišla z **veľtrhov a výstav**.

Graf č.6



1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

Pri podrobnejšej analýze odpovedí predstaviteľov skúmaných podnikov z pohľadu ich veľkosti, tak **majitelia, konatelia, resp. hlavní manažéri** sú častejší iniciátori inovačných podnetov hlavne v podnikoch s počtom zamestnancov od 10 do 49 (82%), **zákazníci, resp. odberatelia** sú iniciátormi inovácií najmä vo väčších firmách od 50 do 249 zamestnancov (32%), **zamestnanci firiem** tejto veľkostnej skupiny sú vo zvýšenej miere taktiež iniciátormi inovačných aktivít (28%). Podniky s týmto počtom zamestnancov oveľa častejšie na svoje inovačné aktivity využívajú **výstavy a veľtrhy** (15%) a **internet** (12%).

Z pohľadu hlavného druhu činnosti OKEČ, ktorý majú podniky zapísané v Obchodnom registri môžeme skonštatovať, že vo firmách zameraných na priemyselnú výrobu bývajú častejšími iniciátormi inovačných aktivít **zamestnanci podnikov** (28%). Podniky sústredené na poľnohospodárstvo, resp. potravinársku výrobu získavajú podnety na inovácie prevažne od **vlastných špeciálnych útvarov** (12%) a **poradcov a konzultantov** (12%). Obchodné firmy a spoločnosti okrem iných častejšie reagujú na **výstavy a veľtrhy**. Podniky zamerané na dopravu, pošty a telekomunikácie inovujú oveľa častejšie, ako celoslovenský súbor na podnet **majiteľa, konateľa alebo hlavného manažéra** firmy (83%), **výstav a veľtrhov** (14%) a **internet** (13%). Stavebné spoločnosti získavajú inšpiráciu na inovácie predovšetkým od **zákazníkov** (30%), **internet** (13%) a **poradcov a konzultantov** (11%). Malé a stredné podniky, ktoré uviedli ako hlavný druh činnosti hotelierstvo a reštauračné služby inovujú prevažne na podnet **majiteľa** (86%), **svojich zamestnancov** (33%) a **zákazníkov** (29%).

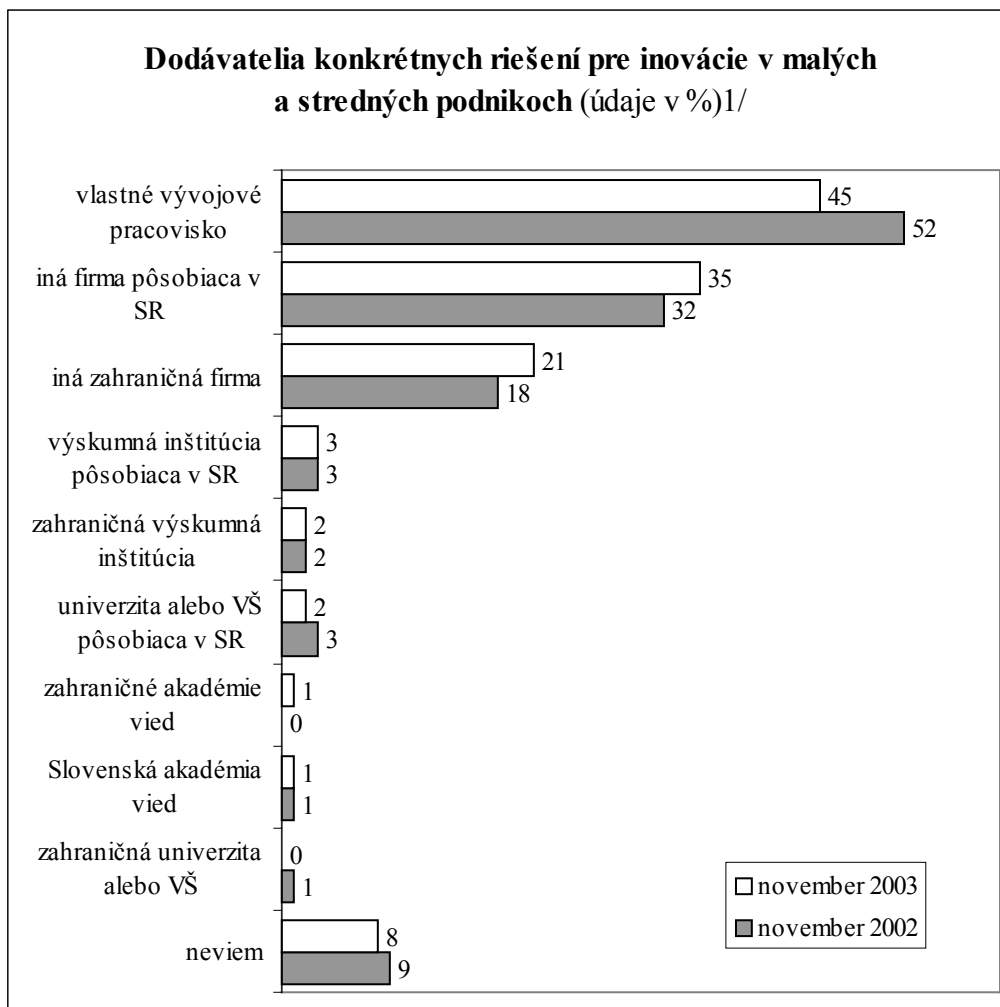
Firmy, ktoré častejšie uviedli, že inovujú na podnet **majiteľa, konateľa alebo hlavného manažéra** sídlia hlavne v Prešovskom (89%) a Trnavskom kraji (85%). **Zákazníci, resp. odberatelia výrobkov alebo služieb** bývajú iniciátormi inovačných aktivít najčastejšie v podnikoch pôsobiacich v Žilinskom kraji (35%) a **vlastní zamestnanci podniku** sú navrhovateľmi inovácií hlavne vo firmách v Trnavskom (29%) a Trenčianskom kraji (27%).

**Výstavy a veľtrhy** oveľa častejšie oslovia a inšpirujú v inovačných aktivitách predstaviteľov malých a stredných podnikov sídliačich predovšetkým v Bratislavskom kraji (17%). Pre podniky so sídlom v Banskobystrickom kraji je charakteristické, že výraznejšie ako celoslovenský priemer dávajú u nich podnet na inovačné činnosti **poradcovia a konzultanti ich firmy** (10%). **Internet**, ako iniciátor je častejšie zastúpený vo firmách v Trenčianskom (13%) a Banskobystrickom kraji (12%).

## I.5. DODÁVATELIA KONKRÉTNÝCH RIEŠENÍ PRE INOVÁCIE MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV

Malé a stredné podniky, ktoré v prieskume uviedli, že vo svojej firme realizovali niektorú z inovačných aktivít, mali ďalej upresniť, **kto bol dodávateľom konkrétnych riešení pre tieto inovácie**. Medzi opýtanými pracovníkmi malých a stredných firiem prevažovala odpoveď – **vlastné vývojové stredisko**, čo skonštatovali viac než dve pätiny respondentov. Viac ako tretina podnikov deklarovala, že riešiteľom ich inovácií je **iná firma** pôsobiaca na Slovensku a vyše jednej pätiny oslovených zástupcov podnikov uviedlo, že dodávateľom konkrétnych riešení pre inovácie je **zahraničná firma**.

Graf č.7



**Vlastné vývojové stredisko** ako dodávateľ konkrétnych riešení pre inovácie vo svojom podniku využívajú vo zvýšenej miere ako je celoslovenský priemer podniky zamerané hlavne na priemyselnú výrobu (53%), poľnohospodárstvo a potravinársku výrobu (59%), dopravu, pošty a telekomunikácie (52%) hotelierstvo a reštauračné služby (62%). Táto odpoveď prevládala aj u firiem sídliajich v Trnavskom (65%) a Nitrianskom kraji (54%).

Viac ako tretina oslovených podnikov zveruje realizáciu svojich inovačných aktivít do rúk **iných firiem pôsobiacich na Slovensku**. Tento jav je častejší u podnikov s počtom zamestnancov 50 až 249 (42%), pôsobiacich v oblasti stavebníctva (50%), peňažníctva (40%) a napokon u firiem z Trenčianskeho (40%) a Prešovského kraja (46%).

**Inú zahraničnú firmu**, ako dodávateľ konkrétnych riešení pre inovácie vo svojom podniku uviedli vo vyššej miere, ako je celoslovenský priemer, stredné podniky s 50 až 249 pracovníkmi (33%), zaoberajúce sa obchodnou činnosťou (28%), peňažníctvom (40%) a podnikajúce hlavne v Nitrianskom kraji (27%).

1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

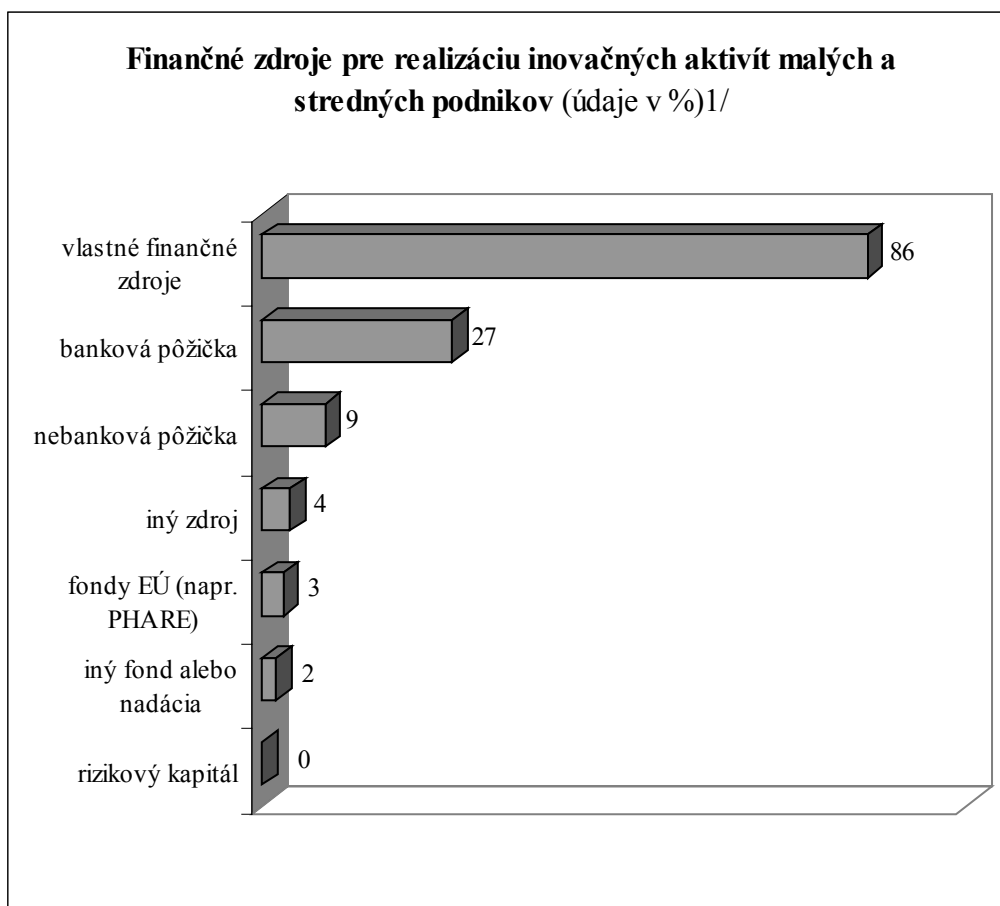
## I.6. FINANČNÉ ZABEZPEČENIE NA REALIZÁCIU INOVAČNÝCH AKTIVÍT

Zodpovední predstavitelia malých a stredných podnikov mali v prieskume uviesť, odkiaľ získali finančné zdroje pre realizáciu inovácií uskutočnených v ich podniku. Mali možnosť uviesť viacero odpovedí, pričom **medzi finančnými zdrojmi, ktoré použili pre realizáciu svojich inovačných aktivít výrazne dominujú vlastné finančné prostriedky**. Táto odpoveď rezonovala u deviatich z desiatich opýtaných. Ako **druhý**, podnikmi najčastejšie využívaný **finančný zdroj** pre uskutočnenie inovácií, sa javia **bankové pôžičky**, ktoré využila viac ako štvrtina podnikov a **na treťom mieste** sa umiestnili tzv. **nebankové pôžičky**, napríklad od inej firmy, kamaráta a pod., ktoré boli zdrojom pre desatinu firiem. Prieskum potvrdil, že malé a stredné podniky na Slovensku využívajú **európske fondy**, ale aj **iné fondy a nadácie** na získanie finančných prostriedkov pre realizáciu inovačných aktivít v nižšej miere.

„**Rizikový kapitál** (SIT Capital Company)“ nevyužil ani jeden respondent z oslovených malých a stredných firiem. Medzi „**inými**“ finančnými zdrojmi, ktoré respondenti uviedli, boli: „leasing“, „od zahraničného partnera“, „výrobca“.

Prehľad odpovedí za celoslovenský súbor prináša graf.

**Graf č. 8**



Tabuľka na nasledujúcej strane detailnejšie porovnáva štruktúrovanosť odpovedí, odkiaľ firmy získali finančné zdroje pre realizáciu inovácií z hľadiska veľkosti podniku, jeho zamerania a sídla.

<sup>1/</sup> Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

<b>Finančné zabezpečenie inovačných aktivít malých a stredných podnikov (údaje v %)1/</b>						
	Odpovede:					
<b>Počet zamestnancov v podniku</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>05</b>	<b>06</b>
0 – 9	87	21	9	4	1	5
10 – 49	86	36	7	1	2	4
50 – 249	79	37	15	6	6	0
<b>Druh činnosti</b>						
priemyselná výroba	89	39	11	4	1	3
poľnohosp. a potravinárska výroba/*	82	24	12	6	0	18
obchod	86	18	10	3	3	4
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	100	5	5	0	0	0
stavebníctvo	85	37	9	2	2	0
doprava/pošta/telekomunikácie	74	52	4	0	0	4
peňažníctvo/*	60	80	0	0	20	20
iné	86	20	7	3	0	5
<b>Kraj sídla podniku</b>						
Bratislavský	83	24	6	5	5	3
Trnavský	89	31	17	6	0	6
Trenčiansky	90	33	16	5	2	3
Nitriansky	90	16	5	0	0	10
Žilinský	86	26	12	2	0	5
Banskobystrický	81	30	8	1	3	3
Prešovský	93	19	10	2	0	5
Košický	84	35	5	4	0	4
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>86</b>	<b>27</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>

Legenda:

- 01 – vlastné finančné zdroje
- 02 – banková pôžička
- 03 – nebanková pôžička (firma, kamarát)
- 04 – fondy EÚ (PHARE)
- 05 – iný fond, alebo nadácia
- 06 – iný finančný zdroj

**Využívanie vlastných finančných zdrojov** pre realizáciu inovácií je charakteristické pre všetky veľkostné skupiny podnikov, pričom najvýraznejšie sa prejavuje u malých a stredných podnikov zameraných na hotelierstvo a reštauračné služby (100%). Z hľadiska krajového členenia, je tento jav častejší u firiem sídliačich v Prešovskom kraji (96%).

**Bankovú pôžičku**, ako zdroj finančného zabezpečenia inovačných aktivít v rámci firmy využívajú častejšie ako je celoslovenský priemer hlavne podniky s 10 až 49 a 50 až 249 zamestnancami (po 36%), ďalej firmy sústredené na priemyselnú výrobu (39%), stavebníctvo (37%), dopravu, poštu a telekomunikácie (52%), peňažníctvo (80%) a podnikajúce v Trnavskom (31%), Trenčianskom (33%) a Košickom kraji (35%).

1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí, súčet percent prevyšuje 100

\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

Medzi oslovenými predstaviteľmi malých a stredných podnikov, ktorí uviedli, že finančné prostriedky na zabezpečenie inovácií vo svojom podniku získali ako **nebankovú pôžičku**, prevažovali respondenti z firiem s počtom zamestnancov 50 až 249 (15%) a sídlia v Trnavskom (17%) a Trenčianskom kraji (16%).

**Fondy Európskej únie** využívajú malé a stredné firmy z pohľadu počtu zamestnancov, hlavného druhu činnosti a sídla podniku rovnomerne, približne na úrovni celoslovenského priemeru.

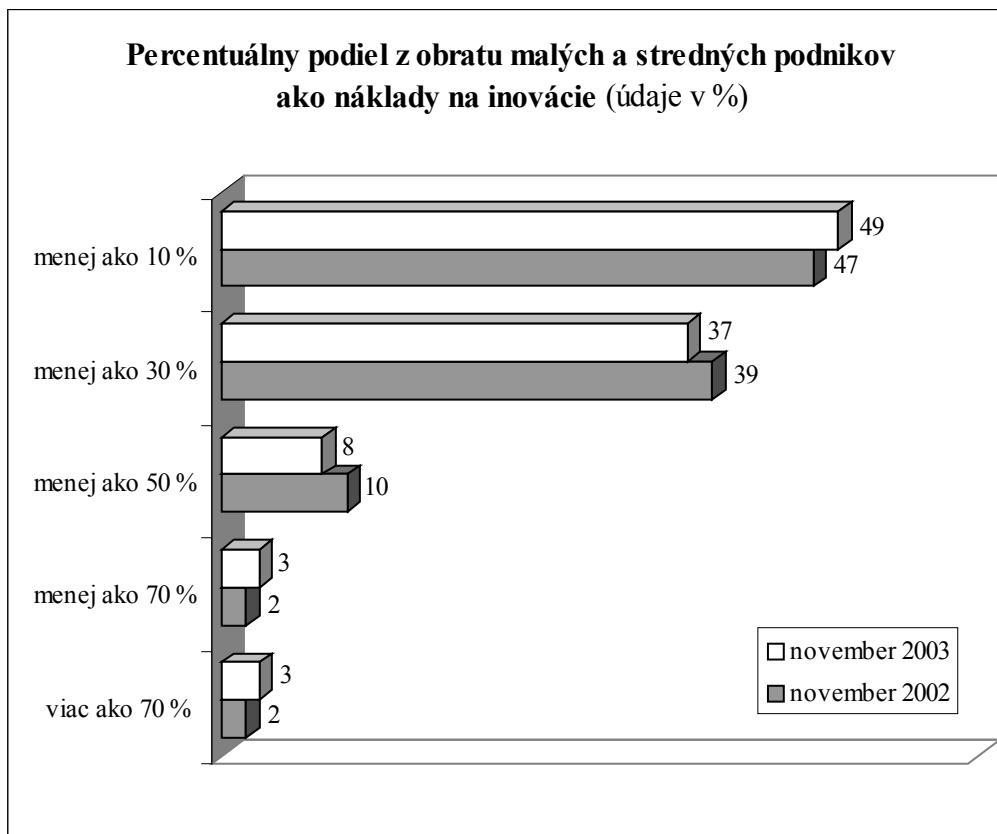
Využívanie **iných fondov alebo nadácií** na finančné pokrytie inovačných činností v podniku bolo zaznamenané vo väčších firmách od 50 do 249 zamestnancov (6%) a v peňažníctve (20%).

Zodpovední predstavitelia zastupujúci poľnohospodárske a potravinárske podniky (18%), firmy v oblasti peňažníctva (20%) a sídlia v Nitrianskom kraji (10%) viac ako priemer za celoslovenský súbor deklarovali **iný zdroj** získania finančných prostriedkov na inovačné aktivity ich podnikov.

## I.7. PERCENTUÁLNY PODIEL Z OBRATU FIRIEM AKO NÁKLADY NA INOVÁCIE

V prieskume sme taktiež zisťovali, aký **percentuálny podiel z obratu malých a stredných podnikov predstavovali náklady na ich inovácie v rokoch 2001 až 2003**. Najviac, takmer polovica zástupcov podnikov uviedla, že v rokoch 2000 až 2002 predstavovali náklady ich firmy na inovácie **menej ako 10%** z celkového obratu firmy.

Graf č. 9





**Náklady** na inovácie **menšie ako 10%** z celkového obratu firmy uvádzali prevažne stredné podniky s počtom zamestnancov od 10 do 49 (54%), podnikajúce v oblasti peňažníctva (60%), „iných“ činností (54%) a sídliace prevažne v Žilinskom (55%), Banskobystrickom (54%) a Prešovskom kraji (57%).

**Menej ako 30%** z celkového obratu spoločnosti predstavovali náklady na inovačné aktivity v rokoch 2001 až 2003 vo firmách, zaoberajúcich sa poľnohospodárstvom a potravinárskou výrobou (41%), hotelierstvom a reštauračnými službami (42%), stavebníctvom (45%), dopravou, poštou a telekomunikáciami (62%) a ktoré majú sídlo v Trenčianskom (51%) a Nitrianskom (42%) kraji.

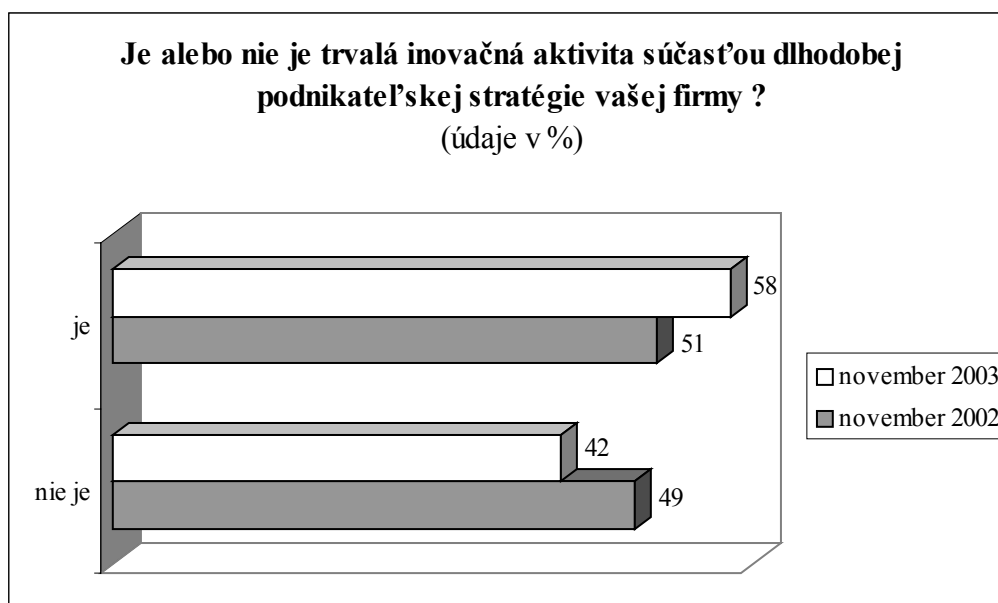
**Menej ako 50%** z celkového obratu firmy tvorili náklady na inovácie vo zvýšenej miere v podnikoch so zameraním na dopravu, poštu a telekomunikácie (19%), peňažníctvo (40%) a vo firmách, ktorých sídlo je na území Žilinského kraja (17%).

Respondenti, ktorí odpovedali, že náklady ich podniku na inovačnú činnosť predstavujú buď **menej ako 70%** z celkového obratu, alebo **viac ako 70%** z celkového obratu firmy, tvoria výrazne menšiu skupinu odpovedajúcich – súhrnne iba 6%. Odpovede týchto respondentov z hľadiska veľkosti podniku, hlavného druhu činnosti a sídla podniku oscilujú okolo celoslovenského priemeru až na podniky zamerané na hotelierstvo a reštauračné služby (11%), ktorých zodpovední zástupcovia uviedli, že na inovačné aktivity vynaložili menej ako 70% obratu svojej firmy.

## I.8. TRVALÁ INOVAČNÁ AKTIVITA AKO SÚČASŤ STRATÉGIE

Obstáť v tvrdom konkurenčnom boji v ekonomickom prostredí môžu podniky, ktoré dokážu neustále svoje produkty a služby inovovať a tým sa prispôbovať novým podmienkam. Preto sme u firiem zisťovali, či malé a stredné podniky majú trvalú inovačnú aktivitu ako súčasť dlhodobej podnikateľskej stratégie firmy. **Takmer tri pätiny oslovených malých a stredných podnikateľov uviedli, že trvalá inovačná aktivita je súčasťou dlhodobej podnikateľskej stratégie ich firmy.**

Graf č.10



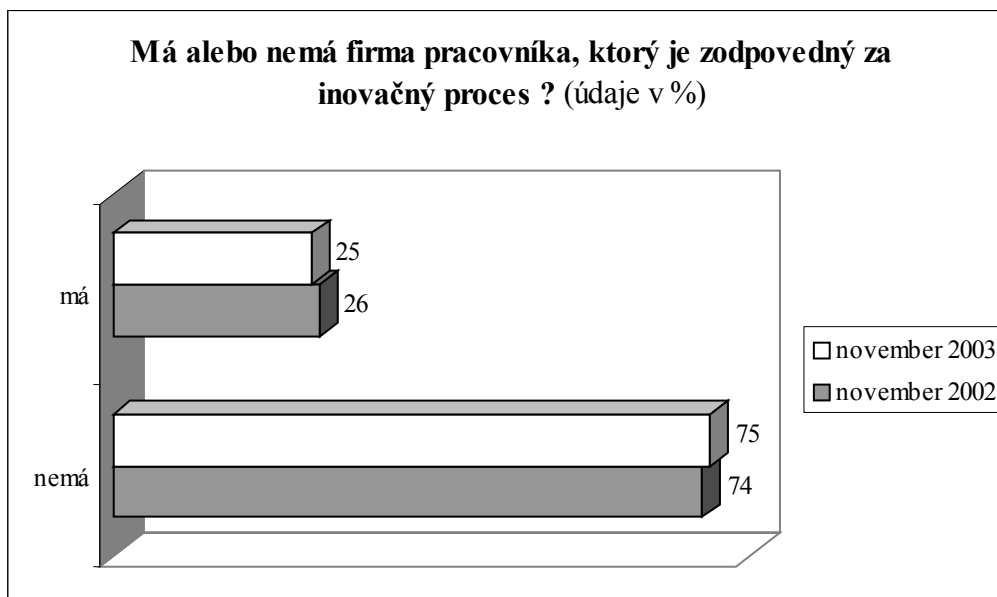
Tvrdenie, že **trvalá inovačná aktivita** je súčasťou dlhodobej podnikateľskej stratégie firmy vyslovili v porovnaní s celoslovenským priemerom najčastejšie predstavitelia malých a stredných podnikov s počtom zamestnancov 10 až 49 (70%) a 50 až 249 (76%), ďalej z podnikov zameraných na priemyselnú výrobu (78%) a peňažníctvo (67%). Tento trend je charakteristický aj pre podnikateľské subjekty prevažne zo Žilinského (65%), Prešovského (64%) a Košického (62%) kraja.

**Trvalá inovačná aktivita nie je** súčasťou dlhodobej podnikateľskej stratégie podniku vo zvýšenej miere v najmenších firmách do 9 zamestnancov (48%), v podnikoch zameraných na dopravu, pošty a telekomunikácie (47%) a firmách zaoberajúcich sa „inou“ činnosťou (49%). Trvalú inovačnú aktivitu nemajú v dlhodobej podnikateľskej stratégii ani predstavitelia podnikov sídliačich predovšetkým v Trnavskom kraji (47%).

## I.9. PRÍTOMNOSŤ PRACOVNÍKA ZODPOVEDNÉHO ZA INOVAČNÝ PROCES

Proces inovačných aktivít, často vyžaduje dôsledné stanovenie cieľov, priorit a postupov pri jeho realizácii a koordináciu viacerých činností. V najnovšom prieskume sme sa predstaviteľov malých a stredných podnikov pýtali, či majú pracovníka, ktorý by bol za inovačný proces v tejto firme zodpovedný. Takýmto pracovníkom, podľa našich zistení, disponuje štvrtina opýtaných podnikov.

Graf č.11



Pri detailnejšom členení malých a stredných podnikov badať určité diferencie pri disponovaní pracovníkmi, ktorí sú zodpovední za inovačný proces vo firme. Títo sú viac zastúpení vo väčších podnikoch s počtom zamestnancov od 50 do 249 (45%) a so zameraním na priemyselnú výrobu (38%) a peňažníctvo (31%).

Tabuľka na ďalšej strane poskytuje prehľadnejšiu štruktúru odpovedí na prítomnosť, resp. neprítomnosť pracovníka zodpovedného za inovačný proces z pohľadu rozdelenia firiem.

<b>Má alebo nemá firma pracovníka, ktorý je zodpovedný za inovačný proces?</b> (údaje v %)		
<b>Počet zamestnancov v podniku</b>	<b>Odpovede:</b>	
	<b>má pracovníka</b>	<b>nemá pracovníka</b>
0 – 9	23	77
10 – 49	25	75
50 – 249	45	55
<b>Druh činnosti</b>		
priemyselná výroba	38	62
poľnohosp. potravinárska výroba/*	18	82
obchod	23	77
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	29	71
stavebníctvo	14	86
doprava/pošta/telekomunikácie	23	77
peňažníctvo/*	31	69
iné	26	74
<b>Kraj sídla podniku</b>		
Bratislavský	28	72
Trnavský	22	78
Trenčiansky	22	78
Nitriansky	24	76
Žilinský	24	76
Banskobystrický	24	76
Prešovský	22	78
Košický	25	75
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>25</b>	<b>75</b>

\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

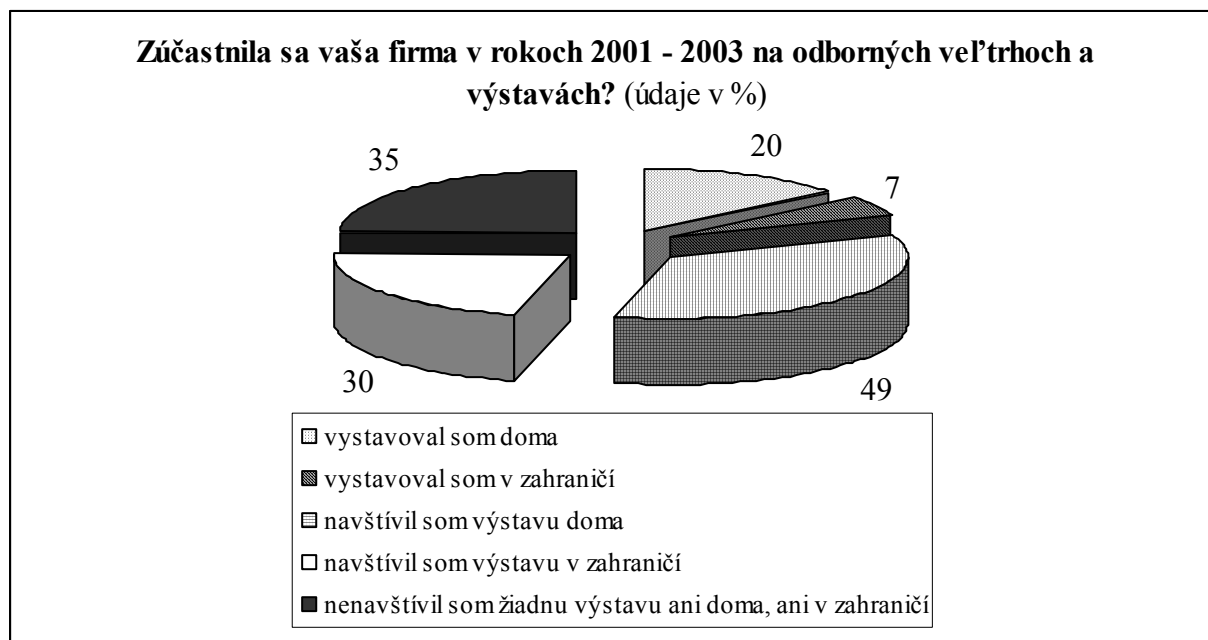
## II. INÉ AKTIVITY MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV ZAMERANÉ NA VLASTNÝ ROZVOJ

Okrem kľúčových a navonok najzreteľnejšie identifikovateľných inovačných aktivít, prostredníctvom ktorých malé a stredné podniky zvyšujú svoju konkurencieschopnosť, ako sú napr. technologické inovácie, inovácie výrobkov alebo služieb, existujú aj iné formy aktivít zameraných na vlastný rozvoj firmy. Pomocou nich malé a stredné podniky zlepšujú kvalitu svojich výrobkov alebo služieb a nepriamo zvyšujú svoju konkurencieschopnosť. Medzi takéto aktivity možno považovať napr. účasť na odborných veľtrhoch a výstavách, rast kvalifikácie pracovníkov, mapovanie trhu prostredníctvom marketingového prieskumu alebo získanie certifikátu na systém kvality.

### II.1 PREZENTÁCIA A ÚČASŤ PODNIKOV NA VEĽTRHOCH A VÝSTAVÁCH

Dôležitým sprostredkovateľom informácií o nových technológiách a produktoch, ako aj významným miestom získavania nových kontaktov sú odborné veľtrhy a výstavy. Súčasťou výskumu bolo zisťovanie účasti podnikateľov na odborných veľtrhoch a výstavách v rokoch 2001 až 2003, a to tak na Slovensku, ako aj v zahraničí. **Takmer polovica malých a stredných podnikov (49%) v posledných troch rokoch navštívila výstavu alebo veľtrh na Slovensku a takmer tretina (30%) absolvovala takúto výstavu v zahraničí.** Neúčasť na odborných veľtrhoch alebo výstavách deklarovala vyše tretina (35%) malých a stredných podnikov. Kompletne rozloženie odpovedí prináša nasledujúci graf.

Graf č.12

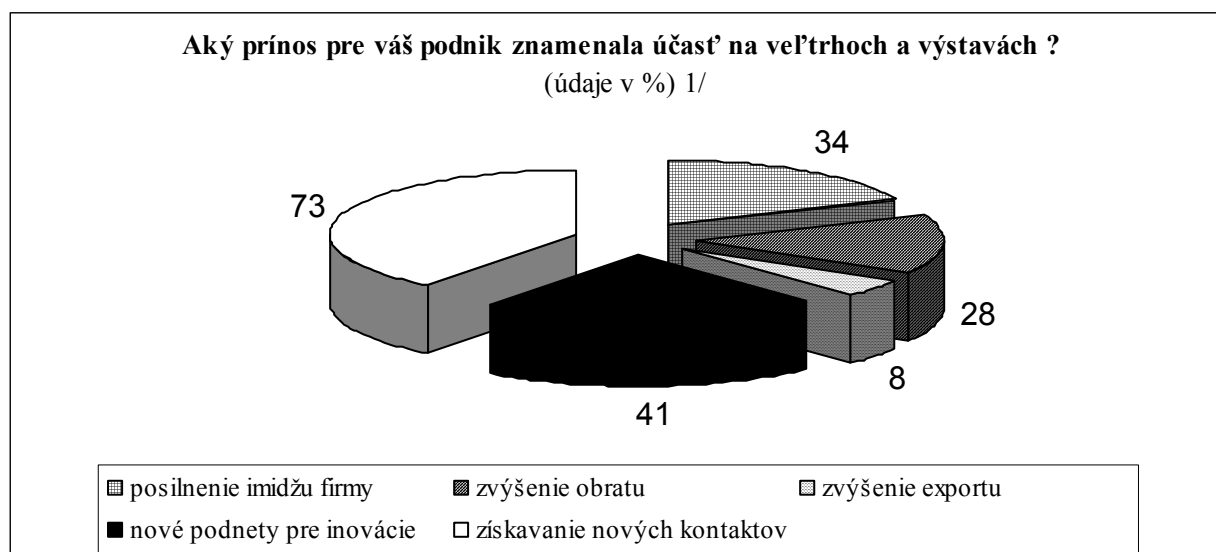


- **Na Slovensku vystavovali** vo väčšej miere ako je celoslovenský priemer predovšetkým podniky s vyšším obrátom – od 10 do 50 mil. Sk (28%), od 50 do 100 mil. Sk (34%) a od 100 do 500 mil. Sk (42%), ako aj stredné podniky zamestnávajúce od 50 do 249 zamestnancov (37%). Vyšší podiel malých a stredných podnikov vystavujúcich na Slovensku zaznamenal výskum aj v Bratislavskom kraji (25%).

- Medzi podnikmi **vystavujúcimi v zahraničí** prevažovali podniky s obratom od 10 do 50 mil. Sk (15%) a od 100 do 500 mil. Sk (%), ďalej to boli podniky zaoberajúce sa priemyselnou výrobou (12%) a sídliace v Trnavskom kraji (12%).
- **Návštevu odborného veľtrhu alebo výstavy na Slovensku** vo väčšej miere absolvovali podniky s obratom od 5 do 10 mil. Sk (61%), od 10 do 50 mil. Sk (55%), od 50 do 100 mil. Sk (57%), od 100 do 500 mil. Sk (61%), podniky exportujúce do 10 % objemu výroby (57%), firmy s 10 až 50-imi zamestnancami (60%), podnikajúce v stavebníctve (66%), a tiež firmy sídliace v Trenčianskom (55%), Žilinskom (59%) a Banskobystrickom kraji (58%).
- **Zahraničnú výstavu alebo veľtrh** navštívili podniky s obratom od 10 do 50 mil. Sk (43%) , od 50 do 100 mil. Sk (64%) a od 100 do 500 mil. Sk (55%), exportujúce do 10 % (48%), od 10 % do 30 % (49%), a nad 70 % z objemu výroby (53%), podniky majúce do 9 pracovníkov (39%) a od 10 do 50 zamestnancov (51%), a tiež firmy zaoberajúce sa stavebníctvom (35%) a peňažníctvom (38%).
- **Žiadnu výstavu alebo veľtrh nenavštívili v najväčšej miere** podniky s ročným obratom do 1 mil. Sk (53%), venujúce sa poľnohospodárstvu a potravinárskej výrobe (44%), doprave, pošte alebo telekomunikáciám (51%), ako aj firmy so sídlom v Trnavskom (41%) a Prešovskom kraji (45%).

U podnikateľov, ktorí sa zúčastnili odborných veľtrhov a výstav či už ako vystavovatelia alebo návštevníci, bolo zisťované, aký prínos pre podnik znamenala účasť na výstave alebo veľtrhu. Najuvádzanejším prínosom účasti na veľtrhoch a výstavách u **takmer troch štvrtín malých a stredných podnikov (73%) bolo získavanie nových kontaktov**. **Nové podnety pre inovácie** priniesla účasť na veľtrhoch a výstavách **pre viac ako dve pätiny podnikov (41%)**. Viac prináša ďalší graf.

Graf č.13



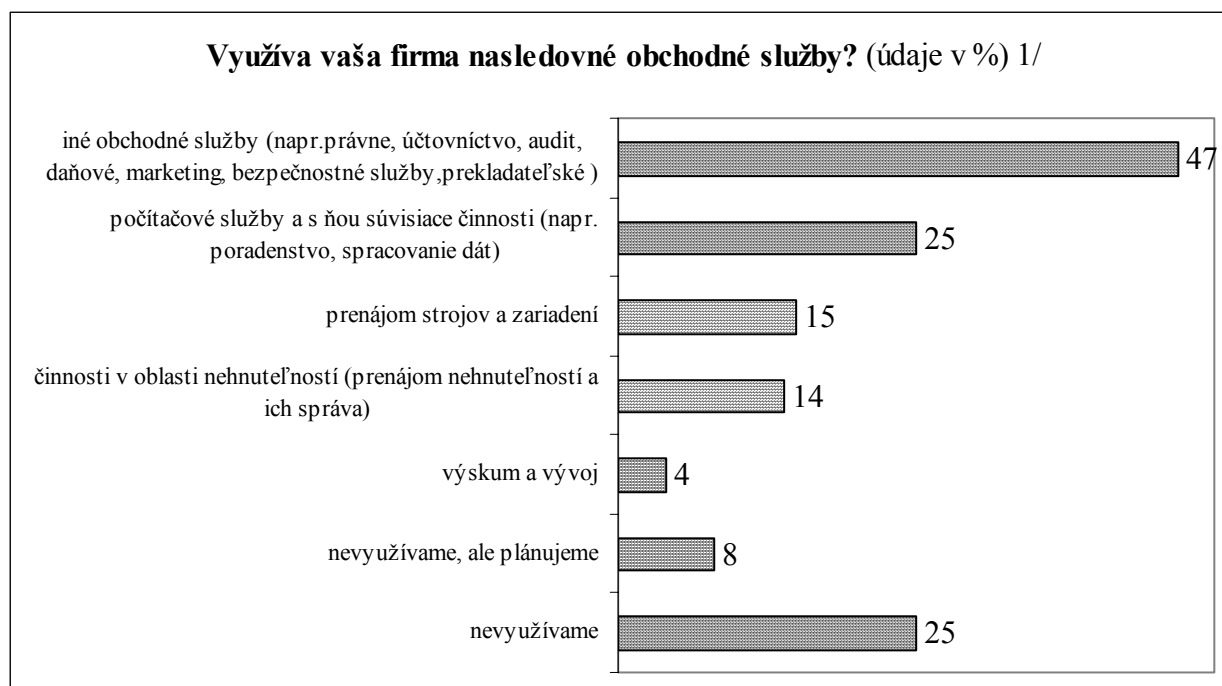
1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí súčet percent prevyšuje 100

- **Získanie nových kontaktov** ako hlavnú výhodu účasti na veľtrhoch a výstavách uvádzali predovšetkým podniky s obratom od 5 do 10 mil. Sk (78%), neexportujúce firmy (79%), spoločnosti zaoberajúce sa stavebníctvom (81%) a tiež podniky pochádzajúce zo Žilinského (76%) a Košického kraja (82%).
- Veľtrhy a výstavy ako zdroj **nových podnetov pre inovácie** boli vo väčšej miere, ako je celoslovenské priemer, vnímané vo firmách s obratom od 10 do 50 mil. Sk (49%), podnikoch exportujúcich do 10 % objemu výroby (58%), spoločnostiach s 10 až 49 zamestnancami (49%) a s 50 až 249 zamestnancami (47%), v podnikoch zaoberajúcich sa priemyselnou výrobou (54%), poľnohospodárstvom alebo potravinárskou výrobou (47%), stavebníctvom (56%), dopravou, poštou alebo telekomunikáciami (61%), ako aj v podnikoch sídliačich v Trenčianskom (49%) a Prešovskom kraji (54%).

## II.2 VYUŽÍVANIE VYBRANÝCH OBCHODNÝCH SLUŽIEB MALÝMI A STREDNÝMI PODNIKMI

Pre zabezpečenie konkurencieschopnosti a úspešného fungovanie podnikateľského subjektu sa využívajú externé služby, ktoré slúžia jednak na zvýšenie kvality poskytovaných tovarov a služieb, ako aj na plnenie povinností podnikov voči štátu. Na základe výsledkov prieskumu najvyužívanejšími službami malých a stredných podnikov sú **iné obchodné služby**, ktoré zahŕňajú právne poradenstvo, účtovníctvo, audit, daňové služby, marketing, využívanie bezpečnostných služieb, či prekladateľské služby. Ich využívanie deklarovala takmer polovica malých a stredných podnikov. Štvrtina malých a stredných podnikov využíva **počítačové služby** a s ním spojené činnosti. Rovnaká skupina podnikov takéto služby nevyužíva.

Graf č.14

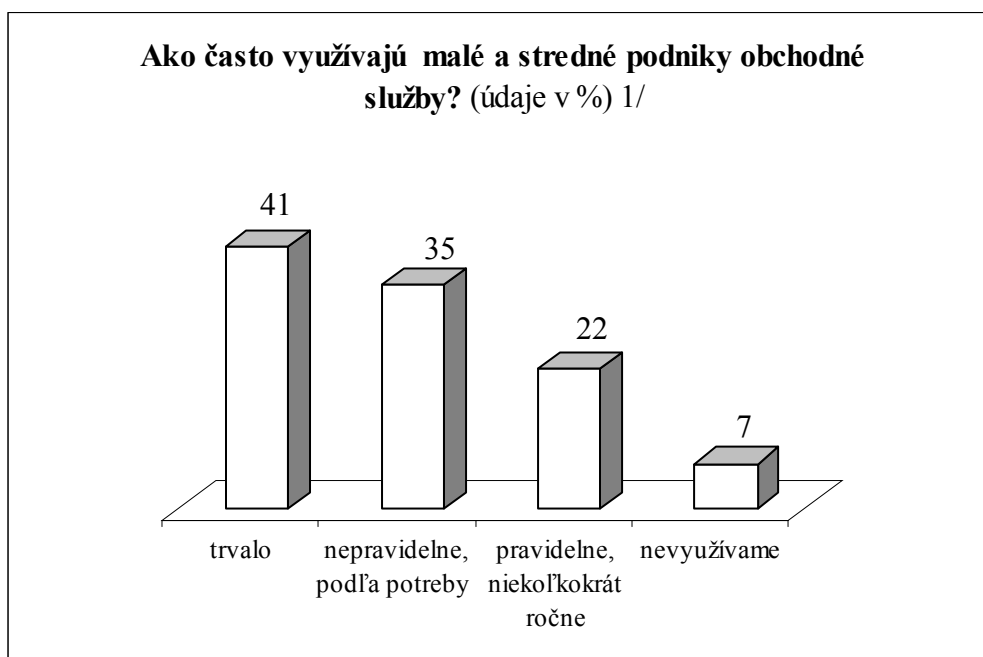


1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí súčet percent prevyšuje 100

- **Iné obchodné služby** vo väčšej miere, ako je celoslovenský priemer, využívajú malé a stredné podniky s obratom od 50 do 100 mil. Sk (62% a 55%), exportujúce do 10 % (57%), od 10 do 30 % (60%), od 30 do 50 % (55%) a nad 70 % objemu výroby (56%), podniky od 50 do 249 zamestnancov (53%), firmy zaoberajúce sa dopravou, poštou alebo telekomunikáciami (53%), a tiež podniky sídliace v Trenčianskom (60%) a Žilinskom kraji (55%).
- Vo väčšej miere, oproti celoslovenskému priemeru, využívajú **počítačové služby a s nimi súvisiace činnosti** podniky s obratom od 100 do 500 mil. Sk (36%), exportujúce do 10 % objemu výroby (33%) a firmy venujúce sa stavebníctvu (31%).
- **Vybrané obchodné služby nevyužívajú** predovšetkým podniky s obratom do 1 mil. Sk (35%), firmy podnikajúce v poľnohospodárstve a potravinárskej výrobe (32%), v oblasti hotelov, reštaurácií a pohostinstiev (36%), dopravy, pôšt a telekomunikácií (32%), ako aj podniky sídliace v Nitrianskom (30%), Prešovskom (35%) a Košickom kraji (31%).

Výskum ďalej zisťoval frekvenciu využitia uvedených obchodných služieb u podnikov, ktoré vybrané služby využívajú alebo v budúcnosti plánujú využívať. Viac ako dve pätiny (41%) oslovených podnikov deklarovalo **trvalé využívanie** obchodných služieb a viac ako tretina (35%) tieto služby využíva **nepravidelne, podľa potreby**.

**Graf č.15**



- **Trvalé využívanie obchodných služieb** deklarovali predovšetkým podniky s obratom 10 až 50 mil. Sk (55%), 100 až 500 mil. Sk (55%), firmy exportujúce do 10 % a nad 70 % objemu výroby (52%, resp. 50%), stredné podniky s počtom zamestnancov od 50 do 249 (59%), firmy venujúce sa poľnohospodárstvu alebo potravinárskej výrobe

1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí súčet percent prevyšuje 100

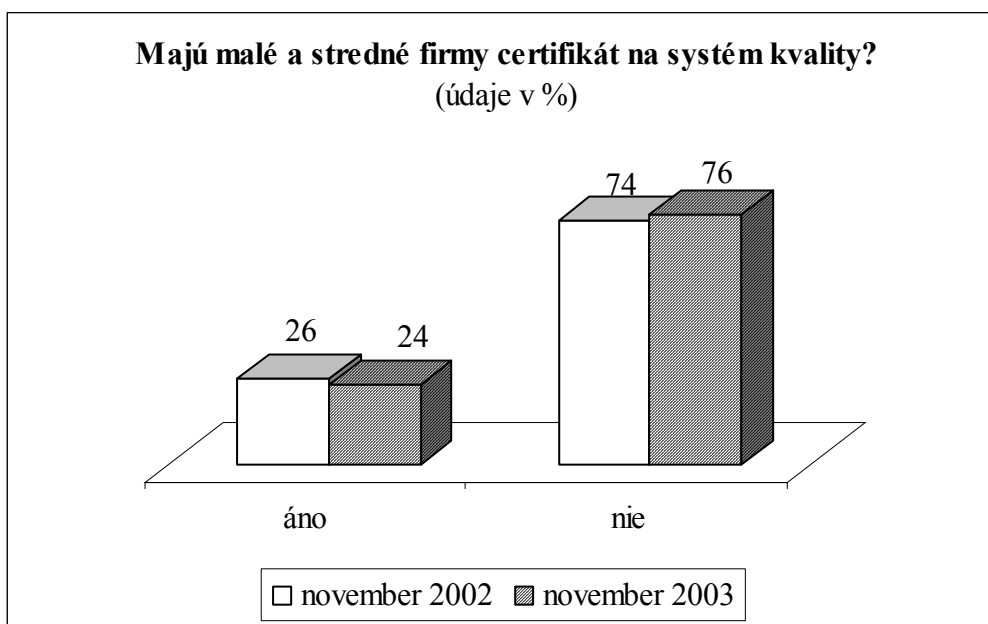
(48%), inej podnikateľskej činnosti (46%) a spoločnosti so sídlom v Trnavskom kraji (50%).

- Využívanie obchodných služieb **nepravidelne, podľa potreby** bolo deklarované najmä u podnikov s obratom do 1 mil. Sk (41%), firiem s exportom vo výške 50 až 70 % z objemu výroby (44%), u spoločností zaoberajúcich sa prevádzkou hotelov, reštaurácií alebo pohostinstiev (52%), stavebníctvom (42%), ako aj dopravou, poštou alebo telekomunikáciami (41%). Z hľadiska regionálneho členenia to boli podniky so sídlom v Prešovskom kraji (42%).

### II.3 CERTIFIKÁT SYSTÉMU KVALITY

Jednou z hlavných podmienok exportu podnikov do krajín Európskej únie je vlastníctvo certifikátu na systém kvality. Prieskum monitoroval ich rozšírenosť v malých a stredných podnikoch.

**Graf č.16**



- **Takmer štvrtina malých a stredných podnikov na Slovensku vlastní certifikát na systém kvality.** Oproti celoslovenskému priemeru majú certifikát kvality hlavne firmy s väčším obratom od 50 do 100 mil. Sk (41%), od 100 do 500 mil. Sk (67%), s vyšším počtom zamestnancov – od 10 do 49 (30%) a od 50 do 249 (37%). Môžeme skonštatovať, že s rastom obratu rastie počet podnikov vlastniacich certifikát kvality. Podobná závislosť ako pri výške obratu podnikov platí aj pri počte zamestnancov vo firme – s rastom počtu zamestnancov rastie aj pravdepodobnosť vlastníctva certifikátu systému kvality. Vo väčšej miere certifikát vlastní firmy majúce 10 až 49 zamestnancov (30%) a od 50 do 249 zamestnancov (37%). Certifikát kvality tiež vo väčšej miere vlastní spoločnosti, ktoré sa v akomkoľvek objeme venujú exportu výroby do zahraničia. Z hľadiska hlavného druhu činnosti disponujú certifikátom vo zvýšenej miere firmy podnikajúce v priemyselnej výrobe (42%), poľnohospodárstve, resp. potravinárskej



výrobe (35%), ďalej v oblasti peňažníctva (46%) a podniky sídlia v Bratislavskom kraji (37%).

- Na základe údajov získaných v prieskume bolo zistené, že **na Slovensku výrazne prevažujú podniky, ktoré ešte stále nevlastnia certifikát na systém kvality (76%)**. Takáto situácia je častejšia v najmenších podnikoch s obrátom do 1 mil. Sk (86%), neexportujúcich firmách (83%), podniky s činnosťou v oblasti hotelov, reštaurácií a pohostinstiev (87%), v inej podnikateľskej činnosti (82%). Z regionálneho hľadiska v Trenčianskom (85%), Žilinskom, Banskobystrickom a Prešovskom kraji (rovnako 82%).

Keďže podobné zisťovanie už bolo realizované, v tabuľke uvádzame aktuálne hodnoty spolu s údajmi zistenými pred rokom.

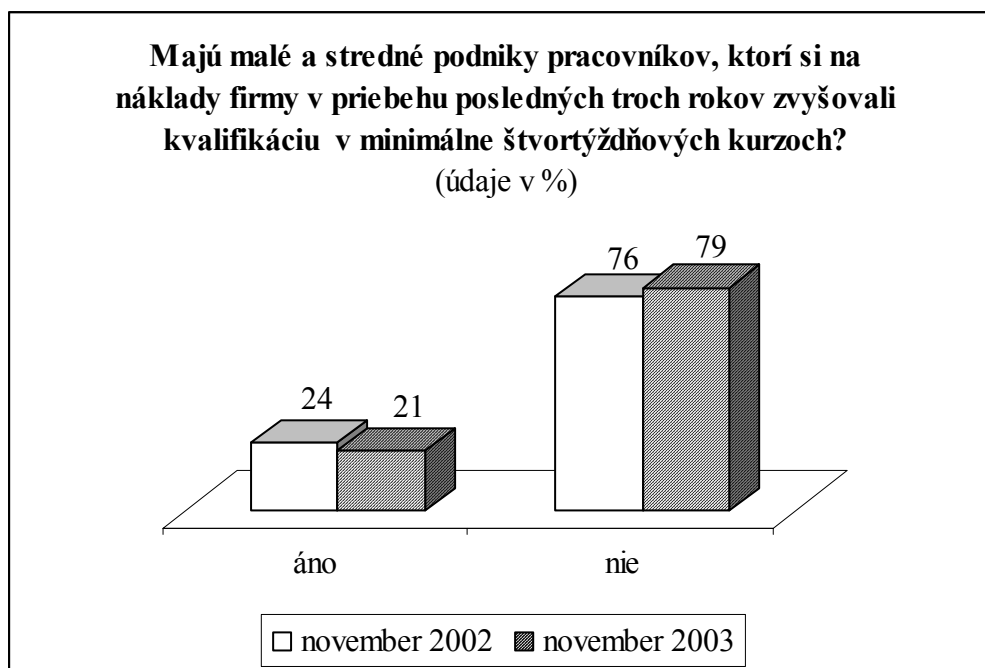
<b>Majú malé a stredné podniky certifikát na systém kvality? (údaje v %)</b>				
<b>Počet zamestnancov v podniku</b>	<b>Odpovede:</b>			
	<b>áno</b>		<b>nie</b>	
	november 2002	november 2003	november 2002	november 2003
0 – 9	16	21	84	79
10 – 49	32	30	68	70
50 – 249	49	37	51	63
<b>Druh činnosti</b>				
priemyselná výroba	35	42	65	58
poľnohosp. a potravinárska výroba/*	52	35	48	65
obchod	22	24	78	76
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	12	13	88	87
stavebníctvo	30	20	70	80
doprava/pošta/telekomunikácie	19	26	81	74
peňažníctvo/*	15	46	85	54
iné	19	18	81	82
<b>Kraj sídla podniku</b>				
Bratislavský	22	37	78	63
Trnavský	41	27	59	73
Trenčiansky	26	15	74	85
Nitriansky	23	23	77	77
Žilinský	23	18	77	82
Banskobystrický	33	18	67	82
Prešovský	20	18	80	82
Košický	29	26	71	74
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>74</b>	<b>76</b>

\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

## II.4 ZVYŠOVANIE KVALIFIKÁCIE PRACOVNÍKOV

Podobne ako rozšírenosť vlastníctva certifikátov kvality prieskum opakovane zisťoval, do akej miery je v slovenských malých a stredných podnikoch kladený dôraz na priebežné zvyšovanie kvalifikácie pracovníkov. Oslovení predstavitelia malých a stredných podnikov mali uviesť, či v ich firme sú pracovníci, ktorí si na náklady firmy v rokoch 2001 až 2003 zvyšovali kvalifikáciu v minimálne štvortýždňovom kurze.

Graf č.17



- **Viac ako pätina oslovených firiem (21%) potvrdila, že v ich spoločnosti pracujú zamestnanci, ktorí si v rokoch 2001 až 2003 na náklady firmy zvyšovali svoju kvalifikáciu v minimálne štvortýždňovom kurze.** Oproti celoslovenskému priemeru sú to častejšie pracovníci firiem s vyšším obratom od 10 do 50 mil. Sk (27%), od 50 do 100 mil. Sk (38%), od 100 do 500 mil. Sk (61%), majúce od 10 do 49 (32%) a od 50 do 249 zamestnancov (35%). Ako z uvedených údajov vyplýva, firmy s vyšším obratom a väčším počtom zamestnancov viac investujú do ďalšieho odborného rastu pracovníkov. Z hľadiska prevažujúcej podnikateľskej činnosti svojich zamestnancov školia najmä v oblasti peňažníctva (46%), hotelov, reštaurácií a pohostinstiev (31%). Z regionálneho hľadiska sa zvyšovaniu kvalifikácie vo väčšej miere venujú v Trnavskom (26%) a Košickom kraji (27%).
- Vo viac než troch štvrtinách (79%) oslovených malých a stredných podnikov nie sú pracovníci, ktorí si na náklady firmy v rokoch 2001 až 2003 zvyšovali kvalifikáciu v minimálne štvortýždňovom kurze. Jedná sa hlavne o najmenšie podniky s obratom do 1 mil. Sk. (86%) pôsobiace v Banskobystrickom a Prešovskom kraji (zhodne 85%).

V tabuľke na nasledujúcej strane uvádzame zvyšovanie kvalifikácie v minimálne štvortýždňových kurzoch v malých a stredných podnikoch podľa počtu zamestnancov, hlavného druhu podnikateľskej činnosti a kraja, v ktorom firmy sídlia.

<b>Majú malé a stredné podniky pracovníkov, ktorí si na náklady firmy v posledných troch rokoch zvyšovali kvalifikáciu v minimálne štvortýždňovom kurze? (údaje v %)</b>				
<b>Počet zamestnancov v podniku</b>	<b>Odpovede:</b>			
	<b>áno</b>		<b>nie</b>	
	november 2002	november 2003	november 2002	november 2003
0 – 9	14	17	86	83
10 – 49	33	32	67	68
50 – 249	39	35	61	65
<b>Druh činnosti</b>				
priemyselná výroba	27	23	73	77
poľnohosp. a potravinárska výroba/*	26	18	74	82
obchod	19	19	81	81
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	12	31	88	69
stavebníctvo	21	21	79	79
doprava/pošta/telekomunikácie	15	17	85	83
peňažníctvo/*	8	46	92	54
iné	29	22	71	78
<b>Kraj sídla podniku</b>				
Bratislavský	30	23	70	77
Trnavský	27	26	73	74
Trenčiansky	21	24	79	76
Nitriansky	18	19	82	81
Žilinský	22	23	78	77
Banskobystrický	22	15	78	85
Prešovský	19	15	81	85
Košický	23	26	77	74
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>24</b>	<b>21</b>	<b>76</b>	<b>79</b>

Výskum ďalej mapoval, či si vo firmách, ktoré majú pracovníka zodpovedného za inovačný proces, pracovníci zvyšovali v rokoch 2001 až 2003 svoju kvalifikáciu v minimálne štvortýždňových kurzoch. Približne len v dvoch pätinách (38%) malých a stredných podnikoch, ktoré majú pracovníka zodpovedného za inovačný proces, **výskum registroval takéto zvyšovanie kvalifikácie.**

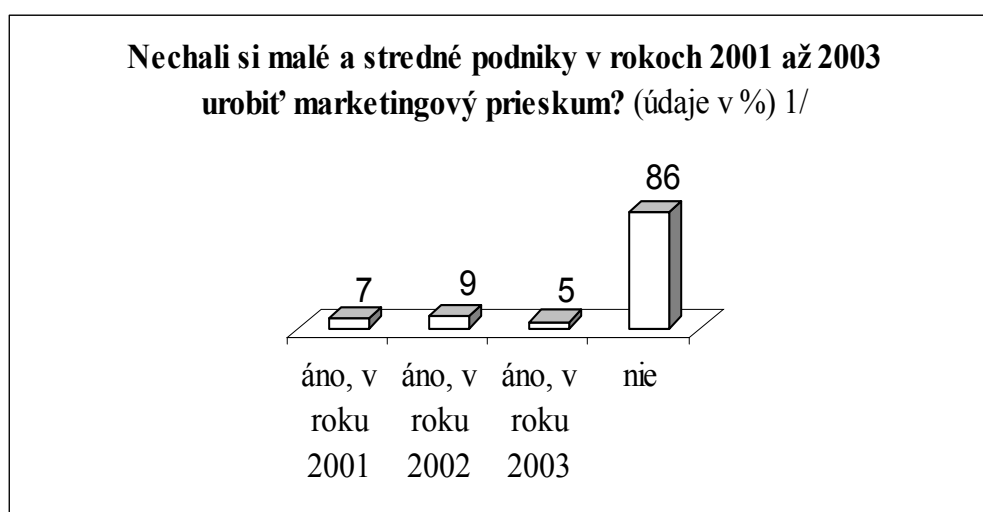
\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

## II. 5. MARKETINGOVÝ PRIESKUM

Marketingový prieskum slúži podnikateľským subjektom na oboznámenie sa so situáciou na trhu. Tieto informácie môžu firmu usmerniť pri ďalších inovačných aktivitách a pri činnosti podporujúcej vlastný rozvoj.

Výskum zisťoval, do akej miery oslovené malé a stredné podniky využili v rokoch 2001 až 2003 marketingový prieskum. Dominovala odpoveď, že oslovené podniky nedali urobiť žiadny marketingový prieskum, **keď ju uviedli viac ako päť šestín oslovených predstaviteľov malých a stredných podnikov.** Rozloženie všetkých odpovedí prináša graf.

**Graf č.18**



Vnútroštruktúrovanosť odpovedí súvisiacich s realizáciou marketingových prieskumov v malých a stredných podnikoch uvádza tabuľka na nasledujúcej strane. Je z nej zrejmé, že odpoveď „podnik v posledných troch rokoch dal urobiť marketingový prieskum“, bola vo väčšej miere uvádzaná u zodpovedných pracovníkov z najmenších podnikov s obrátom do 1 mil. Sk (95%) a od 1 do 5 mil. (92%) Sk, ďalej v neexportujúcich podnikoch (91%), vo firmách zaoberajúcich sa inou podnikateľskou činnosťou (95%), sídliačich v Nitrianskom (94%), Banskobystrickom (92%) a Prešovskom kraji (91%).

Vo všeobecnosti – ako to ďalej vyplýva z tabuľky na nasledujúcej strane - môžeme skonštatovať, že marketingový prieskum si dali v rokoch 2001 až 2003 urobiť hlavne podniky s vyšším ročným obrátom ako 50 mil. Sk, ako aj stredné podniky s 50 až 249 zamestnancami. Opäť sa potvrdila tendencia, že čím väčšia je oslovená firma, tým je viac zameraná na činnosti napomáhajúce vlastnému rozvoju, za aký považujeme aj marketingový prieskum. S nárastom obrátu a zvyšujúcim sa počtom zamestnancov rastie aj pravdepodobnosť, že firma si dá urobiť marketingový výskum.

<b>Nechali si malé a stredné podniky na Slovensku v rokoch 2001 až 2003 urobiť marketingový prieskum? (údaje v %) 1/</b>				
<b>Počet zamestnancov v podniku</b>	<b>áno</b>			<b>nie</b>
	<b>v r. 2001</b>	<b>v r. 2002</b>	<b>v r. 2003</b>	
0 – 9	5	8	4	88
10 – 49	10	10	6	85
50 – 249	14	20	14	68
<b>Druh činnosti</b>				
priemyselná výroba	6	11	6	83
poľnohosp. a potravinárska výroba/*	12	12	12	79
obchod	8	13	5	82
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	4	11	0	84
stavebníctvo	8	6	5	87
doprava/pošta/telekomunikácie	9	4	0	87
peňažníctvo/ *	15	23	15	62
iné	3	4	3	95
<b>Kraj sídla podniku</b>				
Bratislavský	13	15	6	74
Trnavský	5	12	4	85
Trenčiansky	7	12	6	87
Nitriansky	3	4	4	94
Žilinský	5	11	3	86
Banskobystrický	3	5	3	92
Prešovský	4	4	3	91
Košický	6	9	6	87
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>86</b>

Oproti celoslovenskému priemeru si marketingový prieskum v rokoch 2001 až 2003 častejšie dali robiť podniky zamerané na poľnohospodárstvo, resp. potravinársku výrobu, peňažníctvo a podniky sídlia v Bratislavskom kraji

1/ Vzhľadom na možnosť uviesť viac odpovedí súčet percent prevyšuje 100

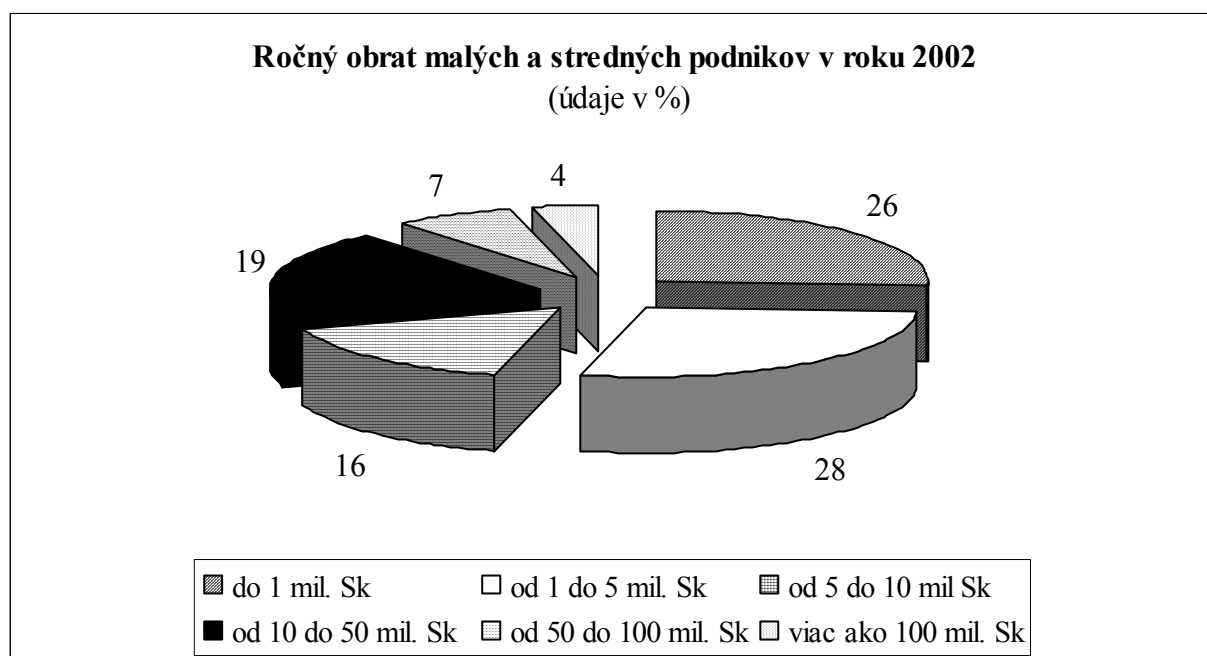
\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

### III. VYBRANÉ EKONOMICKÉ UKAZOVATELE V SKÚMANÝCH MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOKCH

#### III.1 VÝŠKA OBRATU V SKÚMANÝCH MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOKCH

Z predchádzajúcich častí správy vidieť, že obrat podnikov je výrazným determinantom stupňa inovačných aktivít. Platí závislosť, že s rastom obratu rastie aj využívanie jednotlivých inovačných činností. Stredné a malé podniky s obratom do 5 mil. Sk tvorili spolu viac ako polovicu všetkých sledovaných firiem, kým podniky s obratom nad 50 mil. Sk o niečo viac ako desatinu z celého sledovaného súboru. Rozloženie jednotlivých odpovedí zodpovedných predstaviteľov firiem na výšku obratu v roku 2002 je uvedené v nasledujúcom grafe.

**Graf č.19**



- Najväčšia skupina podnikov mala **obrat v roku 2002 medzi 1 až 5 mil. Sk**. Vo výraznejšej miere sú zastúpené malé podniky do 9 zamestnancov (33%), firmy venujúce sa stavebníctvu (34%), ako aj doprave, pošte alebo telekomunikáciám (41%).
- V druhej najväčšej skupine podnikov **s obratom do 1. mil. Sk** boli nadpriemerne zastúpené neexportujúce firmy (33%), podniky s počtom do 9 zamestnancov (34%), pôsobiace v poľnohospodárstve alebo potravinárskej výrobe (34%), venujúce sa prevádzke hotelov, reštaurácií alebo pohostinstiev (43%) a inej podnikateľskej činnosti (40%).

Detailnejší pohľad na štruktúru sledovaných malých a stredných z hľadiska ich obratu v roku 2002 približuje tabuľka na nasledujúcej strane.

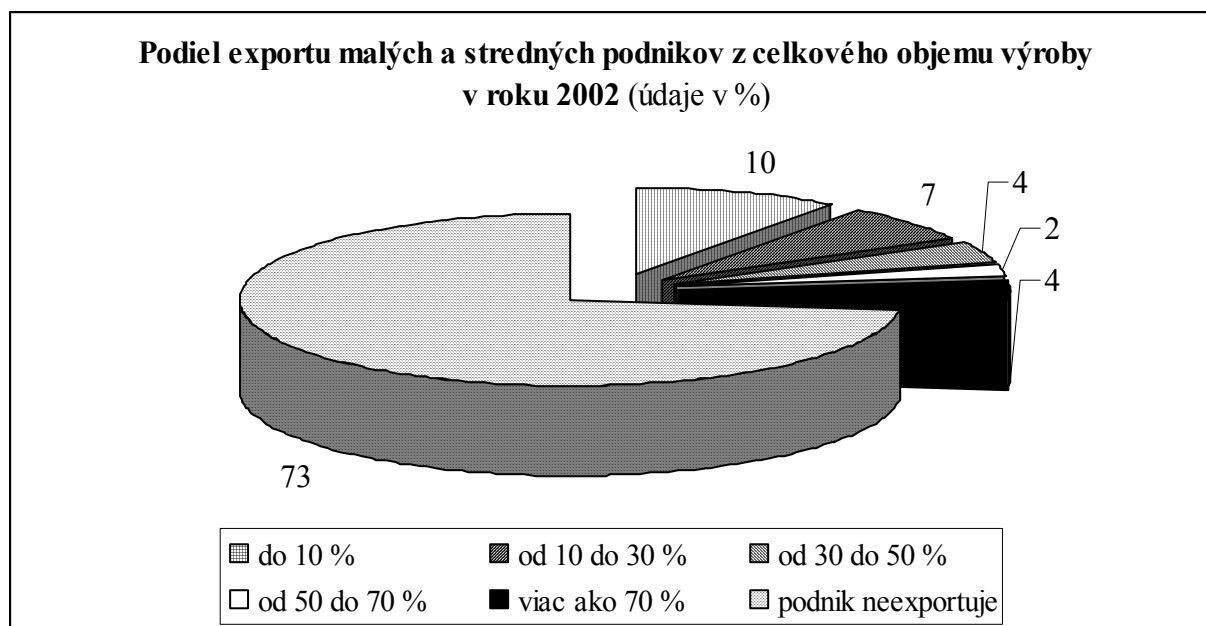
<b>Ročný obrat firiem v roku 2002 v optike vybraných sociodemografických parametrov</b> (údaje v %)							
	<b>do 1 mil.Sk</b>	<b>1 – 5 mil.Sk</b>	<b>5 – 10 mil Sk.</b>	<b>10 – 50 mil.Sk</b>	<b>50 – 100 mil.Sk</b>	<b>10 – 500 mil. Sk</b>	<b>viac ako 500 mil. Sk</b>
<b>Počet zamestnancov v podniku</b>							
0 – 9	34	33	15	13	3	2	0
10 – 49	7	17	20	36	13	6	1
50 – 249	0	3	18	24	34	21	0
<b>Druh činnosti</b>							
priemyselná výroba	14	24	22	24	10	6	0
poľnohosp. a potravinárska výroba/*	34	22	16	13	3	9	3
obchod	21	25	18	24	7	4	1
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	43	26	26	5	0	0	0
stavebníctvo	15	34	17	22	9	3	0
doprava/ pošta/ telekomunikácie	18	41	13	20	8	0	0
peňažníctvo/*	30	30	10	0	20	10	0
iné	40	31	10	12	4	3	0
<b>Kraj sídla podniku</b>							
Bratislavský	26	30	12	15	9	7	1
Trnavský	23	26	22	14	9	5	1
Trenčiansky	23	26	19	20	9	3	0
Nitriansky	26	28	16	22	6	2	0
Žilinský	27	29	13	20	9	3	0
Banskobystrický	29	29	20	20	1	1	0
Prešovský	30	32	14	18	5	1	0
Košický	24	25	15	24	7	4	1
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>1</b>

### III.2 PODIEL EXPORTU NA OBRATE MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV

Zástupcovia malých a stredných podnikov boli požiadaní, aby uviedli aký vysoký podiel z celkového obratu firmy tvorí export. **Najväčšia, takmer trojštvrťinová časť malých a stredných podnikov uviedla, že sa nevenuje exportu.** Desatina firiem uviedla, že exportuje do 10 % a každý štrnásty zodpovedný predstaviteľ firiem určil objem exportu v rozmedzí 10 až 30 % z objemu výroby. Jednotlivé odpovede respondentov sú obsiahnuté v grafe na nasledujúcej strane.

\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

Graf č.20



- Vo väčšej miere, ako je celoslovenský priemer, neexportujú svoje výrobky predstavitelia podnikov s obratom do 1 mil. Sk (91%), firmy zamestnávajúce do 9 pracovníkov (79%), zaoberajúce sa prevádzkou hotelov, reštaurácií alebo pohostinstiev (86%), podnikajúce v stavebníctve (84%) a podniky prevádzajúce „inú“ podnikateľskú činnosť (84%). Z hľadiska regionálneho členenia boli vo väčšej miere zastúpené podniky sídliace v Nitrianskom (79%) a Banskobystrickom kraji (81%).

Podiely exportu na celkovom obrate podnikov boli rozčlenené nasledovne:

- Podiel exportu **nižší, ako je 10%** z celkového obratu firmy deklarovali najčastejšie podniky s obratom 5 až 10 mil. Sk (15%), od 100 do 500 mil. Sk (18%), firmy s počtom zamestnancov od 50 do 249 (17%) a spoločnosti zaoberajúce sa priemyselnou výrobou (22%) a so sídlom v Košickom kraji (16%).
- **Menej ako 30% z obratu** exportujú vo väčšej miere, ako je celoslovenský priemer, podniky s obratom od 50 do 100 mil. Sk (17%), od 100 mil. do 500 mil. Sk (27%), firmy zamestnávajúce od 10 do 49 pracovníkov (12%) a od 50 do 249 zamestnancov (16%), ako aj podniky venujúce sa priemyselnej výrobe (19%).
- **Menej ako 50 %** z celkového obratu firmy tvorí export prevažne u podnikov s obratom od 50 do 100 mil. Sk (10%), od 100 mil. do 500 mil. Sk (9%), zameraných na priemyselnú výrobu (9%) a peňažníctvo (15%).
- Podiel exportu **nižší ako 70 %** z celkového obratu firmy, uviedli častejšie ako priemer za celoslovenský súbor firmy s obratom od 50 do 100 mil. Sk (10%) a stredné podniky s počtom zamestnancov od 50 do 249 (6%).



- **Viac ako 70%-ný** podiel na celkovom obrate firmy, tvorí export u podnikov s obratom od 100 do 500 mil. Sk. (24%), zaoberajúce sa priemyselnou výrobou (12%) a podnikajúce v Prešovskom kraji (8%)

<b>Aký vysoký podiel tvorí export z celkového objemu výroby v roku 2002 v malých a stredných podnikoch? (údaje v %)</b>						
	<b>Odpovede:</b>					
<b>Počet zamestnancov v podniku</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>05</b>	<b>06</b>
0 – 9	9	5	3	2	3	78
10 – 49	12	12	5	1	4	66
50 – 249	16	15	4	6	8	51
<b>Druh činnosti</b>						
priemyselná výroba	22	19	9	4	12	34
poľnohosp. a potravinárska výroba/*	12	9	6	0	3	70
obchod	11	6	3	2	3	75
hotely/reštaurácie/pohostinstvo	5	2	2	5	0	86
stavebníctvo	7	4	2	0	3	84
doprava/pošta/telekomunikácie	11	9	4	4	2	70
peňažníctvo/*	8	8	15	0	0	69
iné	7	4	1	2	2	84
<b>Kraj sídla podniku</b>						
Bratislavský	13	7	5	3	2	70
Trnavský	10	10	2	2	7	69
Trenčiansky	7	11	5	2	4	71
Nitriansky	8	4	4	1	4	79
Žilinský	12	8	3	3	3	71
Banskobystrický	11	3	2	2	1	81
Prešovský	5	5	3	2	8	77
Košický	15	11	1	1	3	69
<b>Celoslovenský priemer</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>73</b>

Legenda:

01 – menej ako 10 % z celkového obratu firmy

02 – od 10 do 30 % z celkového obratu firmy

03 – od 30 do 50 % z celkového obratu firmy

04 – od 50 do 70 % z celkového obratu firmy

05 – viac ako 70 % z celkového obratu firmy

06 – firma neexportuje

\*/ Vzhľadom na nízky počet respondentov, ktorí uviedli túto odpoveď, sú údaje len orientačné

## IV. METODIKA VÝSKUMU

Terénnu fázu výskumu uskutočnili v dňoch od 18. novembra do 1. decembra 2003 školení externí spolupracovníci ÚVVM - anketármi technikou štandardizovaného rozhovoru.

Z databázového súboru 103 274 malých a stredných podnikov, ktoré poskytla Sekcia metodiky a informatiky ŠÚ SR bolo vybraných 54 698 v bežnom mesiaci aktívnych podnikov, ktoré tvorili základný súbor malých a stredných podnikateľov zapísaných do Obchodného registra.

Výberový súbor bol utvorený stratifikovaným náhodným výberom z databázového súboru malých a stredných podnikateľov. Ako charakteristiky základného súboru boli vybrané dva znaky:

**a)** rozdelenie podnikov podľa počtu zamestnancov na:

- 01 = malé, s počtom zamestnancov od 0 do 9 (**J**) a od 10 do 49 zamestnancov (**M**)
- 02 = stredné, s počtom zamestnancov od 50 do 249 (**S**)

**b)** rozdelenie podnikov podľa hlavného druhu činnosti zapísaného do Obchodného registra, pričom kategorizácia hlavných činností bola stanovená: 01 = priemyselná výroba, 02 = poľnohospodárstvo/potravinárska výroba, 03 = obchod, 04 = hotely/ reštaurácie/pohostinstvo, 05 = stavebníctvo, 06 = doprava/pošta/telekomunikácie, 07 = peňažníctvo/poistovníctvo/ a 08 = iný druh činnosti. Na generovanie výberového súboru sa použila metóda optimálneho porporcionálneho stratifikovaného náhodného výberu.

Anketári obdržali zoznam podnikov, v ktorých mali realizovať rozhovory. Zoznam podnikov obsahoval dvoj - až trojnásobný počet adries podnikov, aby okrem určených podnikov mali k dispozícii aj náhradné adresy. Okrem toho mali anketári k dispozícii, ako pomôcku pri rozhovoroch s respondentami, list generálneho riaditeľa Národnej agentúry pre rozvoj malého a stredného podnikania, v ktorom bol výskumný projekt objasnený.

Návratnosť dotazníkov: Po zhodnotení úrovne terénnych prác a kontrole jednotlivých dotazníkov bolo na spracovanie odovzdaných 962 dotazníkov, čo predstavuje 68,7 %-nú návratnosť z plánovaného rozsahu výberovej vzorky  $n=1400$ .

Základné faktory, ktoré ovplyvnili návratnosť dotazníkov:

- zdĺhavé vyhľadávanie konkrétnych podnikov zvyšovalo náročnosť práce anketárov,
- niektoré podniky prestali existovať, alebo zmenili pôsobisko
- nepresnosti a neaktuálnosť v záznamoch databázového súboru malých a stredných podnikateľov.

Vzhľadom na určitý stupeň nepresnosti a neaktuálnosti údajov v databázovom súbore malých a stredných podnikateľov nie je možné presne stanoviť parametre základného súboru pre znaky kraj, rozdelenie podnikov podľa počtu zamestnancov a rozdelenie podnikov podľa hlavného druhu činnosti zapísaného do Obchodného registra. Z uvedených dôvodov sa nedá vykonať korektná analýza reprezentatívnosti výberového súboru.

## V. Zhrnutie

- V prieskume sa najviac oslovených podnikateľov vyjadrilo, že za najdôležitejší zdroj konkurencieschopnosti považujú pružnú reakciu na požiadavky zákazníka a vysokú kvalitu produktu.
- Súhrnne 45 % nami oslovených podnikov deklarovalo zavedenie úplne novej technológie alebo podstatné vylepšenie existujúcej technológie.
- Zavedenie úplne nového produktu, resp. inovovanie svojho doteraz vyrábaného produktu, v prieskume potvrdila spolu viac ako polovica skúmaných malých a stredných podnikov.
- Z tých, ktorí zaviedli novú alebo podstatne vylepšili doterajšiu technologickú aktivitu, resp. zaviedli nový, alebo inovovali doteraz vyrábaný produkt, takmer štvrtina uviedla, že boli prví, ktorí tieto inovácie zaviedli buď v rámci sektoru alebo v rámci Slovenska.
- Z hľadiska prínosu zavedenia inovácií najfrekvencovanejšou odpoveďou medzi podnikateľmi bolo „zvýšenie obratu“, ktorú vyslovili takmer tri štvrtiny predstaviteľov oslovených firiem. Úsporu nákladov skonštatovali presne dve pätiny podnikov.
- Najväčšími iniciátormi podnetov k inováciám v malých a stredných firmách v rokoch 2001 až 2003 boli zo štyroch pätín majitelia, resp. konatelia alebo hlavní manažéri podnikov. V štvrtine prípadov to boli zákazníci, prípadne odberatelia výrobkov alebo služieb.
- Hlavnými dodávateľmi konkrétnych riešení pre inovácie malých a stredných podnikov sú vlastné vývojové stredisko, čo skonštatovali viac než dve pätiny respondentov, ďalej iná firma pôsobiaca na Slovensku a zahraničná firma.
- Medzi finančnými zdrojmi, ktoré použili pre realizáciu svojich inovačných aktivít malé a stredné firmy výrazne dominujú vlastné finančné prostriedky. Táto odpoveď rezonovala u deviatich z desiatich opýtaných. Ako druhý, podnikmi najčastejšie využívaný finančný zdroj pre uskutočnenie inovácií, sa javia bankové pôžičky, ktoré využila viac ako štvrtina podnikov a na treťom mieste sa umiestnili tzv. nebankové pôžičky.
- Takmer polovica zástupcov podnikov uviedla, že v rokoch 2000 až 2002 predstavovali náklady ich firmy na inovácie menej ako 10% z celkového obratu firmy.
- Takmer tri pätiny oslovených malých a stredných podnikateľov uviedli, že trvalá inovačná aktivita je súčasťou dlhodobej podnikateľskej stratégie ich firmy.
- Štvrtina všetkých oslovených zástupcov podnikov uviedla, že ich firma disponuje pracovníkom, ktorý je zodpovedný za inovačný proces.
- Zástupcovia takmer polovice malých a stredných podnikov v posledných troch rokoch navštívili výstavu alebo veľtrh na Slovensku a takmer tretina absolvovala takúto výstavu v zahraničí. Neúčasť na odborných veľtrhoch alebo výstavách deklarovala vyše tretina malých a stredných podnikov.

- Najuvádzanejším prínosom účasti na veľtrhoch a výstavách u takmer troch štvrtín malých a stredných podnikov bolo získavanie nových kontaktov. Nové podnety pre inovácie priniesla účasť na veľtrhoch a výstavách pre viac ako dve pätiny podnikov .
- Najvyužívanějšími službami malých a stredných podnikov sú iné obchodné služby, ktoré zahŕňajú právne poradenstvo, účtovníctvo, audit, daňové služby, marketing, využívanie bezpečnostných služieb, či prekladateľské služby. Ich využívanie deklarovala takmer polovica malých a stredných podnikov. Štvrtina malých a stredných podnikov využíva počítačové služby a s ním spojené činnosti. Rovnaká skupina podnikov takéto služby nevyužíva.
- Viac ako dve pätiny oslovených malých a stredných podnikov deklarovalo trvalé využívanie obchodných služieb a viac ako tretina, tieto služby využíva nepravidelne podľa potreby.
- Na Slovensku výrazne prevažujú podniky, ktoré ešte stále nevlastnia certifikát na systém kvality, vlastní ho takmer štvrtina malých a stredných podnikov.
- Vo viac ako pätine oslovených firiem pracujú zamestnanci, ktorí si v rokoch 2001 až 2003 na náklady firmy zvyšovali svoju kvalifikáciu v minimálne štvortýždňovom kurze. Približne len v dvoch pätinách malých a stredných podnikoch, ktoré majú pracovníka zodpovedného za inovačný proces výskum registroval takéto zvyšovanie kvalifikácie.
- Viac ako päť šestín oslovených predstaviteľov malých a stredných podnikov uviedlo, že si nedali v rokoch 2001 až 2003 robiť marketingový prieskum. Potvrdila sa tendencia, že čím väčšia je oslovená firma, tým je viac zameraná na činnosti napomáhajúce vlastnému rozvoju, za aký považujeme aj marketingový prieskum.
- Takmer tri štvrtiny sledovaných malých a stredných podnikov sa nevenuje exportu. Jeden z desiatich predstaviteľov firiem uviedol, že firma exportuje do 10 % objemu výroby a každý trinásty zástupca podnikov udal podiel exportu od 10 do 30 % z celkového objemu výroby.
- Najväčšia skupina sledovaných malých a stredných podnikov, takmer 30 %-ná, mala obrat v roku 2002 medzi 1 až 5 mil. Sk. Štvrtina predstaviteľov podnikov uviedla obrat do 1 mil. Sk.

## VI. ZOZNAM GRAFOV

Graf č.1: Ktoré z nasledujúcich zdrojov konkurencieschopnosti považujete za najdôležitejší pre vašu firmu?.....	7
Graf č.2: Realizovali ste vo vašom podniku v roku 2001 až 2003 technologické inovácie?... 8	8
Graf č.3: Realizovali ste vo vašom podniku v roku 2001 až 2003 inováciu produktov?.....	10
Graf č.4: Boli ste prví, ktorí ste uvedené inovácie zaviedli v rámci sektora, v ktorom podnikáte alebo v rámci celej SR? .....	12
Graf č.5: Aký prínos znamenalo pre váš podnik zavedenie uvedených inovácií?.....	13
Graf č.6:Kto dal podnet na inovácie, ktoré sa vo vašom podniku uskutočnili?.....	15
Graf č.7: Dodávatelia konkrétnych riešení pre inovácie malých a stredných podnikov.....	17
Graf č.8: Finančné zdroje pre realizáciu inovačných aktivít malých a stredných podnikov.....	18
Graf č.9: Percentuálny podiel z obratu malých a stredných podnikov ako náklady na inovácie.....	20
Graf č.10: Je alebo nie je trvalá inovačná aktivita súčasťou dlhodobej podnikateľskej stratégie vašej firmy?.....	21
Graf č.11: Má alebo nemá firma pracovníka, ktorý je zodpovedný za inovačný proces?.....	22
Graf č. 12: Zúčastnila sa vaša firma v rokoch 2001-2003 na odborných veľtrhoch a výstavách?.....	24
Graf č. 13: Aký prínos pre váš podnik znamenala účasť na veľtrhoch a výstavách?.....	25
Graf č.14: Využíva vaša firma nasledovné obchodné služby?.....	26
Graf č.15: Ako často využívajú malé a stredné podniky obchodné služby?.....	27
Graf č.16: Majú malé a stredné podniky certifikát na systém kvality?.....	28
Graf č.17: Majú malé a stredné firmy pracovníkov, ktorí si na náklady firmy v priebehu posledných troch rokov zvyšovali svoju odbornosť v minimálne štvortýždňových kurzoch?.....	30
Graf č.18: Nechali si malé a stredné podniky v rokoch 2001 až 2003 urobiť marketingový prieskum?.....	32
Graf č.19: Ročný obrat sledovaných malých a stredných podnikov v roku 2002.....	34
Graf č.20: Podiel exportu sledovaných malých a stredných podnikov z celkového objemu výroby v roku 2002.....	36





## **KONTAKTNÁ ADRESA:**

NÁRODNÁ AGENTÚRA PRE ROZVOJ MALÉHO A STREDNÉHO PODNIKANIA  
EURO INFO CENTRE SK - 672 Bratislava,  
Prievozská 30, 821 05 BRATISLAVA 2, SLOVAK REPUBLIC

**Tel.:** 02 / 53 41 73 28, 53 41 73 33, 53 41 97 73, 53 41 73 06, 53 41 97 74

**Fax:** 02 / 53 41 97 72, 53 41 73 39

**Internet URL:** <http://www.nadsme.sk>

**e-mail:** [agency@nadsme.sk](mailto:agency@nadsme.sk), [eicsk672@nadsme.sk](mailto:eicsk672@nadsme.sk)