



# ANALÝZY A ŠTÚDIE

PRIEBEŽNÉ HODNOTENIE  
SPÄTNEJ VÄZBY, NÁMETOV  
A POŽIADAVIEK  
PODNIKATEĽOV V OBLASTI  
PODPORY EXPORTU 2019

ISBN 978-8088823-77-3



EURÓPSKA ÚNIA  
Európsky fond  
regionálneho rozvoja



OPERAČNÝ PROGRAM  
VÝSKUM A INOVÁCIE

**SIEA**  
SLOVENSKÁ INOVAČNÁ  
A ENERGETICKÁ AGENTÚRA



**PRIEBEŽNÉ HODNOTENIE SPÄTNEJ VÄZBY, NÁMETOV  
A POŽIADAVIEK PODNIKATEĽOV V OBLASTI PODPORY  
EXPORTU 2019**

**Správa o výsledkoch a záveroch prieskumu o vplyve inovácií a podporných nástrojov na exportnú výkonnosť spoločností v Slovenskej republike realizovanom pre potreby Pracovnej skupiny pre stratégiu vonkajších ekonomických vzťahov Slovenskej republiky na obdobie 2014-2020**

## Obsah

Obsah .....	3
Zoznam tabuliek .....	3
Zoznam grafov .....	4
Úvod .....	6
Špecifikácia prieskumu.....	7
Výsledky prieskumu .....	9
1. Bloky A a B: Špecifikácia spoločností a ich obchodných činností .....	9
Exportná výkonnosť .....	10
Bariéry pri vývoze.....	15
2. Blok F: Využívanie pro-exportných podporných nástrojov.....	17
3. Blok C: Využívanie pokročilých technológií v podniku .....	24
4. Bloky D a E: Stratégia spoločnosti v oblasti inovácií .....	26
Záver .....	39
Zoznam použitej literatúry .....	40
Prílohy.....	43

## Zoznam tabuliek

<i>Tabuľka 1</i> Výdavky spoločností (respondentov) na produktové inovácie v sledovaných rokoch (%).....	35
<i>Tabuľka 2</i> Výdavky spoločností (respondentov) na procesné inovácie v sledovaných rokoch (%).....	36
<i>Tabuľka 3</i> Výdavky spoločností (respondentov) na organizačné inovácie v sledovaných rokoch (%).....	36
<i>Tabuľka 4</i> Podiel pracovníkov zapojených do inovačných aktivít na všetkých zamestnancoch spoločností (respondentov) (%). .....	37
<i>Tabuľka 5</i> Zoznam pro-exportných podporných inštitúcií. ....	43
<i>Tabuľka 6</i> Zoznam pro-exportných podporných nástrojov. ....	44

## Zoznam grafov

<i>Graf 1</i> Hlavná činnosť spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). ....	9
<i>Graf 2</i> Záujem o export zo strany spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). .....	11
<i>Graf 3</i> Priemerný podiel tržieb exportu na celkových tržbách spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). .....	11
<i>Graf 4</i> Priemerný podiel high-tech exportu na celkovom vývoze spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). .....	12
<i>Graf 5</i> Podiel jednotlivých cieľových vývozných regiónov/krajín na vzorke v prípade spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). .....	13
<i>Graf 6</i> Priemerný počet cieľových vývozných krajín a priemerný počet rokov vývozu spoločností. ....	14
<i>Graf 7</i> Podiel spoločností, ktoré realizovali dovozné aktivity na spoločnostiach (respondentoch) v sledovanom období 2015-2018 (%). .....	14
<i>Graf 8</i> Dôležitosť bariér exportu podľa spoločností (respondentov) (%). .....	15
<i>Graf 9</i> Využívanie pro-exportných nástrojov – odpoveď A. Využívam a som spokojný (%). .....	17
<i>Graf 10</i> Využívanie pro-exportných nástrojov – odpoveď B. Využívam a nie som úplne spokojný (%). .....	19
<i>Graf 11</i> Využívanie pro-exportných nástrojov – odpoveď C. Nevyužívam, ale mám záujem o využitie (%). .....	20
<i>Graf 12</i> Využívanie pro-exportných nástrojov – odpoveď D. Nevyužívam a nemám záujem o využitie (%). .....	21
<i>Graf 13</i> Kvalita spolupráce so štátnymi inštitúciami pri exportnej problematike (%). .....	22
<i>Graf 14</i> Úroveň možností podpory od štátu pri exportnej problematike (%). .....	22
<i>Graf 15</i> Využívanie vyspelých technológií v spoločnostiach v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). .....	24
<i>Graf 16</i> Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti produktovej inovácie – A. kategória (%). .....	26
<i>Graf 17</i> Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti procesnej inovácie – B. kategória (%). .....	27
<i>Graf 18</i> Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti organizačnej inovácie – C. kategória (%). .....	27

<i>Graf 19</i> Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti produktovej inovácie – A. kategória – rozdelenie podľa veľkosti podniku (%).	28
<i>Graf 20</i> Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti procesnej inovácie – B. kategória – rozdelenie podľa veľkosti podniku (%).	28
<i>Graf 21</i> Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti organizačnej inovácie – C. kategória – rozdelenie podľa veľkosti podniku (%).	29
<i>Graf 22</i> Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti produktovej inovácie – B. kategória – rozdelenie podľa dominantných odvetví (%).	29
<i>Graf 23</i> Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti procesnej inovácie – A. kategória – rozdelenie podľa dominantných odvetví (%).	29
<i>Graf 24</i> Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti organizačnej inovácie – C. kategória – rozdelenie podľa dominantných odvetví (%).	30
<i>Graf 25</i> Realizácia konkrétnej formy produktovej inovácie v prípade, ak respondenti uviedli v A. kategórii kladnú odpoveď (%).	30
<i>Graf 26</i> Realizácia konkrétnej formy procesnej inovácie v prípade, ak respondenti uviedli v B. kategórii kladnú odpoveď (%).	31
<i>Graf 27</i> Realizácia konkrétnej formy organizačnej inovácie v prípade, ak respondenti uviedli v C. kategórii kladnú odpoveď (%).	32
<i>Graf 28</i> Vplyv produktovej inovácie na záujem o produkty/služby v zahraničí (%).	32
<i>Graf 29</i> Vplyv procesnej inovácie na záujem o produkty/služby v zahraničí (%).	33
<i>Graf 30</i> Vplyv organizačnej inovácie na záujem o produkty/služby v zahraničí (%).	33
<i>Graf 31</i> Podiel inovatívnych spoločností, ktoré zároveň realizovali exportné aktivity v sledovaných rokoch (%).	34
<i>Graf 32</i> Podiel spoločností, ktoré iba udržiavali stav alebo nemali inovačnú stratégiu, a ktoré realizovali aj exportné aktivity v sledovaných rokoch (%).	34
<i>Graf 33</i> Priemerný podiel príjmov pochádzajúcich z produktovej inovácie spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch.	35
<i>Graf 34</i> Spolupráca spoločností (respondentov) pri inovačnej aktivite s inými subjektmi (%).	37
<i>Graf 35</i> Spolupráca spoločností (respondentov) pri inovačnej aktivite v rámci výskumno-vývojového konzorcia (%).	38
<i>Graf 36</i> Pridaná hodnota vyplývajúca z inovačnej aktivity pre spoločnosť/odvetvie (% odpovedí „Áno“).	38

## Úvod

Export, ako aj inovácie v súčasnosti patria medzi tzv. „ťahúne“ ekonomického rozvoja. Toto zaradenie umožňuje skúmanie oboch kategórií z hľadiska ich celkového vplyvu na konkurencieschopnosť jednotlivých podnikateľských subjektov, ako aj z hľadiska existujúcich vzťahov medzi nimi. Zatiaľ čo export poskytuje subjektu najmä možnosť rozšírenia trhu a preberania skúseností zo zahraničia, inovácie zabezpečujú odlišnosť a novosť poskytovaných produktov, služieb, aplikovaných výrobných procesov alebo organizačných činností.

Od uvedenia myšlienok Posnera (1961) sa začali vedci prikláňať k pohľadu na vzájomný vzťah medzi týmito kategóriami, podľa ktorého technologické rozdiely a inovácie vedú najmä k obchodným tokom v rámci ekonomík. S inými predpokladmi pokrývajúcimi vzájomnú príčinnosť medzi inováciou a exportom prišli teórie obchodu (Krugman, 1979), výrobného cyklu (Vernon, 1966) a rastu (Grossman a Helpman, 1990). Ebling a Janz (1999) identifikovali ďalšiu úlohu inovácie – vysvetľovanie rozdielov vo vývozných aktivitách firiem. Kombinácia inovácií a exportu v procese tvorby novej hodnoty môže viesť k dosiahnutiu významnej úrovne produktivity firmy. V literatúre dnes existujú dve základné hypotézy o vzťahu medzi inováciou a exportom – vlastný výber a učenie sa exportovaním. Vlastný výber predstavuje vyvolanie záujmu podnikateľského subjektu o vývozné aktivity v prípade dostatočnej konkurencieschopnosti. Učenie sa exportovaním pokrýva vyvolanie záujmu o získavanie nových znalostí prostredníctvom vývozných aktivít. Tieto hypotézy a problematiku vzťahov medzi inováciami a exportom skúmali napr. Ebling a Janz (1999), Roper a Love (2002), Cassiman a Golovko (2007), Damijan *et al.* (2010), Palangkaraya (2012), Becker a Egger (2013) alebo Tuhin (2016).

Slovenská republika (SR) má dnes záujem o stimuláciu exportnej a inováčnej výkonnosti podnikateľských subjektov pôsobiacich na jej území, keďže táto aktivita môže viesť k rozvoju jej celej ekonomiky a dobiehaniu iných, ekonomicky výkonnejších krajín Európskej únie (EÚ). Pre správne nastavenie stimulačných opatrení potrebuje najprv identifikovať stav, v akom sa slovenské spoločnosti, ako aj zahraničné spoločnosti s pôsobením na Slovensku nachádzajú. Z tohto dôvodu je základnou podstatou predkladanej správy zhodnotenie aktuálnej exportnej a inováčnej výkonnosti podnikateľských subjektov pôsobiacich na území SR.

Správa vychádza z anonymného dotazníkového prieskumu, ktorý bol realizovaný v elektronickej podobe na celkovo 185 respondentoch počas obdobia od 11. februára do 25. marca 2019. Jej závery poskytujú ucelený prehľad o aktuálnom pro-exportnom a pro-inováčnom správaní sa v krajine.

## Špecifikácia prieskumu

Dotazníkový prieskum bol rozdelený do niekoľkých celkov, ktoré postupne popisali stav inovačnej a exportnej výkonnosti dopytovaných spoločností v časovom období 2015-2018.

V úvode prieskumu (blok A) mali spoločnosti identifikovať základné parametre podnikania, ktorými boli:

- právna forma (samostatne zárobkovo činná osoba, spoločnosť s ručením obmedzeným, akciová spoločnosť, komanditná spoločnosť, verejná obchodná spoločnosť, jednoduchá spoločnosť na akcie, iné)
- veľkosť (mikropodnik, malý podnik, stredný podnik, veľký podnik)
- odvetvová klasifikácia – odvetvové skupiny ekonomiky podľa Štatistickej klasifikácie ekonomických činností SK NACE Rev. 2
- materská spoločnosť v zahraničí (existencia, lokalita)
- dcérske spoločnosti v SR i v zahraničí (existencia, lokalita)

Keďže v úvodnej časti sa nachádzali hlavne otázky, ktoré skôr popisovali dopytované spoločnosti, ale netvorili podstatu nášho prieskumu, výsledky z nich uvádzame v krátkosti na úvod správy a následne pri konkrétnych špecifikáciách výsledkov pri ostatných blokoch.

Nasledovali otázky o obchodných činnostiach spoločností (blok B), zamerané na témy:

- výroba produktu alebo poskytovanie služby v sledovaných rokoch
- export (realizácia, % tržieb, podiel high-tech, cieľové krajiny/regióny a ich počet, počet rokov realizácie, bariéry)
- import (realizácia)

Blok C obsahoval jedinú otázku venovanú využívaniu pokročilých technológií v podniku, ako sú počítačové technológie, technológie automatizovaného spracovania materiálov, technológie integrácie a riadenia, biotechnológie/bioprodukty, nanotechnológie a zelené technológie. V prípade využívania iných, vopred nešpecifikovaných pokročilých technológií mali respondenti možnosť ich doplniť.

Ďalšie dva bloky sa venovali stratégiám spoločností v oblasti inovácií ako zdroja globálnej konkurencieschopnosti. Najprv spoločnosti definovali svoje strategické zameranie v súvislosti s výrobou produktov alebo služieb, procesnými, obchodnými a marketingovými činnosťami a organizačnými a riadiacimi postupmi (blok D). Mohlo ísť o zameriavanie sa na udržiavanie a optimalizáciu súčasného stavu, inováciu súčasného stavu alebo nedefinovanú stratégiu v oblasti.

V prípade zamerania na inováciu v týchto oblastiach v sledovaných rokoch mali respondenti možnosť zodpovedať otázky, špecifikujúce inováciu (blok E). Išlo najmä o otázky popisujúce:

- formu inovácie
- vplyv inovácie na záujem o produkty/služby v zahraničí
- príjmy z inovácie (primárny efekt príjmov bol zisťovaný iba pri produktovej inovácii)
- celkové výdavky na inováciu
- personálne zabezpečenie tvorby inovácie
- spoluprácu pri tvorbe inovácie s inými subjektmi, resp. v rámci výskumno-vývojového konzorcia
- pridanú hodnotu vyplývajúcu z inovácie

Výsledky analýzy odpovedí o inováčnej výkonnosti sa nachádzajú v poslednej časti správy. Dôvodom je potreba nadväznosti tém a kompaktnosť správy.

Jednou z najdôležitejších častí v rámci prieskumu bol blok F, popisujúci využívanie nástrojov podpory exportu, ktoré boli dostupné pre podnikateľské subjekty aspoň v jednom roku zo sledovaného obdobia 2015-2018. Podporné nástroje boli špecifikované za všetky inštitúcie a organizácie v SR, ktoré sa takejto podpore venujú. Blok obsahoval aj možnosť špecifikácie nevyužívania/nespokojnosti s konkrétnymi nástrojmi a spokojnosti so spolupracou s inštitúciami a organizáciami na podporu exportu, možnosťami podpory a celkovými službami zo strany štátu. Výsledky z tohto bloku sú v správe prezentované pred výsledkami z bloku o inováčnej výkonnosti.

Prieskum uzavreli otázky o čase a počte osôb potrebnom na vyplnenie dotazníka a prípadné komentáre, z ktorých výber uvádzame v časti venovanej pro-exportným nástrojom.



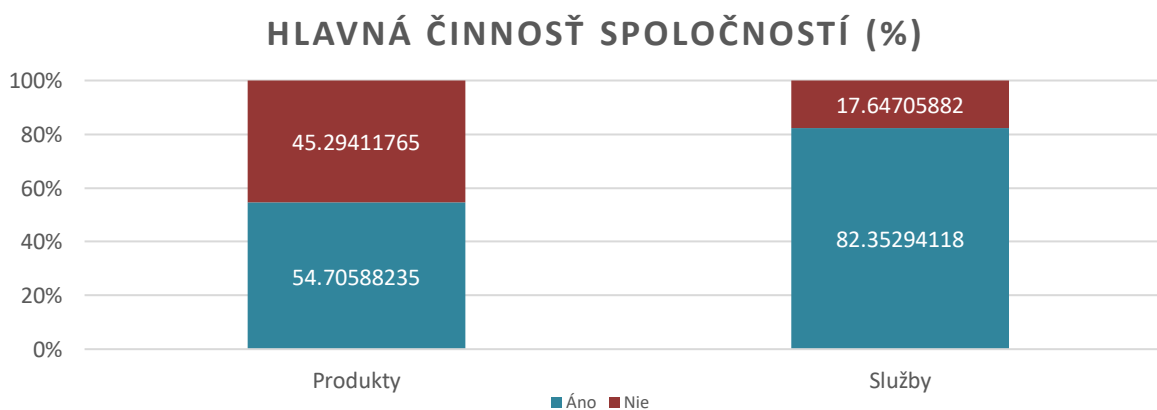
## Výsledky prieskumu

Prieskum, ktorého výsledky poskytujú základné informácie o vplyve inovácií na exportnú výkonnosť podnikateľských subjektov pôsobiacich na Slovensku a využívaní pro-exportných nástrojov, vychádzal z počiatočnej vzorky 185 respondentov.

### 1. Bloky A a B: Špecifikácia spoločností a ich obchodných činností

V úvodnej časti prieskumu respondenti špecifikovali podnikateľské subjekty, v ktorých pôsobia, a ich obchodné činnosti. Základným pojmom sa stal *podnik*, ktorým je každý ekonomický subjekt, ktorý vykonáva hospodársku činnosť bez ohľadu na jeho právnu formu. Podnik vyrába produkty a služby, ponúka ich na trhu produktov a služieb. Za *produkt* považujeme hmotný ekonomický statok, ktorý pochádza z výroby a je poskytovaný na trhu. Výrobu produktu zastupuje druhý sektor národného hospodárstva. *Služba* je nehmotným ekonomickým statkom, ktorým ľudia uspokojujú svoje potreby v momente poskytnutia na trhu. Poskytovanie služieb zastupuje tretí sektor národného hospodárstva.

Z celkovo 170 respondentov, ktorí sa vyjadrili k otázke o hlavnej činnosti spoločnosti<sup>1</sup>, 54,71 % uviedlo odpoveď „Áno“ v prípade výroby produktov a až 82,35 % rovnakú odpoveď v prípade poskytovania služieb (viď. Graf 1). Z uvedeného vyplýva významná orientácia vybranej vzorky respondentov na poskytovanie služieb. Medzi najdominantnejšie odvetvia podľa SK NACE Rev. 2 (Štatistický úrad SR, 2019), v ktorých spoločnosti zo vzorky pôsobia, patria *Priemyselná výroba* (33 % respondentov), *Informácie a komunikácia* (14 %) a *Odborné, vedecké a technické činnosti* (8 %). Ďalšie odvetvia (45 %) v tejto správe označujeme sumárne *Ostatné odvetvia*. S uvedenými odvetviami pracujeme aj v ďalších častiach pri špecifikácii jednotlivých sledovaných oblastí prieskumu.



Graf 1 Hlavná činnosť spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%).  
Zdroj: vlastné spracovanie

<sup>1</sup> Spoločnosti mohli naraz tvoriť produkty aj poskytovať služby.

Dominantnou právnou formou, pod ktorou spoločnosti vo vzorke vykonávali svoju činnosť v sledovanom období, bola *Spoločnosť s ručením obmedzeným – s.r.o.* (69 % respondentov), nasledovaná *Akciovou spoločnosťou – a.s.* (17 %) a *Samostatne zárobkovo činnou osobou – SZČO* (10 %). Ostatné formy (*Verejná obchodná spoločnosť, Združenie podnikateľských osôb, Komanditná spoločnosť a Jednoduchá spoločnosť na akcie*) dosiahli v prieskume zanedbateľné výsledky (každá okolo 1 %), preto ich v ďalších častiach správy neuvádzame.

Medzi dôležité rozdelenia vzorky v prieskume patrí aj veľkosť podniku. EC (2019) definuje *Mikropodnik* ako podnikateľský subjekt, ktorý zamestnáva menej ako 10 osôb a ktorého ročný obrat a/alebo celková ročná súvaha nepresahuje 2 mil. €. *Malý podnik* zamestnáva 10-49 osôb a jeho ročný obrat a/alebo celková ročná súvaha dosahuje hodnotu v rozmedzí 2-10 mil. €. *Stredný podnik* zamestnáva 50-249 osôb a jeho ročný obrat dosahuje hodnotu v rozmedzí 10-50 mil. €, a/alebo celková ročná súvaha dosahuje hodnotu v rozmedzí 10-43 mil. €. *Veľký podnik* zamestnáva 250 a viac osôb a jeho ročný obrat dosahuje minimálne 50 mil. € a/alebo celková ročná súvaha dosahuje minimálne 43 mil. €.

Z hľadiska vzorky prieskumu je približne polovica spoločností definovaná ako *mikropodnik*, 20 % *veľký podnik* a zhodne po 15 % *stredný podnik* a *malý podnik*.

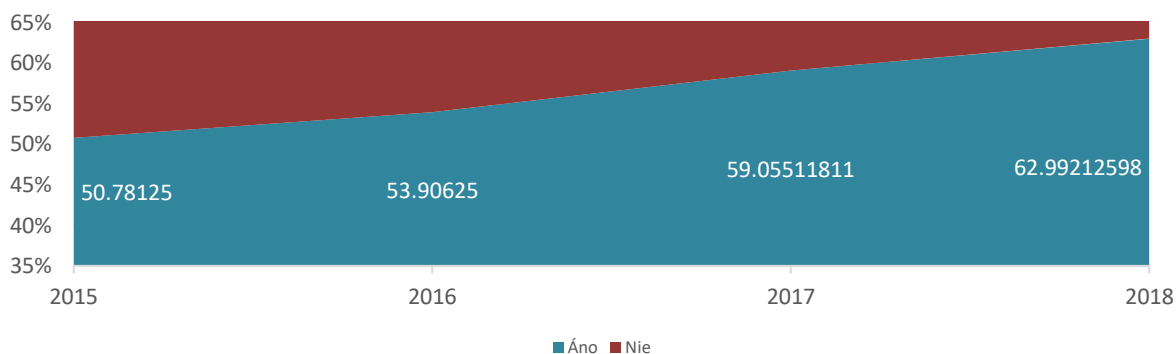
Čo sa týka vlastníctva spoločností vo vzorke, iba približne 22 % respondentov uviedlo že v sledovanom období bola ich spoločnosť dcérskou spoločnosťou zahraničnej spoločnosti. Z tohto výberu má 76 % spoločností vlastníka pochádzajúceho z EÚ, 8 percent z Číny, zhodne po 5 % z Južnej Kórey a USA a zhodne po 3 % zo Švajčiarska a Japonska.

Naopak, až približne 78 % respondentov uviedlo, že ich spoločnosť je materskou spoločnosťou. Z tohto výberu má 27 % dcérsku spoločnosť na Slovensku, 24 % v iných krajinách EÚ, 9 % v Číne, 8 % v USA, 7 % v Rusku, 6 % vo Veľkej Británii a zhodne po 3 % v Japonsku, Južnej Kórei a na Ukrajine. Ostatné krajiny zaznamenali zanedbateľné výsledky pri tejto otázke (každá iba približne 1 %).

## **Exportná výkonnosť**

Samotná analýza exportnej výkonnosti spoločností pôsobiacich na Slovensku je založená na pomere spoločností, ktoré vyvážali produkty alebo poskytovali služby v zahraničí, na všetkých spoločnostiach v sledovanom období. Na vzorke 128-129 respondentov (v závislosti od konkrétneho roku) môžeme vnímať rastúci trend záujmu o exportné aktivity (viď. Graf 2). Zatiaľ čo v roku 2015 sa približne polovica všetkých dopytovaných spoločností (50,78 %) venovala exportu, v roku 2018 už išlo o celkovo 62,99 % spoločností.

## VÝVOZ PRODUKTOV ALEBO POSKYTOVANIE SLUŽIEB MIMO SR (%)

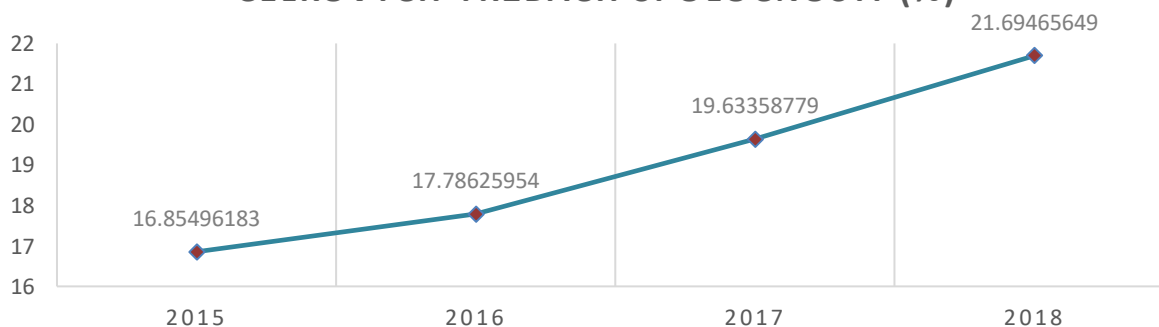


Graf 2 Záujem o export zo strany spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Vývozné aktivity sú podľa našich výsledkov vhodnejšie skôr pre väčšie podniky. V roku 2018 sa približne 57 % *mikropodnikov* nevenovalo exportu. Naopak, až 81 % *veľkých podnikov* uviedlo, že sa v tomto roku venovalo vývozným aktivitám. Podobné výsledky nastali aj pri predchádzajúcich sledovaných rokoch. Z hľadiska právnej formy sa *s.r.o.* aj *a.s.* prikláňali k exportu (62 %, resp. 81 % uviedlo odpoveď „Áno“). V prípade *SZČO* išlo o vyrovnanú bilanciu.

Čo sa týka odvetvovej štruktúry, z troch najdominantnejších odvetví v našom prieskume sa vývoznými aktivitami v roku 2018 zaoberali spoločnosti z odvetví *Priemyselná výroba* (86 % uviedlo odpoveď „Áno“) a *Odborné, vedecké a technické činnosti* (58 %). Naopak, podniky z odvetvia *Informácie a komunikácia* (52 % uviedlo odpoveď „Nie“) sa skôr zaoberali výrobou tovarov alebo poskytovaním služieb pre domáci trh. V prípade *Ostatných odvetví* sa približne 53 % spoločností zaoberalo v roku 2018 vývoznými aktivitami.

## PRIEMERNÝ PODIEL TRŽIEB Z VÝVOZU NA CELKOVÝCH TRŽBÁCH SPOLOČNOSTÍ (%)



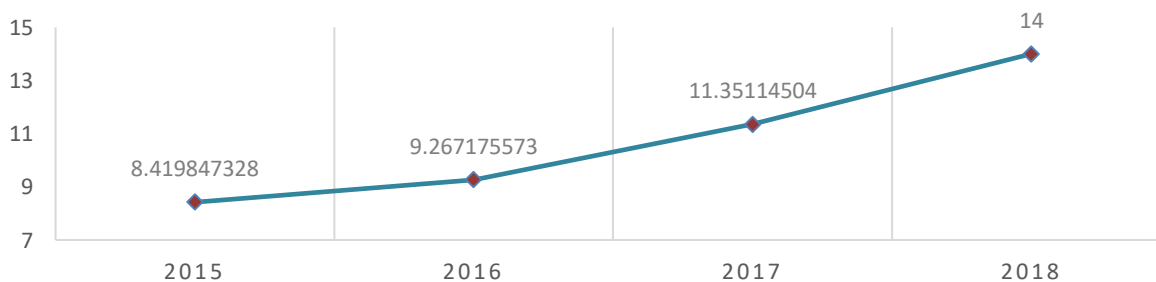
Graf 3 Priemerný podiel tržieb exportu na celkových tržbách spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Medziročne rástol aj priemerný podiel tržieb, vyplývajúcich z exportu, na celkových tržbách všetkých dopytovaných spoločností v sledovaných rokoch. Ako je vidieť na Grafe 3, priemerný podiel tržieb bol v roku 2015 na úrovni len 16,85 % (z celkovo 131 respondentov), kým o tri roky neskôr prekročil 20-percentnú hranicu (21,69 %). Z hľadiska špecifikácií podnikov mali v roku 2018 vysoký podiel tržieb pochádzajúcich z exportu predovšetkým menšie podniky formy *s.r.o.*, pôsobiace vo výrobe alebo odborných činnostiach.

V tejto časti musíme uviesť, že Slovensko je naďalej považované za krajinu významne orientovanú na produkciu a export produktov s nižšou pridanou hodnotou a technologickou komplikovanosťou. Naopak, v menšej miere sa venuje *high-tech exportu*, ktorý UN (2019) definuje ako export produktov, ktorých výroba vychádza z vysokej intenzity výskumu a vývoja. Ide najmä o letecké a vesmírne technológie, počítače, informačno-komunikačné technológie, farmaceutické prípravky a chemické látky, vedecké prístroje, elektroniku a neelektrické stroje, zbrojárstvo a iné.

V ďalšej otázke sme sa pýtali celkovo 131 respondentov na špecifikáciu podielu *high-tech exportu* na celkovom exporte spoločností v sledovanom období (viď Graf 4). Keďže sa podiel v našom prieskume za obdobie rokov 2015-2018 skoro zdvojnásobil (2015 – 8,42 %; 2018 – 14 %), môžeme konštatovať, že technologická úroveň produktov vyvázaných zo Slovenska sa zlepšuje. Aj v tejto položke opäť dominovali menšie podniky formy *s.r.o.*, avšak pôsobiace skôr v odborných, inštrumentálnych a komunikačných odvetviach.

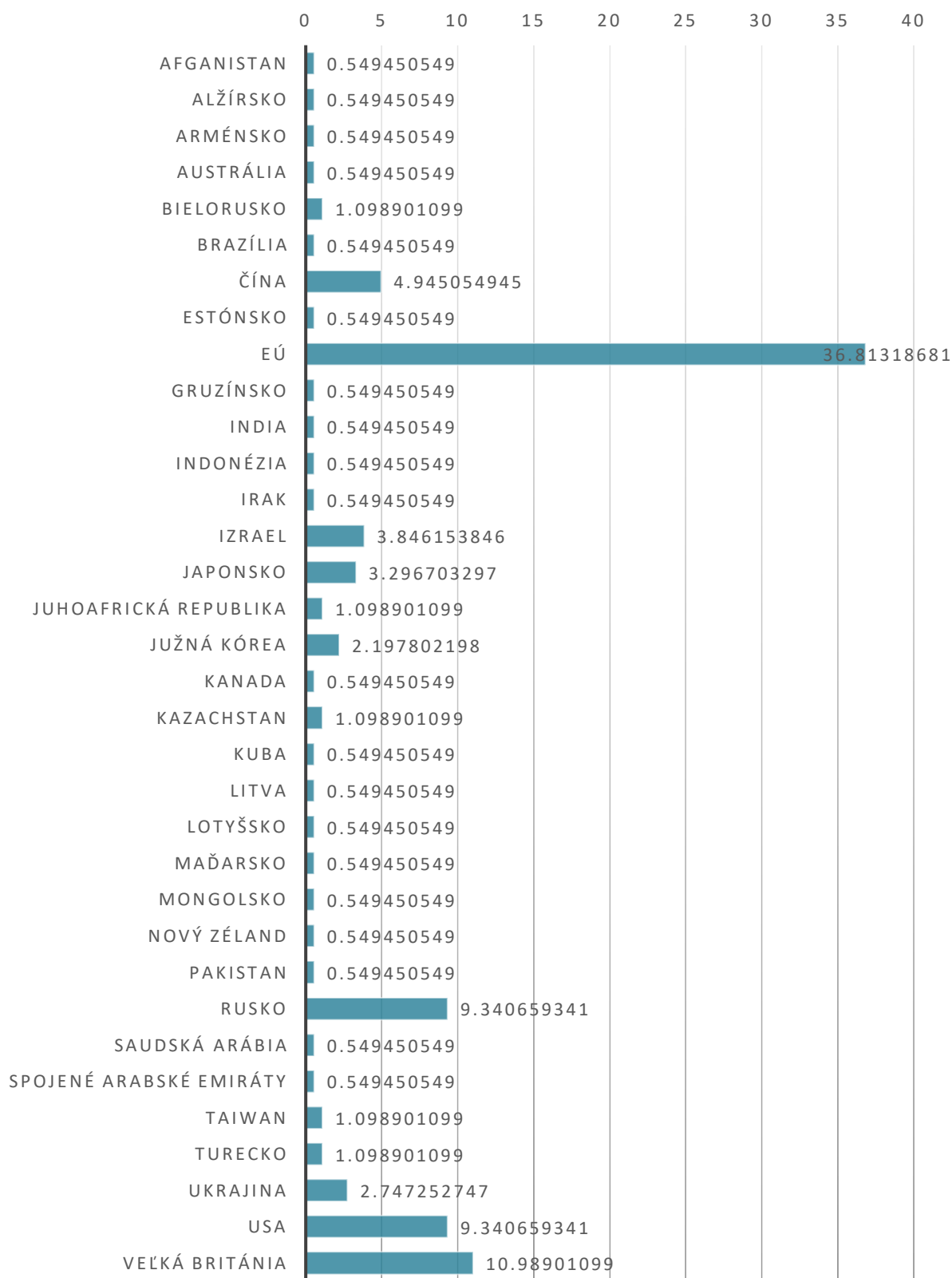
#### PRIEMERNÝ PODIEL HIGH-TECH EXPORTU NA CELKOVOM VÝVOZE SPOLOČNOSTÍ (%)



Graf 4 Priemerný podiel *high-tech exportu* na celkovom vývoze spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). Zdroj: vlastné spracovanie

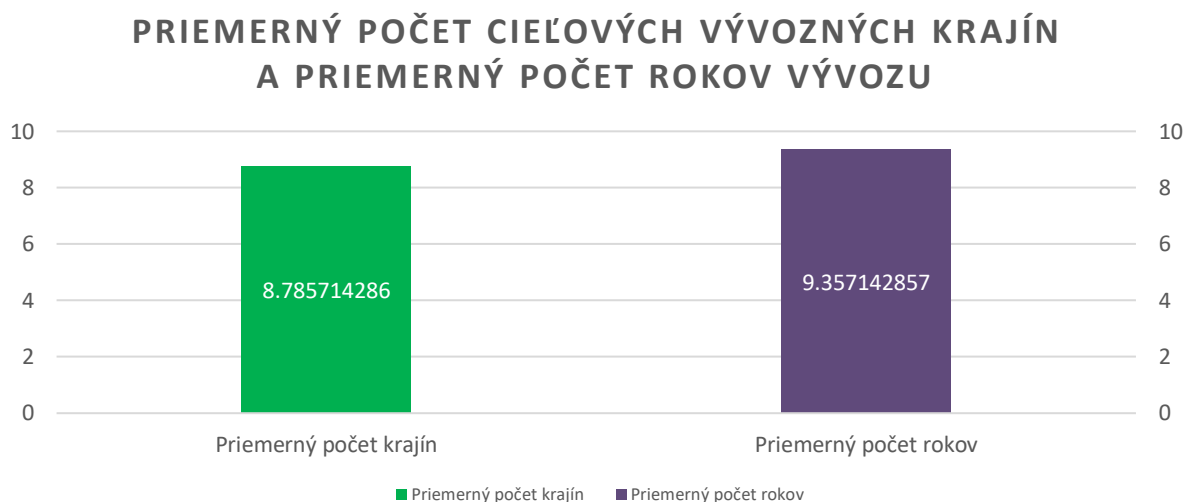
Čo sa týka cieľových destinácií, kam 79 odpovedajúcich respondentov vyvážalo svoje produkty, resp. poskytovalo služby v sledovaných rokoch (viď Graf 5), dominovali krajiny EÚ (36,81 % z 182 destinácií). Medzi ďalšie výrazné destinácie patria Veľká Británia (10,99 %), Rusko a USA (zhodne 9,34 %), Čína (4,95 %), Izrael (3,85 %) a Japonsko (3,30 %).

## CIEĽOVÉ VÝVOZNÉ REGIÓNY/KRAJINY (%)



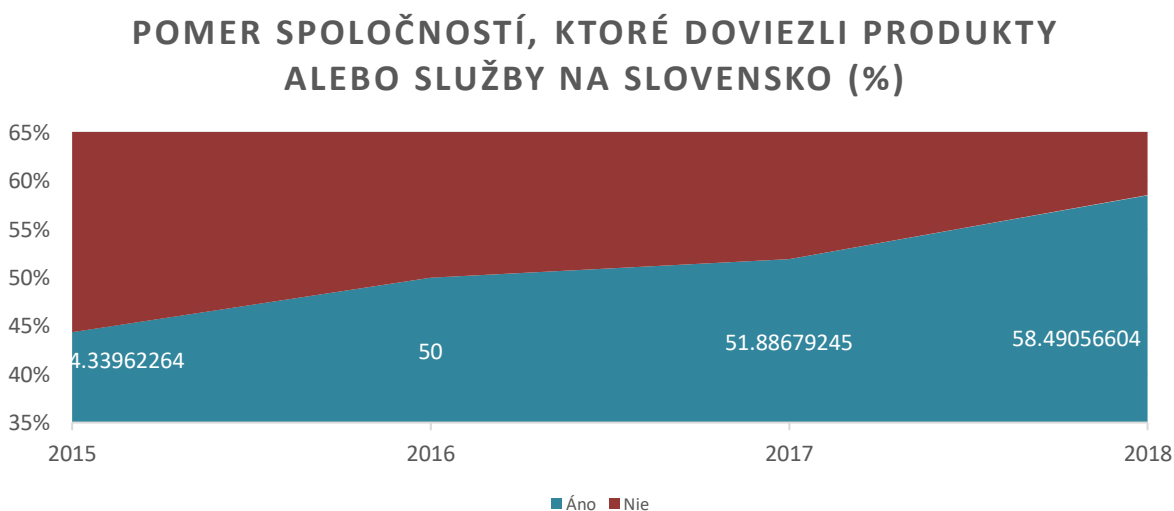
Graf 5 Podiel jednotlivých cieľových vývozných regiónov/krajín na vzorke v prípade spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 6 navyše poukazuje na fakt, že ak sa slovenská spoločnosť (vzorka 125 respondentov) venuje vývozu, v priemere vyváža do viac ako osem krajín a venuje sa aktivite viac ako deväť rokov.



Graf 6 Priemerný počet cieľových vývozných krajín a priemerný počet rokov vývozu spoločností. Zdroj: vlastné spracovanie

Poslednou sledovanou oblasťou v tejto časti prieskumu je záujem o dovoz produktov alebo služieb na Slovensko v sledovanom období 2015-2018 (viď Graf 7), ktorý môže viesť k tvorbe vzťahov a učeni sa zo zahraničia, a neskôr k rastu inovačnej a exportnej výkonnosti. Podobne ako pri iných predchádzajúcich otázkach, aj v tomto prípade je možné sledovať rastový trend. Kým v roku 2015 len 44,34 % z 106 respondentov uviedlo odpoveď „Áno“, v roku 2018 to už bolo celkovo 58,49 %.



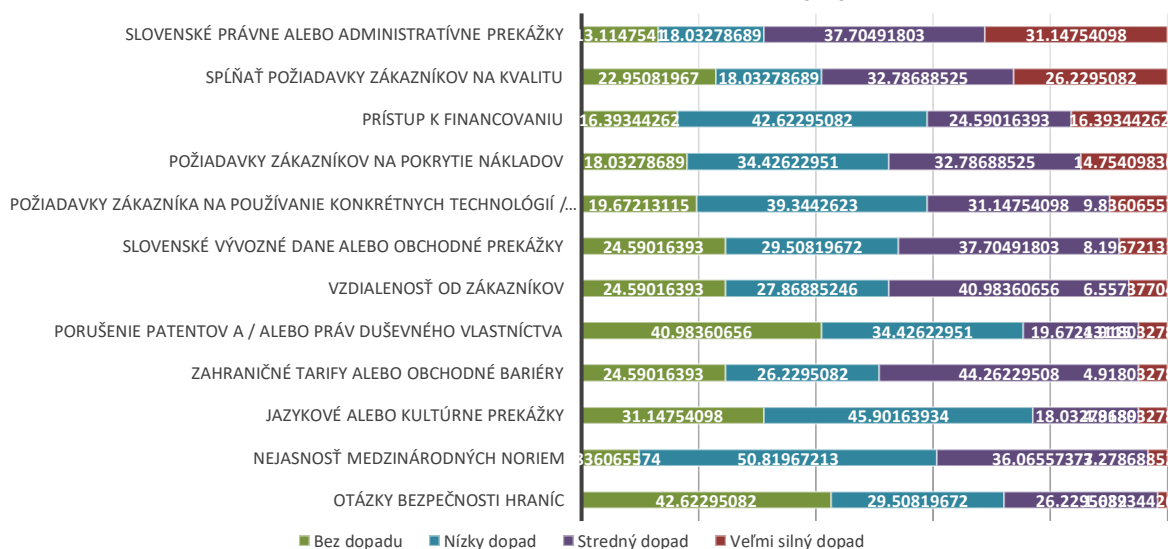
Graf 7 Podiel spoločností, ktoré realizovali dovozné aktivity na spoločnostiach (respondentoch) v sledovanom období 2015-2018 (%). Zdroj: vlastné spracovanie

## Bariéry pri vývoze

Slabšia konkurencieschopnosť podnikateľského subjektu nemusí byť jediným dôvodom jeho nižšieho vývozného objemu. Aj keď subjekt môže byť vysoko konkurencieschopný, požiadavky na kvalitu alebo konkrétne technológie v zahraničí mu môžu brániť v zabezpečovaní žiadanej ponuky na týchto trhoch. Ďalšími významnými bariérami exportu môžu byť odlišná legislatíva, vysoké náklady, jazykové a kultúrne prekážky a iné.

V rámci bloku B prieskumu sme sa venovali aj problematike bariér vývozu. Zo vzorky 61 respondentov, ktorí odpovedali na otázku o dôležitosti bariér, až 31,15 % uviedlo ako najhoršiu bariéru „Slovenské právne alebo administratívne prekážky“. Ďalšími veľmi vplyvnými bariérami sú „Splňať požiadavky zákazníkov na kvalitu“ (26,23 %) a „Prístup k financovaniu“ (16,39 %). Naopak, 42,62 % respondentov nevnímajú vplyv bariéry „Otázky bezpečnosti hraníc“. Položka mala taktiež iba 1,64 % odpovedí v kategórii veľmi silný dopad. Bez dopadu sú aj „Porušenie patentov a/alebo práv duševného vlastníctva“ (40,98 %) či „Jazykové alebo kultúrne prekážky“ (31,15 %). Nízky dopad majú najmä „Nejasnosť medzinárodných noriem“ (50,82 %), „Jazykové alebo kultúrne prekážky“ (31,15 %) a „Prístup k financovaniu“ (42,62 %) a stredný dopad „Zahraničné tarify alebo obchodné bariéry“ (44,26 %), „Vzdialenosť od zákazníkov“ (40,98 %), „Slovenské právne alebo administratívne prekážky“ a „Slovenské vývozné dane alebo obchodné prekážky“ (zhodne 37,70 %).

### DÔLEŽITOSŤ BARIÉR EXPORTU (%)



Graf 8 Dôležitosť bariér exportu (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Dôvodom pre uvedené výsledky môže byť súčasná lokalizácia SR v EÚ a Schengenskom priestore, ktorá zjednodušuje vývoznú aktivitu slovenských spoločností na európskom kontinente.

Tento fakt potvrdzuje aj položka „Zahraničné tarify alebo obchodné bariéry“, ktorá taktiež nepatrí medzi bariéry s najsilnejším dopadom. V tomto ohľade je zaujímavá aj analýza bariér podľa veľkosti subjektu. Veľmi silnými bariérami sú predovšetkým (v zátvorke uvedený podiel respondentov z veľkostnej skupiny uvádzajúcich danú odpoveď):

- „Slovenské právne alebo administratívne prekážky“ (33 %), „Prístup k financovaniu“ (29 %) a „Splňať požiadavky zákazníkov na kvalitu“ (23 %) pre *mikropodniky*
- „Slovenské právne alebo administratívne prekážky“ (36 %), „Požiadavky zákazníkov na pokrytie nákladov“ (14 %) a „Splňať požiadavky zákazníkov na kvalitu“ (14 %) pre *malé podniky*
- „Slovenské právne alebo administratívne prekážky“ (27 %), „Slovenské vývozné dane alebo obchodné prekážky“ (27 %) a „Splňať požiadavky zákazníkov na kvalitu“ (27 %) pre *stredné podniky*
- „Splňať požiadavky zákazníkov na kvalitu“ (40 %), „Požiadavky zákazníkov na pokrytie nákladov“ (20 %) a „Slovenské právne alebo administratívne prekážky“ (20 %) pre *veľké podniky*

Z uvedeného vyplýva, že pre podnikateľské subjekty menšej veľkosti je najhoršou bariérou nastavenie slovenskej legislatívy, zatiaľ čo väčšie subjekty sa musia prispôbovať predovšetkým potrebám svojich zákazníkov. Čo sa týka vzťahu medzi bariérami a počtom krajín, do ktorých spoločnosti vyvážajú, resp. počtom rokov, v ktorých sa venujú exportu, najvýznamnejší exportéri uvádzajú skôr silný až veľmi silný dopad všetkých menovaných bariér. Pri menej významných exportéroch je pocit z bariér premenlivý, avšak spoločnosti s iba jednou cieľovou krajinou a krátkym obdobím venovaným vývozným aktivitám (do 2 rokov), sa prikláňajú skôr k nižšiemu dopadu. Z odvetvového hľadiska sú veľmi silnými bariérami najmä (v zátvorke uvedený podiel respondentov z odvetvovej skupiny uvádzajúcich danú odpoveď):

- „Splňať požiadavky zákazníkov na kvalitu“ (38 %), „Slovenské právne alebo administratívne prekážky“ (31 %) a „Požiadavky zákazníkov na pokrytie nákladov“ (27 %) pre odvetvie *Priemyselnej výroby*
- „Slovenské právne alebo administratívne prekážky“ (29 %), „Prístup k financovaniu“ (29 %) a „Splňať požiadavky zákazníkov na kvalitu“ (14 %) pre odvetvie *Informácií a komunikácie*
- „Slovenské právne alebo administratívne prekážky“ (33 %), „Prístup k financovaniu“ (33 %) a „Splňať požiadavky zákazníkov na kvalitu“ (17 %) pre odvetvie *Odborných, vedeckých a technických činností*

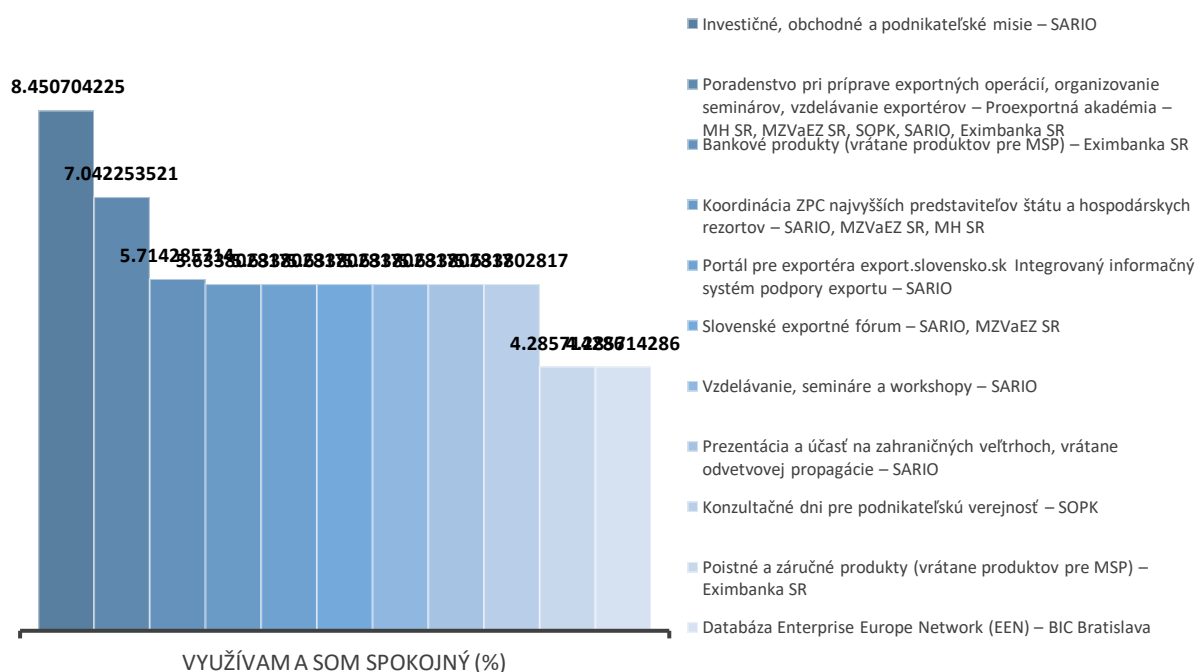


## 2. Blok F: Využívanie pro-exportných podporných nástrojov

Ústredne orgány štátnej správy, ostatné orgány štátnej správy a ďalšie podporné inštitúcie<sup>2</sup> poskytovali v sledovaných rokoch 2015-2018 špecifické nástroje na podporu exportnej výkonnosti podnikateľských subjektov. V prieskume nás zaujímalo, ako respondenti tieto nástroje využívajú a hodnotia. Hoci súbor príslušných otázok bol uvedený až v závere prieskumu v bloku F, výsledky z tohto bloku uvádzame pre dodržanie koncepcie správy ešte pred časťou venovanou inovačnej výkonnosti subjektov.

Príslušná otázka bola založená na hodnotení jednotlivých podporných nástrojov<sup>3</sup>. Respondenti (celkovo 70-71 v závislosti od konkrétnych nástrojov) mohli uviesť, či nástroj: *A. Využívajú a sú s ním spokojní, B. Využívajú, ale nie sú s ním úplne spokojní, C. Nevyužívajú, ale mali by záujem o využitie alebo D. Nevyužívajú a nemajú záujem o jeho využitie.* Pre jednoduchšiu a prehľadnejšiu interpretáciu výsledkov vyberáme pre každú kategóriu vždy 11 nástrojov z celkovo 37, ktoré dosiahli v jednotlivých kategóriách najviac percent odpovedí. Pri týchto nástrojoch následne špecifikujeme ďalšie podrobnosti.

### VYUŽÍVANIE PRO-EXPORTNÝCH NÁSTROJOV - ODPOVEĎ "VYUŽÍVAM A SOM SPOKOJNÝ" (%)



Graf 9 Využívanie pro-exportných nástrojov – odpoveď A. Využívam a som spokojný (%).  
Zdroj: vlastné spracovanie

<sup>2</sup> Inštitúcie sú v abecednom poradí špecifikované v Tabuľke 5 v prílohách.

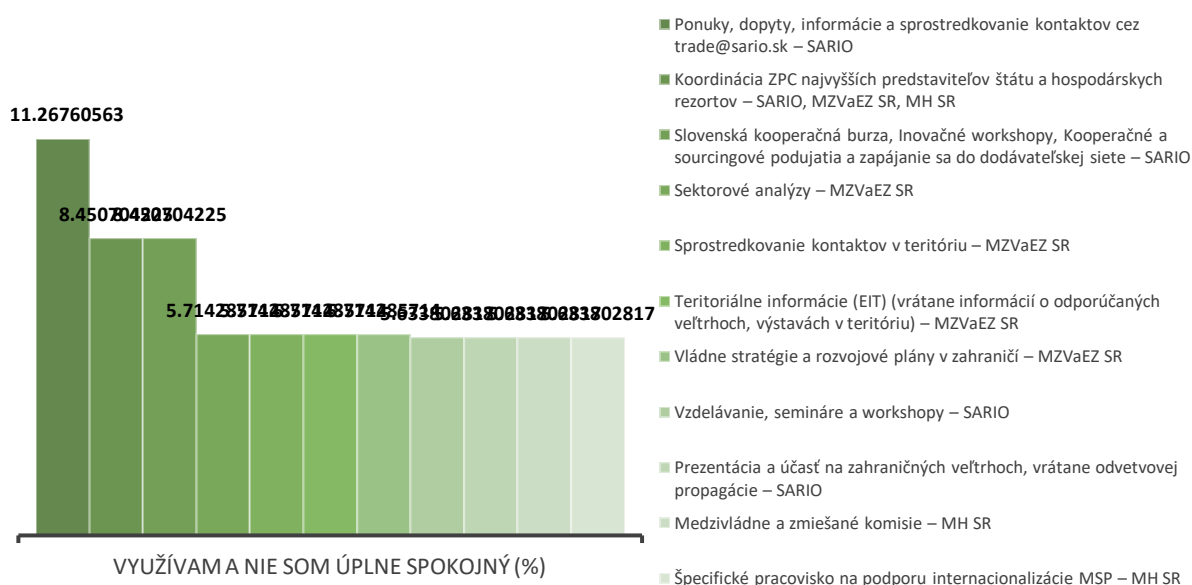
<sup>3</sup> Nástroje sú v poradí, v akom boli prezentované v prieskume, špecifikované v Tabuľke 6 v prílohách.

Výsledky z *A. kategórie nástrojov*, ktoré spoločnosti využívajú a sú s nimi spokojné, sú zobrazené na Grafe 9. Ako je možné sledovať, ani jeden z nástrojov nepresiahol 10-percentnú hranicu maximálnej spokojnosti. Za najúspešnejšie pro-exportné opatrenie sa dá považovať nástroj „Investičné, obchodné a podnikateľské misie – SARIO“ (8,45 %), nasledovaný nástrojmi „Poradenstvo pri príprave exportných operácií, organizovania seminárov, vzdelávanie exportérov – Proexportná akadémia – MH SR, MZVaEZ SR, SOPK, SARIO, Eximbanka SR“ (7,04 %) a „Bankové produkty (vrátane produktov pre MSP) – Eximbanka SR“ (5,71 %). Podľa veľkosti podniku bolo využívanie a spokojnosť najmä pri nástrojoch (v zátvorke uvedený podiel respondentov z veľkostnej skupiny uvádzajúcich danú odpoveď):

- „Investičné, obchodné a podnikateľské misie – SARIO“ (9 %), „Vzdelávanie, semináre a workshopy – SARIO“ (6 %) a „Prezentácia a účasť na zahraničných veľtrhoch, vrátane odvetvovej propagácie – SARIO“ (6 %) pre *mikropodniky*
- „Slovenské exportné fórum – SARIO, MZVaEZ SR“ (15 %), „Bankové produkty (vrátane produktov pre MSP) – Eximbanka SR“ (15 %) a „Koordínácia ZPC najvyšších predstaviteľov štátu a hospodárskych rezortov – SARIO, MZVaEZ SR, MH SR“ (8 %) pre *malé podniky*
- „Poradenstvo pri príprave exportných operácií, organizovanie seminárov, vzdelávanie exportérov – Proexportná akadémia – MH SR, MZVaEZ SR, SOPK, SARIO, Eximbanka SR“ (22 %), „Sprostredkovanie kontaktov v teritóriu – MZVaEZ SR“ (13 %) a „Teritoriálne informácie (EIT) (vrátane informácií o odporúčaných veľtrhoch, výstavách v teritóriu) – MZVaEZ SR“ (13 %) pre *stredné podniky*
- „Portál pre exportéra export.slovensko.sk Integrovaný informačný systém podpory exportu – SARIO“ (20 %), „Investičné, obchodné a podnikateľské misie – SARIO“ (13 %) a „Koordínácia ZPC najvyšších predstaviteľov štátu a hospodárskych rezortov – SARIO, MZVaEZ SR, MH SR“ (13 %) pre *veľké podniky*

*B. kategóriu* tvoria nástroje, ktoré spoločnosti využívajú, ale nie sú s nimi úplne spokojné (viď Graf 10). Pre zabezpečenie ich oblúbenosti v budúcnosti je potrebné aplikovať zmeny. Iba jeden nástroj prekročil 10-percentnú hranicu – „Ponuky, dopyty, informácie a sprostredkovanie kontaktov cez trade@sario.sk – SARIO“ (11,27 % respondentov). Väčší záujem bol aj o nástroje „Koordínácia ZPC najvyšších predstaviteľov štátu a hospodárskych rezortov – SARIO, MZVaEZ SR, MH SR“ a „Slovenská kooperačná burza, Inovačné workshopy, Kooperačné a sourcingové podujatia a zapájanie sa do dodávateľskej siete – SARIO“ (oba zhodne 8,45 %).

## VYUŽÍVANIE PRO-EXPORTNÝCH NÁSTROJOV - ODPOVEĎ "VYUŽÍVAM A NIE SOM ÚPLNE SPOKOJNÝ" (%)



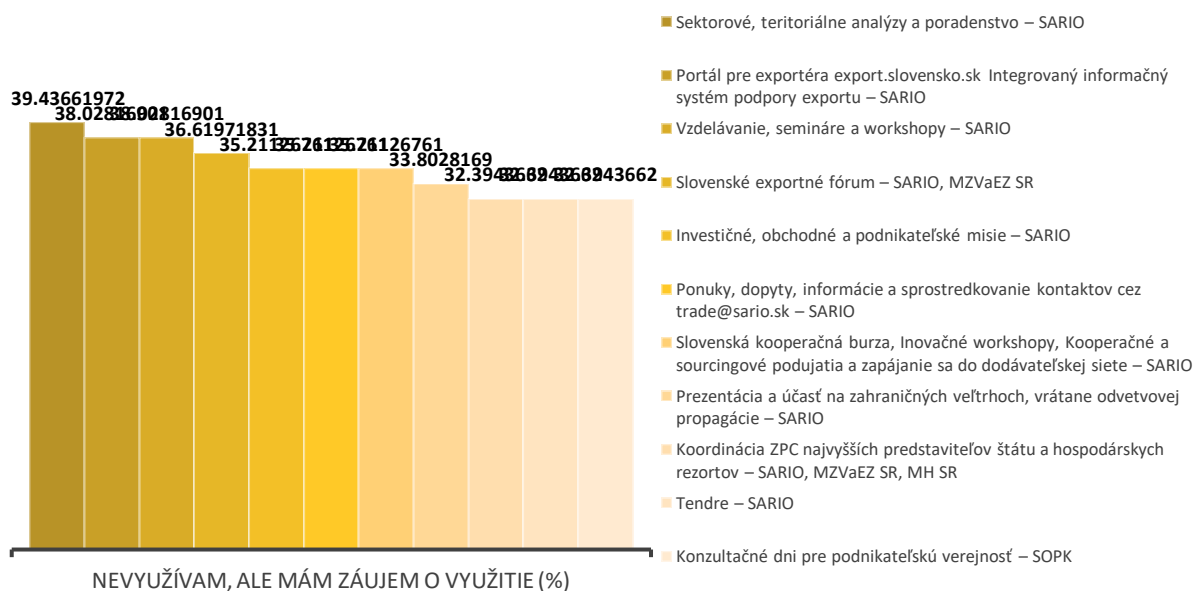
Graf 10 Využívanie pro-exportných nástrojov – odpoveď B. Využívam a nie som úplne spokojný (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Veľkosť podniku mala vplyv na výsledky najmä pri týchto nástrojoch, ktoré respondenti využívali, ale neboli s nimi úplne spokojní:

- „Sektorové analýzy – MZVaEZ SR“ (9 %), „Vládne stratégie a rozvojové plány v zahraničí – MZVaEZ SR“ (9 %) a „Ponuky, dopyty, informácie a sprostredkovanie kontaktov cez trade@sario.sk – SARIO (6 %)“ pre *mikropodniky*
- „Ponuky, dopyty, informácie a sprostredkovanie kontaktov cez trade@sario.sk (23 %) – SARIO“, „Slovenská kooperačná burza, Inovačné workshopy, Kooperačné a sourcingové podujatia a zapájanie sa do dodávateľskej siete – SARIO“ (23 %) a „Vzdelávanie, semináre a workshopy – SARIO“ (15 %) pre *malé podniky*
- „Investičné, obchodné a podnikateľské misie – SARIO“ (22 %), „Koordinácia ZPC najvyšších predstaviteľov štátu a hospodárskych rezortov – SARIO, MZVaEZ SR, MH SR“ (22 %) a „Ponuky, dopyty, informácie a sprostredkovanie kontaktov cez trade@sario.sk – SARIO“ (22 %) pre *stredné podniky*
- „Koordinácia ZPC najvyšších predstaviteľov štátu a hospodárskych rezortov – SARIO, MZVaEZ SR, MH SR“ (13 %), „Investičné, obchodné a podnikateľské misie – SARIO“ (7 %) a „Ponuky, dopyty, informácie a sprostredkovanie kontaktov cez trade@sario.sk – SARIO“ (7 %) pre *velké podniky*

Nástroje, ktoré spoločnosti v sledovanom období skôr nevyužívali, ale mali by o ne záujem, sa nachádzajú v *C. kategórii*. Tieto nástroje majú veľký potenciál na budúce využívanie, keďže môže ísť o novšie, málo známe alebo nedostatočne prezentované opatrenia. Ak sa pozrieme na výsledky (viď Graf 11), všetkých prvých 11 nástrojov prekročilo 30-percentnú úroveň záujmu v prípade odpovede, prislúchajúcej tejto skupine. Najviac respondentov sa priklonilo k nástroju „Sektorové, teritoriálne analýzy a poradenstvo – SARIO“ (39,44 % respondentov). Okrem toho zhodne 38,03 % respondentov nevyužívalo, ale malo záujem o využitie nástrojov „Portál pre exportéra export.slovensko.sk – Integrovaný informačný systém podpory exportu – SARIO“ a „Vzdelávanie, semináre a workshopy – SARIO“.

### VYUŽÍVANIE PRO-EXPORTNÝCH NÁSTROJOV - ODPOVEĎ "NEVYUŽÍVAM, ALE MÁM ZÁUJEM O VYUŽITIE" (%)



Graf 11 Využívanie pro-exportných nástrojov – odpoveď *C. Nevyužívam, ale mám záujem o využitie (%)*. Zdroj: vlastné spracovanie

Spoločnosti rôznych veľkostí sa ku kategórii vyjadrovali nasledovne:

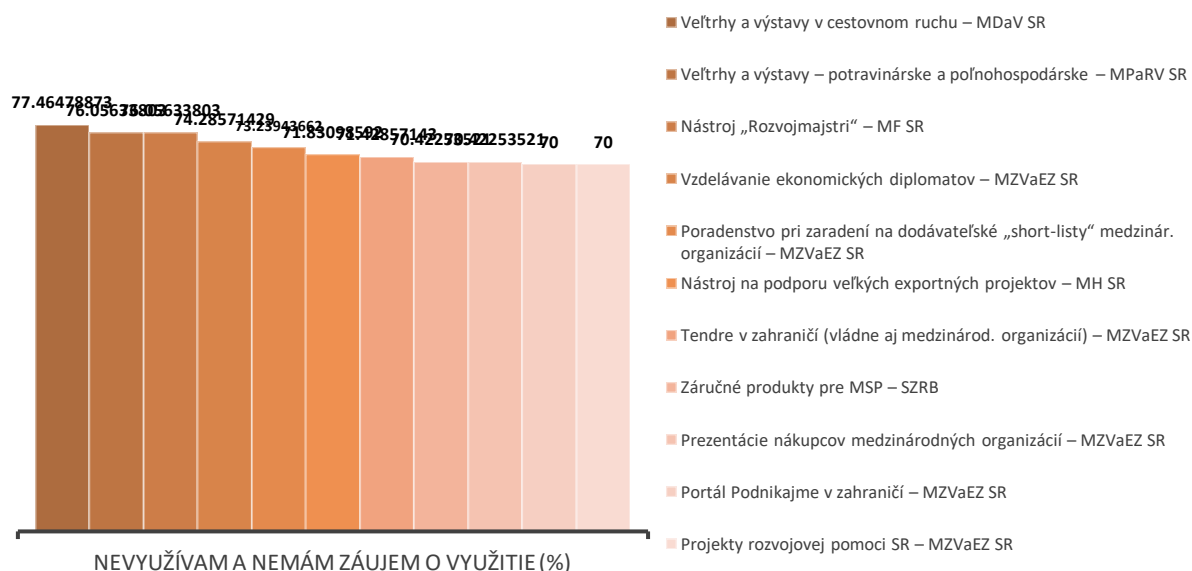
- „Sektorové, teritoriálne analýzy a poradenstvo – SARIO“ (47 %), „Slovenská kooperačná burza, Inovačné workshopy, Kooperačné a sourcingové podujatia a zapájanie sa do dodávateľskej siete – SARIO“ (47 %) a „Tendre – SARIO“ (46 %) pre *mikropodniky*
- „Investičné, obchodné a podnikateľské misie – SARIO“ (54 %), „Koordinácia ZPC najvyšších predstaviteľov štátu a hospodárskych rezortov – SARIO, MZVaEZ SR, MH

SR“ (46 %) a „Ponuky, dopyty, informácie a sprostredkovanie kontaktov cez trade@sario.sk – SARIO“ (46 %) pre *malé podniky*

- „Veľtrhy a výstavy v cestovnom ruchu - MDaV“ (25 %), „Veľtrhy a výstavy – potravinárske a poľnohospodárske – MPaRV SR“ (25 %) a „Vzdelávanie, semináre a workshopy – SARIO“ (22 %) pre *stredné podniky*
- „Nástroj na podporu veľkých exportných projektov – MH SR“ (53 %), „Sektorové, teritoriálne analýzy a poradenstvo“ (40 %) a „Vzdelávanie, semináre a workshopy – SARIO“ (40 %) pre *veľké podniky*

Poslednú *D. kategóriu* tvoria nástroje, ktoré spoločnosti nevyužívajú a vôbec nemajú záujem o ich využitie. Výsledky v tejto kategórii nepopisujú priamo nízky efekt nástrojov na exportnú výkonnosť respondentov. Skôr ide o prehľad nástrojov, ktoré sa respondentov netýkajú kvôli inému odvetvovému zaradeniu, preto môžu byť výsledky z našej vzorky významne skreslené. Ako je vidieť na Grafe 12, až 77,46 % respondentov uviedlo túto odpoveď pri nástroji „Veľtrhy a výstavy v cestovnom ruchu – MdaV SR“. Významné percento (zhodne 76,06 %) bolo zaznamenané aj pri nástrojoch „Veľtrhy a výstavy – potravinárske a poľnohospodárske – MPaRV SR a Nástroj „Rozvojmajstri“ – MF SR“.

## VYUŽÍVANIE PRO-EXPORTNÝCH NÁSTROJOV - ODPOVEĎ "NEVYUŽÍVAM, ALE MÁM ZÁUJEM O VYUŽITIE" (%)



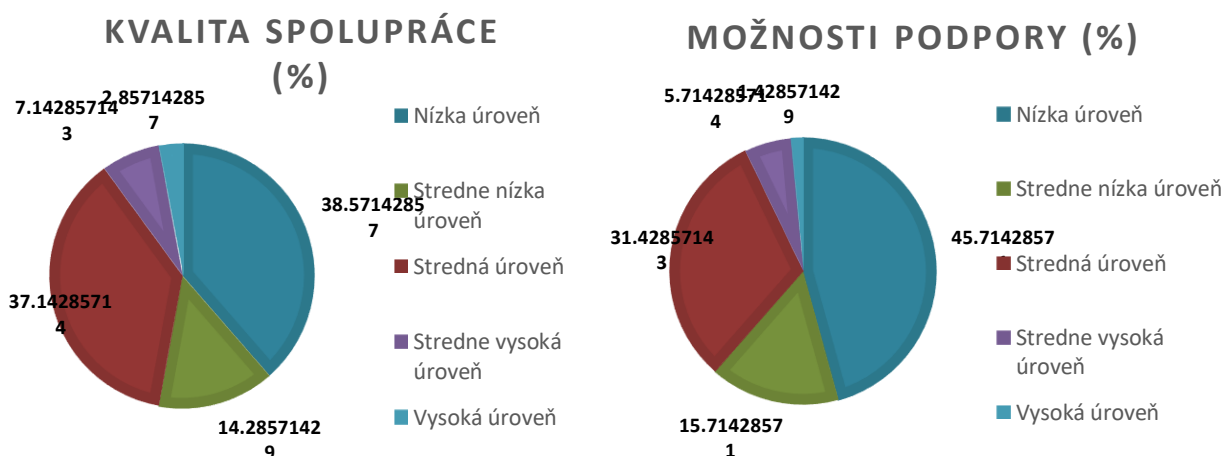
Graf 12 Využívanie pro-exportných nástrojov – odpoveď *D. Nevyužívam a nemám záujem o využitie* (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Z hľadiska veľkosti spoločností môžeme hovoriť o týchto dominantných nástrojoch :

- „Veľtrhy a výstavy v cestovnom ruchu – MDaV SR“ (79 %), „Veľtrhy a výstavy – potravinárske a poľnohospodárske – MPaRV SR“ (79 %) a „Nástroj na podporu veľkých exportných projektov – MH SR“ (76 %) pre *mikropodniky*
- „Nástroj „Rozvojmajstri“ – MF SR“ (84 %), „Nástroj na podporu veľkých exportných projektov – MH SR“ (77 %) a „Portál Podnikajme v zahraničí – MZVaEZ SR“ (77 %) pre *malé podniky*
- „Prezentácie nákupcov medzinárodných organizácií – MZVaEZ SR“ (100 %), „Projekty rozvojovej pomoci SR – MZVaEZ SR“ (100 %) a „Projekty rozvojovej spolupráce EÚ a iných medzinár. organizácií – MZVaEZ SR“ (100 %) pre *stredné podniky*
- „Veľtrhy a výstavy – potravinárske a poľnohospodárske – MPaRV SR“ (87 %), „Tendre – SARIO“ (80 %) a „Bankové produkty pre MSP – SZRB“ (80 %) pre *veľké podniky*

V tejto súvislosti môžeme spomenúť aj hodnotenie úrovne spokojnosti podnikateľských subjektov so štátnymi inštitúciami na podporu exportu. V rámci prieskumu sme sa 70 respondentov pýtali na kvalitu spolupráce a možnosti podpory (viď Grafy 13 a 14).

Pri hodnotení kvality spolupráce sa respondenti najviac prikláňali k odpovediam „Nízka úroveň“ (38,57 % respondentov) a „Stredná úroveň“ (37,14 %), z čoho vyplýva potreba zlepšiť spoluprácu inštitúcií s podnikateľským sektorom v exportnej problematike. Ešte horšie výsledky vyšli v prípade hodnotenia možností podpory, kedy až 45,71 % respondentov uviedlo odpoveď „Nízka úroveň“ a 31,43 % „Stredná úroveň“.



Graf 14 Kvalita spolupráce so štátnymi inštitúciami pri exportnej problematike (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Graf 13 Úroveň možností podpory od štátu pri exportnej problematike (%). Zdroj: vlastné spracovanie

V závere prieskumu mali respondenti možnosť písomne špecifikovať dôvody nespokojnosti s konkrétnymi pro-exportnými podpornými nástrojmi. Vybrali sme nasledovné: *„Sú orientované na megalomanské projekty a skôr na zahraničné spoločnosti. Nepoznám nijakú menšiu spoločnosť, ktorej by dané agentúry pomohli. Vyžaduje sa komplikovaná administratíva, tony dokumentov, samozrejme neraz spoplatnené.“*

*„Slabá informačná dostupnosť.“*

*„Nevedel som o možnostiach, resp. som nevidel priestor, ako využiť v súlade s tým, čo robím a aké mám kapacity.“*

Okrem toho mohli respondenti zhodnotiť súčasné služby štátu týkajúce sa exportu:

*„Podporné programy na báze finančných stimulov pre tých, ktorý už do zahraničia úspešne exportujú. Určite by sme boli radi, keby štát meral ukazovatele, ako vyrábame pridané hodnoty na konkrétne SK produkty, vytvoril rating a uprednostňoval stimuly pre vývoz SK sofistikovaných produktov, u ktorých je vyšší stupeň inovácií, ale potrebujú marketingovú finančnú podporu pri predaji.“*

*„Podpora by mala byť sústavná, nielen sústredená na niekoľko prezentácií a stretnutí so zahraničnými partnermi. Ale aj za tie možnosti predstavenia našich smerov na podujatiach MZV ďakujeme. Či sa s našimi dátami pracuje ďalej a v zahraničí – nevieme.“*

*„Väčšiu orientáciu na MSP v regiónoch.“*

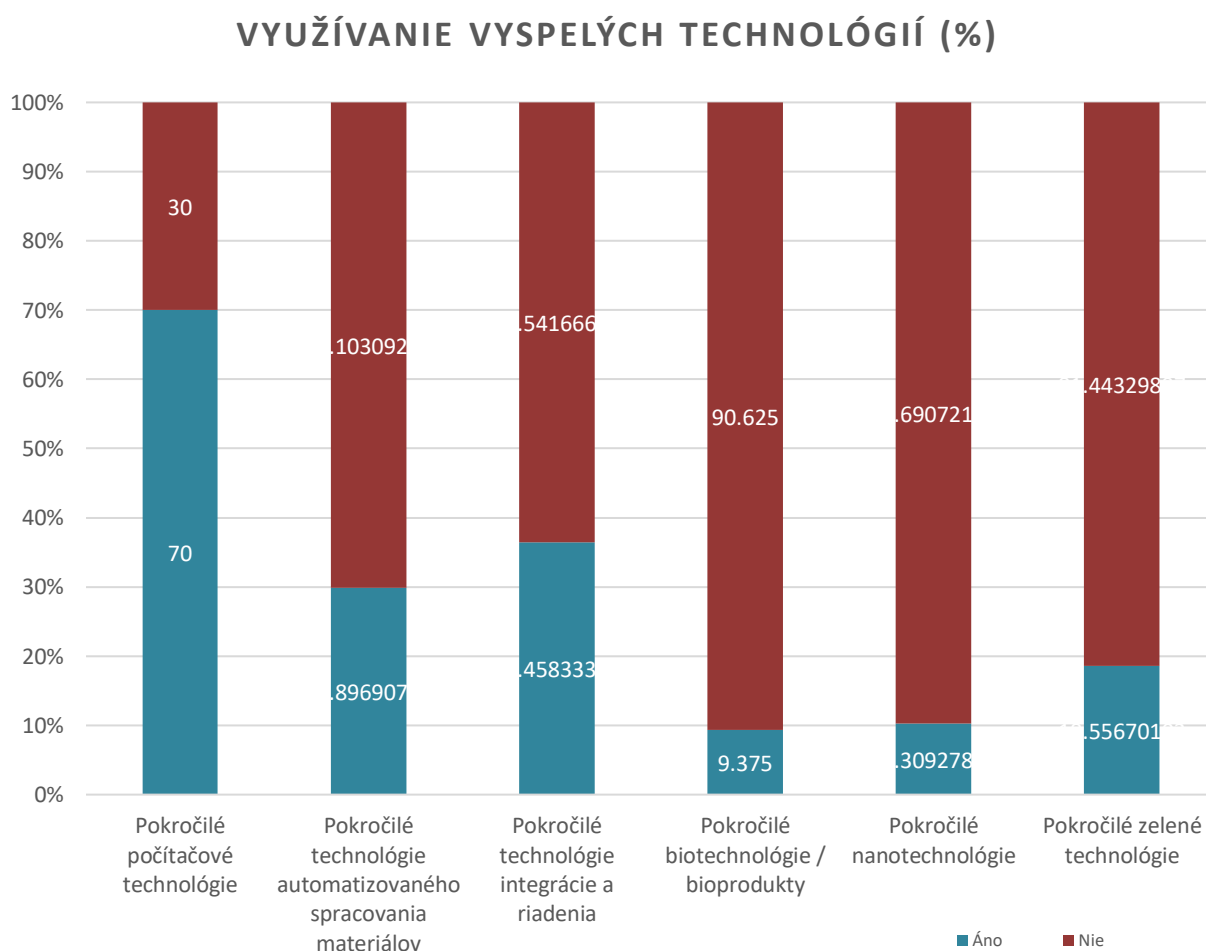
*„Mikropodniky majú mikro možností.“*

*„Pre vybraných „našich ľudí“ výborné, pre ostatných nulové. V prvom rade stačí, ak štát nebude pre podnikateľov robiť nič – hlavne im nehádzať polená pod nohy a vymýšľať stále nové a nové nezmyselné povinnosti (naposledy nahlasovať kategóriu 2 na Úrad verejného zdravotníctva alebo Konečného užívateľa výhod pre jednoosobovú s.r.o.). Štát by mal zjednodušiť žiadosti o eurofondy (nám odmietli žiadosť napriek tomu, že sme ju vyplnili v súlade s inštrukciami, a žiadosť schválili v Bruseli, ale nie na Slovensku: najprv nesmieme spolupracovať so žiadnou inou firmou a potom musíme uviesť všetky prepojené firmy s ktorými budeme spolupracovať!).“*

### 3. Blok C: Využívanie pokročilých technológií v podniku

Podnikateľské inovácie, ktoré v mnohých prípadoch vedú k budúcemu zvýšeniu ich exportnej výkonnosti, často vyžadujú využívanie vyspelých technológií. Z tohto dôvodu sme vyčlenili v prieskume samostatný blok C venovaný využívaniu takýchto technológií v podnikateľských subjektoch na Slovensku.

Podľa prieskumu na vzorke 96-100 respondentov (početnosť respondentov sa menila pri jednotlivých technológiách) najviac spoločností využívalo „Pokročilé počítačové technológie“ (70 %), kým najmenej „Pokročilé biotechnológie/bioproducty“ (9,38 %) (viď. Graf 15). Rozdiel v záujme o tieto dve technológie vychádza nielen z esenciálnej potreby počítačových technológií v súčasnom svete, ale aj z odvetvového zloženia vzorky – viac ako 31 % respondentov pochádzalo z odvetvia *Priemyselnej výroby* a 16,5 % z odvetvia *Informácií a komunikácie*, pričom iba jeden respondent z primárneho sektora ekonomiky, ktorý je skôr naviazaný na využívanie biotechnológií/bioproductov.



Graf 15 Využívanie vyspelých technológií v spoločnostiach v sledovaných rokoch 2015-2018 (%). Zdroj: vlastné spracovanie



Pre spoločnosti, ktoré sa v sledovaných rokoch venovali výrobe produktov, resp. poskytovaniu služieb, sú zhodne najdôležitejšími technológiami „Pokročilé počítačové technológie“ (72, resp. 73 %), „Pokročilé technológie automatizovaného spracovania materiálov“ (44, resp. 26 %) a „Pokročilé technológie integrácie a riadenia“ (44, resp. 34 %).

Jednotlivé veľkostné skupiny spoločností využívajú predovšetkým (v zátvorke uvedený podiel respondentov z veľkostnej skupiny uvádzajúcich danú odpoveď):

- „Pokročilé počítačové technológie“ (75 %), „Pokročilé technológie integrácie a riadenia“ (27 %) a „Pokročilé zelené technológie“ (20 %) pri *mikropodnikoch*
- „Pokročilé počítačové technológie“ (67 %), „Pokročilé technológie integrácie a riadenia“ (47 %) a „Pokročilé technológie automatizovaného spracovania materiálov“ (27 %) pri *malých podnikoch*
- „Pokročilé počítačové technológie“ (64 %), „Pokročilé technológie automatizovaného spracovania materiálov“ (36 %) a „Pokročilé technológie integrácie a riadenia“ (29 %) pri *stredných podnikoch*
- „Pokročilé počítačové technológie“ (61 %), „Pokročilé technológie automatizovaného spracovania materiálov“ (58 %) a „Pokročilé technológie integrácie a riadenia“ (58 %) pri *veľkých podnikoch*

Z uvedených poznatkov vyplýva významná dominancia počítačových technológií pri všetkých veľkostiach podnikov. Kým najmenšie spoločnosti sa významne zaujímajú aj o ekologické technológie, so zvyšovaním veľkosti subjektu sa viac presadzuje automatizácia a pokročilé riadenie.

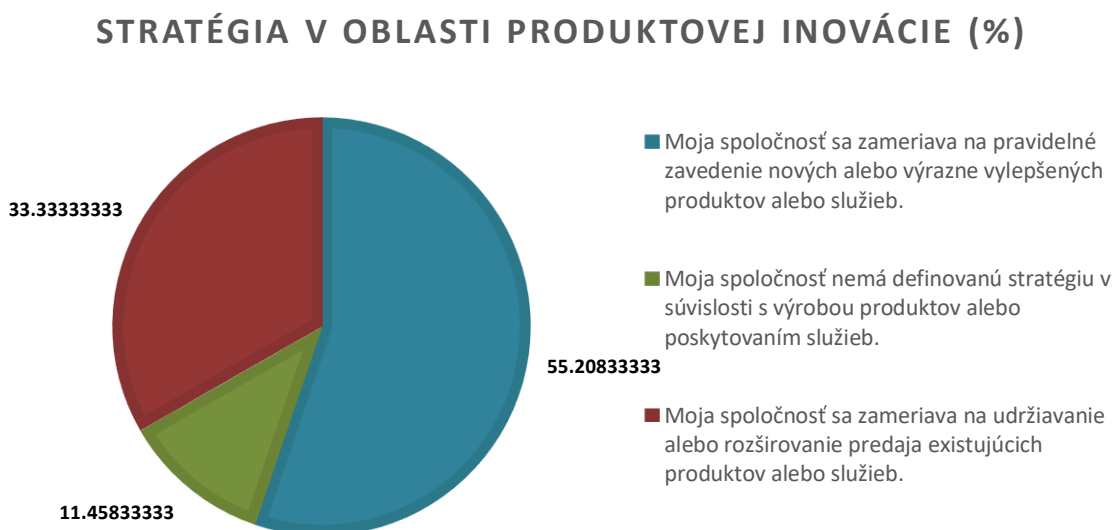
Okrem vopred zadaných technológií spomenul jeden respondent ako pokročilú technológiu aj „Vysoká dostupnosť IT“, ktorú považuje pre svoj podnik za významne dôležitú. Avšak podľa nášho úsudku je táto technológia už zahrnutá vo všeobecnej kategórii „Pokročilé počítačové technológie“. Ďalší respondenti sa k otvorenej otázke o iných vyspelých technológiách nevyjadrili.

#### 4. Bloky D a E: Stratégia spoločnosti v oblasti inovácií

Ako už bolo spomenuté skôr, inovácie sú významným determinantom konkurencieschopnosti, ktorej zvyšovanie následne môže viesť k rozširovaniu pôsobnosti spoločností mimo základný trh. Pri zisťovaní inovačnej výkonnosti v prieskume rozlišujeme tri kategórie inovácií, ktoré spoločnosti mohli realizovať na základe ich strategických rozhodnutí:

- *A. Produktové inovácie a inovácie služieb* (skr. *produktové inovácie*) – nové alebo výrazne vylepšené statky a služby; najmä významné zmeny technických špecifikácií, komponentov a materiálov, softvéru v produkte, užívateľskej prívetivosti alebo iných funkčných charakteristík
- *B. Procesné, obchodné a marketingové inovácie* (skr. *procesné inovácie*) – nové alebo výrazne vylepšené technologické procesy, metódy výroby alebo spôsoby dodávania a prezentácie produktov; najmä významné zmeny výrobných techník a technológií, vybavenia a softvéru, ale aj produktového dizajnu, balenia, distribúcie, propagácie a cenotvorby
- *C. Organizačné inovácie* – nové alebo výrazne vylepšenie organizačných metód v obchodných praktikách spoločnosti (vrátane manažmentu znalostí), organizácie pracoviska a vonkajších vzťahov

Ak sa pozrieme na *A. kategóriu*, z celkového počtu 96 respondentov sa 55 % zaoberalo v sledovaných rokoch pravidelným zavádzaním nových alebo vylepšených produktov alebo služieb (viď. Graf 16). Hoci ide o pomerne nízke číslo vzhľadom na neustálu potrebu inovovať, v porovnaní s inými kategóriami inovácií je pri produktovej inovácii zásadne vyššie.

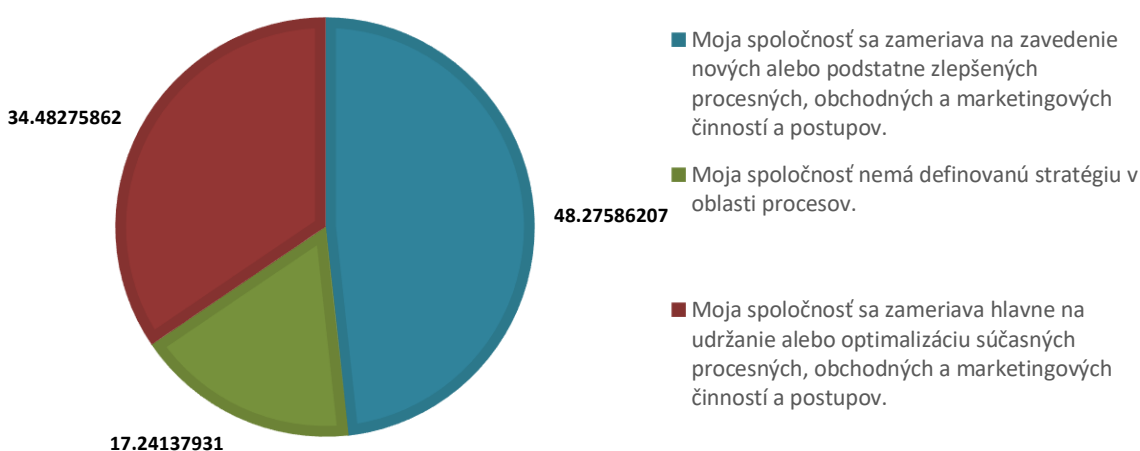


Graf 16 Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti produktovej inovácie – *A. kategória* (%). Zdroj: vlastné spracovanie

V tomto prípade sa 33 % spoločností zameriavalo iba na udržiavanie alebo rozširovanie predaja existujúcich produktov alebo služieb a 12 % nemalo definovanú stratégiu v súvislosti s výrobou produktov alebo poskytovaním služieb.

V prípade *B.* a *C. kategórie* sa zavádzaniu nových alebo podstatne zlepšených procesných, obchodných a marketingových činností venovalo približne 48 % z celkovo 87 respondentov (viď Graf 17) a nových alebo výrazne vylepšených riadiacich postupov, alebo o zmenu organizačnej štruktúry približne 41,25 % z celkovo 80 respondentov (viď Graf 18).

### STRATÉGIA V OBLASTI PROCESNEJ INOVÁCIE (%)



Graf 17 Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti procesnej inovácie – *B. kategória* (%). Zdroj: vlastné spracovanie

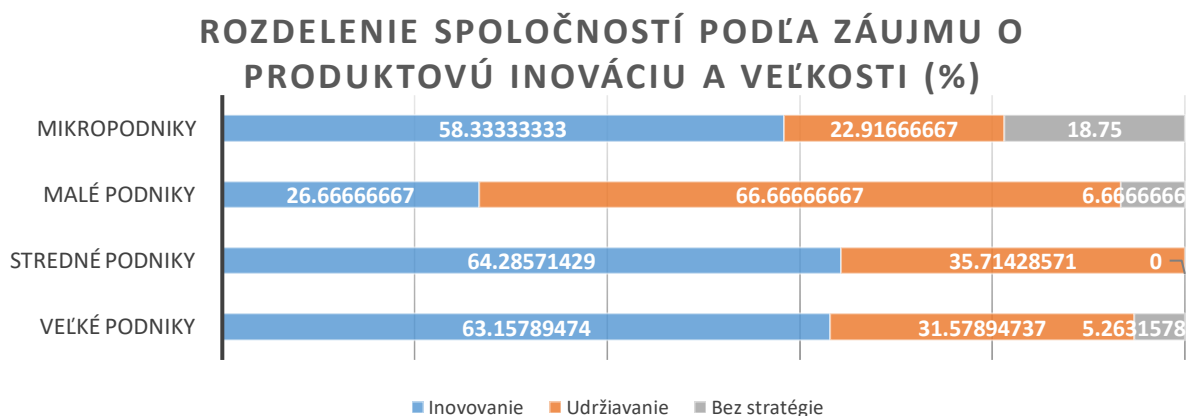
### STRATÉGIA V OBLASTI ORGANIZAČNEJ INOVÁCIE (%)



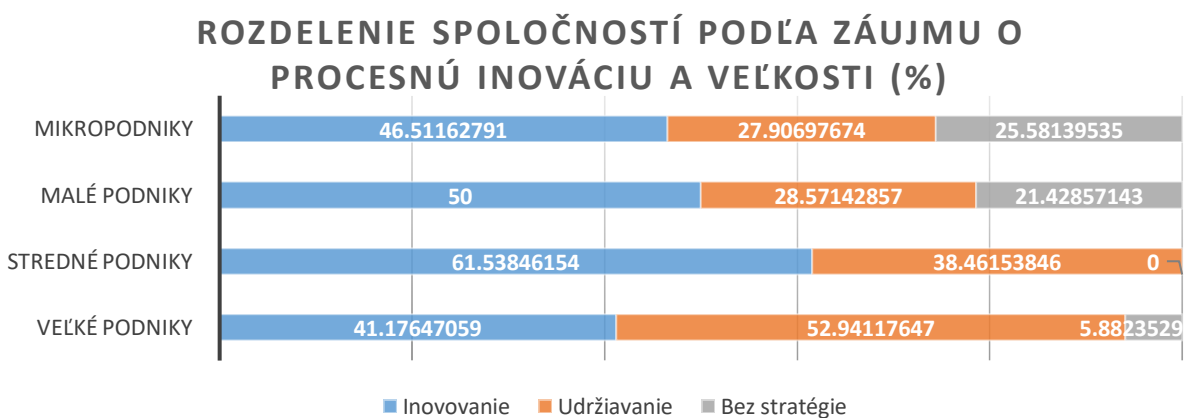
Graf 18 Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti organizačnej inovácie – *C. kategória* (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Spoločnosti, ktoré sa vyjadrili k otázkam o inovovaní pri jednotlivých inovačných kategóriách sme rozčlenili podľa veľkostných a hlavných odvetvových skupín.

Z hľadiska veľkosti (Grafy 19-21) realizovali produktovú inováciu za sledované obdobie skôr *veľké podniky* (63,16 %), *stredné podniky* (64,29 %) a *mikropodniky* (58,33 %). Naopak, z *malých podnikov* iba 26,67 % uviedlo, že v danom období inovovalo svoje produkty alebo služby. V prípade procesnej inovácie je možno vnímať najväčší záujem zo strany *stredných a malých podnikov* (61,54, resp. 50 %). Celkovo 46,51 % *mikropodnikov* a 41,18 % *veľkých podnikov* sa v sledovanom období venovalo inovovaniu procesných, obchodných a marketingových činností. Pri organizačnej inovácii sme zaznamenali až 75 % *stredných podnikov* s realizáciou takejto inovácie v sledovanom období. Kým viac ako polovica (52,94 %) *veľkých podnikov* uviedla, že inovovala svoje organizačné postupy, *malé podniky* a *mikropodniky* nemali veľmi záujem o tento typ inovácie (28,57, resp. 29,73 %).

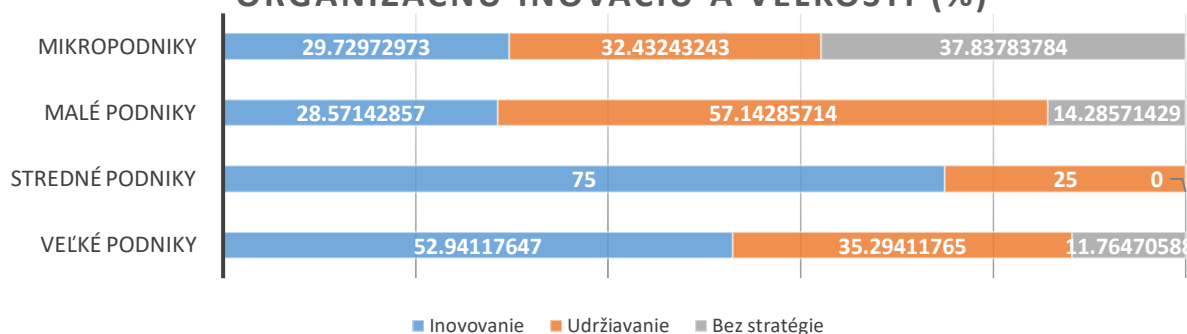


Graf 19 Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti produktovej inovácie – A. kategória – rozdelenie podľa veľkosti podniku (%). Zdroj: vlastné spracovanie



Graf 20 Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti procesnej inovácie – B. kategória – rozdelenie podľa veľkosti podniku (%). Zdroj: vlastné spracovanie

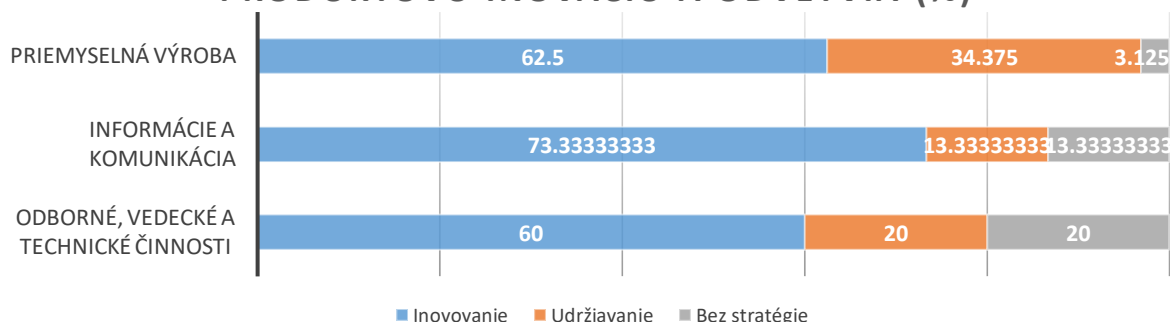
## ROZDELENIE SPOLOČNOSTÍ PODĽA ZÁUJMU O ORGANIZAČNÚ INOVÁCIU A VEĽKOSTI (%)



Graf 21 Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti organizačnej inovácie – C. kategória – rozdelenie podľa veľkosti podniku (%). Zdroj: vlastné spracovanie

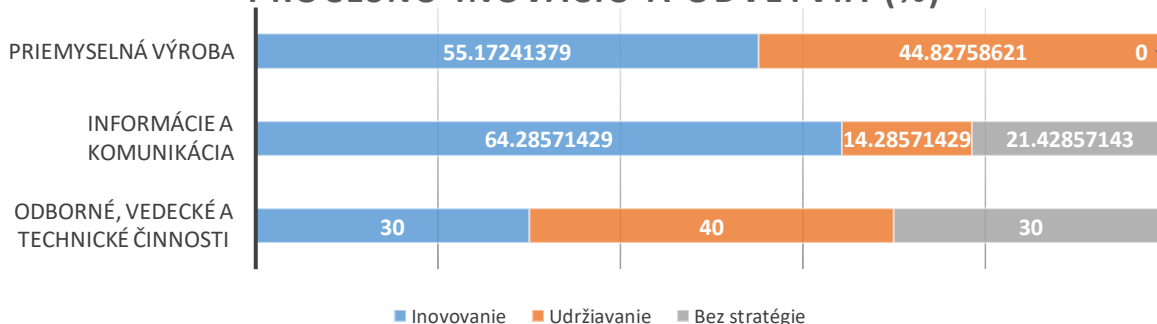
Ak sa pozrieme na rozdelenie podľa odvetví (viď Grafy 22-24), všetky tri dominantné odvetvia mali významný záujem o produktovú inováciu – *Priemyselná výroba* 62,5 %, *Informácie a komunikácia* 73,33 % a *Odborné, vedecké a technické činnosti* 60 %.

## ROZDELENIE SPOLOČNOSTÍ PODĽA ZÁUJMU O PRODUKTOVÚ INOVÁCIU A ODVETVIA (%)



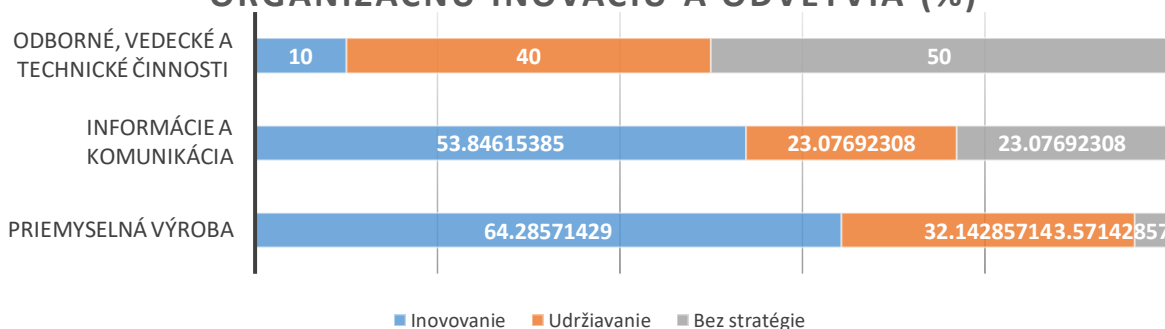
Graf 23 Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti procesnej inovácie – A. kategória – rozdelenie podľa dominantných odvetví (%). Zdroj: vlastné spracovanie

## ROZDELENIE SPOLOČNOSTÍ PODĽA ZÁUJMU O PROCESNÚ INOVÁCIU A ODVETVIA (%)



Graf 22 Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti produktovej inovácie – B. kategória – rozdelenie podľa dominantných odvetví (%). Zdroj: vlastné spracovanie

## ROZDELENIE SPOLOČNOSTÍ PODĽA ZÁUJMU O ORGANIZAČNÚ INOVÁCIU A ODVETVIA (%)



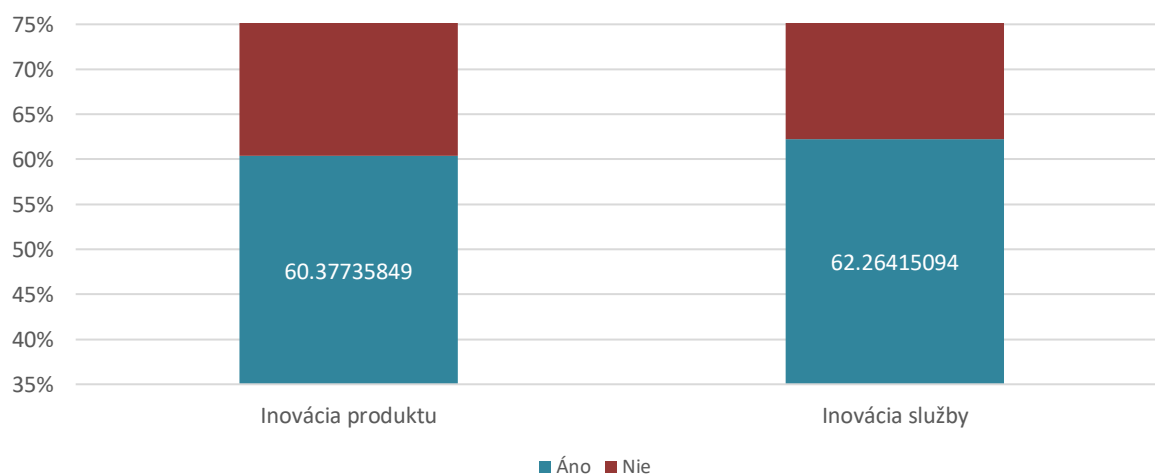
Graf 24 Strategické zameranie spoločností (respondentov) v oblasti organizačnej inovácie – C. kategória – rozdelenie podľa dominantných odvetví (%). Zdroj: vlastné spracovanie

V prípade procesnej aj organizačnej inovácie zaostávalo v záujme odvetvie *Odborné, vedecké a technické činnosti* (30, resp. 10 %), zatiaľ čo ostatné dve odvetvia dosiahli nadpolovičnú úspešnosť (*Priemyselná výroba* 55,17, resp. 64,29 %; *Informácie a komunikácia* 64,29 %, resp. 53,85 %).

V ďalšej časti prieskumu sme konkrétnejšie identifikovali záujem o formy inovácií v jednotlivých kategóriách v prípade, že dané kategórie respondenti realizovali v sledovanom období (ich strategické zameranie bolo orientované na inováciu).

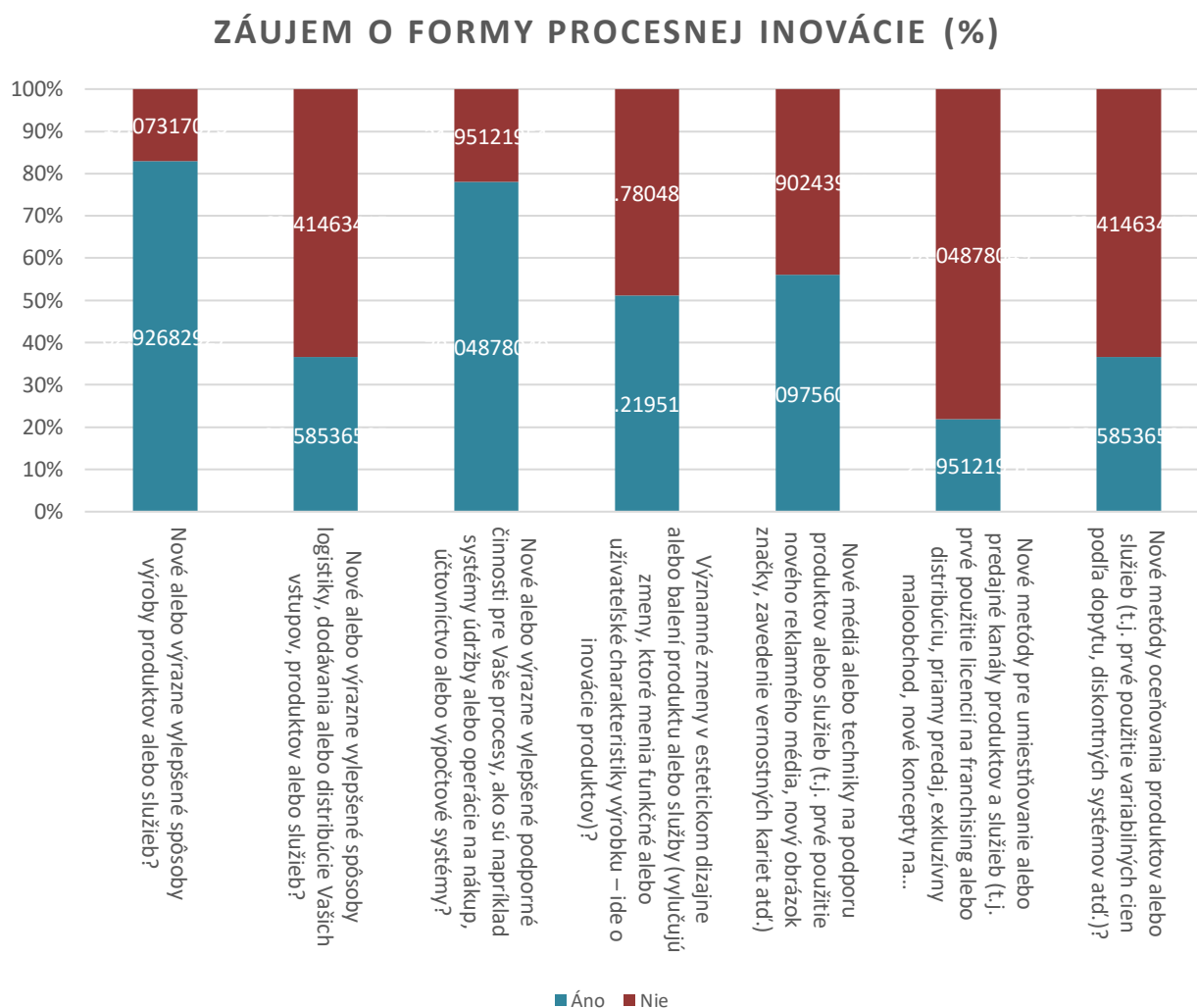
Podľa našich výsledkov, všetci respondenti, ktorí odpovedali na otázku o záujme o produktovú inováciu kladne, sa približne rovnocenne venovali inovácii produktov (60,38 % áno; 39,62 % nie) a inovácii služieb (62,26 % áno; 37,74 % nie) (viď. Graf 25).

## ZÁUJEM O FORMY PRODUKTOVEJ INOVÁCIE (%)



Graf 25 Realizácia konkrétnej formy produktovej inovácie v prípade, ak respondenti uviedli v A. kategórii kladnú odpoveď (%). Zdroj: vlastné spracovanie

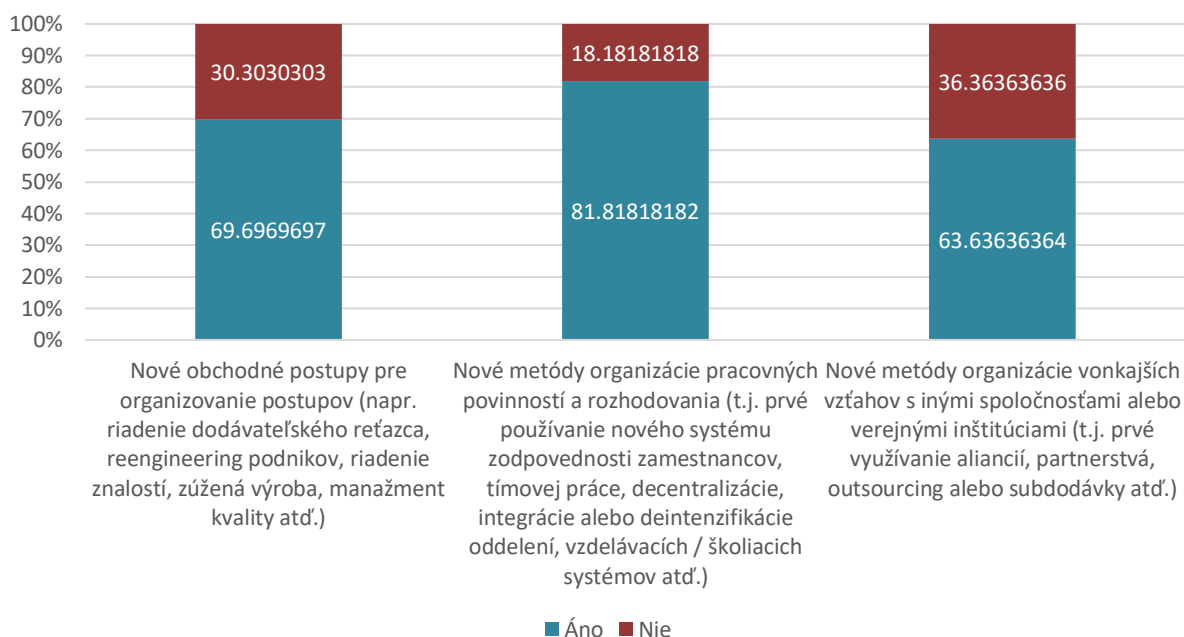
V prípade procesnej inovácie sme v prieskume rozlišovali až sedem foriem inovácií (vid'. Graf 26), z čoho štyri dosiahli viac ako 50-percentnú úspešnosť, a organizačnej tri formy inovácií (vid'. Graf 27), všetky nad 50-percentnou hranicou úspešnosti.



Graf 26 Realizácia konkrétnej formy procesnej inovácie v prípade, ak respondenti uviedli v B. kategórii kladnú odpoveď (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Za najvýznamnejšiu formu procesnej inovácie bola respondentmi vybratá inovácia spôsobov výroby produktov alebo služieb (82,93 % áno; 17,07 % nie), ktorá významne súvisí s produktovou inováciou. Inou významnou formou sa stala inovácia podporných činností pre procesy spoločnosti, vrátane systémov údržby a operácií na nákup, účtovníctvo a výpočtové systémy (78,05 % áno; 21,95 % nie). Čo sa týka organizačných inovácií, respondenti sa najviac prikláňali k inovácií metód organizácie pracovných povinností a rozhodovania (81,82 % áno; 18,18 % nie).

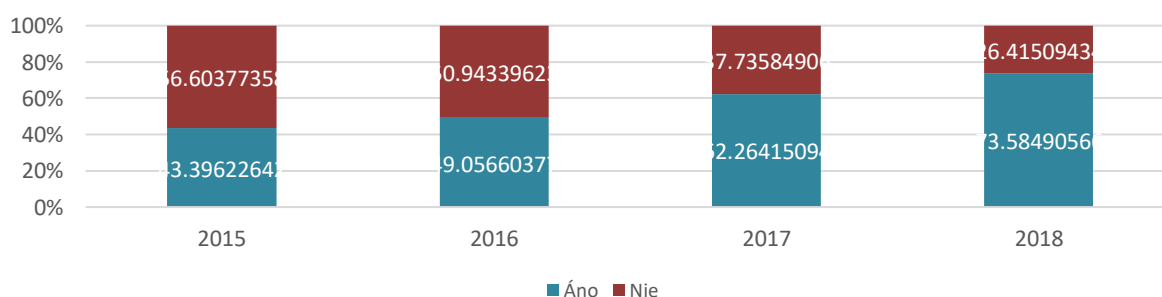
## ZÁUJEM O FORMY ORGANIZAČNEJ INOVÁCIE (%)



Graf 27 Realizácia konkrétnej formy organizačnej inovácie v prípade, ak respondenti uviedli v C. kategórii kladnú odpoveď (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Dôležitými oblasťami v rámci prieskumu sú vplyv jednotlivých kategórií inovácií na záujem o produkty alebo služby spoločností v zahraničí, resp. samotná realizácia vývozných aktivít v prípade, že spoločnosti inovovali. Tieto otázky nám vedú poskytnúť základnú odpoveď na to, či medzi inováciou a exportom existuje vzájomná súvislosť. Ak sa pozrieme na prvú oblasť, v prípade produktovej inovácie odpovedali na túto konkrétnu otázku všetci relevantní respondenti. Ako je vidieť na Grafe 28, medziročne sa prejavoval rastový trend vplyvu, pričom v roku 2015 ovplyvnili produktové inovácie záujem o vývozný objem pri menej ako polovici prípadov (43,40 %) a v roku 2018 už išlo skoro o tri štvrtiny prípadov (73,58 %).

## VPLYV PRODUKTOVEJ INOVÁCIE NA ZÁUJEM O PRODUKTY/SLUŽBY V ZAHRANIČÍ (%)

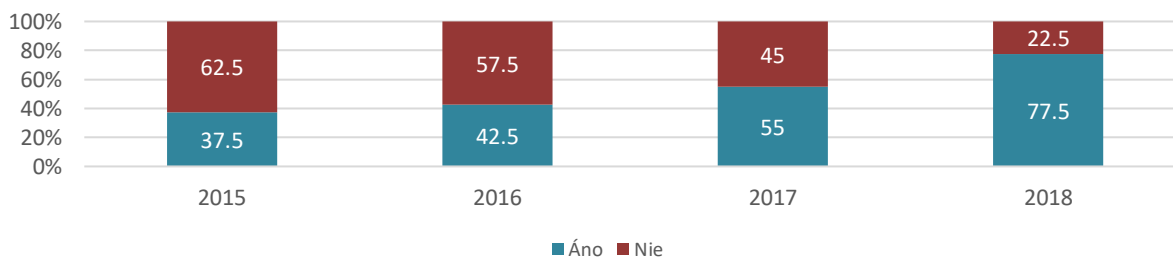


Graf 28 Vplyv produktovej inovácie na záujem o produkty/služby v zahraničí (%). Zdroj: vlastné spracovanie



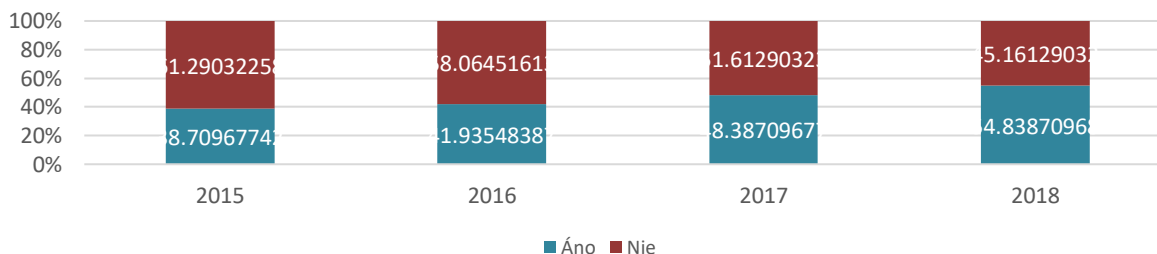
Pri ďalších typoch inovácií sa taktiež prejavil rastový trend. Kým v roku 2015 procesná inovácia ovplyvňovala záujem o produkty/služby v zahraničí iba pri 37,5 % prípadov, v roku 2018 už šlo o 77,5 % prípadov (viď. Graf 29). Medziročné rozdiely pri organizačnej inovácii neboli až také markantné, keďže 38,71 % respondentov vnímalo vplyv tohto typu inovácie na záujem o produkty/služby v zahraničí v roku 2015 a 54,84 % v roku 2018 (viď. Graf 30).

### VPLYV PROCESNEJ INOVÁCIE NA ZÁUJEM O PRODUKTY/SLUŽBY V ZAHRANIČÍ (%)



Graf 29 Vplyv procesnej inovácie na záujem o produkty/služby v zahraničí (%). Zdroj: vlastné spracovanie

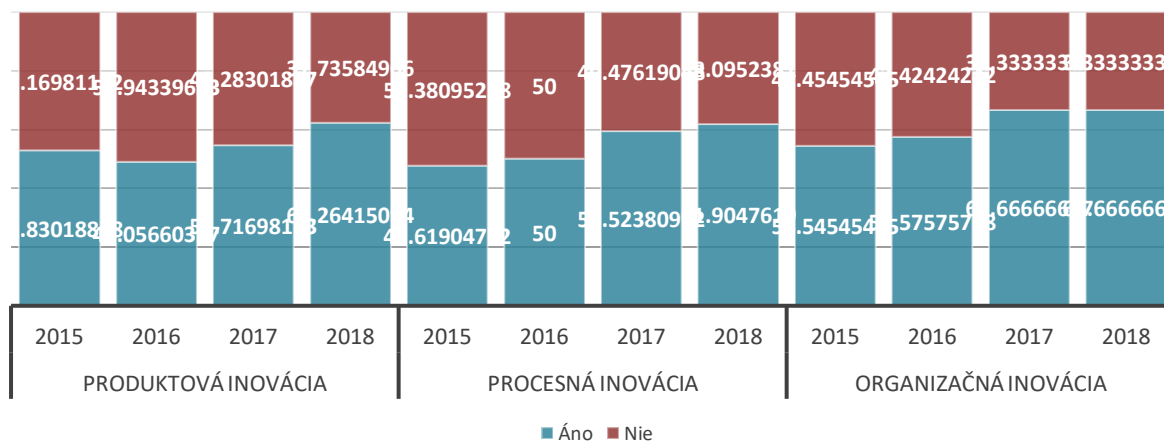
### VPLYV ORGANIZAČNEJ INOVÁCIE NA ZÁUJEM O PRODUKTY/SLUŽBY V ZAHRANIČÍ (%)



Graf 30 Vplyv organizačnej inovácie na záujem o produkty/služby v zahraničí (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Odpoveď na otázku, či inovácie ovplyvnili nielen záujem o produkty/služby v zahraničí, ale aj samotnú realizáciu exportu zo strany spoločností, získame zo vzájomnej analýzy respondentov, ktorí sa vyjadrili k obom otázkam (o realizácii inovačných a vývozných aktivít). Výsledky z tejto analýzy je možné sledovať na Grafoch 31 a 32. Ako je vidieť na prvom z nich, trend záujmu o vývozné aktivity firiem, ktoré v týchto rokoch zároveň inovovali, medziročne rástol. Čo sa týka spoločností, ktoré sa venovali produktovej inovácii, v prvých troch rokoch sa približne polovica z nich venovala aj exportu. V roku 2018 tento podiel vyskočil až na 62,26 %. V prípade procesnej inovácie nastal nárast z 47,62 % (2015) na 61,9 % (2018) a organizačnej inovácie z 54,55 % (2015) na 66,67 % (2018).

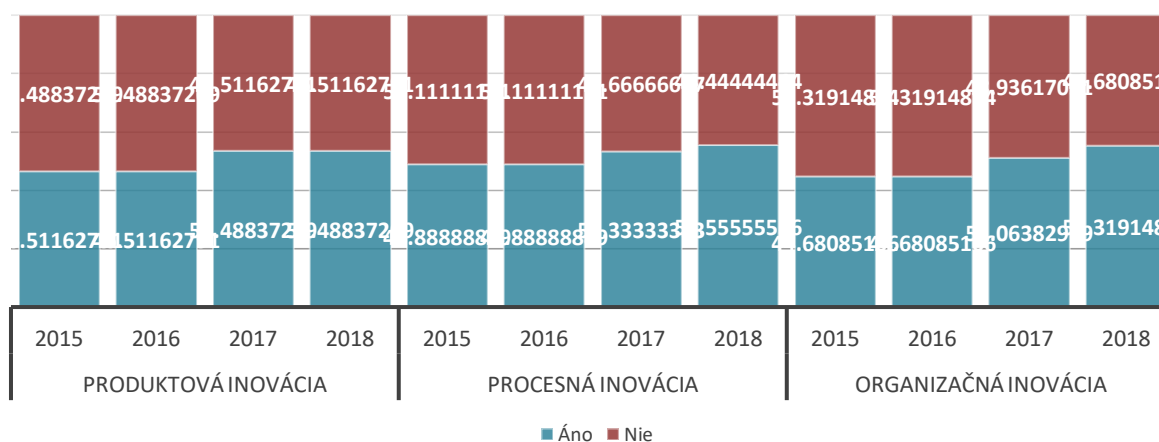
## VÝVOZNÁ AKTIVITA SPOLOČNOSTÍ, KTORÉ REALIZOVALI INOVAČNÉ AKTIVITY V SLEDOVANÝCH ROKoch (%)



Graf 31 Podiel inovatívnych spoločností, ktoré zároveň realizovali exportné aktivity v sledovaných rokoch (%). Zdroj: vlastné spracovanie

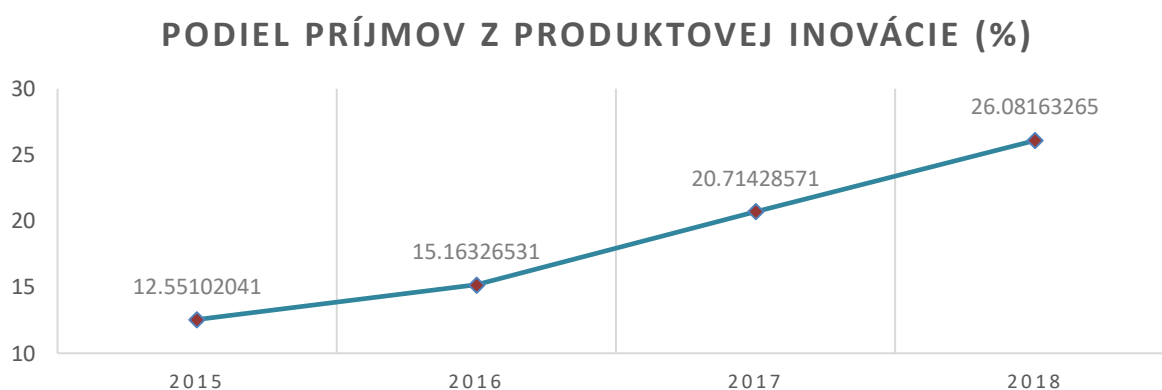
Porovnávací graf sme vytvorili z dát o spoločnostiach, ktoré neinovovali (udržiavali stav alebo nemali nastavenú inovačnú stratégiu). V prípade takýchto spoločností ide skôr o stabilnú úroveň exportu medzi sledovanými rokmi (nárast záujmu o export bol vo všeobecnosti menej výrazný ako v prípade spoločností, ktoré inovovali). Vďaka tejto informácii môžeme čiastočne potvrdiť, že inovácia vedie k stimulácii záujmu o exportné aktivity. Komplexné potvrdenie vyžaduje oveľa širšiu analýzu problematiky.

## VÝVOZNÁ AKTIVITA SPOLOČNOSTÍ, KTORÉ NEREALIZOVALI INOVAČNÉ AKTIVITY V SLEDOVANÝCH ROKoch (%)



Graf 32 Podiel spoločností, ktoré iba udržiavali stav alebo nemali inovačnú stratégiu, a ktoré realizovali aj exportné aktivity v sledovaných rokoch (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Návratom k otázkam o inováčnej aktivite sa dostávame do časti venovanej vplyvu inovácie na vybrané ukazovatele ekonomickej aktivity spoločností. Prvým z nich je podiel príjmov z produktovej inovácie na celkových príjmoch spoločností (viď Graf 33, 49 respondentov), ktorý podľa výsledkov medziročne rástol (2015 – 12,55 %; 2018 – 26,08 %). Zároveň pri hlbšej analýze dát je možné identifikovať väčšie percento pri menších spoločnostiach. Dôvodom môže byť ich menšia diverzifikácia príjmov oproti väčším spoločnostiam. Štatistiku o príjmoch sme zisťovali iba v prípade produktovej inovácie z dôvodu jej priameho vplyvu na túto kategóriu.



Graf 33 Priemerný podiel príjmov pochádzajúcich z produktovej inovácie spoločností (respondentov) v sledovaných rokoch. Zdroj: vlastné spracovanie

Okrem toho nás významne zaujímali výdavky na inovácie, ktoré bývajú odlišné v závislosti od viacerých faktorov. Z prieskumu medzi 36 respondentami (nižší počet pravdepodobne kvôli citlivosti otázky) vyplýva rastúci trend výdavkov na produktové inovácie (viď Tabuľku 1). Zatiaľ čo v roku 2015 až 27,78 % spoločností vynakladalo iba 0-999 € na tento typ inovácií, v roku 2018 túto skupinu tvorilo už len 5,56 %. Najviac respondentov sa v tomto roku zaradilo do skupiny s výdavkami 5000-9999 € (25 %), kde podľa našich očakávaní dominovali menšie subjekty. Relatívne vysoké percento spoločností (16,67 %) patrilo do skupiny 500000 € a viac, pričom 4/5 tejto kategórie pokrývali veľké spoločnosti.

Tabuľka 1 Výdavky spoločností (respondentov) na produktové inovácie v sledovaných rokoch (%). Zdroj: vlastné spracovanie

	0-999€	1000-4999€	5000-9999€	10000-49999€	50000-99999€	100000-499999€	500000€ a viac
<b>2015</b>	<b>27,78</b>	19,44	16,67	5,56	8,33	8,33	13,89
<b>2016</b>	<b>19,44</b>	<b>19,44</b>	<b>19,44</b>	2,78	11,11	13,89	13,89
<b>2017</b>	8,33	16,67	<b>25,00</b>	13,89	5,56	13,89	16,67
<b>2018</b>	5,56	11,11	<b>25,00</b>	13,89	11,11	16,67	16,67

Tabuľka 2 špecifikuje podiely skupín výdavkov na procesné inovácie v rokoch 2015-2018, do ktorých sa zaradilo 28-30 respondentov. Ako je vidieť, v prvom sledovanom roku najviac firiem investovalo iba 0-999 € (44,83 %) do tohto typu inovácií. V poslednom roku bol pomer medzi skupinami vyrovnanější, pričom najčastejšie vyberanou kategóriou bola 10000-49999 € (23,33 %).

Tabuľka 2 Výdavky spoločností (respondentov) na procesné inovácie v sledovaných rokoch (%). Zdroj: vlastné spracovanie

	0-999€	1000-4999€	5000-9999€	10000-49999€	50000-99999€	100000-499999€	500000€ a viac
2015	<b>44,83</b>	6,90	17,24	10,34	10,34	3,45	6,90
2016	<b>34,48</b>	17,24	13,79	17,24	6,90	0,00	10,34
2017	20,00	13,33	<b>26,67</b>	16,67	10,00	3,33	10,00
2018	16,67	13,33	20,00	<b>23,33</b>	10,00	6,67	10,00

Podobne sa medziročne rozkladal pomer aj v prípade organizačných inovácií (viď Tabuľku 3). Kým v roku 2015 až polovica z 22 spoločností investovala 0-999 € do tohto typu inovácie, na konci sledovaného obdobia sa respondenti najviac prikláňali k 5000-9999 € a 10000-49999 € (zhodne 27,27 %).

Tabuľka 3 Výdavky spoločností (respondentov) na organizačné inovácie v sledovaných rokoch (%). Zdroj: vlastné spracovanie

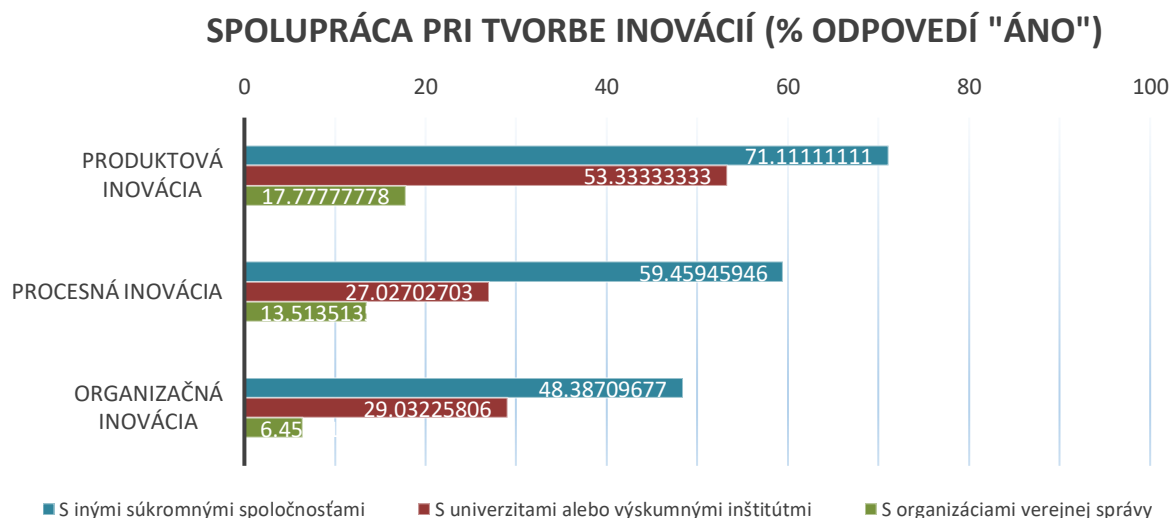
	0-999€	1000-4999€	5000-9999€	10000-49999€	50000-99999€	100000-499999€	500000€ a viac
2015	<b>50,00</b>	18,18	18,18	4,55	4,55	0,00	4,55
2016	<b>31,82</b>	27,27	22,73	9,09	4,55	0,00	4,55
2017	27,27	18,18	<b>36,36</b>	9,09	4,55	0,00	4,55
2018	22,73	13,64	<b>27,27</b>	<b>27,27</b>	4,55	0,00	4,55

Inovačná výkonnosť spoločností ďalej závisí od personálneho zabezpečenia tvorby inovácií. V prípade všetkých typov inovácie sme medzi rokmi 2015 a 2018 identifikovali rastúci počet pracovníkov zapojených do inovovania (viď Tabuľku 4). Zatiaľ čo v roku 2015 priemerný podiel pracovníkov pri produktovej inovácii (49 respondentov) tvoril len 19,76 % spoločností, v roku 2018 išlo o 24,24 %, pri procesnej inovácii (39 respondentov) 11,90 %, resp. 18,33%, a pri organizačnej inovácii (31 respondentov) 6,58 %, resp. 14,10 %. V tomto prípade menšie podniky uvádzali väčší podiel pracovníkov, ako väčšie. Dôvodom je ich menšia celková personálna kapacita, kvôli ktorej musia mnohí pracovníci zvládať viacero vzájomne nezávislých úloh, vrátane inovačných.

Tabuľka 4 Podiel pracovníkov zapojených do inovačných aktivít na všetkých zamestnancoch spoločností (respondentov) (%). Zdroj: vlastné spracovanie

	Produktová inovácia	Procesná inovácia	Organizačná inovácia
2015	19,76	11,90	6,58
2016	19,71	10,51	5,74
2017	22,51	17,21	12,32
2018	<b>24,24</b>	<b>18,33</b>	<b>14,10</b>

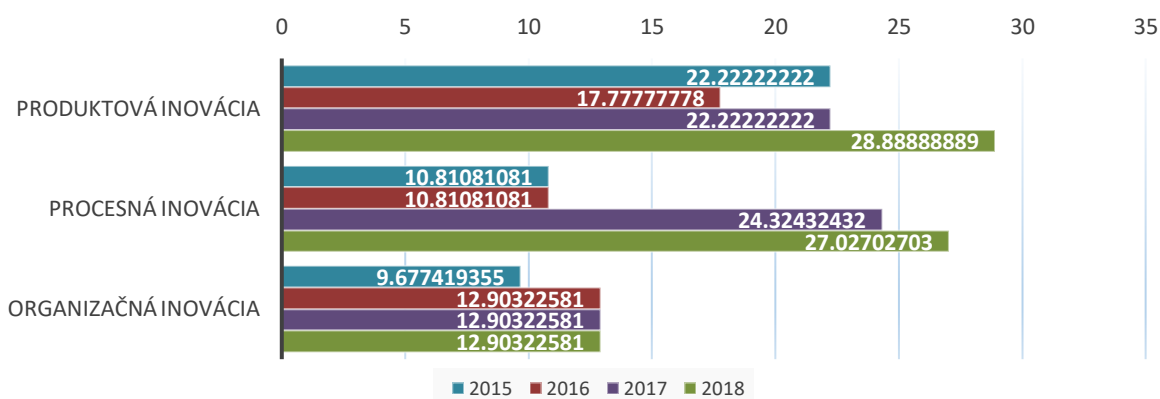
Ďalšie dve otázky z inovačného bloku sa zaoberali spoluprácou s inými subjektmi alebo v rámci výskumno-vývojového konzorcia. Čo sa týka spolupráce spoločností s inými subjektmi pri tvorbe inovácie (viď Graf 34), najviac odpovedí „Áno“ v prieskume prislúcha iným súkromným spoločnostiam (71,11 % z 45 respondentov pri produktovej inovácii; 59,46 % z 37 respondentov pri procesnej inovácii; 48,39 % z 31 respondentov pri organizačnej inovácii). Naopak, najnižší záujem mali respondenti o spoluprácu s organizáciami verejnej správy (17,78 % pri produktovej inovácii; 13,51 % pri procesnej inovácii; 6,45 % pri organizačnej inovácii).



Graf 34 Spolupráca spoločností (respondentov) pri inovačnej aktivite s inými subjektmi (%). Zdroj: vlastné spracovanie

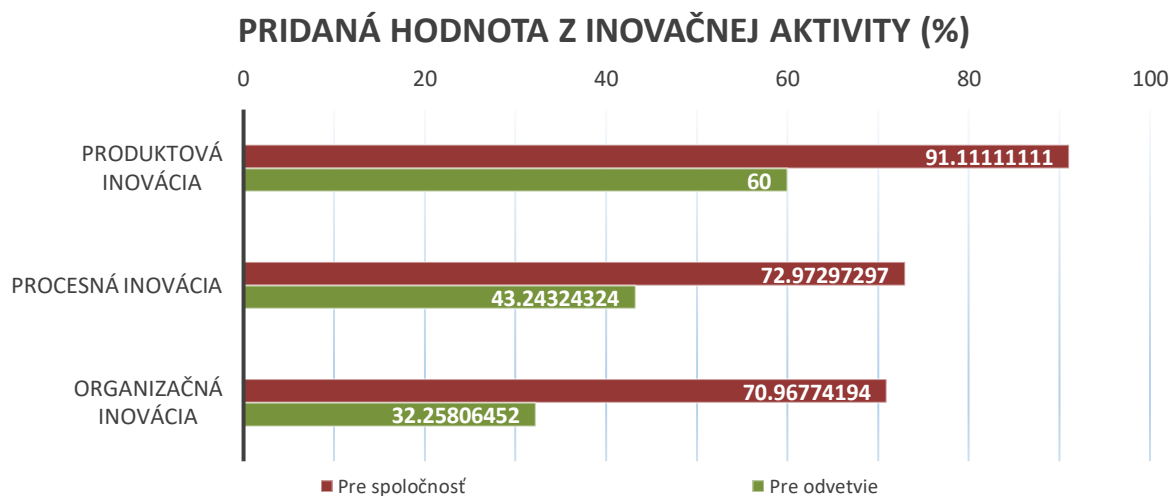
Na Grafe 35 vieme identifikovať relatívne nízky záujem o spoluprácu v rámci výskumno-vývojového konzorcia pri všetkých typoch inovácií. Najväčší záujem bol v prípade produktovej (28,89 % z 45 respondentov odpovedalo „Áno“) a procesnej (27,03 % z 37 respondentov odpovedalo „Áno“) v roku 2018. Pri organizačnej inovácii uviedlo v rokoch 2016, 2017 a 2018 zhodne 12,90 % z 31 respondentov odpoveď „Áno“. Dôvodom nízkeho záujmu môže byť individualistické smerovanie spoločností, prípadne slabá ponuka tejto formy spolupráce.

## REALIZÁCIA INOVÁCIÍ V RÁMCI VÝSKUMNO-VÝVOJOVÉHO KONZORCIA (% ODPOVEDÍ "ÁNO")



Graf 35 Spolupráca spoločností (respondentov) pri inovačnej aktivite v rámci výskumno-vývojového konzorcia (%). Zdroj: vlastné spracovanie

Otázka, ktorá uzatvárala blok, bola venovaná pridanej hodnote z inovácie. Nová pridaná hodnota môže pri inovovaní vzniknúť nielen pre konkrétnu spoločnosť, ale aj pre celé odvetvie, prípadne ekonomiku. V našom prieskume sme sa zamerali na identifikáciu pridanej hodnoty vyplývajúcej zo všetkých troch typov inovácií pre jednotlivé spoločnosti a odvetvia (viď Graf 36). Až pre 91,11 % z 45 respondentov znamenali produktové inovácie prínos novej pridanej hodnoty v rámci spoločnosti a 60 % z nich uviedlo, že tieto inovácie priniesli aj novú pridanú hodnotu pre celé odvetvie. Zatiaľ čo pri procesnej inovácii (37 respondentov) išlo o 72,97 % v prípade hodnoty pre spoločnosť a 43,24 % v prípade hodnoty pre odvetvie, pri organizačnej inovácii (31 respondentov) o 70,97 % v prípade hodnoty pre spoločnosť a 32,26 % v prípade hodnoty pre odvetvie.



Graf 36 Pridaná hodnota vyplývajúca z inovačnej aktivity pre spoločnosť/odvetvie (% odpoveď „Áno“). Zdroj: vlastné spracovanie.

## Záver

Prekladaná správa predstavuje analytický materiál popisujúci aktuálne pro-exportné a pro-inovačné správanie sa podnikateľských subjektov na Slovensku. Vychádza z výsledkov anonymného dotazníkového prieskumu, ktorý bol realizovaný v elektronickej podobe na celkovo 185 respondentoch počas obdobia od 11. februára do 25. marca 2019.

Na základe získaných informácií z prieskumu môžeme aktuálny stav exportnej a inovačnej výkonnosti na Slovensku zhrnúť v nasledujúcom kontexte. Za sledované obdobie 2015-2018 vzrástol záujem o vývozné aktivity v krajine, predovšetkým v prípade väčších, priemyselných podnikov. Kým spoločnosti, najmä tie menšej veľkosti, sa začínajú viac orientovať na high-tech export, priemerný podiel tržieb z exportu rastie tiež. Cieľovým regiónom je predovšetkým Európska únia, nasledovaná inými ekonomickými veľmocami ako Veľká Británia, USA či Rusko. Na druhej strane majú podniky taktiež väčší záujem o dovážanie tovarov a služieb na Slovensko. Samotná exportná aktivita je podľa respondentov obmedzovaná predovšetkým právnymi a administratívnymi prekážkami, potrebou kvality pre zákazníkov v zahraničí a prístupom k financiám.

Dôležitou oblasťou prieskumu bola identifikácia záujmu respondentov o pro-exportné nástroje. Z uvedených nástrojov sú najviac využívanými investičné, obchodné a podnikateľské misie od Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO), nasledované poradenstvom a vzdelávaním v tejto oblasti v rámci spoločnej Proexportnej akadémie a bankovými produktmi od Eximbanky SR. S menšou úrovňou spokojnosti boli využívané nástroje ako kontaktná adresa [trade@sario.sk](mailto:trade@sario.sk), koordinácia zahraničných pracovných ciest medzi predstaviteľmi štátu a hospodárskymi rezortmi a kooperačné burzy, workshopy a podujatia pre dodávateľov od SARIO. Zaujímavými, hoci doteraz menej využívanými nástrojmi zo strany respondentov sú sektorové a teritoriálne analýzy od SARIO, informačný portál [export.slovensko.sk](http://export.slovensko.sk) a vzdelávanie, semináre a workshopy od SARIO. O nástroje ako veľtrhy a výstavy v cestovnom ruchu od Ministerstva dopravy a výstavby SR, veľtrhy a výstavy v potravinárstve a poľnohospodárstve od Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR a „Rozvojmajstri“ od Ministerstva financií SR mali respondenti minimálny záujem. Ide však o veľmi špecificky orientované nástroje, kvôli čomu môžu byť výsledky sledovanej vzorky skreslené.

Z hľadiska inovačnej výkonnosti mali na úvod respondenti uviesť, aké pokročilé technológie pri svojej činnosti využívajú. Na základe výsledkov môžeme potvrdiť suverénne najvyšší záujem o pokročilé počítačové technológie.

Približne polovica respondentov sa v sledovanom období venovala produktovej inovácii. Týka sa to najmä väčších spoločností, pričom podiel záujmu o inováciu produktov a inováciu služieb bol vyrovnaný. V prípade procesnej a organizačnej inovácie ide o niečo nižšie percento celkového záujmu medzi respondentmi. Najvýznamnejšou formou procesnej inovácie bola inovácia spôsobov výroby produktov alebo služieb, ktorá významne súvisí s produktovou inováciou. Pri organizačnej inovácii sa respondenti najviac prikláňali k inovácii metód organizácie pracovných povinností a rozhodovania.

Trend vplyvu inovácií na záujem o produkty/služby spoločností mal rastový charakter v sledovaných rokoch pri všetkých typoch inovácií. Okrem toho výsledky potvrdzujú významnejšiu rastovú tendenciu pri vývozných aktivitách spoločností, ktoré v sledovaných rokoch inovovali, ako v prípade tých, ktoré len udržiavali svoj predchádzajúci stav alebo nemali špecifikovanú inovačnú stratégiu. Na základe týchto informácií môžeme čiastočne potvrdiť, že inovácia vedie k stimulácii záujmu o exportné aktivity.

Ďalej sme zaznamenali približne zdvojnásobenie podielu príjmov z produktovej inovácie na celkových príjmoch respondentov, nárast výdavkov na inovácie a zlepšovanie personálneho zabezpečenia inovácií v dopytovaných podnikoch za sledované obdobie 2015-2018. Okrem toho majú spoločnosti väčší záujem o kooperáciu s inými spoločnosťami ako s univerzitami a výskumnými inštitútmi alebo organizáciami verejnej správy. O spoluprácu v rámci výskumno-vývojových konzorcií je relatívne nízky záujem. Respondenti avšak potvrdili vysoký vplyv inovácií na tvorbu novej pridanej hodnoty pre ich spoločnosti, menší pre celé odvetvia, v ktorých pôsobia.

Na základe celkových výsledkov je možné hovoriť o postupnom zlepšovaní stavu exportnej a inovačnej výkonnosti na Slovensku. K ďalšiemu zlepšeniu môže prispieť postupná eliminácia nadbytočných legislatívnych opatrení a administratívnych prekážok, ktoré brzdia najmä doteraz neexportujúce spoločnosti.

Hoci dnes sa pro-exportná podpora mnohých štátnych inštitúcií významne orientuje na nefinančné podporné nástroje, spoločnostiam by mohol pomôcť lepší prístup k financovaniu ich vývozných aktivít. Malo by však ísť predovšetkým o lepšie sprostredkovávanie finančných úverov na rozdiel od priamej podpory od štátu, ktorá v mnohých prípadoch vedie k diskriminácii na trhu. Spoločnosti by zároveň uvítali lepšiu propagáciu niektorých z pro-exportných nástrojov, ktoré považujú za dobré, ale doteraz o nich nepočuli (napr. informačný portál [export.slovensko.sk](http://export.slovensko.sk)). Slovenská republika potrebuje taktiež lepšiu podporu inovačných aktivít, keďže záujem o tieto aktivity a nadväzujúci podiel vyvážených high-tech produktov ostávajú naďalej relatívne na nízkej úrovni.



## Zoznam použitej literatúry

1. Becker, S. O., Egger, P. H. (2013). Endogenous product versus process innovation and a firm's propensity to export. *Empirical Economics*, 44, s. 329-354. DOI 10.1007/s00181-009-0322-6
2. Cassiman, B., Golovko, E. (2007). Innovation and the Export-Productivity Link. *IESE Business School Working Paper No. 688*, April, 2007. DOI 10.2139/ssrn.1003366
3. Damijan, J. P., Kostevc, Č., Polanec, S. (2008). From innovation to exporting or vice versa? Causal link between innovation activity and exporting in Slovenian microdata. *Discussion Paper 204/2008*.  
Dostupné na: <https://feb.kuleuven.be/drc/licos/publications/discussion-papers/dp/dp204.pdf>
4. Ebling, G., Janz, N. (1999). Export and Innovation Activities in the German Service Sector: Empirical Evidence at the Firm Level. *ZEW Discussion Paper No. 1999-53*. DOI 10.2139/ssrn.376220
5. European Commission (2019). *Small and medium-sized enterprises*.  
Dostupné na: [https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme?p\\_p\\_id=NavTreeportletprod\\_WAR\\_NavTreeportletprod\\_INSTANCE\\_vxIB58HY09rg&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-2&p\\_p\\_col\\_pos=1&p\\_p\\_col\\_count=4](https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme?p_p_id=NavTreeportletprod_WAR_NavTreeportletprod_INSTANCE_vxIB58HY09rg&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=4)
6. Grossman, G., Helpman, E. (1990). Trade, innovation, and Growth. *American Economic Review*, 80(2), s. 86-91.  
Dostupné na: [https://www.researchgate.net/publication/4724741\\_Trade\\_Innovation\\_and\\_Growth](https://www.researchgate.net/publication/4724741_Trade_Innovation_and_Growth)
7. Krugman, P. (1979). A model of innovation, technology transfer, and the world distribution of income. *Journal of Political Economy*, 87(2), s. 253-266. DOI 10.1086/260755
8. Palangkaraya, A. (2012). The Link between Innovation and Export: Evidence from Australia's Small and Medium Enterprises. *Working Papers DP-2012-08*, Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA).  
Dostupné na: <http://www.eria.org/ERIA-DP-2012-08.pdf>
9. Posner, M. V. (1961). International Trade and Technical Change. *Oxford Economic Papers*, 13, s. 323-341. DOI 10.1093/oxfordjournals.oep.a040877

10. Roper, S., Love, J. H. (2002). Innovation and Export Performance: Evidence from UK and German Manufacturing Plants. *Research Policy*, 31, s. 1087-102. DOI 10.1016/s0048-7333(01)00175-5
11. Štatistický úrad SR (2019). *Štatistická klasifikácia ekonomických činností SK NACE Rev. 2*. Dostupné na: [https://www.financnasprava.sk/\\_img/pfsedit/Dokumenty\\_PFS/Podnikatelia/Clo\\_obchodny\\_tovar/EORI/StatistickaKlasifikaciaEkonomickychCinnosti.pdf](https://www.financnasprava.sk/_img/pfsedit/Dokumenty_PFS/Podnikatelia/Clo_obchodny_tovar/EORI/StatistickaKlasifikaciaEkonomickychCinnosti.pdf)
12. Tuhin, R. (2016). *Modelling the relationship between innovation and exporting: Evidence from Australian SMEs*. Australian Government – Department of Industry, Innovation and Science. Dostupné na: <https://industry.gov.au/Office-of-the-Chief-Economist/Research-Papers/Documents/2016-Research%20Paper-3-Modelling-the-relationship-between-innovation-and-exporting-Evidence-from-Australian-SMEs.pdf>
13. United Nations (2019). *Standard International Trade Classification Rev. 4*. Dostupné na: [https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM\\_34rev4E.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_34rev4E.pdf)
14. Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), s. 190-207. DOI: 10.2307/1880689

## Prílohy

Tabuľka 5 Zoznam pro-exportných podporných inštitúcií.

Názov inštitúcie	Skratka názvu inštitúcie
Business & Innovation Centre Bratislava	BIC Bratislava
Exportno-importná banka Slovenskej republiky	Eximbanka SR
Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky	MDaV SR
Ministerstvo financií Slovenskej republiky	MF SR
Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky	MH SR
Ministerstvo pôdohospodárstva a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky	MPaRV SR
Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky	MZVaEZ SR
Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu	SARIO
Slovenská obchodná a priemyselná komora	SOPK
Slovenská záručná a rozvojová banka	SZRB

Tabuľka 6 Zoznam pro-exportných podporných nástrojov.

Nástroj		Inštitúcia
1	Investičné, obchodné a podnikateľské misie	SARIO
2	Koordinácia zahraničných pracovných ciest (ZPC) najvyšších predstaviteľov štátu a hospodárskych rezortov	SARIO, MZVaEZ SR, MH SR
3	Ponuky, dopyty, informácie a sprostredkovanie kontaktov cez trade@sario.sk	SARIO
4	Portál pre exportéra export.slovensko.sk Integrovaný informačný systém podpory exportu	SARIO
5	Sektorové, teritoriálne analýzy a poradenstvo	SARIO
6	Slovenské exportné fórum	SARIO, MZVaEZ SR
7	Tendre	SARIO
8	Vzdelávanie, semináre a workshopy	SARIO
9	Prezentácia a účasť na zahraničných veľtrhoch, vrátane odvetvovej propagácie	SARIO
10	Slovenská kooperačná burza, Inovačné workshopy, Kooperačné a sourcingové podujatia a zapájanie sa do dodávateľskej siete	SARIO
11	Bankové produkty pre MSP	SZRB
12	Záručné produkty pre MSP	SZRB
13	Alternatívne obchodné platformy (exportné konzorciá a aliancie)	MH SR
14	Medzivládne a zmiešané komisie	MH SR
15	Poradenstvo pri príprave exportných operácií, organizovanie seminárov, vzdelávanie exportérov – Proexportná akadémia	MH SR, MZVaEZ SR, SOPK, SARIO, Eximbanka SR
16	Nástroj na podporu veľkých exportných projektov	MH SR
17	Špecifické pracovisko na podporu internacionalizácie MSP	MH SR
18	Poradenstvo na zahraničných trhoch	MZVaEZ SR
19	Poradenstvo pri zaradení na dodávateľské „short-listy“ medzinár. organizácií	MZVaEZ SR
20	Portál Podnikajme v zahraničí	MZVaEZ SR
21	Prezentácie nákupcov medzinárodných organizácií	MZVaEZ SR
22	Projekty rozvojovej pomoci SR	MZVaEZ SR
23	Projekty rozvojovej spolupráce EÚ a iných medzinár. organizácií	MZVaEZ SR
24	Sektorové analýzy	MZVaEZ SR
25	Sprostredkovanie kontaktov v teritóriu	MZVaEZ SR
26	Tendre v zahraničí (vládne aj medzinárod. organizácií)	MZVaEZ SR
27	Teritoriálne informácie (EIT) (vrátane informácií o odporúčaných veľtrhoch, výstavách v teritóriu)	MZVaEZ SR
28	Vládne stratégie a rozvojové plány v zahraničí	MZVaEZ SR
29	Vzdelávanie ekonomických diplomatov	MZVaEZ SR
30	Bankové produkty (vrátane produktov pre MSP)	Eximbanka SR
31	Poistné a záručné produkty (vrátane produktov pre MSP)	Eximbanka SR
32	Databáza Enterprise Europe Network (EEN)	BIC Bratislava
33	EEN Missions for Growth	BIC Bratislava
34	Konzultačné dni pre podnikateľskú verejnosť	SOPK
35	Veľtrhy a výstavy v cestovnom ruchu	MDaV SR
36	Veľtrhy a výstavy – potravinárske a poľnohospodárske	MPaRV SR
37	Nástroj „Rozvojmajstri“	MF SR