

KRAJ



INFORMUJE



AKTÍVNE POČÚVA



PODPORUJE



PREPÁJA



MYSLÍ NA BUDÚCNOSŤ

MSP

Stratégia rozvoja MSP v TTSK pre roky 2022 až 2027

Spracované pre KIRA - Krajská inovačná a rozvojová agentúra, Trnava
Kiuub s.r.o., 2022

Obsah

Čo je cieľom tohto dokumentu?	4
Ako vyzerala tvorba stratégie v praxi?	5
Ako sme zbierali a vyhodnocovali údaje?	9
Z čoho sme pri spracovaní analýzy vychádzali?	9
Čo vyplynulo z rozhovorov s MSP v TTSK?	15
Aké sú potreby študentov stredných škôl v TTSK?	16
Ako vnímať strategické vývojové trendy?	17
K akým záverom sme sa vo výskume dopracovali?.....	19
Aké návrhy odporúčame realizovať?	24
Kraj informuje.....	27
Kraj aktívne počúva.....	31
Kraj podporuje.....	35
Kraj prepája.....	39
Kraj myslí na budúcnosť.....	43
Aké sú ďalšie kroky?	45
Záverečné zhrnutie a poďakovanie	50
Použité zdroje	51



Čo je cieľom tohto dokumentu?

Navrhovaná stratégia sa sústreďuje na malých a stredných podnikateľov (ďalej len MSP), ktorí svoju činnosť realizujú a zároveň žijú na území Trnavského samosprávneho kraja (ďalej len TTSK alebo kraj). Keďže tvoria viac ako 99 % všetkých podnikateľských subjektov v kraji, predstavujú kľúčovú hybnú silu rozvoja územia a jeho prosperity.

TTSK má preto prirodzene silný záujem na tom, aby aj táto komunita obyvateľov prosperovala, mala čo najväčší priestor na svoj rast a tým prispievala k čo najvyššej kvalite života všetkých obyvateľov kraja.



"Mikropodniky, malé a stredné podniky (MSP) tvoria 99 % všetkých podnikov v EÚ. Zabezpečujú dve tretiny pracovných miest v súkromnom sektore a k celkovej pridanej hodnote vytvorenej podnikmi v EÚ tak prispievajú viac ako polovicou."

Aké otázky sa v tomto dokumente snažíme zodpovedať?

- Aké sú aktuálne rezervy a výzvy pre rozvoj MSP v TTSK z perspektívy SR?
- Kam dnes smeruje pozornosť MSP pôsobiacich v kraji a kde vidia najväčší priestor na rozvoj a podporu svojho podnikania?
- Zaujímajú sa mladí ľudia v kraji o podnikanie? Majú chuť vzdelávať sa v tejto téme?
- Aké sú kľúčové témy pre podporu rozvoja MSP v kraji?
- Ako môžu vyzeráť riešenia, navrhované opatrenia a konkrétne aktivity?
- Aké sú predpoklady pre úspešné uvedenie navrhovaných aktivít do praxe?

Ambíciou dokumentu je vyvolať diskusiu medzi partnermi a iniciatívami TTSK smerom k napĺňaniu vízie rozvoja a podpory MSP v regióne. Dokument definuje strategické ciele, vychádzajúce z analytických východísk, ktoré dopĺňa o vlastný lokálny výskum. Identifikované problémy a výzvy sú následne pretavené do konkrétnych návrhov riešení, konfrontovaných s ich dostupnosťou v čase spracovania tohto dokumentu.

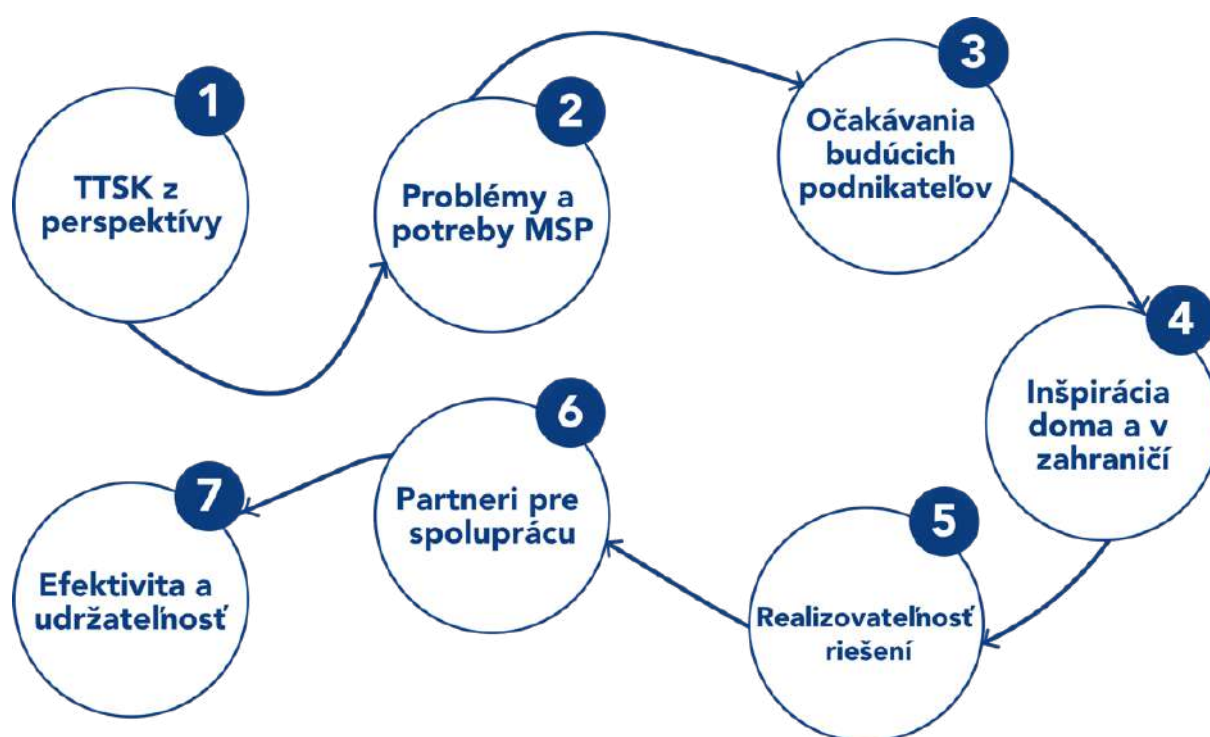
Cieľom je vytvorenie informačnej a komunikačnej platformy, ktorá bude zvyšovať zrozumiteľnosť a užitočnosť jednotlivých aktivít. Výsledkom bude nielen zvýšenie dôvery medzi MSP a TTSK, ich intenzívnejšia komunikácia a zapájanie sa do rozvojových aktivít, ale aj dlhodobou udržateľné posilnenie ekonomického potenciálu regiónu.

Ako vyzerala tvorba stratégie v praxi?

Prvým krokom bolo dôkladné pochopenie problematiky. Pozerali sme sa preto na už realizované štúdie na Slovensku či v zahraničí a prostredníctvom kampane na sociálnej sieti Facebook následne k spolupráci prizvali desaťtisíce obyvateľov kraja. Pozvanie na osobný rozhovor prijali takmer štyri desiatky z nich.

Okrem toho, TTSK oslovil 40 stredných škôl vo svojej zriaďovateľskej pôsobnosti, vďaka čomu sa nám podarilo získať stovky odpovedí od (nádejných) budúcich podnikateľov.

Zároveň sme sa snažili inšpirovať najlepšimi z dostupných príkladov pri riešení podobných problémov v Európe, ale tiež mimo nej. Starostlivo sme posúdili, čo z navrhovaných riešení dovoľujú uskutočniť kompetencie či kapacity kraja a navrhli sme, čím začať, ako sledovať výsledky a ako pokračovať ďalej.



Ako je na tom TTSK z pohľadu slovenskej a európskej perspektívy?

1

Ako sú na tom MSP z Trnavského kraja v porovnaní so slovenským priemerom? Ktoré regióny sú pre TTSK inšpiráciou? Ktoré témy rezonujú v podnikateľskej komunite na Slovensku najčastejšie?

Počas fázy pochopenia problematiky sme sa stretli s viacerými kvalitnými štúdiami, realizovanými Slovak Business Agency (ďalej len SBA). Výstupy z týchto štúdií sme zahrnuli aj do našich návrhov a všetky z nich sú dohľadateľné v prehľadnom zozname na konci tohto dokumentu. Prieskumy, ktoré sa venovali špecificky dopadom pandémie COVID-19 sme vo výskumnej časti nezohľadňovali.

Aké sú problémy a potreby MSP v TTSK?

Výsledky realizovaných štúdií je potrebné overiť aj v kontexte daného kraja. Pri overovaní sme sa preto sústredili na zachytenie potenciálnych autentických špecifik v oblasti bolestí a potrieb MSP v regióne.

Prostredníctvom online kampane na Facebooku* sme oslovili viac ako 30-tisíc obyvateľov kraja s výzvou prispieť svojím názorom k zmene podnikateľského prostredia. Zapojíť sa rozhodlo celkom 91 oslovených, pričom 37 z nich si našlo priestor na osobný alebo telefonický rozhovor.

Nasledovalo niekoľko desiatok hodín realizácie empatických rozhovorov, vďaka ktorým sme získali dôležitý pohľad do každodenného života MSP v kraji.

**Ukážka vizuálu Facebook kampane*



Aké sú očakávania mladej generácie budúcich podnikateľov?

3

Je potrebné si uvedomiť, že budúca generácia podnikateľov dnes ešte stále sedí v školských laviciach. Napriek tomu sme chceli zistiť, ako vnímajú túto tému oni. *Majú chuť vzdelávať sa v oblasti podnikania a chcú vôbec v budúcnosti podnikáť? Čo k tomu od nás potrebujú?*

Oslovili sme preto viac ako 40 stredných škôl v kraji a vďaka odpovediam takmer tisíce študentov sme dokázali lepšie porozumieť ich očakávaniam. Pri návrhu riešení sme sa okrem ich odpovedí inšpirovali aj vzdelávacími programami Junior Achievement Slovensko, ktorá na Slovensku už viac ako 30 rokov podporuje podnikateľské a ekonomické myslenie u žiakov základných a stredných škôl.

Od koho sa môžeme inšpirovať doma a v zahraničí?

Ako sú podobné problémy riešené v zahraničí? Čo funguje a čo sa naopak neosvedčilo? Ktoré riešenia sa využívajú najčastejšie a kto ich realizuje najlepšie?

Vďaka výskumu a dôkladnému zberu dát sa nám podarilo vytvoriť zoznam úspešných projektov, služieb a produktov, využívaných v Európe, či Severnej Amerike. Na základe výstupov z projektu [Pure Cosmos](#) (Interreg Europe) sme získali detailný pohľad na príklady dobrej praxe v Európe a veľkou inšpiráciou pre spracovateľský tím boli tiež riešenia niektorých regiónov v Českej republike (napr. [Moravskoslezský kraj](#)).

4

Ktoré riešenia je možné z pohľadu TTSK realizovať?

5

Zozbieranú inšpiráciu a naše zistenia sme sa rozhodli konfrontovať s kompetenciami a reálnymi kapacitami, ktorými TTSK v uvažovanom časovom horizonte disponuje. Pôvodný zoznam riešení sme tak zredukovali o tie, ktoré sa vymykali súčasným kompetenciám samosprávnych krajov, pretože ich časová, finančná, technologická a kapacitná náročnosť zásadne presahovala hodnoty, ktoré sú pre TTSK v tomto momente dostupné.

Pre lepšiu orientáciu preto pri budúcom spracovaní detailov riešení uvádzame pri každom z nich konkrétne postupy alebo nástroje vhodné na ich realizáciu.

Kde hľadať skúsených partnerov pre spoluprácu?

Kto je dnes schopný vybrané riešenia reálne dodať? Kto má najväčšie skúsenosti? Do akej miery je možné s partnermi spolupracovať?

Po návrhu riešení je dôležité zamyslieť sa nad tým, kto nám môže pomôcť pri ich realizácii. Pri výbere odporúčaných opatrení sme preto prihliadali aj na dostupnosť relevantných partnerov, ktorí dokážu urýchliť implementáciu a byť garantom kvality. S vybranými subjektami dokonca prebehli informačné stretnutia, počas ktorých sme overovali ochotu spolupracovať na nami navrhovanom riešení. Niektorí z nich sú uvedení aj na kartách konkrétnych strategických pilierov v návrhovej časti.



Ako vytvoriť efektívne a udržateľné riešenia?



Ako budeme schopní dodať navrhnuté riešenia čo najskôr? Ako ich vieme dodať tak, aby boli dostupné čo najväčšiemu počtu obyvateľov kraja? Prekrývajú sa riešenia s návykmi a požiadavkami MSP? Budú riešenia technologicky aktuálne aj o päť rokov?

Pri návrhu opatrení sme prihliadali aj na súčasné trendy a dlhodobú udržateľnosť navrhovaných riešení.

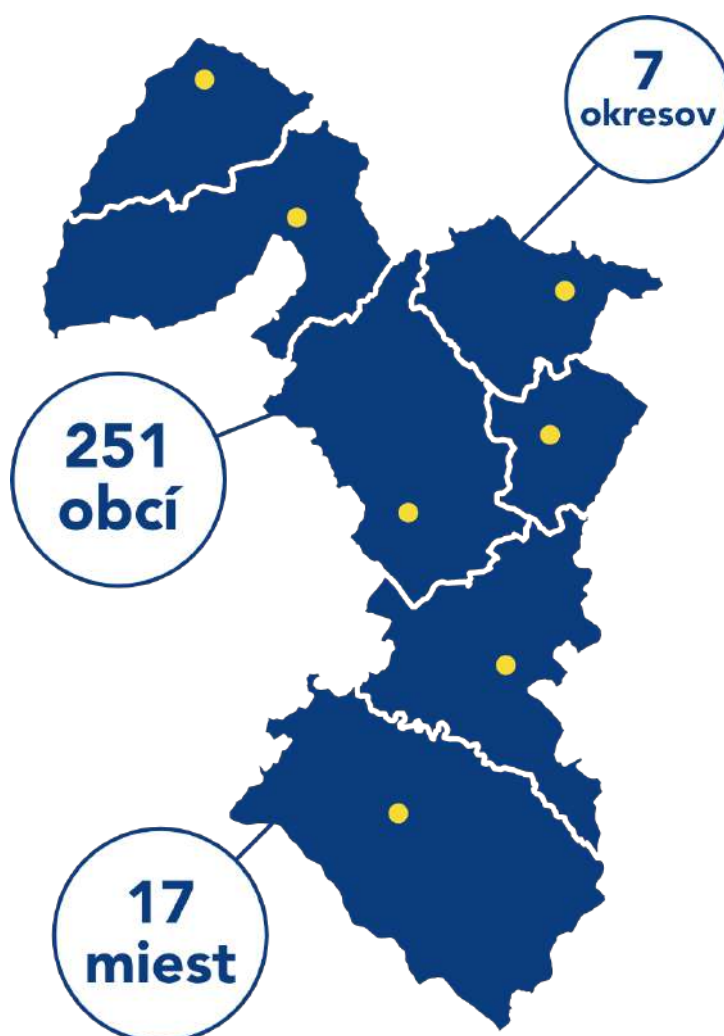
Ako sme zbierali a vyhodnocovali údaje?

V nasledujúcej časti dokumentu si predstavíme základné analytické východiská pre tvorbu strategických cieľov, úvodných návrhov riešení a nástrojov pre ich dosiahnutie. Využité informácie sme čerpali nielen z vlastného výskumu, ale aj vyhľadáním už realizovaných štúdií, prieskumov a voľne dostupných výstupov štatistického úradu.

Následnou syntézou všetkých nadobudnutých informácií sa nám podarilo získať komplexný pohľad do témy a identifikovať oblasti s najvyšším potenciálom pre zmenu.

Z čoho sme pri spracovaní analýzy vychádzali?

Aký je socio-demografický profil TTSK?

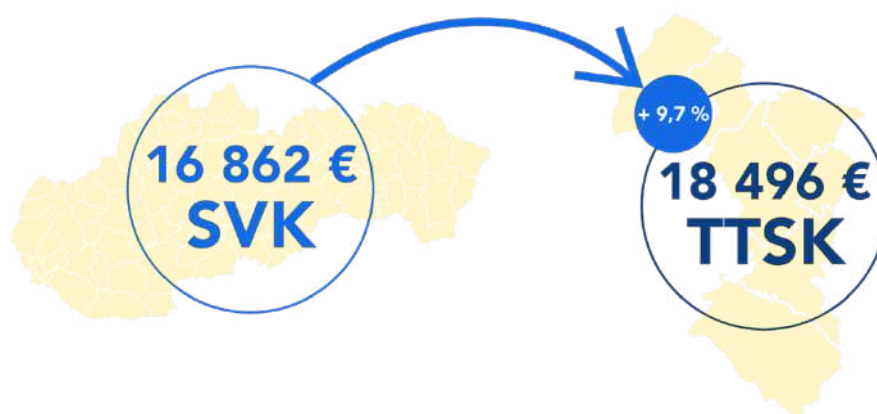


Ako vyzerá ekonomická situácia TTSK v kontexte Slovenska a EÚ?



Ako je možné vidieť na infografike zobrazenej vyššie, TTSK dnes produkuje približne 1/9 celkového HDP Slovenska, čím sa radí medzi tie výkonnejšie regióny. Pre porovnanie, aj napriek svojej veľkosti dosahuje HDP na úrovni Macedónska, ktoré má v porovnaní s TTSK 4x viac obyvateľov a 6x väčšiu rozlohu.

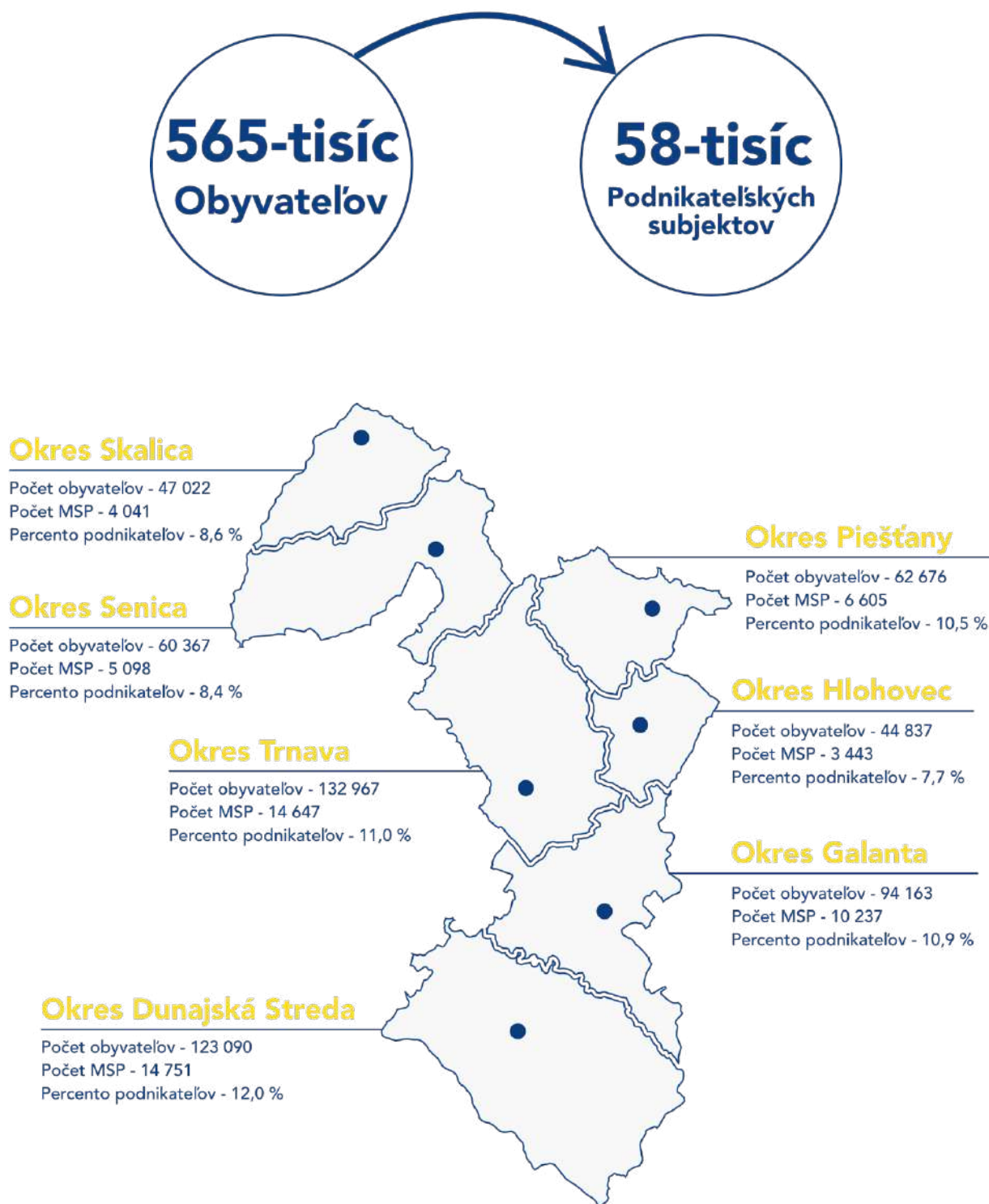
Aké je priemerné HDP na obyvateľa?



Pri zhodnotení aktuálneho stavu podnikateľského prostredia a postojov MSP v TTSK v kontexte Slovenskej republiky sme vychádzali primárne zo správ z kvantitatívnych výskumov Slovak Business Agency (s ktorou má TTSK z októbra roku 2020 podpísané memorandum o spolupráci), venovaným [názorom MSP na kvalitu podnikateľského prostredia na Slovensku](#) a ich [postojom k využívaniu podporných programov](#).

Pre ešte detailnejší pohľad sme využili informácie z [publikácie o malom a strednom podnikaní v Trnavskom samosprávnom kraji](#), pričom ekosystém podpory MSP na Slovensku zmapovala SBA v publikáciách: [Sprievodca iniciatívami na podporu malých a stredných podnikov](#) a [Analýza efektívnosti podporných programov pre MSP](#). Z nadobudnutých informácií sme zároveň formulovali hypotézy aj do vlastného kvalitatívneho výskumu.

Kolkí z obyvateľov TTSK sa radia medzi MSP?



Detailnejší pohľad ponúka podnikateľská aktivita v kraji, kde sa sleduje pomer medzi ekonomicky činným obyvateľstvom a počtom podnikateľov v ňom.

Miera podnikateľskej aktivity v TTSK dlhodobo stagnuje na úrovni cca 20 %. Pre porovnanie, najnižšia podnikateľská aktivita je Košickom kraji (16,2 %) a najvyššia v Bratislavskom (37,6 %).

V rámci TTSK je aktivita najvyššia v okrese Dunajská Streda s viac ako 25,0 % aktivitou, pričom druhý najaktívnejší okres je Trnavský s 21,9 %. Naopak, najnižšia podnikateľská aktivita bola zaevidovaná v okrese Hlohovec (15,0 %).



Centrom podnikateľskej aktivity je okres Dunajská Streda s výrazným nárastom oproti Trnave a jej okoliu.

Ako vyzerá štruktúra MSP v TTSK? (2020)



Mikropodniky

Podniky - 21 827
Živnostníci - 32 861
Ostatné - 2 493

Spolu - 57 181



Malé podniky

Podniky - 1 264
Živnostníci - 114
Ostatné - 3

Spolu - 1 381



Stredné podniky

Podniky - 257
Živnostníci - 3
Ostatné - 0

Spolu - 260



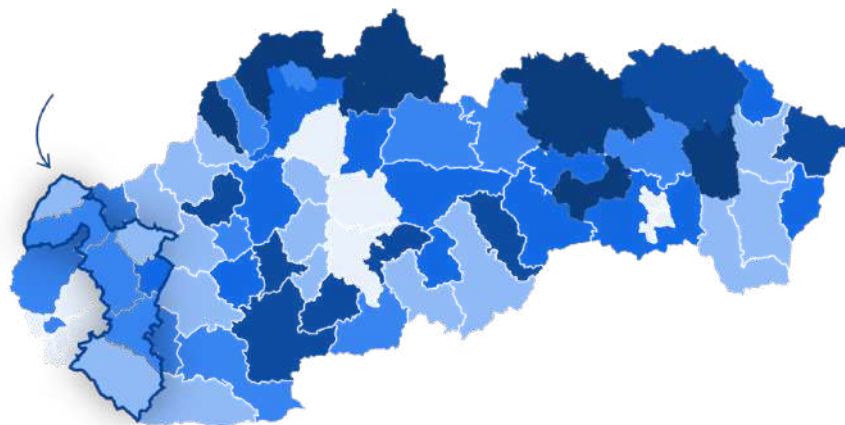
Spolu všetci MSP

Podniky - 23 348
Živnostníci - 32 978
Ostatné - 2 496

Spolu - 58 822

Trnavský kraj patrí medzi kraje s najnižším počtom MSP (9,9 %). Menej ich je už iba Banskobystrickom (9,5 %) a Trenčianskom kraji (9,3 %), pričom najviac, naopak, v Bratislavskom (22,7 %)

Aký je podiel podnikateľov vo veku menej ako 30 rokov? (2020)



- 22,1 až 32,6%
- 18,6 až 22,0%
- 17,1 až 18,5%
- 16,1 až 17,0%
- 14,1 až 16,0%
- 10,3 až 14,0%

TTSK sa zaraďuje medzi kraje s podpriemerným zastúpením mladých podnikateľov vo veku menej ako 30 rokov (16,1 %). Mladí podnikatelia sú najdominantnejšie zastúpení v Žilinskom a Prešovskom kraji (19,3 %).

Zaujímavé pritom je, že až viac ako 40 % začínajúcich podnikateľov prichádza vo veku do 30 rokov. Percentuálne údaje sú vyjadrené vo vzťahu k celkovému počtu podnikateľov na Slovensku.

Vedia MSP v kraji o dostupnosti novej podpory?

Na základe našich zistení môžeme konštatovať, že:

- Jednotlivé formy a obsah podpory MSP sú rozptýlené medzi veľké množstvo subjektov a produktov.
- Dostupnosť podpory MSP je formálne dostačujúca, reálne však naráža na zložitosť komunikácie a byrokratické bariéry.
- MSP dnes získavajú informácie o možnostiach podpory z verejných inštitúcií z nasledujúcich zdrojov:
 - Oficiálna stránka inštitúcie poskytujúcej podporu: 17,6 %,
 - Výzva na predkladanie projektov: 13,0 %,
 - Sociálne siete: 17,4 %,
 - Online reklama: 4,0 %,
 - Tradičné médiá: televízia, rádio a tlač: 4,3 %,
 - Osobne (napríklad priatelia, obchodní partneri, podnikateľské podujatia či veľtrhy): 43,7 %.
- 66 % MSP hľadá informácie o možnostiach podpory verejnými inštitúciami na internete, 35 % priamo na stránkach inštitúcií poskytujúcich podporu.

Sú MSP s aktuálnou podporou podnikania v TTSK spokojní?

Až 47 % MSP v Trnavskom kraji deklaruje spokojnosť s podmienkami na podnikanie, čím sa stávajú najspokojnejšou podnikateľskou komunitou na Slovensku. Pre porovnanie, až 71 % MSP v Žilinskom kraji prejavuje nespokojnosť s aktuálnym stavom. Spokojnosť MSP v TTSK s podmienkami pri začatí ich podnikania (bez ohľadu na dobu podnikania) na úrovni 71 % len potvrdzuje ich vedúcu pozíciu v tejto téme.

Pokiaľ má byť podpora v budúcnosti efektívnejšia, MSP očakávajú zvýšenie dôrazu na nasledujúce aspekty:

- Posilnenie nástrojov finančnej podpory: 19,0 %.
- Posilnenie nástrojov podnikateľského vzdelávania a zručností: 14,3 %.

Medzi najväčšie výzvy v procese získania podpory pre podnikanie ďalej MSP považujú:

- Nedostatočná informovanosť a možnosť overenia informácií o podmienkach podpory pred podaním žiadosti, prípadne získania inštrukcií pre správne vyplnenie žiadosti: 29,4 %,

- Absencia podpory od verejných inštitúcií, ktorá by zodpovedala potrebám danej podnikateľskej činnosti: 11,8 %.

Je komunikácia s úradmi a byrokracia pre MSP prekážkou?

Po zmapovaní verejnej mienky v súvislosti komunikácie s úradmi verejnej správy prichádzame s nasledujúcimi zisteniami:

- Inštitúcie zabezpečujúce dotácie, resp. rozhodujúce o eurofondoch patria medzi druhé najhoršie z pohľadu MSP (zbytočnosť, neprehľadnosť, rozsiahlosť podania) - pre porovnanie, samosprávne kraje sú vnímané najlepšie.
- Takmer 38 % MSP má problém dostať sa k informáciám o tom, aké zákony a predpisy sa konkrétneho typu podnikania dotýkajú.
- Až 44 % MSP si myslí, že úradníci dostatočne nepomáhajú podnikateľom zorientovať sa v zákonoch pre danú oblasť.
- Až 52 % MSP si myslí, že časté zmeny zákonov nie je možné pravidelne sledovať.

Aké sú potreby a prekážky pri podpore podnikania MSP?

V rámci podpory podnikania sa nám podarilo zdefinovať nasledujúce potreby:

- Až 25 % MSP v Trnavskom kraji plánuje v budúcom roku posilniť svoje marketingové aktivity a ďalších 25 % plánuje prijať nových zamestnancov, pričom 27 % MSP v kraji neplánuje žiadne zmeny.
- Záujem o podporu MSP v Trnavskom kraji je druhým najvyšším na Slovensku (9,7 %), najvyšší záujem o podporu MSP je v Košickom kraji (9,8 %), priemer v rámci Slovenskej republiky je na úrovni 5 %.

MSP za najväčšie prekážky pri podpore podnikania považujú:

- Nedostatočná informovanosť o možnostiach získania priamej finančnej či nefinančnej podpory pre podnikanie: 13,5 %.
- Nedostatočný objem zdrojov určených na priamu podporu malých a stredných podnikov: 4,4 %.
- Ponuka súčasných podporných nástrojov nereflektuje skutočné potreby malých a stredných podnikov: 5,4 %.
- Neprehľadnosť ponúkaných programov a nástrojov zo strany inštitúcií verejnej správy (je zložené zorientovať sa v tom, ktorá inštitúcia ponúka aký druh podpory): 27,0 %.

MSP považujú za najväčšie prekážky pre rozvoj svojho podnikania:

- Nízka dostupnosť financovania pre rozvoj podnikania: 18,0 %.
- Nedostatočná úroveň podnikateľských zručností, resp. prípravy na podnikanie ako kariérnu voľbu: 23,5 %.
- Nedostatok kvalifikovaných pracovníkov: 11,1 %.

Do akej miery je vzdelávanie v oblasti podnikateľskej činnosti témou pre MSP?

V oblasti podnikania sme zaznamenali a definovali nasledujúce potreby:

- Až 37 % MSP v Trnavskom kraji by privítalo zlepšenie podmienok duálneho vzdelávania (stredné školy).
- Takmer 33 % MSP očakáva podporu rozvoja kľúčových kompetencií a zručností, akými sú napríklad kreativita, riešenie problémov a kritické myslenie v rámci vzdelávacieho systému.
- Až 73 % MSP využíva určité možnosti vzdelávania za účelom rozvoja svojho podnikania, z čoho polovica sa pravidelne sama vzdeláva prostredníctvom odbornej literatúry.
- Viac ako 40 % MSP v kraji sa pravidelne zúčastňuje rôznych vzdelávacích akcií.
- Až 25 % MSP v kraji sa vzdeláva prostredníctvom informácií dostupných na internete.
- Viac ako 40 % MSP v kraji využíva na vzdelávanie stretnutia s rôznymi obchodnými partnermi.

Čo vyplynulo z rozhovorov s MSP v TTSK?

Pre dôkladnejšie pochopenie problematiky sme v období od 25.1.2022 do 1.3.2022 realizovali na vzorke 37 respondentov kvalitatívny výskum prostredníctvom empatických rozhovorov. Skupina 37 zástupcov MSP bola výsledkom priameho oslovenia obyvateľov kraja (v rámci kampane na sociálnej sieti, príp. osobne) za účelom participácie na zmene podnikateľského prostredia.

Z viac ako 30t-isíc oslovených prejavilo záujem zapojiť sa do aktivity 91 z nich, pričom menšia polovica absolvovala osobný empatický rozhovor a zvyšných 59 % prejavilo svoj názor vyplnením online dotazníka. Počet zapojených respondentov naplnil potreby pre spracovanie výsledkov prostredníctvom zvolenej metodológie.

Počas viac ako 27 hodín hĺbkových rozhovorov sme zachytili 450 relevantných kľúčových slov a tvrdení, z ktorých sa až 139 vyskytovali vo viacerých rozhovoroch.

Cieľom výskumu bolo zachytenie štruktúry pozornosti MSP v kraji, vyhľadanie bolestí, potrieb, očakávaní a súčasne tiež zachytenie autentických návrhov a inšpirácií pre budúce riešenia.

Respondenti, ktorí sa nezúčastnili hĺbkových rozhovorov, boli následne oslovení prostredníctvom online dotazníka. Ten disponoval zjednodušenou podobou štruktúry hĺbkových rozhovorov. Dotazníkom sme nadobudli možnosť overiť si vybrané tvrdenia z empatickej časti aj prostredníctvom kvantitatívnych dát.



Výsledky boli neskôr konfrontované s výstupmi z kvalitatívnych výskumov a štúdií z iných zdrojov. Výber kľúčových zistení uvádzame v časti "K akým výsledkom sme sa vo výskume dopracovali?".

Štruktúra rozdelenia podnikateľov podľa okresov



Aby sme vo výskume pokryli územie TTSK čo najrovnomernejšie, venovali sme zvýšenú pozornosť miestnej štruktúre respondentov. Túto podmienku sa nám dokonca podarilo splniť napriek organickému priebehu výskumu, a to aj pri online dotazníkoch.

Ďalšou podmienkou výskumu bolo, aby sme pokryli minimálne 2 respondentov v rámci každého okresu TTSK. Túto podmienku sa podarilo naplniť aj vďaka dodatočnému vyhľadávaniu respondentov v regiónoch s menším záujmom o zdieľanie ich názorov v rámci realizovaných rozhovorov.

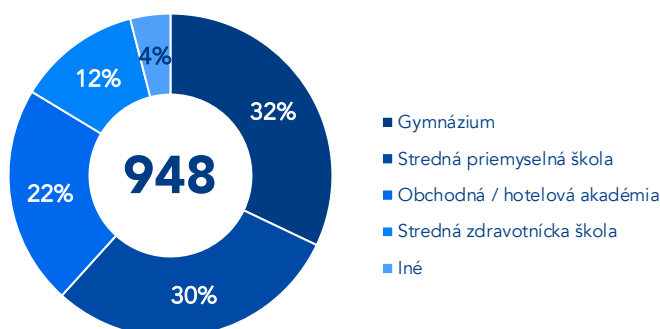
Aké sú potreby študentov stredných škôl v TTSK?

Kvantitatívny výskum so študentami stredných škôl v oblasti podnikania bol realizovaný v období od 4.2.2022 do 8.3.2022. Výskum sme uskutočnili vo forme online dotazníka, pričom oslovení boli študenti 40 stredných škôl, gymnázií, hotelových a obchodných akadémií, priemyselných, pedagogických a zdravotníckych škôl v zriaďovateľskej pôsobnosti TTSK.

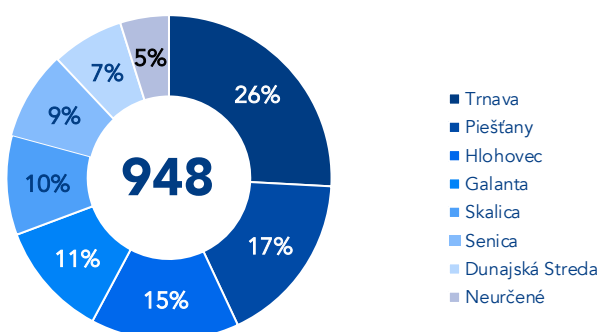
Za mesiac trvania výskumu sa nám podarilo získať spätnú väzbu od 948 študentov stredných škôl zo všetkých okresov kraja. Osobné stretnutia a iné kvalitatívne formy výskumu nebolo možné realizovať z dôvodu nepriaznivej epidemiologickej situácie v čase konania výskumu.

Výber kľúčových zistení uvádzame v časti "K akým výsledkom sme sa vo výskume dopracovali?".

Štruktúra respondentov študentov podľa druhu školy



Štruktúra respondentov študentov podľa okresu bydliska



Požiadavka na zastúpenie minimálne 20 študentov z každého okresu TTSK bola vyslovená aj počas realizácie kvantitatívneho výskumu, ktorá bola po jeho ukončení naplnená s dostatočnou rezervou.

Ako vnímať strategické vývojové trendy?

Pri formovaní stratégie na najbližšie roky by sme nemali zabúdať ani na globálne a regionálne výzvy, ktorým budeme v najbližšom období čeliť. Medzi tie patria najmä: vplyv starnutia populácie, migrácia, klimatické zmeny, digitalizácia či vývoj politickej situácie v Európe.

Trend rastu stredného veku dožitia má vplyv aj na dynamiku rastu počtu mladých podnikateľov a vytvára tak príležitosti v oblasti nových služieb a produktov pre staršie cieľové skupiny. Pod migráciou nerozumieme iba niektorú z minulých či prichádzajúcich globálnych migračných kríz, ale tiež odchod mladých ľudí do blízkeho Bratislavského kraja či do zahraničia.

Klimatické zmeny ovplyvňujú ekosystémy a životné prostredie, zasahujú do bežného života, ako aj do vývoja v cestovnom ruchu. Digitalizácia a priemysel menia celosvetové výrobné postupy, čo má za následok prispôsobovanie lokálnych

výrobcov. A to všetko sa musí udiť v pomyselných mantineloch európskej regulácie a podporných mechanizmov.

Pri tvorbe tohto dokumentu sme preto brali do úvahy všetky z vyššie spomenutých vývojových trendov, ktoré v pozitívnom alebo negatívnom smere dokážu nečakane ovplyvňovať vývoj a dopad nami navrhovaných opatrení a aktivít. Spomenuté trendy boli zároveň súčasťou spracovaných prieskumov a štúdií.

K akým záverom sme sa vo výskume dopracovali?

V rámci analytickej časti sme kľúčové informácie zbierali prostredníctvom 37 empatických rozhovorov a 54 vyplnených online dotazníkov zo všetkých okresov TTSK. Vďaka realizovaným aktivitám sa nám podarilo identifikovať výzvy, ktorých riešenia majú potenciál stať sa východiskom pre budúce zmeny, výsledkom ktorých by malo byť zlepšenie kvality života komunity MSP.

Jednotlivé zistenia sme rozdelili do piatich skupín, ktorých témy predstavujú prienik medzi deklarovanými potrebami, očakávaniami MSP a kompetenciami TTSK.

Počas vlastného výskumu, ako aj v už realizovaných prieskumoch, sa vyskytovalo množstvo iných informácií, ktoré sú však z pohľadu realizovateľnosti prípadných opatrení a aktivít pod hlavičkou TTSK irelevantné, respektíve z praktického hľadiska nerealizovateľné.

Nižšie si môžete prejsť prehľadne zhrnuté výstupy, rozdelené do nasledujúcich tematických oblastí:

- Problémy a bolesti MSP;
- Potreby a očakávania MSP;
- Dostupnosť a zrozumiteľnosť informácií;
- Dostupnosť podpory a skúsenosti s jej využitím;
- Podpora a vzdelávanie novej generácie MSP.

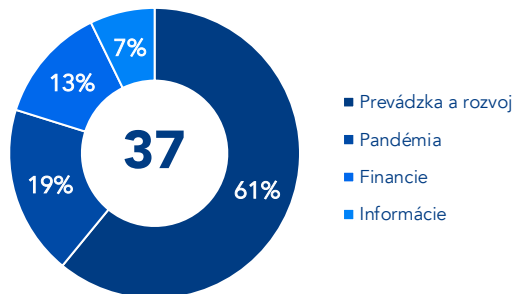
Problémy a bolesti MSP pri podnikaní

Kľúčové zistenia danej tematickej oblasti sú:

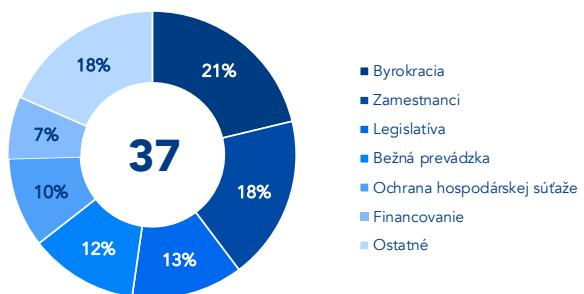
- Najväčšia časť pozornosti podnikateľov smeruje k problémom s bežnou prevádzkou a rozvojom podnikania (59,4 %), s pandémiou (18,9 %) a problémom spojeným s financovaním (13,0 %).
- Pri rozvoji podnikania zaberajú až 21,7 % pozornosti MSP problémy s prílišnou byrokraciou, náročnosťou hľadania kvalitných zamestnancov 18,9 % a legislatívou 12,8 %.
- Pri problémoch s financiami má až 45,9 % podnikateľov problém získať financovanie na bežnú prevádzku, alebo rozvoj a až 42,6 % podnikateľov vníma súčasné nastavenie daňového a odvodového zaťaženia ako problematické.
- Až 52 % podnikateľov v dotazníku uviedlo, že pre rozvoj firmy potrebujú kontakty,
- 12,2 % podnikateľov vníma situáciu v dôsledku ochorenia COVID-19 ako kľúčový problém svojho podnikania.

- Až 64 % z podnikateľov, ktorí uviedli prebiehajúcu pandémiu ako problém uvádza, že mala za následok spomalenie trhu a tiež ich rozvoja.

Problémy podnikateľov



Prevádzkové problémy podnikateľov

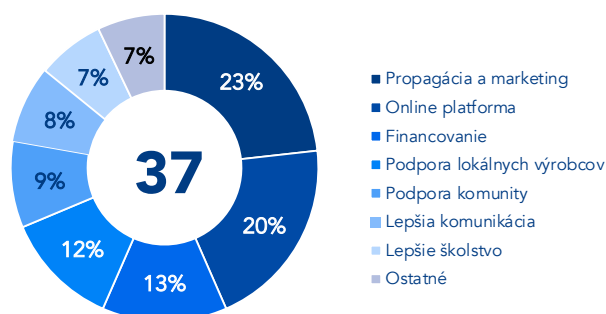


Potreby a očakávania MSP pri rozvoji podnikania

Kľúčové zistenia danej tematickej oblasti sú:

- 23,3 % podnikateľov by privítalo pomoc v oblasti propagácie a marketingových aktivít ich činnosti.
- Podporné služby v oblasti marketingu a celkovo propagácie výrobkov alebo služieb by využili najmä menší podnikatelia, resp. živnostníci, pre ktorých marketingová komunikácia nie je ich primárnym objektom záujmu.
- 20,2 % MSP v kraji by privítalo online platformu, prostredníctvom ktorej by sa prehľadne dostali k vysvetleným náležitostiam podnikania, pričom väčšia časť uviedla, že by sa tieto informácie mali týkať špecifických informácií v ich odvetví.
- 13,1 % pozornosti podnikateľov spadalo do potreby pomoci v oblasti financovania a až 12,1 % názorov MSP smerovalo k podporení lokálnych výrobcov.
- Medzi potreby, ktoré podnikatelia v rozhovoroch najčastejšie uvádzali, patrí podpora cestovného ruchu, vzniknutie podnikateľského inkubátora alebo zníženie daní.

Potreby podnikateľov

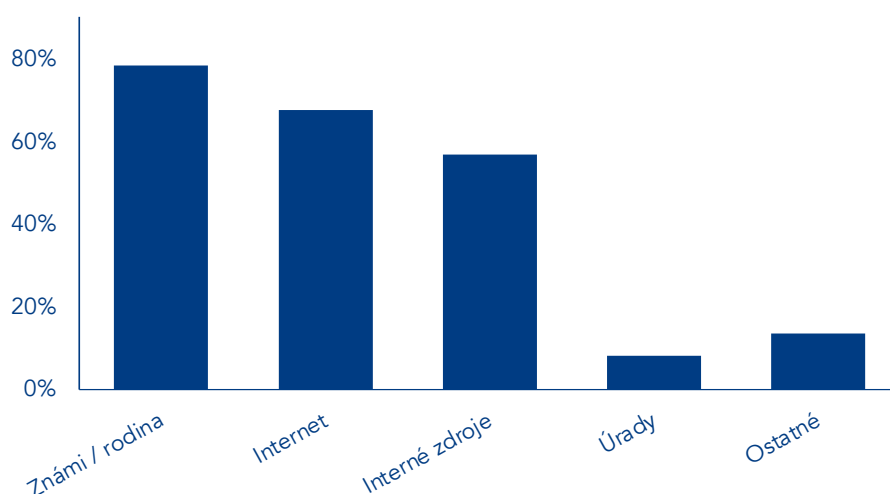


Dostupnosť a zrozumiteľnosť informácií

Kľúčové zistenia danej tematickej oblasti sú:

- Preukázaná dôležitosť prenosu informácií osobnou formou, kde až 76,3 % z podnikateľov uvádza ako jeden zo zdrojov práve informácie od známych a rodiny.
- 56,8 % podnikateľov má na pomoc so získavaním informácií o náležitosti ich podnikateľskej činnosti účtovníka alebo poradcu.
- Až 27 % podnikateľov má podľa ich vlastných slov chaos v dostupných informáciách (náležitosti pre danú podnikateľskú oblasť, legislatívne zmeny, možnosti podpory a pod.).

Zdroj informácií o podnikaní

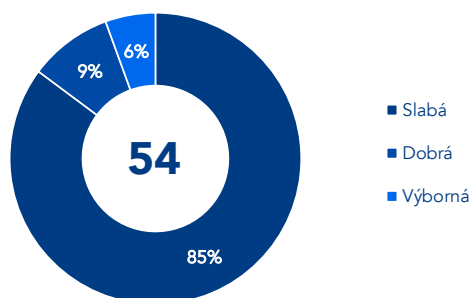


Dostupnosť podpory a skúsenosť s jej využitím

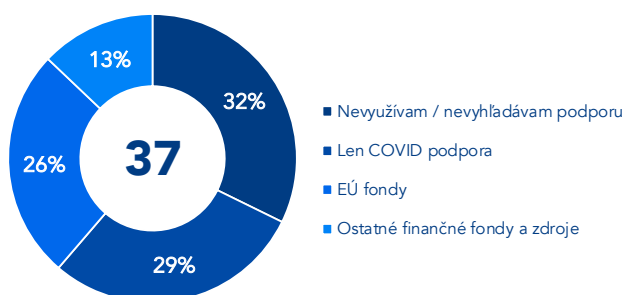
Kľúčové zistenia danej tematickej oblasti sú:

- Až 80 % MSP vníma aktuálnu dostupnosť informácií, resp. komunikáciu podpory podnikania v kraji za nedostačujúcu.
- Až tretina MSP podporu nevyhľadáva vôbec, a to primárne z dôvodu obavy zo zložitosti vybavovania a byrokratických procesov.
- 38,7 % podnikateľov využilo aspoň raz podporu z EÚ alebo iných zdrojov (s výnimkou pandemickej podpory).

Vnímanie dostupnosti informácií o podpore podnikania



Skúsenosť s podporou

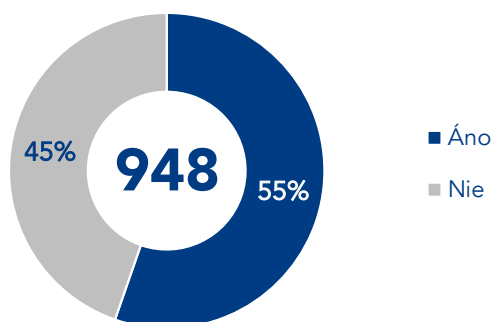


Podpora a vzdelávanie novej generácie MSP

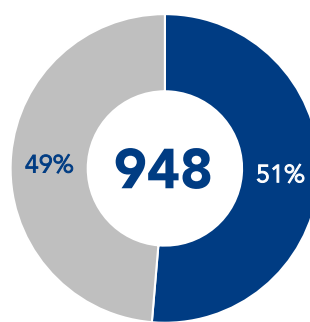
Kľúčové zistenia danej tematickej oblasti sú:

- Viac ako 50 % študentov sa zaujíma o podnikanie, z toho viac ako 12 % z nich deklaruje, že podniká alebo sa pokúša podnikáť už počas strednej školy.
- Medzi hlavné bariéry patrí nedostatok financií a informácií, nedostatočné zručnosti v získavaní informácií, pomoc pri štarte podnikania, ako aj nízka úroveň vzdelávania.
- Až 51 % opýtaných študentov by malo záujem o zapojenie sa do programu rozvoja študentskej podnikateľskej činnosti.

Záujem o podnikanie SŠ

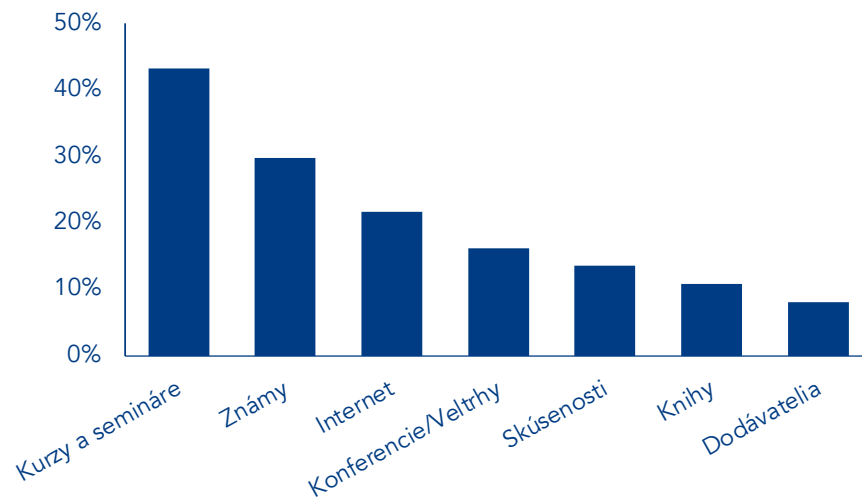


Záujem o program na podnikateľské zručnosti SŠ



- Až 96 % podnikateľov má záujem o rozširovanie svojich vedomostí.
- 43 % podnikateľov preferuje ako formu vzdelávania kurzy a semináre (online aj osobné) a 30 % sa v súčasnosti vzdeláva prostredníctvom ústneho podania od známych.

Preferovaná forma vzdelávania



Aké návrhy odporúčame realizovať?

Zistenia z výskumu a analytickej činnosti nás nasmerovali k vytvoreniu 5 strategických pilierov zmien, ktoré zastrešujú kľúčové témy stratégie pre roky 2022 až 2027. Riadenie týchto zmien je z pohľadu kapacít a finančných zdrojov v kompetencii TTSK.

Navrhované opatrenia reflektujú väčšinu podnetov, ktoré boli zachytené v analytickej časti tohto dokumentu.

Strategické piliere zmien podľa kľúčových tém:

KRAJ



INFORMUJE



AKTÍVNE POČÚVA



PODPORUJE



PREPÁJA



MYSLÍ NA BUDÚCNOSŤ

Nižšie nájdete prehľadne spracovanú návrhovú časť pre každý z pilierov. Nasledujúce strany by čitateľovi mali pomôcť porozumieť cieľu, očakávaniu budúceho stavu po implementovaní zmien a návrhom konkrétnych nástrojov, ktoré majú za úlohu ho naplniť.

Každý cieľ má definované merateľné kľúčové parametre, ktoré budú najdôležitejším ukazovateľom pri vyhodnocovaní.

Pri navrhovaní opatrení sme sa opäť inšpirovali príkladmi z dobrej praxe v rámci Slovenskej republiky a tiež iných svetových krajín. Ako nevyhnuté tiež vnímame rozpracovanie jednotlivých strategických pilierov vo väčšom detaile.

Ako a kedy bude prebiehať realizácia navrhovaných riešení?

Dodanie riešení zabezpečí v rámci svojich kompetencií a kapacít KIRA (v spolupráci s TTSK). Dodanie bude prebiehať vo vlastnej réžii, prostredníctvom verejných obchodných súťaží na dodávateľskej úrovni, alebo inou formou komerčného, príp. nekomerčného partnerstva so subjektami spolupracujúcimi s TTSK.

V neposlednom rade, nevyhnutným predpokladom pre realizáciu väčšiny opatrení je posilnenie personálnych kapacít pre riadenie aktivít, komunikáciu a priamu podporu MSP.



STRATEGICKÝ PILIER ZMENY

KRAJ INFORMUJE



Kraj informuje

Lepšia dostupnosť a zrozumiteľnosť informácií, ktoré sú relevantné pre MSP v kraji v rámci ich podnikateľskej činnosti.

Čo sa snažíme dosiahnuť?

Fungujúca informačná a komunikačná platforma, vytvorená podľa zásad kvalitného UX a UI, ktorá vo výsledku ponúkne nadčasový dizajn pre návštevníka. Platforma bude disponovať aktuálnym a zrozumiteľným obsahom v čo najdostupnejšej forme a štruktúre. Publikovanie obsahu a jeho propagácia budú flexibilné, jednoduché a rýchle, s integrovanými prvkami interakcie s užívateľmi, ako sú komentáre, chat, zdieľanie a pod.

Prečo je riešenie témy zaujímavé?

- Až 80 % podnikateľov vníma aktuálnu dostupnosť informácií, resp. komunikáciu o podpore podnikania v kraji za nedostatočnú.
- 27 % podnikateľov považuje informovanosť o ponúkaných programoch a nástrojov zo strany inštitúcií verejnej správy za neprehľadnú a má problém zorientovať sa v tom, ktorá inštitúcia ponúka akú podporu.
- Až 27 % podnikateľov má podľa ich vlastných slov chaos v dostupných informáciách (náležitosti pre danú podnikateľskú oblasť, takmer 38 % podnikateľov má problém zistiť, aké všetky zákony a predpisy sa konkrétneho podnikania dotýkajú).
- 13,5 % podnikateľov považuje nedostatočnú informovanosť o možnostiach získania priamej finančnej či nefinančnej podpory pre podnikanie za jednu z kľúčových prekážok svojho budúceho rozvoja.

Slová MSP z TTSK

"Prijal by som vytvorenie nejakej platformy, kde by bolo všetko."

Samuel, Galanta

"Prijal by som nejaký portál kde by boli všetky výzvy v TTSK, do ktorých by som sa mohol zapojiť."

Martin, Dunajská Streda

Aké opatrenia navrhujeme?

Očakávanú zmenu je možné doceliť viacerými spôsobmi. Medzi tie, ktoré aktuálne existujú na trhu, je možné sa nimi priamo inšpirovať a sú dostupné, považujeme:



KIRA online one stop shop pre MSP

Jednotné kontaktné miesto pre MSP, v rámci ktorého je možné priamo alebo asistované získať informácie, návody, odporúčania a kontakty pre riešenie čo najväčšieho počtu životných situácií spojených s podnikaním v kraji. Ako nevyhnutnú súčasť platformy vnímame aj integrované riešenia z iných pilierov, ktorými sú napríklad chatbot, business builder, alebo online akadémia.

Inšpirácia: Niektorý z good practice projektu Pure Cosmos, napr. GrowthHub Birmingham - www.gbslepgrowthhub.co.uk.



KIRA MSP newsletter

Jednoduchý, no efektívny nástroj na pravidelné informovanie podnikateľov v kraji o novinkách v oblasti podnikania, legislatívy, služieb a života komunity MSP. Jedná sa o spoločný nástroj viacerých strategických pilierov pre informovanie, zber spätnej väzby a komunikáciu s komunitou.

Inšpirácia: Využitie platforiem, ako je napr. www.mailchimp.com a pravidelného obsahu s informáciami o aktuálnom dianí v štruktúre podľa best practices v segmente.

Od čoho bude závisieť úspech ?

- > Do roku 2027 budú riešenia TTSK prvou voľbou pre vyhľadávanie informácií MSP,
- > Do roku 2027 bude odoberať newsletter minimálne 20% MSP v kraji,
- > Do roku 2027 bude viac ako 50% MSP hodnotiť úroveň informovanosti TTSK voči MSP ako dobrú až výbornú.



STRATEGICKÝ PILIER ZMENY

KRAJ AKTÍVNE POČÚVA



Kraj aktívne počúva

Lepšia dostupnosť TTSK pre vedenie dialógu a prijímanie spätnej väzby na svoju činnosť od MSP v kraji.

Čo sa snažíme dosiahnuť?

Funkčný a dostupný komunikačný kanál pre osobnú komunikáciu s TTSK a KIRA, pomocou ktorého sa môžu MSP na zástupcov kraja kedykoľvek obrátiť s otázkou, požiadavkou, či vyjadriť svoj názor. Jedná sa o systematizovaný a dlhodobý zber návrhov, potrieb a požiadaviek od MSP, ktorý sa týmto stáva zdrojom zlepšovania existujúcich a rozvoja budúcich služieb.

Prečo je riešenie témy zaujímavé?

Takmer 12 % MSP si myslí, že verejné inštitúcie neposkytujú podnikateľom podporu, ktorá by presne zodpovedala potrebám ich obchodnej činnosti.

Slová MSP z TTSK

"Kraj nepočúva."

Peter, Senica

Aké zmeny navrhujeme?

Kľúčovou aktivitou je vytvorenie a prevádzka komunikačného kanála, ktorý bude zabezpečovať dostupnosť TTSK pre diskusiu a príjem spätnej väzby od MSP. Z nášho pohľadu sú dostupné a aplikovateľné napríklad tieto riešenia:



MSP chatbot / KIRAbot

Konverzačný robot, fungujúci za použitia existujúcich populárnych chatových aplikácií (Facebook messenger, WhatsApp, a pod.), ktorý bude zároveň súčasťou webových stránok KIRA a TTSK. Robot dokáže odpovedať na často kladené otázky, vyhľadávať informácie podľa tém, posilať dokumenty, prijímať požiadavky, prepájať na živú obsluhu alebo dohadovať telefonické či osobné stretnutia. Služba bude dostupná 24/7 pre čo najväčší počet možných používateľov a na čo najväčšom možnom počte platforiem a aplikácií.

Inšpirácia: Niektorý z množstva nástrojov na tvorbu chatbotov, s možnosťou ich integrácie do rôznych platforiem. Napr.: www.landbot.io.



Osobné alebo telefonické stretnutia s MSP

Transparentne vyhradené kapacity vo vopred definovaných termínoch a rozsahu, ktoré môžu MSP využiť na komunikáciu ich pripomienok, požiadaviek a otázok. Očakáva sa využitie automatizovaného vytvárania udalostí v kalendároch, na túto činnosť dedikovanými pracovníkmi TTSK/KIRA. Nevyhnutným predpokladom pre realizáciu opatrenia je posilnenie personálnych kapacít pre komunikáciu a podporu MSP v zatiaľ nešpecifikovanom rozsahu.

Inšpirácia: Organizovanie stretnutí s MSP a ich automatizácia, napr. prostredníctvom www.calendly.com.



KIRA MSP newsletter

Jednoduchý, no efektívny nástroj na pravidelné informovanie podnikateľov v kraji o novinkách v oblasti podnikania, legislatívy, služieb a života komunity MSP. Jedná sa o spoločný nástroj viacerých strategických pilierov pre informovanie, zber spätnej väzby a komunikáciu s komunitou.

Inšpirácia: Využitie platforiem, ako je napr. www.mailchimp.com a pravidelného obsahu s informáciami o aktuálnom dianí v štruktúre podľa best practices v segmente.

Od čoho bude závisieť úspech ?

- > TTSK každý rok zaznamená 5 nových pripomienok, návrhov a odovzdanie spätnej väzby ku stratégii podpory MSP v kraji.
- > Najneskôr v roku 2027 bude dostupný 24/7 fungujúci komunikačný kanál s časom odpovede kratším, ako koniec nasledujúceho pracovného dňa.



STRATEGICKÝ PILIER ZMENY

KRAJ PODPORUJE



Kraj podporuje

Dosiahnutie vnímania TTSK ako najaktívnejšieho partnera v oblasti podpory MSP v kraji.

Čo sa snažíme dosiahnuť?

TTSK bude aktívne ponúkať pomoc a podporu pre MSP v kraji pri začiatkoch a rozvoji podnikateľskej činnosti. TTSK dokáže identifikovať konkrétne potreby a ponúknuť riešenia či podporu, a MSP o tejto možnosti vedia a aktívne ju využívajú.

Prečo je riešenie témy zaujímavé?

- 20,2 % MSP v kraji by privítalo online platformu, prostredníctvom ktorej by boli vysvetlené náležitosti podnikania v prehľadnej forme.
- Formy a obsah podpory pre MSP sú rozptýlené medzi príliš veľké množstvo subjektov a produktov.
- Dostupnosť podpory MSP je formálne dostačujúca, reálne však naráža na zložitosť komunikácie a byrokratické bariéry.
- Z pohľadu záujmu o podporu MSP v kraji, je Trnavský kraj druhým najlepším na Slovensku (9,7 %), hneď po Košickom kraji.
- Až 23,3 % podnikateľov by privítalo pomoc v oblasti propagácie a marketingu.
- Podporné služby v oblasti marketingu a celkovo propagácie výrobkov, alebo služieb by využili najmä menší podnikatelia, resp. živnostníci, pre ktorých marketingová komunikácia nie je ich primárnym objektom záujmu.
- Až 96 % podnikateľov má záujem o rozširovanie svojich vedomostí.
- 43 % podnikateľov preferuje ako formu vzdelávania kurzy a semináre.

Slová MSP z TTSK

„Veľkí podnikatelia na legislatívu majú ľudí a neriešia. No a malých tieto zmeny sledovať ničí.“

Alena, Piešťany

„Podpora je iba pre veľkých, my malí nemáme na to kapacity a trpezlivosť.“

Renáta, Senica

„Na eurofondy sme malá firma.“

Lukáš, Galanta

Aké opatrenia navrhujeme?

Kľúčovou aktivitou bude zmapovanie životných situácií MSP a následné vytvorenie a prevádzka novej služby v podobe online platformy pre asistovanú podporu. Navrhujeme využiť napríklad tieto dostupné riešenia:



KIRA businesss builder

Digitálny nástroj, ktorý prostredníctvom svojich modulov pomáha MSP orientovať sa v rôznych životných fázach svojho podnikania, aktívne ponúka riešenia a to najmä v prípade, že MSP potrebuje overiť svoj produkt či ideu, chce preskúmať možnosti financovania alebo chce zlepšiť svoje zručnosti a rozšíriť vedomosti. Platforma ponúkne priamu informáciu, riešenie alebo prepojí MSP s poskytovateľom informácií a služieb (asistencia). Business builder je digitálny nástroj navrhnutý tak, aby poskytol správnu podporu pre MSP v správnom čase.

| Inšpirácia: Inšpiráciu môžeme hľadať aj vo Veľkej Británii, napr. v podobe projektu Nat West Business Builder.



KIRA MSP onboarding service

Onboarding navrhujeme poskytovať ako produkt pre každého nového podnikateľa v kraji, v podobe KIRA štartovacieho balíka pre MSP. Balíček môže obsahovať nielen základné informácie o povinnostiach MSP a možnostiach podpory, kontaktných miestach a možnostiach zapojenia sa do komunity, ale aj rôzne bezplatné alebo zvýhodnené ponuky na komerčné produkty a služby. Obsah balíčka pomôžeme zabezpečiť prostredníctvom partnerov KIRA, resp. členov KIRA business klubu, pričom by mal byť relevantný pre MSP a môže zahŕňať napríklad: online školenia z ponuky KIRA akadémie, účtovné, tlačové (bezplatné vizitky) a marketingové služby, kancelársky materiál, mobilné služby, konektivita, a pod.

Inšpirácia: Budúce riešenie môže byť inšpirované aktuálnymi trendami pri onboardingu užívateľov do aplikácií alebo služieb.



KIRA MSP akadémia

Revádzka programu neformálneho vzdelávania MSP vo všetkých fázach ich životného cyklu. Realizácia vlastných vzdelávacích aktivít, spojených s ponukou už etablovaných vzdelávacích programov externých dodávateľov, fyzická alebo digitálna knižnica odbornej literatúry, mentoring v rámci komunity a pod. KIRA v tomto prípade vystupuje ako nositeľ know-how v oblasti vedomostí z podnikateľskej oblasti a spolupracuje so vzdelávacími inštitúciami pre dospelých. Priestor vidíme tiež v realizácii špecifických programov pre podnikajúce ženy, matky, mladých ľudí, alebo napríklad transfer vedomostí a skúseností medzi generáciami.

Inšpirácia: partnerstvo s online vzdelávacím portálom, napr. www.seduo.sk, inšpirácia s existujúcim vzdelávacím programom pre ženy www.podnikanie-zenyzilina.sk.

Od čoho bude závisieť úspech ?

- > TTSK každý rok zaznamená min. 20 % nárast MSP využívajúcich niektorú z asistovaných služieb.
- > Do roku 2027 bude mať každý nový podnikateľ k dispozícii KIRA štartovací balíček.
- > TTSK každý rok zaznamená min. 20 % nárast MSP zapojených do niektorého zo vzdelávacích projektov KIRA akadémie.



STRATEGICKÝ PILIER ZMENY

KRAJ PREPÁJA



Kraj prepája

MSP v rámci TTSK vytvoria aktívnu a sebestačnú komunitu, ktorú bude zastrešovať KIRA.

Čo sa snažíme dosiahnuť?

Cieľom je dosiahnuť stav, kedy sa podnikatelia v TTSK sa združujú, stretávajú, zdieľajú svoje vedomosti a skúsenosti, navzájom sa podporujú. Komunita má svojich ambasádorov vo všetkých okresných mestách kraja, pričom v rámci komunity sa pravidelne vyhlasujú tí najlepší a najaktívnejší členovia, podporuje spotreba lokálnych produktov a služieb, garantuje kvalita a autenticita.

Prečo je riešenie témy zaujímavé?

- Až 52 % podnikateľov uvádza, že pre rozvoj firmy potrebuje kontakty.
- 12,1 % MSP očakáva podporu lokálnych výrobcov a poskytovateľov služieb.
- Až 76,3 % z podnikateľov ako kľúčový zdroj informácií uvádza svoj okruh známych a rodinu.
- Viac ako 40 % MSP v kraji využíva na vzdelávanie stretnutia s rôznymi obchodnými partnermi.

Slová MSP z TTSK

„Keď niečo potrebujeme zistiť, ľahšie nám je, keď sa vieme opýtať niekoho z okolia.“

Viktor, Dunajská Streda

Aké opatrenia navrhujeme?

Kľúčovou aktivitou je vytvorenie platformy pre formálne a neformálne združovanie MSP v kraji, združených ideálne pod KIRA, príp. inou značkou. Komunita sama zastrešuje aktivity, ktoré smerujú k jej rozvoju a prosperite. Dnes sú dostupné napríklad tieto riešenia:



KIRA business club

Komora, cech, alebo združenie podnikateľov v kraji, ktoré funguje pod záštitou KIRA. Platforma pre formálne a neformálne združovanie MSP v kraji, umožňujúca členstvo v rôznych podobách, poskytujúca výhody a služby určené len pre členov. Garant lokalizácie podnikania, nositeľ identifikátorov kvality a vzdelávania.

Inšpirácia: Inšpiráciou môže byť niektorý z populárnych formátov z Veľkej Británie, príp. ich mix <https://entrepreneurhandbook.co.uk/business-networks/>.



KIRA co-working

Vytvorenie moderného zdieľaného pracovného prostredia v rámci priestorov KIRA. Prenájom pracovného miesta, reprezentačné priestory, kvalitné služby a oddychová zóna. Priestor na prácu, spoluprácu, vzdelávanie a zdieľanie. Benefity pre členov KIRA business clubu.



KIRA eventy

Organizácia pravidelných alebo jednorazových stretnutí, konferencií, workshopov a školení pre členov komunity MSP.

Inšpirácia: Pravidelné stretnutia po celom kraji po vzore First Tuesday www.firsttuesday.org.uk.



KIRA súťaže a ocenenia

Navrhujeme realizovať súťaže, ako napríklad “Podnikateľ roka”, “Inovatívny podnikateľ roka”, “Mladý podnikateľ roka” a pod. Všetky aktivity budú realizované pod hlavičkou komunity s podporou TTSK. Takisto navrhujeme pravidelné oceňovanie výnimočných osobností a aktivít v oblasti podpory MSP.

| Lokalizácia populárnych tém súťaží, ako sú napríklad podnikateľ roka, mladý podnikateľ roka a pod.



Podpora spotreby lokálnych produktov a služieb

Navrhujeme vytvorenie kampane a na ňu nadväzujúcich aktivít, spojených s podporou spotreby lokálnych výrobkov a služieb pod hlavičkou komunity s podporou TTSK.

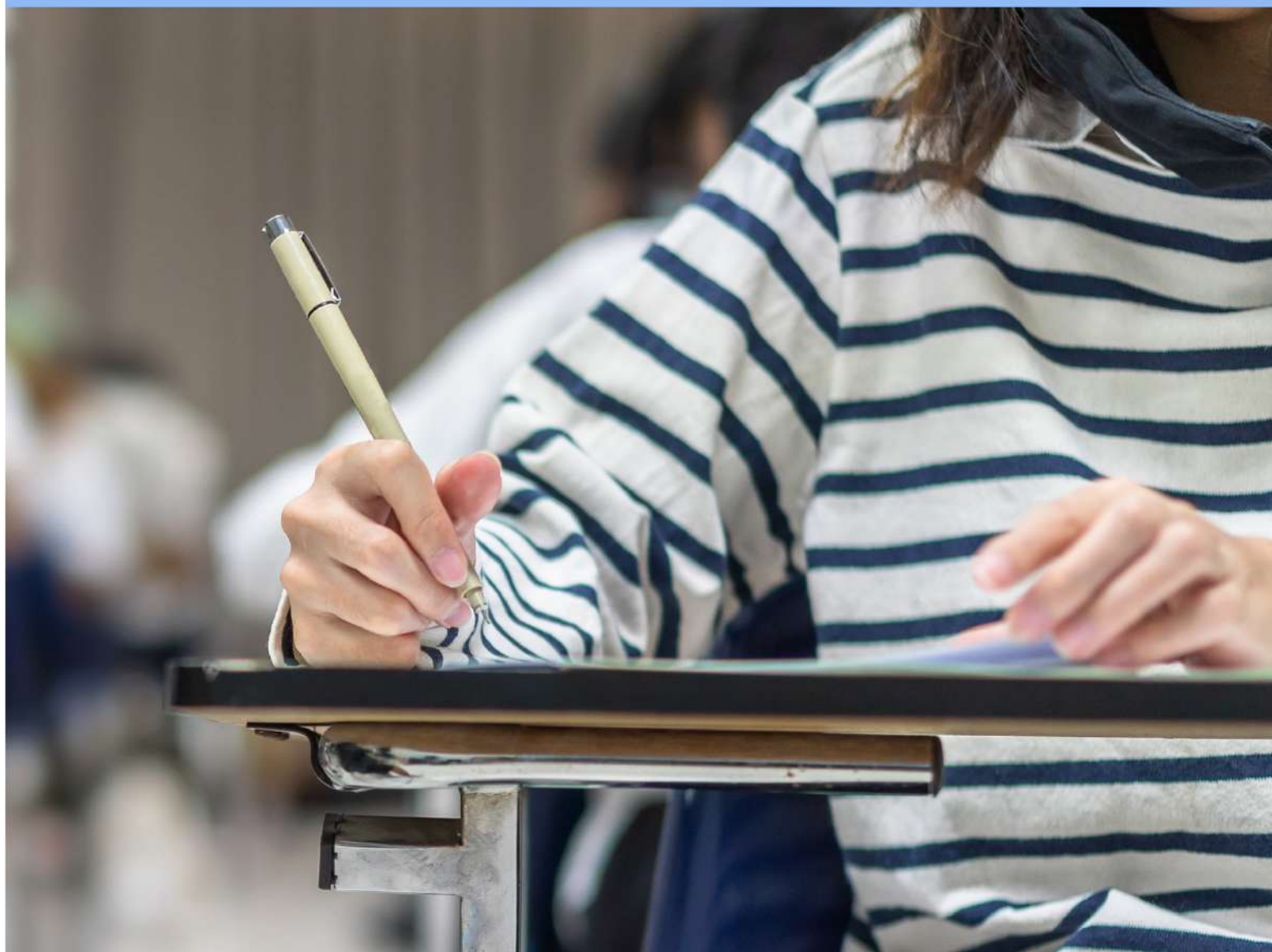
| Lokalizácia populárnych aktivít, ako sú napríklad znackakvality.sk, alebo www.czechmade.cz.

Od čoho bude závisieť úspech ?

- > KIRA Business klub zaznamená každý rok min. 20 % nárast nových členov.
- > KIRA každý rok zorganizuje, príp. bude spoluorganizátorom minimálne 2 eventov v regióne.
- > Do roku 2027 bude členom komunity najmenej 20 % podnikateľov v kraji.
- > Najneskôr do roku 2027 bude KIRA organizátorom, príp. spoluorganizátorom kampane pre podporu spotreby lokálnych produktov a služieb.

STRATEGICKÝ PILIER ZMENY

KRAJ MYSLÍ NA BUDÚCNOŠŤ



Kraj myslí na budúcnosť

TTSK bude realizátorom populárneho programu neformálnej výchovy mladých podnikateľov a ich podpory.

Čo sa snažíme dosiahnuť?

TTSK bude aktívne participovať na výchove mladých podnikateľov, ktorí aj preto neodchádzajú z regiónu, rozvíjajú podnikateľskú komunitu, prinášajú inovácie a sú predpokladom budúcej prosperity kraja a jeho rozvoja.

Prečo je riešenie témy zaujímavé?

- Až 51 % opýtaných študentov stredných škôl by malo záujem o zapojenie sa do programu rozvoja podnikavosti mladých.
- Takmer 33 % MSP očakáva podporu rozvoja kľúčových kompetencií a zručností, akými sú kreativita, riešenie problémov a kritické myslenie v rámci vzdelávacieho systému.
- 23,5 % MSP považuje úroveň podnikateľských zručností, resp. prípravy na podnikanie ako kariérnu voľbu za nepostačujúcu.

Slová MSP z TTSK

„Mladí ľudia dlhodobo odchádzajú do Čiech alebo Bratislavy. Vráti sa 1 z 10.“

Filip, Galanta

Aké opatrenia navrhujeme?

Jednou z navrhovaných aktivít je vytvorenie nástrojov, ktoré podporia podnikavosť ako jednu z kľúčových kompetencií mladých ľudí v 21. storočí. Takéto vzdelávacie programy a iniciatívy môžu byť distribuované v podobe neformálneho vzdelávania na všetkých typoch škôl v zriaďovateľskej pôsobnosti kraja.

Už dnes sú dostupné tieto riešenia:



KIRA akadémie pre SŠ

- Dostupné a kvalitné vzdelávacie programy neformálneho vzdelávania (ďalej len NFV) na podporu finančnej gramotnosti, rozvoja tvorivosti a podnikavosti.
- Neformálne vzdelávanie podnikateľských zručností na stredných školách (základy podnikania, manažment firmy).
- Dlhodobé programy NFV zamerané na podnikavosť Junior Achievement Slovensko.

Inšpirácia: V spolupráci s etablovanými inštitúciami, ako je napríklad „JA Slovensko“, môže TTSK naštartovať neformálne vzdelávanie na stredných školách prostredníctvom niektorého z ich funkčných a overených programov.

Od čoho bude závisieť úspech ?

- TTSK bude každý rok realizovať NFV v podnikateľských zručnostiach pre minimálne 10 škôl vo svojej zriaďovateľskej pôsobnosti.
- TTSK bude mať do konca roka 2027 minimálne 60 % škôl vo svojej zriaďovateľskej pôsobnosti zapojených minimálne do jedného z programov zameraných na zlepšenie podnikateľských zručností.
- TTSK bude do konca roka 2027 patriť medzi kraje s nadpriemerným počtom mladých podnikateľov do 30 rokov.

Aké sú ďalšie kroky?

Teraz, keď už disponujeme zrealizovaným výskumom, vyhodnotením analytickej časti a predstavením návrhov, je potrebné povedať si, ako tieto návrhy prenesieme do praxe. Stanovené strategické ciele môžu byť naplnené iba v prípade, že všetky nastavené opatrenia a aktivity budú starostlivo pripravené a dôsledne realizované.

Pre úspešnú implementáciu návrhov do praxe je dôležité zahrnúť do procesu okrem kľúčových aktérov z prostredia vedenia TTSK aj komunitu MSP, a tiež iné dotknuté skupiny obyvateľov podľa charakteru konkrétneho návrhu.

Preto navrhujeme, že by komunita MSP mala mať svojich zástupcov vo všetkých krokoch procesu implementácie jednotlivých návrhov: od tvorby, schvaľovania až po vyhodnocovanie výsledkov opatrení.

Aký je časový plán zaradenia odporúčaní do praxe?

Väčšina strategických cieľov pri návrhoch riešení pracuje s časovým horizontom do roku 2027, v ktorom očakávame prejavenie maximálnej očakávanej zmeny ako dôsledku implementovaných opatrení a aktivít.

Konkrétny časový plán a implementačná štruktúra jednotlivých opatrení bude výsledkom detailného spracovania jednotlivých konceptov, ktoré budú podkladom pre rozhodnutia a schvaľovanie kľúčovými aktérmi implementácie. Platí však, že pre naplnenie cieľov je odporúčané začať s väčšinou aktivít už v roku 2022, keďže časový horizont stratégie do roku 2027 predpokladá intenzívnu prácu na plnení jednotlivých úloh.



Pre úvodnú orientáciu odhadovanej náročnosti a synergiách realizácie jednotlivých opatrení uvádzame nasledovnú schému:

	One stop shop	Newsletter	Chatbot	Plánovanie stretnutí	Business builder	Onboarding service	MSP Akadémia	Business club	Eventy	Súťaže a ocenenia	Podpora lokálnej spotreby	Akadémia pre SŠ
One stop shop												
Newsletter												
Chatbot												
Plánovanie stretnutí												
Business builder												
Onboarding service												
MSP Akadémia												
Business club												
Eventy												
Súťaže a ocenenia												
Podpora lokálnej spotreby												
Akadémia pre SŠ												

Z vyššie uvedenej schémy vyplýva, že je vhodné začať riešeniami, ktoré v sebe integrujú čo najväčší počet iných opatrení a vytvárajú tak ucelené projekty s garanciou vzájomnej kompatibility takto prepojených prvkov.

V praxi to znamená, že čím viac prepojeniami dané riešenie disponuje, tým môže byť dopad jeho prínosu väčší.

Výsledkom je preto vytvorenie nasledovnej štruktúry, v ktorých predstavujeme 4 nosné projekty navrhovaných zmien:



Ako už bolo spomenuté vyššie, pre zvýšenie úspešnosti dosiahnutia stanovených cieľov, odporúčame všetky nosné projekty naštartovať najneskôr do konca roka 2022 vytvorením projektových tímov, ktoré dodajú detailné akčné plány pre realizáciu opatrení v rámci projektu.

Prvým funkčným opatrením do konca Q2/2022 môže byť napríklad informačný newsletter pre MSP, nasledovaný vzdelávacími programami na stredných školách v spolupráci s „JA Slovensko“ na začiatku školského roka 2022/2023. Všetky úvodné aktivity by mali byť podporené informačnou kampaňou na sociálnych sieťach a v ďalších médiách.

Kto sa bude na realizácii návrhov podieľať?

Koordináčnym orgánom implementácie opatrení bude KIRA, ktorá organizačne zabezpečí vytvorenie a prevádzku schvaľovacej komisie a pracovných skupín pre jednotlivé piliere zmien alebo témy.

Zastúpenie v nich musia mať nasledovní kľúčoví aktéri implementácie:

- Vedenie KIRA / Správna rada KIRA;
- Predseda TTSK;
- Zastupiteľstvo TTSK;
- Dotknuté odbory TTSK podľa témy;
- Garanti / členovia dotknutých pracovných skupín podľa témy;
- Riaditelia dotknutých organizácií TTSK podľa témy;
- Zástupcovia komunity MSP podľa témy.

Ako vyhodnotíme úspešnosť naplnenia cieľov?

Sledovanie cieľov stratégie navrhujeme vykonávať v trojmesačných informačných cykloch, formou krátkej správy o aktuálnom stave realizácie opatrení a aktivít. Prieběžné sledovanie, vyhodnocovanie, distribúciu výsledkov a ich propagáciu bude zabezpečovať KIRA ako koordinačný orgán stratégie.

KIRA bude ako koordinačný orgán stratégie každoročne predkladať Správnej rade KIRA odpočet plnenia stratégie a navrhovať jej prípadné úpravy a zmeny. Odpočet bude pred jeho predložením prediskutovaný v rámci pracovných skupín, ak budú pre konkrétne témy či piliere stratégie vytvorené.

Odkiaľ budeme čerpať zdroje pre naplnenie cieľov?

Zdroje pre napĺňanie cieľov stratégie musia byť zahrnuté do rozpočtu TTSK, resp. KIRA v rozsahu zabezpečenia kapacít pre riadenie a koordináciu aktivít, ktoré sú výsledkom stratégie. Každé z plánovaných opatrení a aktivít predkladá na schválenie samostatný rozpočet, ktorého finančné a kapacitné krytie garantujú kľúčoví aktéri implementácie. Tieto finančné rámce súčasne definujú priestor na aktualizáciu a rozšírenie stratégie do budúcnosti.

Konkrétne typy dotácií, grantov a fondov, ktoré by bolo možné využiť pre financovanie navrhovaných opatrení a rozvoj stratégie, musia byť predmetom samostatného výskumu alebo budú neoddeliteľnou súčasťou detailne rozpracovaných vykonávacích plánov pre navrhované aktivity. Najväčšiu príležitosť potenciálneho zdroja pre naplnenie cieľov predstavuje Operačný program Slovensko, v rámci ktorého sa plánuje v programovom období 2021 - 2027 investovať z európskych zdrojov takmer 12,8 miliardy EUR.

Prečo je potrebné stratégiu priebežne aktualizovať?

Tento dokument nepredstavuje finálnu podobu stratégie, naopak očakáva sa, že jeho obsah bude pravidelne podrobovaný kontrole aktuálnosti. Analytické východiská obsiahnuté v dokumente majú za úlohu dávať kontext predstaveným riešeniam a súčasne napomôcť argumentácii pri prípadných budúcich zmenách v znení strategických cieľov, opatrení alebo kľúčových indikátorov úspechu.

Aktualizácia bude prebiehať v rámci každoročného odpočtu plnenia stratégie. V prípade nečakaných alebo zásadných zmien podnikateľského prostredia bude môcť každý z kľúčových aktérov implementácie navrhnúť zmeny odoslaním návrhu na adresu koordinačného orgánu. Ten je povinný do 30 dní spracovať návrh aktualizácie podľa dodaného návrhu a predstaviť ho schvaľovacej komisii.



Prečo je dôležité brať do úvahy územný pohľad?

Pri implementácii jednotlivých opatrení stratégie je nutné brať do úvahy, že musia byť dostupné minimálne v každom okrese TTSK. Pri digitálnych riešeniach a tlačených materiáloch musí byť služba dostupná vo všetkých jazykoch, ktorými MSP komunikujú (s dôrazom na Maďarský jazyk). Prítomnosť služieb a opatrení musí byť efektívne komunikovaná tak, aby bolo pre MSP jednoznačné, kde má službu hľadať a kto ju poskytuje.

Koho navrhujeme do realizácie riešení zapojiť?

Napĺňanie cieľov stratégie musí byť predmetom dohody medzi TTSK a komunitou MSP ako prijímateľmi výstupov podporných opatrení a aktivít. Pri každom projekte by malo byť pravidlom, že do celého procesu tvorby a realizácie musia byť zapojení MSP tak, aby sa stali spoluvlastníkmi týchto nových služieb. Pre tento účel je nutné nielen osloviť osobnosti MSP komunity k spolupráci, ale aj aktívne podporovať komunitu ako takú a dávať jej priestor na stretávanie a komunikáciu. Tento priestor môže byť súčasťou online platformy, newslettera, eventov či vzdelávacích aktivít.

Záverečné zhrnutie a poďakovanie

Podarilo sa nám prostredníctvom predošlých strán poskytnúť odpovede na vaše otázky? Dokázala táto stratégia podľa vás lepšie priblížiť aktuálny stav MSP v Trnavskom kraji, ich názory, potreby a očakávania? Rozumiete strategickým cieľom a nástrojom, ktoré ich vedia pomôcť naplniť? Sme podľa vás pripravení naštartovať proces zmeny a vytrvať až do úspešného ukončenia jednotlivých projektov?

Stojí pred nami množstvo spoločných výziev a príležitostí. Poznáme príčiny súčasného stavu a súčasne máme k dispozícii riešenia, ktoré sú overené praxou. Musíme čo najskôr nadviazať vzťah s komunitou lokálnych MSP a držať sa nastavených postupov.

Vytvorme spolu priestor na vzájomný dialóg ako aj transparentné a rýchle odovzdávanie informácií.

Ponúknime pomocnú ruku pri rozvoji podnikania, odmeňujme tých najlepších.

Staňme sa šíriteľmi podnikateľských vedomostí, zručností a garantom kvality.

Budme zodpovední voči budúcnosti.

Vážime si, že ste venovali pozornosť tomuto dokumentu a stali sa súčasťou lepšej budúcnosti komunity MSP v TTSK.

Ak máte akékoľvek otázky, pripomienky, inšpirácie alebo sa do projektu chcete jednoducho zapojiť, ozvite sa na nám na adrese strategia@kira.sk.

Ďakujeme
#SpoluTvorímeKraj



Použité zdroje

- Malé a stredné podnikanie 2020 - Trnavský samosprávny kraj, Slovak Business Agency, Bratislava, 2021 - [dokument](#) 
- Sprievodca iniciatívami na podporu malých a stredných podnikov, Slovak Business Agency, Bratislava, 2021 - [dokument](#) 
- Postoje MSP k využívaniu podporných programov - Správa z kvantitatívneho prieskumu 2020, Slovak Business Agency, Bratislava, 2020 - [dokument](#) 
- Názory MSP na kvalitu podnikateľského prostredia na Slovensku - Správa z kvantitatívneho prieskumu 2020, Slovak Business Agency, Bratislava, 2020 - [dokument](#) 
- Analýza efektívnosti podporných programov pre MSP, Slovak Business Agency, Bratislava, 2018 - [dokument](#) 
- Audit kompetencií verejnej správy vo vzťahu k MSP na Slovensku, Slovak Business Agency, Bratislava, 2020 - [dokument](#) 
- Dopady vybraných politík a opatrení na MSP, Slovak Business Agency, Bratislava, 2021 - [dokument](#) 
- Posúdenie efektov finančnej a nefinančnej pomoci poskytovanej prostredníctvom národných projektov implementovaných v gescii MH SR v rámci OP Integrovaná infraštruktúra, Prognostický ústav CSPV SAV, Bratislava, 2021 - [dokument](#) 
- Inovačný potenciál MSP na Slovensku, Slovak Business Agency, Bratislava, 2020 - [dokument](#) 
- Podnikateľský potenciál mladých v regiónoch SR, Slovak Business Agency, Bratislava, 2019 - [dokument](#) 
- Vzdelávanie v oblasti podnikania: Príručka pre učiteľov, Brusel, Európska únia, 2014 - [dokument](#) 
- Good Practice Register, Brusel, Pure Cosmos (Interreg Europe), 2018 - [dokument](#) 

#SpoluTvorímeKraj