



MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA Slovenskej republiky

Riadiaci orgán pre
Operačný program Konkurencieschopnosť a hospodársky rast

*Analýza dôvodov revízie Operačného programu
Konkurencieschopnosť a hospodársky rast*



OPERAČNÝ PROGRAM
KONKURENCIESCHOPNOSŤ
A HOSPODÁRSKY RAST

máj 2014

Obsah

Úvod.....	3
A. Identifikácia problémových oblastí a návrh opatrení	3
A.1 Nedostatočná prezentácia malých a stredných podnikov pôsobiach v oblasti cestovného ruchu.....	3
A.2 Neodstatočná podpora podnikania (vzniku a rozvoja MSP) prostredníctvom stimulovania podnikateľského ducha a využívania špecifických nástrojov pre rast konkurencieschopnosti	5
B. Vplyv revízie na implementáciu OP KaHR	10
C. Rozsah navrhovanej úpravy OP.....	10
D. Posúdenie vplyvov na životné prostredie	10
E. Stanovisko Centrálného koordinačného orgánu	10
F. Stanovisko Certifikačného orgánu.....	10
Záver	11

Úvod

Cieľom analýzy je v súlade s Metodickým pokynom CKO č. 10 k revízii operačných programov (v znení aktualizácie č. 1) a v nadväznosti na články 33 a 48 nariadenia Rady (ES) č. 1083/2006, ktorým sa ustanovujú všeobecné ustanovenia o Európskom fonde regionálneho rozvoja, Európskom sociálnom fonde a Kohéznom fonde a ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 1260/1999 (ďalej aj „Všeobecné nariadenie“), zhodnotiť aktuálny stav v implementácii Operačného programu Konkurencieschopnosť a hospodársky rast (ďalej len „OP KaHR“) v špecifických oblastiach, identifikovať problematické oblasti a navrhnúť účinné riešenia, ktoré by mali byť premietnuté do návrhu revízie, teda úpravy príslušných častí OP KaHR.

A. Identifikácia problémových oblastí a návrh opatrení

A.1 Nedostatočná prezentácia malých a stredných podnikov pôsobiacich v oblasti cestovného ruchu

Malé a stredné podniky (ďalej len „MSP“) zohrávajú v európskom hospodárstve ústrednú úlohu. Sú základným zdrojom pracovných príležitostí, podnikateľských schopností a inovácie v EÚ, teda sú rozhodujúcou podporou konkurencieschopnosti a zamestnanosti. V rozšírenej Európskej únii existuje približne 23 miliónov malých a stredných podnikov, ktorí poskytujú 75 miliónov pracovných miest a zároveň predstavujú 99,8 % všetkých európskych podnikov. Podobná situácia je aj na Slovensku, kde 99,2 % všetkých podnikov tvoria MSP, ktoré produkujú až 58,0 % HDP, poskytujú pracovné príležitosti pre 72,2 % aktívnej pracovnej sily v podnikovej ekonomike, pričom jeden podnik poskytuje zamestnanie v priemere šiestim ľuďom.

Jednotlivé sektory národného hospodárstva sa vyznačujú vysokým podielom MSP, v oblasti cestovného ruchu realizuje svoje aktivity/vykonáva svoju činnosť 16 111 MSP, pričom tvoria až 90 %-nú časť tohto odvetvia. Cestovný ruch predstavuje sektor ekonomiky, ktorý má prierezový charakter a na jeho realizácii sa priamo podieľa celý rad ďalších ekonomických činností a aktivít (doprava, kultúra, stavebníctvo, zdravotníctvo, priemysel, poľnohospodárstvo a pod.). Vo všeobecnosti je považovaný za odvetvie budúcnosti s ohľadom na multiplikačné efekty (ekonomický rast, zamestnanosť, trvaloudržateľný rozvoj, sociálna kohézia) sprevádzajúce jeho rozvoj. Z hľadiska podielu na tvorbe hrubého domáceho produktu sa však cestovný ruch v SR vyznačuje pomerne nízkym príspevkom a to 2,5 %-, kým v krajinách EÚ je to v priemere okolo 5 %.

MSP v segmente cestovného ruchu často čelia trhovým nedostatkom, väčšina z nich je závislá od obmedzeného počtu zákazníkov, nakoľko nedisponujú dostatkom kapitálu potrebným na efektívnu propagáciu a prezentáciu svojich produktov a služieb, prostredníctvom ktorej by dokázali osloviť širšiu verejnosť a rozšíriť tým škálu potenciálnych odberateľov. Podpora predaja (marketing) je účinným nástrojom zabezpečenia odbytu produktov a dôležitým faktorom podieľajúcim sa na hospodárskom raste MSP. Vhodne zvolený marketingový mix, t.j. kombinácia marketingových nástrojov, napomáha podniku ovplyvniť svoje odbytové trhy resp. dosiahnuť svoje marketingové ciele. Zaužívané marketingové nástroje je nevyhnutné zároveň neustále inovovať a tým zmierniť vplyv konkurencie a zabezpečiť prosperitu MSP.

Popis východiskovej situácie v MSP v oblasti podpory predaja produktov a služieb:

- a) nedostatočná kvalita a nízka efektívnosť marketingových aktivít MSP zameraných na propagáciu a predaj produktov a služieb z dôvodu ich finančnej poddimenzovanosti,
- b) slabá úroveň propagácie MSP v rámci hlavných produktových skupín cestovného ruchu (definované Stratégiou rozvoja cestovného ruchu do roku 2020 a rozpracované Marketingovou stratégiou

Slovenskej agentúry pre cestovný ruch (ďalej ako „SACR“) na roky 2014 – 2020) zapríčinená nedostatočnou podporou marketingových aktivít MSP;

- c) obmedzené možnosti inovácií pri využívaní moderných informačných technológií a komunikačných nástrojov na základe požiadaviek trhu;
- e) slabá úroveň kooperácie MSP pri realizácii spoločných marketingových aktivít zameraných na propagáciu a predaj produktov a služieb cestovného ruchu.

Návrh opatrení na odstránenie identifikovaných nedostatkov

Implementácia národného projektu zameraného na podporu relevantných nástrojov marketingovej komunikácie (napr. veľtrhy/výstavy cestovného ruchu, infocesty, workshopy, e-marketing, prezentácie, internet, cielené marketingové kampane a pod.) pre MSP.

Podporou predaja produktov a služieb MSP v oblasti cestovného ruchu formou využívania moderných marketingových nástrojov a účinných distribučných kanálov cestovného ruchu sa vzbudí záujem rezidentov o trávenie dovolenky na Slovensku. Slovensko, rozlohou relatívne malá krajina, má bohatú ponuku pre všetky cieľové skupiny, v sezónnom aj mimosezónnom období, v priaznivom i nepriaznivom počasí. Z hľadiska zloženia marketingových nástrojov budú využité predovšetkým prednosti reklamy a priameho marketingu, propagačné materiály a k nim príslušné nosiče, mediálne kampane v elektronických a printových médiách s produktovo zameranou inzerciou, účasť MSP na veľtrhoch a výstavách, prezentácie, infocesty pre zahraničných novinárov a predstaviteľov médií, národný portál www.slovakia.travel a sprievodné e-marketingové služby. Do podpory predaja produktov MSP budú zapojené ďalšie formy spolupráce a distribučných kanálov SACR, ako aj krajských a oblastných organizácií cestovného ruchu, podnikateľských subjektov a verejno-prospešných inštitúcií.

Národný projekt bude realizovaný v rámci prioritnej osi 3, opatrenie 3.1.

Opatrenie	Predbežná alokácia v EUR	Prijímateľ (realizátor)	Účel pomoci	Cieľová skupina
3.1 Podpora podnikateľských aktivít v cestovnom ruchu	3 600 000	MH SR	Podpora predaja produktov a služieb MSP v oblasti cestovného ruchu formou využívania moderných marketingových nástrojov a účinných distribučných kanálov cestovného ruchu	MSP pôsobiace v oblasti cestovného ruchu

Realizátorom a prijímateľom národného projektu bude SACR, ako štátna príspevková organizácia špecializovaná na marketing a štátnu propagáciu cestovného ruchu Slovenskej republiky, ktorá svojou činnosťou prispieva k tvorbe hrubého domáceho produktu, rastu zamestnanosti a zvyšovaniu celkovej konkurencieschopnosti Slovenska v oblasti cestovného ruchu.

Realizátor (SACR) bude pomoc (vo forme bezplatných služieb) poskytovať cieľovej skupine MSP v režime pomoci de minimis.

Očakávané výsledky vo vzťahu k MSP:

- a) hospodársky rast MSP spojený s rastom ich konkurencieschopnosti;
- b) výrazné zlepšenie prezentácie a predaja produktov a služieb MSP hlavných produktových skupín cestovného ruchu Slovenska;
- c) rozšírenie možností spolupráce pri prezentácii Slovenska, ako atraktívnej cieľovej destinácie cestovného ruchu;

- d) efektívnejšie využívanie inovatívnych komunikačno-informačných technológií a marketingových techník (internet/sociálne siete, médiá, priame oslovovanie cieľových skupín) ako nástrojov podpory propagácie a predaja produktov a služieb MSP;
- e) zvýšenie záujmu domácich a zahraničných návštevníkov Slovenska o atraktívnu a kvalitnú ponuku produktov MSP cestovného ruchu vedúceho k rastu využívania kapacít, zvyšovania tržieb a s tým spojenou potrebou zamestnanosti dodatočných pracovných síl;
- f) komunikačná previazanosť MSP s ďalšími organizáciami v regiónoch, spolupráca MSP so slovenskými a zahraničnými partnermi v rámci propagácie regiónov Slovenska

A.2 Nedostatočná podpora podnikania (vzniku a rozvoja MSP) prostredníctvom stimulovania podnikateľského ducha a využívania špecifických nástrojov pre rast konkurencieschopnosti

Podnikanie je významnou hnacou silou hospodárskeho rastu a vytvárania pracovných miest. Vedie k vzniku nových spoločností a pracovných miest, otváraní nových trhov a rozvíjaniu nových zručností a schopností. Európa od roku 2008 trpí dôsledkami najzávažnejšej hospodárskej krízy za posledných 50 rokov, v dôsledku čoho podnikanie zaznamenáva stagnáciu. Podľa prieskumu GEM¹ od roku 2011 pokleslo na Slovensku percento tých, čo vnímajú príležitosti na podnikanie z 23,8% na 16,1% v roku 2013, kým európsky priemer je 30,1%. Táto hodnota radí Slovensko až na 25. miesto z 28 krajín EÚ. Klesá podiel dospeléj populácie, ktorá má zámer začať podnikat', v roku 2013 dosiahol 10,6%, čo je pod európskym priemerom (13%). Rovnako klesá aj celková počiatková podnikateľská aktivita (TEA), teda percento dospeléj populácie, zapojené do začínajúceho podnikania (nie staršieho ako 3,5 roka). Hodnota TEA pre Slovensko zistená v roku 2013 (9,5%) predstavuje takmer 5% - ný pokles oproti roku 2011. V roku 2013 zároveň po prvýkrát prevýšila motivácia podnikania z nevyhnutnosti nad motiváciou založenou na využití príležitosti. Vplyvom ekonomických problémov poklesol počet pracovníkov zamestnaných v malých a stredných podnikoch (MSP) na Slovensku medzi rokmi 2008 a 2012 o takmer 46 000. Na Slovensku je dlhodobo zaznamenávané vysoké percento zánikov podnikov, v r.2010 predstavovala miera prežitia podnikov po 3 rokoch od vzniku na Slovensku 41,7% (priemer EÚ: 56,1%), čo zaradilo Slovensko na predposledné miesto v rámci EÚ.

Ako je uvedené v *Akčnom pláne pre podnikanie 2020*² (ďalej aj ako *Akčný plán*), vo väčšine členských štátov zatiaľ MSP neboli schopné dosiahnuť úroveň pred krízou. Tento fakt ohrozuje naplnenie cieľov stratégie *Európa 2020*. Bez pracovných miest vytvorených v nových firmách by bol priemerný čistý rast zamestnanosti záporný³. Nové spoločnosti, najmä MSP, sú najdôležitejším zdrojom tvorby nových pracovných miest, keďže každý rok vytvárajú v Európe viac ako 4 milióny nových pracovných miest⁴. Od roku 2004 poklesol podiel osôb preferujúcich samostatnú zárobkovú činnosť pred stálym zamestnaním v 23 z 27 členských štátov EÚ⁵. Kým v r.2010 bola samostatná zárobková činnosť pre 45 % Európanov prvou voľbou, v súčasnosti sa toto percento znížilo na 37 %⁶ (na Slovensku to bolo len 33%), pričom v USA (51 %) a Číne (56 %) je tento podiel oveľa vyšší. Okrem toho novozaložené podniky rastú

¹ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – globálny prieskum zameraný na mapovanie názorov a motivácií pre podnikanie

² Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov: Akčný plán pre podnikanie 2020 – Opätovné stimulovanie podnikateľského ducha v Európe: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:SK:DOC>

³ Kauffman Foundation: „Business Dynamics Statistics Briefing: Jobs created from business start-ups in the United States“
http://www.kauffman.org/uploadedFiles/BDS_Jobs_Created_011209b.pdf

⁴ Výpočet Komisie na základe údajov Eurostatu (2009).

⁵ Medzi krajiny, v ktorých v rokoch 2004 – 2012 rástli preferencie samostatnej zárobkovej činnosti, patrili Česká republika (z 30 % na 34 %), Lotyšsko (zo 42 % na 49 %), Litva (z 52 % na 58 %) a Slovensko (z 30 % na 33 %). http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/eurobarometer/index_en.htm

⁶ Komisia EÚ, Flash Eurobarometer č. 354 „Podnikanie“.

oveľa pomalšie⁷ v EÚ ako v USA alebo v rozvíjajúcich sa krajinách, a menej z nich sa dokáže zaradiť medzi najväčšie svetové firmy.⁸

Vzťah k podnikaniu na Slovensku je stále veľmi rezervovaný vzhľadom na vnímanie vysokého rizika, ktoré nesie so sebou podnikanie a nízku mieru úspešnosti, či prežitia MSP. Negatívne vnímanie a postoje voči podnikaniu poukazujú na potrebu kvalitných a dostupných informácií pre širokú verejnosť a už etablovaných podnikateľov, ktoré prinesú riešenia do procesu rozhodovania, či začať podnikat' alebo nie. Nedôvera voči podnikaniu prameniaca z nedostatku potrebných informácií o možnostiach podnikania a podnikateľskom prostredí, znižuje motiváciu sebarealizácie prostredníctvom podnikania. Súčasne platí, že slovenské MSP sa viac orientujú na lokálne a regionálne trhy a nie na expanziu na nové trhy najmä pre nedostatok informácií o možnostiach a podmienkach podnikania v zahraničí.

Slovensko zároveň patrí medzi krajiny s najvyšším podielom vzniknutých a zároveň aj zaniknutých subjektov a súčasne medzi krajiny s najnižšou mierou prežitia novovzniknutých podnikateľských subjektov.

Začínajúci podnikatelia čelia viacerým ťažkostiam (napr. získanie dostatočných finančných prostriedkov, zmeny legislatívy a pod.), ktoré často dlhodobo prácne riešia a prechádzajú problémami, ktoré sú spoločné pre mnohé startupy. Ďalšou z nástrah, avšak nielen pre začínajúceho podnikateľa, je zvýšená administratívna záťaž súvisiaca s podnikaním, najmä v oblastiach odvodových povinností, platenia daní, cla a poplatkov, dodržiavania podmienok súladu s ochranou životného prostredia, obchodného práva a pod. Problémom je taktiež komplikovaný a nekoordinovaný systém podpory podnikania a problematický prístup k finančným zdrojom pre rozvoj podnikania. Jednotlivé opatrenia a nástroje nie sú koordinované, poskytovaná podpora je ťažko dosiahnuteľná a málokedy prispôbená pre potreby začínajúcich podnikov. Podľa prieskumu *Financovanie mikropodnikov a začínajúcich podnikov*, ktorý sa uskutočnil v roku 2013, až 58% respondentov neuvažovalo o využití niektorej z foriem podpory z verejných zdrojov, pričom v prípade mikropodnikov to bolo až 63,8%. Zároveň 61,3% respondentov nevyužilo žiadne externé zdroje financovania, v prípade živnostníkov to bolo až 71,3%. To vytvára veľké prekážky pre úspešný rozbeh podnikateľskej činnosti začínajúcich podnikateľov.

Vytvorenie podporného nástroja na poskytovanie pomoci začínajúcim podnikateľom s inovatívnym potenciálom vo forme dlhodobých mentorských služieb sa javí ako efektívny nástroj podpory a znižuje riziko zániku začínajúcej firmy. Tento prístup môže pomôcť rôznym typom MSP, vrátane podnikov založeným osobami z radov nezamestnaných a absolventov, úspešne naštartovať a rozvíjať inovatívnu, ale aj tradičnú podnikateľskú činnosť lokálneho a regionálneho rozsahu a profitovať zo skúsenosti, expertízy a know-how skúseného a úspešného podnikateľa, investora, alebo seniora. Skúsený odborný poradca, mentor má prehľad o aktuálnych trendoch v podnikaní, sleduje zmeny v podmienkach podnikateľského prostredia, v legislatíve a v nastavení podporných opatrení. V rámci poskytovania odborného servisu môže upozorňovať podnikateľa na nové, resp. aktualizované povinnosti a to v rôznych oblastiach, ako aj na možnosti a príležitosti z hľadiska rozvoja jeho podnikania. Ďalšiu podporu pre podnikateľa predstavuje pomoc pri príprave žiadostí a projektov pre čerpanie finančnej pomoci zo štrukturálnych fondov, alebo pomoc pri vyplňaní rôznych, nevyhnutných formulárov pre štátne inštitúcie. Účelom odborného poradenstva a mentorovania je, aby podnikateľ mohol venovať čo najviac kapacít a času samotnej podnikateľskej aktivite a nebol preťažovaný činnosťami súvisiacimi s administratívnou záťažou, zároveň aby získal kvalifikovanú pomoc pri prekonávaní prekážok a využívaní nových podnikateľských príležitostí.

⁷ Albert Bravo-Biosca: „The dynamics of Europe's industrial structure and the growth of innovative firms“ Konferencia spoločného výskumného centra v Seville, október 2011.

⁸ Je pozoruhodné, že medzi európske podnikové giganty patrí len 12 spoločností založených v druhej polovici 20. storočia v porovnaní s 51 spoločnosťami v USA a 46 spoločnosťami v rozvíjajúcich sa krajinách; z nich boli v Európe založené po roku 1975 len tri v porovnaní s 26 v USA a 21 na novo vznikajúcich trhoch. T. Philippon, N. Veron, Bruegel Policy Brief 2008/1.

Téma mentoringu však na Slovensku stále nie je všeobecne známa a v dostatočnej miere využívaná na jednej strane, ale ani systematicky poskytovaná a štátom podporovaná na strane druhej. Ojedinelé výsledky ukazujú účinnosť takejto formy podpory, napr. v rámci projektu Guardian Angels For Female Entrepreneurs realizovanom Slovak Business Agency⁹ (ďalej aj „SBA“) začínajúcim podnikateľkám bola poskytnutá ročná pomocná ruka štrnástich skúsených podnikateľov (mentorov a mentoriek), ktorí vkladali do tohto výnimočného projektu svoje dlhoročné skúsenosti, pomáhali dámam v ich podnikateľských prvopočiatoch. Pomoc v témach, ktorú podnikateľky žiadali, bola zameraná na všeobecné oblasti ako marketing, časový manažment, komunikácia so zamestnancami či externým prostredím, ale aj na špecifické problémy, s ktorými sa stretávajú len ženy podnikateľky, napr. zosúladienie úlohy matky a pracovného života, podpora zo strany rodiny či sebadôvera.

Monitorovanie uplatňovania princípov SBA v Slovenskej republike poukazuje na nedostatočné podporovanie poradenstva a vzdelávania podnikateľov. Najvýraznejšie je to v oblasti inovácií, technologických transferov, startup-ov a spin-off podnikov, ochrany a riešenia duševného vlastníctva. MSP sa v súčasnosti stretávajú s novými výzvami a problémami týkajúcimi sa turbulentných zmien prostredia. Nové inovatívne poradenské služby s „vyššou pridanou hodnotou“ pre podnikanie založené na znalostiach ako technologický scouting, market intelligence a technologický foresighting, ale aj poradenstvo pre rizikové podnikateľské plány a ich financovanie predstavujú nový nástroj pre využitie príležitostí a vyhnutie sa hroziacim, ktorým MSP čelia jednak na začiatku, ale aj v ďalších rozvojových fázach. Pri tom však nemožno zabudnúť aj na poskytovanie širokého portfólia podporných informačných, poradenských, resp. mentorských služieb pre obrovské množstvo potenciálnych, začínajúcich a existujúcich MSP v rôznych tradičných odvetviach hospodárstva a služieb.

Na Slovensku pôsobí viac ako 560 tis. malých a stredných podnikov¹⁰, z ktorých mnohé doteraz nevyužívajú internet (nemajú webstránku, nemajú e-shop, nerobia export svojich produktov na trhy EÚ), a tieto často stoja na pokraji krachu kvôli klesajúcemu odbytu (osobitne v sektoroch strojárstvo a elektrochemický priemysel).

V oblasti business-to-business Slovensko dosahuje šiestu najnižšiu hodnotu medzi krajinami EÚ. Podľa výsledkov prieskumu GEM iba 14% podnikov realizuje business-to-business s využitím IKT nástrojov a digitálnych technológií. Aby sa Slovensko priblížilo k takým úspešným krajinám ako je napr. Veľká Británia, Fínsko či Izrael, je potrebné nájsť riešenie zistených nedostatkov:

- nedostatočné vzdelanie a zručnosti MSP v oblasti IKT nástrojov a digitálnych technológií,
- nedostatočná podpora inovácií,
- zaostalosť v konkurencieschopnosti (stupeň rozvoja podnikania a trhu) v porovnaní s krajinami z regiónu Strednej a Východnej Európy.

Internet a internetová ekonomika predstavujú pre Slovensko jedinečnú príležitosť využiť potenciál globálnych trendov (mobilné technológie, cloud, sociálne siete), podporiť export slovenských produktov a služieb, zvýšiť ekonomický rast v najbližších rokoch a tak vytvárať nové pracovné miesta.

Návrh opatrení na odstránenie identifikovaných nedostatkov

Implementácia národného projektu zameraného na informačnú kampaň, informačné/poradenské/mentorské služby a rozvoj E- business pre MSP.

⁹ SBA do 1.3.2014 pôsobila pod názvom Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania

¹⁰ K 31.12.2013 na Slovensku pôsobilo 564 127 malých a stredných podnikov

Informačná kampaň

Zvýšenie záujmu o podnikanie a o začatie podnikania prostredníctvom stimulácie pozitívneho vnímania podnikania (informačná kampaň) u širokej verejnosti a podnikateľov:

- motivovanie a propagovanie podnikania prostredníctvom, napr. súťaží a oceňovaní najlepších podnikateľských nápadov, alebo prostredníctvom súťaží s motivačným a vzdelávacím prvkami,
- mediálna kampaň v rôznych médiách na národnej a regionálnej úrovni zameraná na budovanie pozitívneho vzťahu k príslušníkom stredného stavu a zvýšenie záujmu o možnosť podnikania, či samozamestnania, prezentácia možností podnikania, služieb na podporu podnikania pre MSP,
- podporné podujatia vo forme motivačných seminárov na školách, prezentácií príkladov dobrej praxe z regiónov,
- zabezpečovanie a podpora informovanosti podnikateľov a potenciálnych záujemcov o podnikanie ako ženy, absolventi škôl, imigranti, seniori, osoby so zdravotným postihnutím a iných prostredníctvom informačných nástrojov a materiálov, napr. informačné a konzultačné dni otvorených dverí a pod.

Informačné/poradenské/mentorské služby

- informácie, individuálne poradenstvo ako forma podpory MSP v rôznych otázkach podnikania – pomoc pri tvorbe podnikateľského plánu a jeho účinné nastavenie, pomoc pri založení firmy, konzultácie o záležitostiach súvisiacich s pôsobením a rozvojom MSP na vnútornom trhu EÚ, reštrukturalizáciou a identifikovaním nových výziev na riešenie dopadov hospodárskej krízy na MSP, s odčleňovaním spinoff-ov materských MSP, rozvíjaním inovačného potenciálu MSP v oblasti rýchlo rastúcich odvetví, financovaním podnikateľských plánov tradičnými a inovatívnymi finančnými nástrojmi (mikropôžičky, úvery, granty, rizikový kapitál, podnikateľskí anjeli, crowdfunding) a pod.;
- dlhodobá mentorská starostlivosť - individuálny mentoring (coaching) najmä pre začínajúcich podnikateľov a startupy, MSP z tradičných odvetví hospodárstva, ako aj pre dlhšie existujúcich MSP v oblasti zvyšovania ich inovačného a rozvojového potenciálu;
- zvyšovanie odborných zručností MSP, napr. prostredníctvom tréningov, workshopov, webinárov a pod.;
- vydávanie publikácií,
- informačné a konzultačné dni,
- propagácia služieb pre MSP v regiónoch.

E- business

- aktivity na posilnenie vedomostnej základne, aktivity na zvýšenie informovanosti a propagácie e-businessu – šírením informácií zvyšovať povedomie MSP o výhodách, prínosoch a efektívnosti zavádzania e-businessu, e-commerce, o nových formách a rozvoji podnikania s využitím informačno-komunikačných technológií, a to rôznymi formami, vrátane zhromažďovania a prezentovaním najlepších praxí, videoblogov, cielenej informačnej kampane prostredníctvom sociálnych sietí, organizáciou súťaží a pod.,
- podpora budovania zručností MSP potrebných pre e-business – informačné, poradenské a vzdelávacie aktivity zamerané na využívanie IKT v podnikaní, zavádzanie e-business, m-business, špecifických riešení dodávateľsko-odberateľských B2B vzťahov, e-marketing, e-komunikácia so zákazníkmi; informačno-vzdelávacie podujatia - workshopy, semináre, prezentácie riešení a pod.

Národný projekt bude realizovaný v rámci prioritnej osi 1, opatrenie 1.2.

Opatrenie	Predbežná alokácia v EUR	Prijímateľ (realizátor)	Účel pomoci	Cieľová skupina
Opatrenie 1.2. Podpora spoločných služieb pre podnikateľov	3 000 000	SBA	Podpora vzniku a rozvoja MSP prostredníctvom stimuluovania podnikateľského ducha a využívania špecifických nástrojov pre rast konkurencieschopnosti	Nové a začínajúce podniky s orientáciou na MSP.

Realizátorom a prijímateľom národného projektu bude SBA špecializovaná na podporu MSP a ktorá má zároveň praktické skúsenosti s realizáciou obdobných projektov.

Realizátor bude pomoc poskytovať cieľovej skupine MSP v režime pomoci de minimis.

Očakávané výsledky

- predpokladá sa, že komplexná informačná kampaň bude viesť k postupnej zmene všeobecného vnímania podnikania, zvýšeniu povedomia verejnosti o podnikaní ako kariérnej cesty, ale v konečnom dôsledku povedie aj k nárastu počtu podnikov (najmä MSP), a tým aj k rastu zamestnanosti,
- rozvíjanie záujmu o podnikanie, podpora podnikania a podnikateľského úsilia je zároveň obsahom princípu 1 iniciatívy Zákon o malých podnikoch (Small Business Act¹¹), ktorý podporuje vytváranie nových podnikov a chápanie samostatne zárobkovej činnosti ako atraktívnej a výhodnej alternatívy k pracovnému úväzku,
- vytvorenie podporného nástroja na poskytovanie pomoci začínajúcim podnikateľom s inovatívnym potenciálom vo forme dlhodobých mentorských služieb predstavuje efektívny nástroj podpory a znižuje riziko zániku začínajúcej firmy. Tento prístup môže pomôcť rôznym typom MSP, vrátane podnikov založeným osobami z radov nezamestnaných a absolventov, úspešne naštartovať a rozvíjať inovatívnu, ale aj tradičnú podnikateľskú činnosť lokálneho a regionálneho rozsahu a profitovať zo skúsenosti, expertízy a know-how skúseného a úspešného podnikateľa, investora alebo seniora,
- nové inovatívne poradenské služby s „vyššou pridanou hodnotou“ pre podnikanie založené na znalostiach ako technologický scouting, market intelligence a technologický foresighting, ale aj poradenstvo pre rizikové podnikateľské plány a ich financovanie budú predstavovať nový nástroj pre využitie príležitostí a vyhnutie sa hroziacim, ktorým MSP čelia jednak na začiatku, ale aj v ďalších rozvojových fázach,
- poskytnuté informačné/poradenské a mentorské služby budú predstavovať podporný nástroj na zlepšenie povedomia, zručností a prístupu podnikateľských subjektov k finančným zdrojom rizikového kapitálu, ktoré v programovom období 2014 – 2020 budú predstavovať jeden z významných finančných nástrojov na podporu podnikateľskej činnosti,
- Vláda SR sa zároveň zaviazala rozšíriť uplatňovanie európskych zásad rozvoja malého podnikania definovaných v dokumente *Small Business Act*. V tomto kontexte informačné, poradenské a mentorské služby pre MSP môžu priamo prispievať k napĺňaniu hneď niekoľkých princípov agendy Small Business Act: 1. Podnikanie a 8. Zručnosti a inovácie,
- rozšírenie e-businessu medzi MSP napomôže zvýšiť šance využiť potenciál e-obchodu, zvýšiť konkurencieschopnosť slovenských MSP, a tak podporiť export slovenských produktov a služieb.

¹¹ Kľúčová iniciatíva EÚ na podporu MSP, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm

B. Vplyv revízie na implementáciu OP KaHR

Realizácie ďalších národných projektov v rámci jednotlivých prioritných osí a opatrení prispeje k efektívnejšiemu plneniu stratégií OP, ako aj samotného, globálneho cieľa OP KaHR „Zabezpečenie trvalo udržateľného hospodárskeho rastu a zamestnanosti“.

Realizáciou národného projektu v rámci opatrenia 3.1 by malo byť podporených minimálne 100 MSP a v rámci realizácie národného projektu v opatrení 1.2 by malo byť podporených ďalších 700 MSP.

Realizácia národných projektov prispeje k plneniu merateľných ukazovateľov výstupu *Počet podporených projektov na pomoc malým a stredným podnikom* a *Počet podporených projektov* na úrovni prioritných osí 1 a 3, ako aj na úrovni globálneho cieľa OP KaHR.

C. Rozsah navrhovanej úpravy OP

Návrh úpravy OP KaHR sa týka nasledovných častí:

- 4.4 Indikátory
- 5.1.2.2 Opatrenie 1.2 Podpora spoločných služieb pre podnikateľov,
- 5.3.1 Cieľ a zameranie prioritnej osi a 5.3.2 Popis opatrení na realizáciu prioritnej osi
- 5.3.2.1 Opatrenie 3.1 Podpora podnikateľských aktivít v cestovnom ruchu,

Bližšia identifikácia zmien je uvedená v samotnom návrhu revízie OP KaHR, ako aj v revidovanej verzii OP KaHR prostredníctvom sledovania zmien.

D. Posúdenie vplyvov na životné prostredie

Otázka možných vplyvov revízie OP KaHR na životné prostredie je riešená prostredníctvom zisťovacieho konania podľa zákona č. 24/2006 Z. z. o posudzovaní vplyvov na životné prostredie a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o posudzovaní vplyvov na životné prostredie“). Oznámenie o zmene strategického dokumentu bude zverejnené v priebehu mesiaca apríl 2014 na webovom sídle MH SR (www.mhsr.sk) a na informačnom portáli Ministerstva životného prostredia (www.enviroportal.sk). Ukončenie zisťovacieho konania a vydanie rozhodnutia očakávame začiatkom 18. kalendárneho týždňa. Na základe výsledkov zisťovacieho konania MH SR určí ďalší postup podľa zákona o posudzovaní vplyvov na životné prostredie.

E. Stanovisko Centrálného koordinačného orgánu

V zmysle Metodického pokynu CKO č. 10 je Riadiaci orgán povinný predložiť návrh revízie operačného programu Centrálnemu koordinačnému orgánu iba v prípade, ak je navrhovaná revízia viazaná na revíziu iného/iných operačných programov. Návrh revízie bol v rámci pripomienkového konania predložený na vyjadrenie CKO.

F. Stanovisko Certifikačného orgánu

V zmysle Metodického pokynu CKO č. 10 je Riadiaci orgán povinný predložiť návrh revízie operačného programu CO v prípade, ak sa navrhovaná revízia týka presunu finančných prostriedkov v rámci operačného programu (úpravy finančných plánov), alebo presunu finančných prostriedkov medzi

operačnými programami. Návrh revízie bol v rámci pripomienkového konania predložený na vyjadrenie CO.

Záver

Návrh revízie, vytvára nové aktivity pre zefektívnenie podpory MSP. Oblasť realizácie národných projektov sú navrhované tak, aby vhodným spôsobom prispievali k napĺňaniu cieľov OP vyjadrených prostredníctvom príslušných merateľných ukazovateľov. Návrh revízie zároveň prirodzeným spôsobom prepája aktivity programového obdobia 2007 – 2013 s navrhovanými aktivitami programového obdobia 2014 - 2020.

Po schválení návrhu revízie OP KaHR Monitorovacím výborom pre Vedomostnú ekonomiku a vykonaní ďalších krokov v súlade so zákonom o posudzovaní vplyvov na životné prostredie (ak to vyplynie z výsledkov zisťovacieho konania) RO pre OP KaHR zašle oficiálnu žiadosť o revíziu OP KaHR na schválenie EK v súlade s požiadavkami ustanovenia čl. 33 Všeobecného nariadenia a Metodického pokynu č. 10 k revízii operačných programov.

Po doručení rozhodnutia EK k revízii OP KaHR RO zabezpečí úpravu na to nadväzujúcich interných riadiacich aktov, resp. vykoná ďalšie kroky tak, ako to vyplýva z príslušných častí tejto analýzy.