



SMART POINT KONCEPT PRE REGIÓŇ BRATISLAVY

*Verzia 1.0. pre potreby pripomienkovania so strany stakeholderov
projektu SMART Point v Bratislavskom regiÓne*

Objednávateľ: Hlavné mesto Slovenskej republiky, Bratislava

Dodávateľ: Jaroslav Lupták – NetPlusWork

Dátum prevzatia: 28.2.2013

Zhrnutie

Dokument približuje medzinárodný projekt Smart Point, do ktorého sú zapojené okrem Slovenska najmä krajiny strednej Európy. Cieľom celého projektu je vytvoriť sieť Smart Point centier, ktorých hlavnou úlohou je rozvoj študentov v oblasti podnikania a inovácií. Ako reakcia na identifikované nedostatky v oblasti kreatívneho myslenia medzi európskymi študentmi sa projekt ďalej zameriava aj na rozvoj týchto schopností.

V rámci dokumentu je predstavený celý koncept Smart Point. V úvode sú priblížené základné idey, na ktorých je koncept postavený. Zároveň sú identifikovaní hlavní partneri projektu. Jedná sa predovšetkým o univerzity, štátne inštitúcie a neziskové organizácie, ktorých činnosť sa sústreďuje na oblasť podpory podnikania u mladých ľudí. Ďalším krokom je špecifikácia centra Smart Point Bratislava, čiže slovenskej časti projektu. Tu sú identifikované a stručne opísané hlavné súčasti projektu tohto centra. Ide o vzdelávanie v rámci Smart Program-u, fyzického priestoru Smart Point a osoby zabezpečujúcej priebeh projektu Smart Coordinator. Dokument potom uzatvára priblíženie komunikačnej a marketingovej stratégie spolu s identifikáciou hlavných nástrojov na ich uskutočnenie.

Executive summary

The paper discusses international project Smart Point, which is a result of cooperation among central European countries including Slovakia. The aim of the project is to create a Smart Point network with main activity of educating students in the area of business and innovation. As a response to the insufficiencies in creative thinking among European students, project deals with and focuses on a development of these skills too.

Within this paper the project is presented as a whole. The presentation of Smart Point begins with fundamental ideas behind the project. Concurrently, main stakeholders are identified. Among these stakeholders are universities, governmental agencies, and not-for-profit organizations with a specialization in supporting young entrepreneurs. The following part of the paper is dedicated to the concept of Smart Point Bratislava, what is a Slovak part of the entire project. Here, the three main components of the project are discussed. The components are: educational activities within a Smart Program, physical space where the project takes place Smart Point and a person ensuring the project's execution – Smart Coordinator. The paper concludes with an overview of a communication and marketing strategy, which identifies the main promotional tools.

Obsah

1.	Dôvody vzniku programu SMART Point a jeho ciele	4
2.	Podpora inovatívneho podnikania mladých ľudí v Bratislavskom regióne	5
2.1.	Podpora inovatívneho podnikania v prostredí študentských organizácií.....	5
2.2.	Činnosť verejných inštitúcií	6
2.3.	Podnikateľské inkubátory, akcelerátory a co-workingové centrá.....	7
2.4.	Podpora inovatívneho podnikania v prostredí tretieho sektora a mimovládnych organizácií.....	8
2.5.	Podnikateľské združenia (Trade Unions)	10
2.6.	Súkromné iniciatívy	11
3.	Možnosti financovania začínajúcich inovatívnych firiem v bratislavskom regióne	12
3.3.	Súkromní investori - podnikateľskí anjeli.....	12
3.4.	Inštitucionálni investori	13
4.	Právne prostredie.....	13
4.1.	Výber právnej formy.....	14
4.2.	Založenie spoločnosti	14
4.3.	Daňové zaťaženie	15
4.4.	Náklady na zamestnancov/Odvody.....	15
5.	Špecifikácia cieľovej skupiny projektu SMART Point pre región Bratislavy.....	16
5.1.	Cieľová skupina z hľadiska demografie.....	16
5.2.	Cieľová skupina z hľadiska študijného odboru	16
5.3.	Požadované zručnosti	17
6.	Štruktúra SMART Point v Bratislave	17
6.1.	SMART Program	18
6.2.	SMART Koordinátor	19

6.3.	SMART Point priestor	19
6.4.	SMART Network	20
7.	Marketingový koncept SMART Point v Bratislave.....	20
7.1.	Webová stránka SMART Point	21
7.2.	Sociálne médiá	21
7.3.	Príma komunikačné kanály	22
7.4.	Podujatia	22
7.5.	Médiá.....	23
8.	Ďalšie funkcie a služby regionálneho SMART Point-u.....	23
8.1.	Sieťovanie.....	23
8.2.	Zber informácií a dát.....	24
8.3.	Výmenný program.....	24
9.	Ďalšie nástroje regionálneho SMART Point-u.....	24
9.1.	Business Model Canvas.....	24
9.2.	Lean canvas	25
9.3.	Linkedin.com	25
9.4.	SMART Site.....	25
10.	Záverečné poznámky.....	25

Koncept SMART Training Network for Innovation and Entrepreneurship in Emerging Sustainable Sectors pre región Bratislavy

1. Dôvody vzniku programu SMART Point a jeho ciele

Projekt i. e. SMART realizuje dvanásť partnerov zo siedmich regiónov (Benátky, Bratislava, Budapešť, Modena, Praha, Štuttgart a Viedeň). Vychádza z dvoch základných myšlienok. Zo správy o inovačnej konkurencieschopnosti z roku 2011 vyplýva, že európske malé a stredné podniky nerastú dostatočne. Spojené štáty americké za uplynulých 35 rokov prejavili oveľa lepšiu kapacitu vytvárať a rozvíjať nové firmy v sektoroch zameraných na intenzívny výskum. Je to spôsobené aj tým, že vzhľadom na historicko-spoločenský vývoj sú Američania oveľa ochotnejší znášať riziko spojené s podnikaním. U Európanov podnikateľský duch chýba. Podľa prieskumov Európskej komisie dve tretiny nikdy neuvažovali o podnikaní a polovica sa obáva rizika neúspechu. A to aj napriek tomu, že Európa čelí bezprecedentnej nezamestnanosti, ktorá je osobitne vážna v prípade mladých ľudí.

Druhým faktorom, o ktorý sa projekt opiera, je, že popredné ekonomiky čelia tlaku nadvýroby alebo presunu výroby do rýchlo rozvíjajúcich sa krajín a zároveň automatizácii, ktorý ich núti k tomu, aby prichádzali s novými nápadiami a inováciami, ktoré nebude možné najmä v lacných ázijských štátoch sériovo napodobniť. Vzdelávací systém v Európe sa však zameriava najmä na rozvoj logických a analytických schopností, ktoré riadi ľavá hemisféra mozgu. Inovácie a kreativita sú však späté s pravou stranou mozgu.

Cieľmi projektu je teda posilniť konkurencieschopnosť ľudského kapitálu rozvojom nových podnikateľských zručností a zároveň zlepšiť inovačné prostredie v zapojených regiónoch. Na naplnenie týchto ambícií bude v rámci projektu vytvorená medzinárodná implementačná vzdelávacia sieť. Jej základ budú tvoriť regionálne centrá kompetencií (schopností) SMART Points, teda priestor pre projektové aktivity – mentoring, konzultácie a školenia.

SMART Point bude slúžiť na praktickú implementáciu školiacich a konzultačných aktivít projektu i. e. SMART. Vďaka transformatívnemu prístupu k inováciám a podnikaniu vznikne priestor pre fúziu nápadov, schopností a štýlov myslenia troch rôznych rozvíjajúcich sa udržateľných hospodárskych sektorov – kreatívneho priemyslu, zelenej ekonomiky a informačno-komunikačných technológií. Inovatívne nápady, ktoré vzniknú z tohto spojenia by sa mali materializovať v podobe biznis plánov. SMART Point má slúžiť ako katalyzátor zmien v regióne, ktoré má transformatívny prístup k inováciám a podnikaniu priniesť.

2. Podpora inovatívneho podnikania mladých ľudí v Bratislavskom regióne

Cieľom projektu SMART Point je stať sa komplementárnou súčasťou rozvíjajúceho sa inovačného ekosystému v Bratislavskom regióne. SMART Point by mal nadviazať na existujúcu činnosť študentských organizácií, verejných inštitúcií či aktivity tretieho sektora v oblasti podpory inovácií a podnikania. SMART Point zároveň využije kreujúcu sa inovačnú infraštruktúru v regióne v podobe inkubátorov, akceleratorov a co-workingových centier, ale aj zvyšujúcu aktivitu súkromných investorov v poskytujúcich zárodkový kapitál („seed capital“).

2.1. Podpora inovatívneho podnikania v prostredí študentských organizácií

Na slovenskom trhu už dlhšie panuje nesúlad medzi vysokým školstvom a praxou. Túto medzeru čiastočne vyplňajú študentské organizácie, ktoré svojimi aktivitami približujú študentom reálne podmienky, ktorým budú čeliť v budúcej kariére. Zvyčajne ide o rozvíjanie zodpovedného líderstva a proaktivity v mladých ľuďoch, prípadne o sprostredkovanie kontaktu s úspešnými ľuďmi z biznis prostredia prostredníctvom prednášok a diskusií.

2.1.1. AIESEC

AIESEC je najväčšia študentská nezisková organizácia na svete, pôsobiaca vo viac ako 110 krajinách. Ako globálna organizácia poskytuje platformu pre rozvoj budúcej generácie lídrov. Študentom ponúka možnosť nadobudnúť reálne schopnosti a skúsenosti, bez ktorých sa nezaobídu v dnešnom biznis prostredí a ktoré im škola neposkytne. Hlavnou činnosťou je sprostredkovanie zahraničných stáží pre svojich členov. Tie sa odlišujú svojím zameraním; môže ísť o „Profesionálne stáže“ v súkromnom sektore, keď stážista získava praktické biznis skúsenosti v zahraničnej firme, alebo o „Kultúrne stáže“ v zahraničných školách a neziskových organizáciách, ktorých cieľom je spoznávanie iných kultúr a pomoc komunite.

Na Slovensku sa AIESEC ďalej podieľa na organizovaní študentských konferencií Symposium a Talents of Tomorrow (ToT). Zatiaľ čo podstatou prvého menovaného projektu je priblíženie podnikania a života podnikateľa študentom zaujímavých sa o rozbeh vlastného projektu, zámerom konferencie ToT je podporiť rozvoj mladých lídrov prostredníctvom série prednášok, prípadových štúdií a stretnutiami so súčasnými lídrami slovenského biznisu.

2.1.2. Manageria

Manageria je nezisková organizácia pôsobiaca na Univerzite Komenského v Bratislave. Ide o združenie manažérov a úspešných ľudí z praxe, ktorým nie je ľahostajná budúca generácia biznis lídrov a rozhodli sa prispievať k rozvoju študentov vysokých škôl. Tí odovzdávajú svoje skúsenosti členom „Manageria leadership program“, poskytujú kariérne poradenstvo a napomáhajú k získaniu stáží v partnerských spoločnostiach. Manageria ďalej organizuje viaceré konferencie pre študentov. Konkrétne ide o Fórum

inšpiratívnych myšlienok, platformu pre študentov v rámci ktorej spíkri z rozličných oblastí prezentujú svoje idey, myšlienky a nápady pričom cieľom je motivovať študentov k činnosti a aktivite. Druhým podujatím pod záštitou Managerie je Night of Chances, predstavujúce sériu prednášok a workshopov s poprednými firmami pôsobiacimi na slovenskom trhu, so zameraním na pracovný trh a kariéru.

2.1.3. Junior Achievement Slovensko

Junior Achievement Slovensko je slovenskou pobočkou celosvetovej siete Junior Achievement (JA). Ide o neziskovú vzdelávaciu organizáciu, ktorá sa venuje oblasti podnikateľského vzdelávania na Slovensku. Poskytuje podnikateľské, ekonomické a finančné vzdelávanie prostredníctvom praktických vzdelávacích programov. Svojou činnosťou zasahuje základné, stredné aj vysoké školy. Tým JA poskytuje podnikateľské a finančné vzdelávanie prostredníctvom praktických programov, s cieľom motivovať mladých ľudí k podnikaniu a seba rozvoju.

Stredným školám JA Slovensko ponúka celoročný predmet „Aplikovaná ekonómia“, ktorý pomáha študentom získať komplexný pohľad na problematiku podnikania a finančného riadenia. Študentov vysokých škôl podporuje výučbovými programami so zameraním na podnikanie “Povolanie podnikateľ” a softvérovým programom umožňujúcim vykonávať simulačné cvičenia. Mimo týchto projektov JA aktuálne sprostredkováva súťaže “Intel Business Challenge”, zameranej na inovácie a s hlavnou výhrou v podobe executive programu v Silicon Valley, a “ČSOB HlavaPäta”.

2.1.4. MediaLab

Ide o experimentálny ateliér v rámci Katedry vizuálnej komunikácie VŠVU. Cieľom je poskytnúť technologické, ale aj teoretické a ľudské zázemie pre multimediálnu kultúru (interaktívne médiá, animácia, multimédiá). Vzhľadom na špecifické technologické vybavenie a zameranie predstavuje toto univerzitné pracovisko možný prechod medzi umeleckou tvorbou a zrodom podnikateľských nápadov v oblasti multimédií. Ide o akýsi proto-inkubátor, ktorý môže pomôcť študentom VŠVU vytvoriť idey, ktoré by neskôr mohli mať komerčný potenciál.

2.2. Činnosť verejných inštitúcií

Inovačný ekosystém predstavuje dôležitú súčasť ekonomiky a podnikateľského prostredia krajiny. Preto jeho podpora verejným sektorom má vysokú prioritu a s týmto účelom bolo vytvorených viacero štátnych agentúr a projektov zameraných na špecifickú podporu inovatívneho podnikania.

2.2.1. Mesto Bratislava

V snahe o rozvoj inovačného potenciálu bratislavského regiónu hrá mesto Bratislava jednu z kľúčových úloh. Podieľa sa na realizácii viacerých projektov zameraných na podporu podnikania mladých podnikateľov a start-upov, vrátane cezhraničnej spolupráce. V súčasnosti okrem i. e. SMART realizuje

projekty EKOpfit (environmentálny manažment), INCOMPASS (rozvoj kreatívnej ekonomiky, rozvoj udržateľných prístupov k inkubátorom pre začínajúce podniky v kreatívnom priemysle), DIFASS (rozvoj medzinárodnej finančnej podpory malých a stredných podnikov) a CENTRAL MARKETS (revitalizácia a podpora tradičných trhov v strednej Európe).

2.2.2. NADSME

Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania podporuje rozvoj a rast malého a stredného podnikania na Slovensku. Okrem informačného a vzdelávacieho servisu realizuje aj finančné aktivity (mikropôžičkový program). Je zároveň partnerom viacerých projektov, pre potreby i. e. SMART projektu sú zaujímavé InnoFun – posúvame inovácie bližšie k financiám, trhu a ľuďom a TwinEntrepreneurs. Cieľom InnoFun je vytvorenie špecifickej metodológie a digitálneho nástroja, ktorého úlohou bude urýchliť uvádzanie inovácií na trh. TwinEntrepreneurs sa zameriava na spoluprácu pri podpore start-upov vo Viedni a Bratislave.

2.2.3. Slovenská inovačná a energetická agentúra (SIEA)

Administruje opatrenia na podporu inovácií, výskumu, spoločných služieb pre podnikateľov, energetickej efektívnosti a využívania obnoviteľných zdrojov energie v podnikateľskej sfére a vo verejnom sektore.

2.3. Podnikateľské inkubátory, akcelerátory a co-workingové centrá

Počiatočná fáza realizácie nápadov a formovania inovačných projektov je obdobie, keď je firma najzraniteľnejšia. Z tohto dôvodu boli založené centrá, ktoré počas rozbehovej fázy poskytujú firmám špeciálne podmienky a podporu, ktorá im umožňuje zamerať sa na rast a rozvoj svojho podnikania.

2.3.1. Connect Co-working

Connect predstavuje projekt co-workingového centra v bratislavskom areáli bývalej Cvernovky. Čo *Connect* ponúka sú priestory a vzdelávanie pre začínajúcich podnikateľov, dizajnérov a každého koho už práca doma nemotivuje. Cieľom je prepájať podobne zmýšľajúcich ľudí z rôznych oblastí a poskytovať im podporu v podobe organizovania vzdelávacích konferencií, praktických workshopov a motivujúcich stretnutí s ľuďmi, ktorí vedú ako uspieť.

2.3.2. InQb

InQb je pracovisko Slovenskej technickej univerzity v Bratislave, ktorého zameraním je podpora začínajúcich podnikateľov v oblasti techniky a technológií. Klientmi inkubátora sú študenti/absolventi vysokých škôl plánujúci založenie inovatívnej firmy v danej oblasti, rovnako ako aj už existujúce technické a technologické firmy s dobrou existenciou do troch rokov. Týmto klientom vie *InQb* poskytnúť 4 základné služby:

- Prenájom kancelárskych priestorov za ceny nižšie ako na trhu
- Prenájom konferenčných priestorov za ceny nižšie ako na trhu
- Virtuálne služby (poskytnutie korešpondenčnej adresy, preberanie pošty...)
- Poradenské služby v oblasti zakladania firiem, právnych a ekonomických otázkach, podnikateľského plánu a fundraisingu. V rámci poradenských služieb poskytuje inkubátor aj poradenstvo v oblasti duševného vlastníctva.

Do 15.3.2013 bude InQb v spolupráci s NADSME poskytovať aj poradenské služby v oblastiach: dane a účtovníctvo, finančné riadenie malých a stredných podnikov, elektronický obchod a elektronický podpis, príprava projektov na čerpanie prostriedkov z programov pomoci určených MSP financovaných zo štrukturálnych fondov. Tieto poradenské služby sú čiastočne financované zo štátnych schém a sú poskytované tak klientom inkubátora, ako aj ostatným malým a stredným podnikateľom.

2.3.3. Mozgohouse

Mozgohouse je co-workingové centrum, poskytujúce pre začínajúcich podnikateľov bezplatné priestory, kontakty /networking a finančné prostriedky. Je úzko spojené so združením podnikateľských anjelov 42Angels, ktoré investuje do začínajúcich technologických firiem v Českej republike a na Slovensku.

2.3.4. TheSpot

TheSpot je co-workingové centrum, v rámci ktorého sú poskytované priestory pre kreatívnych a inovatívnych ľudí, kde môžu spolupracovať, pomáhať si a inšpirovať sa. Zároveň je im umožnené stretávať start-up komunitu a mentorov. TheSpot rovnako poskytuje kontakty na odborníkov z rôznych oblastí. V roku 2013 bola spustená webstránka TheSpot.sk, ktorá je online start-up priestorom spájajúcim start-upovú komunitu na Slovensku. Stránka obsahuje kalendár s aktuálnymi podujatiami a poskytuje kontakt a možnosť smerovať svoje otázky na mentorov priamo prostredníctvom stránky.

2.4. Podpora inovatívneho podnikania v prostredí tretieho sektora a mimovládnych organizácií

Iniciatívy zo strany tretích strán a mimovládnych organizácií sa zväčša zameriavajú na podporu špecifických kultúr, projektov či osobností. Ide o aktivity, ktoré propagujú inovatívne projekty širšej verejnosti a spájajú ich so stakeholdermi.

2.4.1. Mladý Pes

Mladý pes je organizáciou, ktorej cieľom je oživiť kultúrnu scénu v Bratislave a prezentovať mladé tvorivé projekty. Idea spočíva v nachádzaní prieniku medzi odlišnými odbormi, inšpirácie a v neposlednom rade v rozširovaní obzorov. Dosahovanie cieľov sa deje prostredníctvom kultúrnych

podujatí s dôrazom na kvalitu, originalitu a experiment. K takýmto podujatiam, konajúcim sa pravidelne, sa radia výstavy ako multižánrový projekt "Menju", "Skorý zber" predstavujúci výstavu exponátov rôznych žánrov spolu s ich tvorcami - začínajúcimi umelcami a "Krakatoa talk club"- večerné podujatie kde pozvaný hosť rozpráva o tom čo, prečo a ako práve robí.

2.4.2. Progressbar

Progressbar hackerspace je prvým fyzickým priestorom v Bratislave pre stretávanie hackerov, digitálnych umelcov, geekov, hardvérových mágov. V rámci Progressbar sa pravidelne konajú prednášky, workshopy a stretnutia rôznych komúnít. Momentálne sa Progressbar podieľa na organizácii prezentácií o webovej bezpečnosti OWASP, open-source elektronickej prototypovej platforme Arduino a crypto-peňažnej mene Bitcoin.

2.4.3. Punkt – PechaKucha, Design weekend, Dobrý trh

Punkt je občianske združenie založené s účelom podpory a propagácie výskumu v oblasti dizajnu, architektúry a výtvarného umenia. Cieľom je priblížiť dianie v odborných kruhoch širokej verejnosti. K realizovaným projektom patrí okrem iných vernisáž predstavujúca bratislavskú dizajnérsku scénu vo Viedni "Servus from Bratislava" či pouličný trh v Bratislave "Dobrý trh". K ďalším projektom patrí PechaKucha Night, prebiehajúca v rôznych mestách po celom svete s cieľom predstaviť ľudí z oblasti dizajnu/architektúry a festival prezentujúci mladých dizajnérov *Dizajnvíkend* Bratislava.

2.4.4. Rozbehni sa Academy

Cieľom je naučiť ľudí ako vytvoriť a rozbehnúť svoj projekt úplne z nuly. Rozbehni sa (Best Guests) je séria inšpiratívnych večerov (1x mesačne), prednášky úspešných podnikateľov s cieľom nakopnúť mladých ľudí k tomu, aby sa rozbehli. Podujatia organizuje organizácia Rozbehni sa Academy.

2.4.5. SkREA – Slovenská agentúra pre obnoviteľné zdroje energie

Platforma pre podporu rozvoja podnikania v oblasti fotovoltiky.

2.4.6. Živica

Organizácia Živica predstavuje projekt environmentálnej a etickej výchovy. Cieľom je dosiahnuť duchovný rozvoj jednotlivca, konkrétne jeho hodnotový systém a zodpovednosť, rovnako ako aj zmenu prístupu človeka k prírode prostredníctvom environmentálnej výchovy. K činnostiam patrí vzdelávanie, publikovanie a prevádzkovanie eko-obchodov.

2.5. Podnikateľské združenia (Trade Unions)

To, čo začínajúcim podnikateľom chýba najviac sú skúsenosti a kontakty. Práve v tejto oblasti vedia poskytnúť cennú pomoc podnikateľské združenia, ktoré sprostredkovaním svojich sietí kontaktov a zdieľaním know-how svojich členov so začínajúcimi podnikateľmi zvyšujú šance na ich úspech.

2.5.1. CIF (Fórum kreatívneho priemyslu)

Hlavným cieľom CIFu je združovať subjekty, pôsobiace v oblasti kreatívneho priemyslu, propagovať sektor navonok a zasadzovať sa o vytváranie priaznivého prostredia pre rozvoj tohto segmentu ekonomiky. Platforma funguje aj na báze vzájomného networkingu a disponuje informáciami a know-how predovšetkým v oblasti príslušnej legislatívy, ochrany duševného vlastníctva, medzinárodného prostredia a štatistických dát.

CIF poskytuje poradenstvo, kontakty, priestor na networking a špecifické informácie všetkým, ktorí sa zaujímajú o oblasť kreatívneho priemyslu, či sa snažia v rámci nej podnikáť.

2.5.2. Združenie mladých podnikateľov Slovenska (ZMPS)

ZMPS - je organizácia združujúca slovenských podnikateľov do 40 rokov, ktorá vznikla ako reakcia na nedostatočnú pozornosť venovanú podpore mladej generácie podnikateľov na Slovensku. Činnosti združenia sú: výmena skúseností a mentoring, networking mladých podnikateľov, pomoc s financovaním úvodných fáz podnikania, prezentácia úspešných, etických a nasledovania hodných podnikateľov a príkladov podnikateľskej praxe, identifikácia a odstraňovanie bariér v podnikaní mladých ľudí.

V rámci podpory inovatívneho podnikania ZMPS organizuje súťaž "Podnikateľský nápad roka", ktorá oceňuje inovatívne podnikateľské nápady a najlepší oceňuje výhrou komunikačnej kampane za 100 000€. K ďalším aktivitám patrí "Klub riadenia", platforma vo forme neformálnych stretnutí s úspešnými podnikateľmi na poskytovanie informácií a skúseností o moderných prístupoch v riadení firiem a "BMB Leitner akadémia", ktorá predstavuje semináre pre mladých podnikateľov o právnych, daňových a ekonomických otázkach expanzie ich podnikania.

Samostatnou kapitolou sú aktivity v oblasti Business Angels (BA) a prístupu začínajúcich podnikateľov k štartovaciemu kapitálu. V rámci BA bola vytvorená prvá sieť business angels- Klub podnikateľských anjelov a prvé on-line trhovisko nápadov a kapitálu Ideamart.sk.

2.5.3. Slovenská obchodná a priemyselná komora

Podporuje rozvoj a expanziu podnikov na národnej, európskej aj globálnej úrovni, pomáha pri zakladaní firiem, prenikaní na zahraničné trhy, poskytuje právne poradenstvo, zvyšuje povedomie o možnosti čerpania prostriedkov z Fondov EÚ. SOPK je partnerom projektu INNOCRAFTS, ktorý sa zameriava na podporu podnikania v sektore tradičných a moderných umeleckých remesiel, prostredníctvom zvýšenia

efektívnosti regionálnej a miestnej rozvojovej politiky.

2.6. Súkromné iniciatívy

Dôležitou súčasťou podnikateľského prostredia sú aj súkromné subjekty. Tie využívajú svoje skúsenosti a prostredníctvom projektov z rôznych oblastí podporujú začínajúcich podnikateľov a podnikanie na Slovensku.

2.6.1. iKid (KPMG Slovensko)

Iniciatíva *The Innovation Kid Slovakia* má za cieľ rozvíjať podnikateľského ducha a základné zručnosti potrebné pre inovatívne podnikanie u detí na základných školách.

2.6.2. OZE Najlepší Nápad (Západoslovenská Energetika a.s.)

Cieľom projektu OZE Najlepší Nápad je podporiť podnikateľské nápady mladých ľudí ako šetriť prírodu a energiu. Projekt cieľi na študentov stredných škôl. Študenti môžu prostredníctvom projektu získať finančnú podporu na výrobu prototypu produktu, na ktorom je postavený ich podnikateľský zámer. Projekt zároveň prepája študentov s mentormi z oblasti obnoviteľných zdrojov energie.

2.6.3. Freeweb (Websupport s.r.o.)

Freeweb je projekt firmy Websupport. Projekt má za cieľ podporiť novovzniknuté webové projekty a skvalitniť tak obsah slovenského webu. Freeweb umožňuje začínajúcim internetovým firmám využívať webhostingové služby zdarma a efektívne tak znižuje finančné náklady spojené s otestovaním produktu na trhu. Podporu vo forme webhostingu zadarmo môžu začínajúci podnikatelia získať prostredníctvom webovej stránky: <http://www.freeweb.sk/>.

2.6.4. StartupAwards.SK (Neulogy)

StartupAwards.SK je súťaž inovatívnych projektov a firiem (start-up a spin-off) zo Slovenska. Cieľom súťaže je spájať kvalitné projekty s financovaním a podporovať transfer technológií, motivovať študentov a mladých ľudí k podnikaniu a práci na vlastných nápadoch a popularizovať inovácie zo Slovenska a budovať podporu zo strany verejnosti. Víťazné start-upy získavajú možnosť vycestovať do jedného zo svetových inovačných centier, akými sú Silicon Valley v Kalifornii, Tel Aviv v Izraeli alebo Otaniemi vo Fínsku.

2.6.5. BIC Bratislava

BIC Bratislava koordinuje projekt Enterprise Europe Network na Slovensku. Sieť poskytuje informácie

o fungovaní vnútorného trhu EÚ, zvyšuje povedomie o európskych iniciatívach na podporu podnikania, podporuje rozvoj cezhraničných aktivít a spolupráce firiem. Zároveň šíri informácie o možnostiach podpory inovácií v EÚ, poskytuje služby transferu technológií a know-how a tiež služby na podporu účasti malých a stredných podnikov v Siedmom rámcovom programe EÚ pre výskum, vývoj a demonštračné aktivity.

3. Možnosti financovania začínajúcich inovatívnych firiem v bratislavskom regióne

Dôležitou súčasťou inovačného ekosystému sú zdroje rozbehového financovania pre začínajúce inovatívne firmy. Medzi takéto zdroje sa radia prostriedky štátnej podpory inovatívnych firiem a projektov, súkromní investori známi aj pod pojmom podnikateľskí anjeli a fondy rozbehového kapitálu.

3.1. Financovanie z návratných zdrojov štátnej podpory

Slovenská záručná a rozvojová banka ponúka dva produkty pre začínajúce firmy. MIKROúver, ktorý sprístupňuje prostriedky pre začínajúcich podnikateľov a Úver PODNIKANIE MLADÝCH, ktorý sprístupňuje prostriedky pre mladých podnikateľov (menej ako 30 rokov) či počiatočný kapitál pre vysokoškolákov na rozvoj podnikateľskej činnosti počas alebo aj po skončení štúdia.

Inovačný fond, n. f. Ministerstva hospodárstva SR – je určený na riešenie aplikovaného výskumu, vývoja a inovácií, využitie a ochranu patentov, priemyselných a úžitkových vzorov, ktorých výsledkom sú inovatívne výrobky a služby s vyššou pridanou hodnotou a potenciálom preraziť na domácom, európskom či globálnom trhu.

Mikropôžičkový program NADSME bude spustený v marci 2013.

3.2. Financovanie z nenávratných zdrojov

Agentúra na podporu výskumu a vývoja v rámci svojich programov podporuje špičkový základný a aplikovaný výskum a vývoj vo všetkých odboroch vedy a techniky, ktoré uskutočňuje štátny sektor, sektor vysokých škôl, podnikateľský sektor a neziskový sektor.

Stimuly pre výskum a vývoj - vo forme dotácie zo štátneho rozpočtu (na podporu základného, aplikovaného výskumu a experimentálneho vývoja, alebo vypracovanie štúdie realizovateľnosti projektu alebo zabezpečenie ochrany priemyselného vlastníctva alebo dočasného pridelenia vysokokvalifikovaného zamestnanca výskumu a vývoja) a úľavy na dani z príjmov.

3.3. Súkromní investori - podnikateľskí anjeli

Podnikateľskí anjeli sú súkromní investori, ktorí majú záujem investovať do začínajúcich firiem. Väčšinou

predstavujú prvý zdroj externého kapitálu pre začínajúce firmy. Okrem kapitálu často začínajúcim projektom poskytujú aj cenné rady a kontakty. Na Slovensku vznikli za posledné dva roky tri iniciatívy združujúce podnikateľských anjelov.

Klub podnikateľských anjelov Slovenska (KPAS) združuje popredných, najmä slovenských podnikateľov a manažérov, ktorí majú záujem investovať svoje skúsenosti, čas a peniaze do inovatívnych podnikateľských zámerov.

42Angels združuje podnikateľských anjelov, ktorí sa zameriavajú prevažne na investície na území Českej a Slovenskej republiky v sektore IKT.

Spoločnosť Neulogy spolupracuje s podnikateľskými anjeli z prostredia high-tech industries, ktorí majú záujem o investície do technologických firiem v oblasti informačných a komunikačných technológií, obnoviteľných zdrojov energie a biotechnológií.

3.4. Inštitucionálni investori

Trh rozbehového kapitálu je veľmi slabo rozvinutý. Slovensko dlhodobo zaostáva v štatistikách dostupnosti rozbehového kapitálu a to aj za ostatnými krajinami v regióne strednej Európy. Podľa zdrojov EVCA (*European Venture Capital Association*) bolo Slovensko v roku 2011 suverénne posledné z hľadiska dostupnosti rozbehového kapitálu spomedzi všetkých členských krajín EU.

Na Slovensku pôsobí niekoľko fondov rozbehového kapitálu. Fond Fondov s.r.o. zastrešuje niekoľko fondov rozbehového kapitálu s rozdielnymi investičnými stratégiami. Všetky fondy boli vytvorené z verejných zdrojov, t.j. zo zdrojov PHARE a čiastočne zo zdrojov štátneho rozpočtu. Na Slovensku pôsobia taktiež aj niektoré z regionálnych fondov, ktoré tu ale nemajú stále zastúpenie. Medzi tieto fondy patrí napríklad český Credo Ventures či rakúsky 3TS Capital Partners a Speed Invest.

4. Právne prostredie

Rozhodnutie začať podnikateľ predstavuje z právneho hľadiska počiatok série právnych krokov, ktoré musí začínajúci podnikateľ uskutočniť, aby jeho podnikanie spĺňalo podmienky vyžadované všeobecne záväznými právnymi predpismi. V nasledujúcom texte budú aspoň v základných bodoch priblížené jednotlivé kroky smerujúce k riadnemu odštartovaniu podnikania, a to s ohľadom na všeobecne záväzné právne predpisy Slovenskej republiky platné k dátumu vydania tejto publikácie. Relevantnú právnu úpravu podmienok začatia podnikania obsahuje predovšetkým *zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník* a ďalej *zákon č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon)*.

4.1. Výber právnej formy

Jedným z prvých rozhodnutí, ktoré musí začínajúci podnikateľ urobiť, je voľba právnej formy podnikania, a to predovšetkým, či bude podnikateľ v postavení fyzickej osoby alebo právnickej osoby respektíve obchodnej spoločnosti. Obchodný zákonník upravuje dva základné druhy obchodných spoločností, ktoré sa navzájom líšia najmä rozsahom ručenia spoločníkov za záväzky spoločnosti, spôsobom riadenia spoločnosti a povinnosťou vytvárať základné imanie, tieto druhy sú: i) osobné obchodné spoločnosti - verejná obchodná spoločnosť a komanditná spoločnosť a ii) kapitálové obchodné spoločnosti - spoločnosť s ručením obmedzeným a akciová spoločnosť. Obchodný zákonník ďalej upravuje aj družstvo, ktoré sa však neradí medzi obchodné spoločnosti.

4.2. Založenie spoločnosti

Pokiaľ sa začínajúci podnikateľ rozhodne pre jednu z foriem podnikania, ktorej výkon je podmienený získaním živnostenského oprávnenia, predstavuje ďalší krok ohlásenie živnosti obvodnému úradu - odboru živnostenského podnikania (živnostenský úrad) miestne príslušnému podľa miesta podnikania fyzickej osoby alebo sídla právnickej osoby.

K ohláseniu živnosti prikladá právnická osoba zakladaciu listinu respektíve spoločenskú zmluvu (s notársky overenými podpismi spoločníkov), podľa toho či ide o jednoosobovú alebo viacoosobovú obchodnú spoločnosť. V praxi to znamená, že v tomto štádiu má byť obchodná spoločnosť už založená a má byť rozhodnuté aj o jej základných náležitostiach ako sú obchodné meno, sídlo, orgány spoločnosti, spôsob rozhodovania orgánov a ďalšie náležitosti stanovené zákonom. Vo vzťahu k obchodnému menu spoločnosti je vhodné vykonať predbežný rešerš s cieľom zistiť, či už podobné obchodné meno v obchodnom registri nie je zapísané, čo by predstavovalo prekážku zápisu spoločnosti do obchodného registra.

Na založenie spoločnosti a získanie osvedčenia o živnostenskom oprávnení nadväzuje podanie návrhu na zápis spoločnosti do obchodného registra na predpísanom tlačive (s notársky overenými podpismi) spolu s relevantným súdnym poplatkom za podanie návrhu a prílohami podľa druhu obchodnej spoločnosti - napr. osvedčenie o živnostenskom oprávnení, súhlas správcu dane, vyhlásenie správcu vkladu, súhlas vlastníka nehnuteľnosti so zápisom nehnuteľnosti ako sídla v obchodnom registri.

Zápisom spoločnosti do obchodného registra spoločnosť vzniká a stáva sa subjektom spôsobilým vstupovať do právnych vzťahov vlastným menom. Podať návrh na zápis spoločnosti do obchodného registra a uložiť listiny do zbierky listín je nutné do 90 dní od založenia spoločnosti alebo od získania osvedčenia o živnostenskom oprávnení a tento návrh je možné podať aj elektronickými prostriedkami v elektronickej podobe tlačiva podpísaného zaručeným elektronickým podpisom.

Novinkou v právnej oblasti zakladania spoločností, konkrétne spoločnosti s ručením obmedzeným, je povinnosť priložiť k návrhu na zápis do obchodného registra súhlas správcu dane so zápisom spoločnosti v obchodnom registri, ktorý správca dane poskytne za podmienky neexistencie nedoplatku na dani.

4.3. Daňové zaťaženie

V lehote do konca kalendárneho mesiaca po uplynutí mesiaca, v ktorom získala fyzická alebo právnická osoba osvedčenie o živnostenskom oprávnení, je táto osoba povinná požiadať správcu dane o registráciu, pričom k dani z príjmu a dani z pridanej hodnoty je potrebná osobitná registrácia. Začatie podnikania je ďalej nutné oznámiť Sociálnej poisťovni a Zdravotnej poisťovni. Za účelom sústrediť jednotlivé administratívne postupy do jedného centra vznikli v r. 2007 jednotné kontaktné miesta, ktorých úlohy plnia živnostenské úrady. Jednotné kontaktné miesta prijímajú doklady potrebné na začatie podnikania ako sú ohlásenia živnosti, registrácia daňovníka, prihlásenie do systému povinného zdravotného poistenia, návrh na zápis do obchodného registra a zasielajú prijaté údaje v elektronickej podobe kompetentným orgánom, pričom zámerom takéhoto postupu je skrátenie celkovej doby potrebnej na vydanie príslušných dokumentov.

Novela zákona o dani z príjmov, ktorá vstúpila do platnosti 1. januára 2013, určuje sadzbu dane pre fyzické osoby na úrovni 19 % z tej časti základu dane, čo nepresiahne 176,8-násobok platného životného minima vrátane. Z tej časti základu dane, ktorá presiahne uvedenú úroveň je sadzba dane stanovená na úrovni 25 %. Na právnické osoby sa vzťahuje 23 % zo základu dane, zníženého o daňovú stratu.

Živnostníci si môžu vybrať, či budú uplatňovať skutočné výdavky na podnikanie alebo paušálne výdavky (40 % zo zdaniteľných príjmov). Od 1. januára 2013 sú paušálne výdavky obmedzené mesačným limitom 420 eur, maximálna ročná výška paušálnych výdavkov je 5040 eur.

4.4. Náklady na zamestnancov/Odvody

Suma, ktorá vyčísluje zamestnávateľove náklady na zamestnanca sa vypočítava zo zamestnancovej hrubej mzdy. V súčasnosti zamestnávateľ odvádza navyše odvody poistného na zdravotné, nemocenské, starobné, invalidné poistenie, poistenie v nezamestnanosti, poistné na úrazové poistenie, garančné poistenie a taktiež prostriedky do rezervného fondu solidarity. Spolu tieto odvody predstavujú 35,2% z hrubej mzdy, o ktoré sa zamestnávateľovi zvyšujú náklady na zamestnanca.

Od 1.1.2013 došlo k zmene odvodov za zamestnancov pracujúcich na dohodu, za ktorých zamestnávateľ dovtedy platil iba úrazové a garančné poistenie. Po novom musí zamestnávateľ za týchto zamestnancov platiť odvody za účelom nemocenského poistenia, dôchodkového poistenia, poistenia v nezamestnanosti a zdravotného poistenia. To znamená, že platia odvody rovnako ako zamestnanci v pracovnom pomere. Výnimkou sú študenti a poberatelia starobných, invalidných a výsluhových dôchodkov. Pre tých platia nasledovné výšky odvodov:

- Žiak strednej školy do 18 rokov s príjmom do 66 eur mesačne- zamestnávateľ 1,05%
- Žiak strednej školy 18 a viac roční alebo s príjmom nad 66 eur mesačne a študenti vysokých škôl do 26 rokov- zamestnanec 7%, zamestnávateľ 22,80%
- Poberateľ starobného a výsluhového dôchodku, ak dovŕšil dôchodkový vek – zamestnanec 4%, zamestnávateľ 19,80%

- Poberateľ invalidného dôchodku a invalidného výsluhového dôchodku – zamestnanec 7%, zamestnávateľ 22,80%
- Dohodár, ktorému bol uznaný predčasný starobný dôchodok s pravidelným príjmom- zamestnanec 9,4%, zamestnávateľ 31,20%
- Dohodár, ktorému bol uznaný predčasný starobný dôchodok s nepravidelným príjmom- zamestnanec 8%, zamestnávateľ 29,80%
- Ostatní dohodári s pravidelným príjmom- zamestnanec 13,4%, zamestnávateľ 35,20%
- Ostatní dohodári s nepravidelným príjmom- zamestnanec 11%, zamestnávateľ 32,80%

5. Špecifikácia cieľovej skupiny projektu SMART Point pre región Bratislavy

Cieľom projektu SMART Point je motivovať mladých ľudí v regióne Bratislavy, aby začali podnikáť a zároveň im umožniť, aby si osvojili základné zručnosti potrebné pre podnikanie v oblasti inovácií. Zručnosti, ktoré si vyžaduje inovatívne podnikanie, by mali mladí ľudia získať už počas štúdia na strednej a vysokej škole.

Inovatívne podnikanie zároveň vyžaduje schopnosť kombinovať technické, manažérske ale aj kreatívne zručnosti. Preto je jedným z kľúčových cieľov projektu SMART Point spojiť mladých ľudí z rôznych študijných odborov, naučiť ich spolu komunikovať a tvoriť inovácie. Ambíciou projektu SMART Point je stať sa prestížnym multidisciplinárnym programom pre tých najlepších študentov v daných študijných odboroch.

5.1. Cieľová skupina z hľadiska demografie

Iniciatíva SMART Point sa zameria prevažne na študentov bakalárskeho štúdia. Študenti 1. a 2. ročníka VŠ majú typicky najviac času na mimoškolské aktivity a majú možnosť do určitej miery ovplyvniť smerovanie svojho ďalšieho vzdelávania. Zároveň má táto skupina študentov veľmi obmedzené možnosti vzdelávania v oblasti inovatívneho podnikania.

5.2. Cieľová skupina z hľadiska študijného odboru

Vzdelávanie v oblasti podnikania je relatívne slabo rozvinuté na technických a umeleckých vysokých školách. Vysoké školy ekonomického zamerania poskytujú študentom vzdelanie v oblasti manažmentu, avšak stále zaostávajú v oblasti manažmentu inovácií a inovatívneho podnikania. Navyše študijné programy zamerané na rozvoj podnikateľských zručností typicky fungujú v sektorových silách a nepodporujú multidisciplinárne sieťovanie a spoluprácu študentov.

Program SMART Point bude primárne určený pre študentov technického zamerania s dôrazom na informačné technológie, ďalej študentov ekonomických smerov ako manažment a marketing

a v neposlednom rade študentov umeleckých smerov, najmä v oblasti dizajnu a nových médií. Pôjde teda hlavne o študentov nasledovných vysokých škôl:

Študenti manažmentu:

- FMUK (Fakulta manažmentu Univerzity Komenského v Bratislave)
- FPM EUBA (Fakulta podnikového manažmentu Ekonomickej Univerzity v Bratislave)
- FHI EUBA (Fakulta hospodárskej informatiky Ekonomickej Univerzity v Bratislave)
- OF EUBA (Obchodná fakulta Ekonomickej Univerzity v Bratislave)

Študenti technických smerov:

- FMFI UK (Fakulta matematiky, fyziky a informatiky Univerzity Komenského v Bratislave)
- FEI STU (Fakulta elektrotechniky a informatiky Slovenskej Technickej Univerzity)
- FIIT STU (Fakulta informatiky a informačných technológií Slovenskej Technickej Univerzity)

Študenti dizajnu a nových médií:

- Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave

5.3. Požadované zručnosti

Program SMART Point má ambíciu stať sa prestížnym programom pre študentov vysokých škôl v regióne Bratislavy. Okrem motivácie vzdelávať sa v oblasti inovatívneho podnikania by mali byť študenti vyberaní na základe ich študijných výsledkov.

SMART Training Network je medzinárodný program, preto jedným z hlavných kritérií výberu študentov do programu SMART Point je aktívna znalosť anglického jazyka. Program by mal umožniť to, aby sa doňho zapojili aj niektorí z množstva zahraničných študentov, ktorí navštevujú vysokú školu v bratislavskom regióne.

6. Štruktúra SMART Point v Bratislave

SMART Point je komplexný projekt, ktorého cieľom je vzdelávať mladých ľudí v oblasti inovatívneho podnikania a zároveň im umožniť spoznať ľudí z komplementárnymi znalosťami a zručnosťami. Preto je ide o spojenie vzdelávacieho programu (SMART Program), fyzického priestoru (SMART Point) a osoby koordinátora (SMART Koordinátor).

6.1. SMART Program

SMART Program bude hlavnou obsahovou zložkou projektu SMART Point v bratislavskom regióne. Program bude pozostávať z dvoch častí, celodenného workshopu, záverečného SMART Campu a demo dňa.

V rámci pilotného projektu SMART Point by sa mali uskutočniť štyri celodenné workshopy pre 20 až 30 účastníkov za účasti SMART Koordinátora. Workshop bude zameraný na budovanie základných zručností inovatívneho podnikateľa:

- Kreativné myslenie, práca s pravou hemisférou mozgu
- Prezentačné zručnosti, budovanie tímu a sieťovanie
- Vytváranie a overovanie biznis modelu

Tréning rozvoja zručností pravej hemisféry mozgu je kľúčovým aspektom transformatívneho prístupu projektu i. e. SMART a SMART Point-u. Vzdelávací systém v Európe a na Slovensku sa koncentruje najmä na rozvoj analytických a logických schopností, teda tých, ktoré riadi ľavá hemisféra mozgu. Inovácie sú však úzko späté s pravou hemisférou mozgu. Práve tá je zodpovedná za vznik nových nápadov a myšlienok. Preto je nevyhnutné aby si účastníci počas workshopu rozvíjali kreatívne a inovatívne schopnosti pravej časti mozgu.

Nádejní podnikatelia si prostredníctvom projektu SMART Point osvoja komunikačné a interpersonálne zručnosti, ktoré im pomôžu naštartovať biznis. V počiatočnej fáze každého inovatívneho projektu je nevyhnutné získať potrebné zdroje na jeho realizáciu. Pritom nemusí ísť nevyhnutne o zdroje finančné, ale skôr o ľudský kapitál a prvé obchodné kontakty. Počas workshopu sa účastníci budú venovať cizelovaniu svojich prezentačných schopností, aby vedeli komunikovať napríklad s potenciálnym klientom alebo investorom. Zároveň si osvoja základné aspekty sieťovania a budovania multidisciplinárneho tímu.

Účastníci workshopu sa oboznámia so základnými technikami formulácie biznis modelu. Biznis model predstavuje súhrn interných a externých zdrojov a procesov v rámci firmy a ich vzájomných vzťahov. Jasne zadaný biznis model umožňuje posúdiť jeho uskutočniteľnosť ako aj postupné testovanie jeho jednotlivých častí. Jasne zadaný biznis model je zároveň nevyhnutným nástrojom pre komunikáciu s investormi.

Každý z účastníkov workshopu by mal do programu vstúpiť s vlastným podnikateľským zámerom. Počas workshopu budú účastníci svoje nápady komunikovať a cizelovať, sami vyberú tie najlepšie a vytvoria tímy, ktoré by mali spájať účastníkov s komplementárnymi zručnosťami potrebnými na ich realizáciu. Na záver workshopu SMART Koodinátor za pomoci mentorov vyberie najlepšie tímy, ktoré získajú možnosť zúčastniť sa SMART Campu.

SMART Camp bude záverečným podujatím v rámci SMART Programu a vyvrcholí DEMO dňom. Postupujúce tímy počas SMART Campu dopracujú svoje biznis zámery za pomoci mentorov. Ich úlohou

bude pripraviť prezentáciu projektu (pitch), tak aby zaujala porotu. Odborná porota počas DEMO dňa vyberie najlepšie projekty, ktoré by mali získať cenu od stakeholderov projektu, napríklad v podobe účasti v akceleračnom programe.

6.2. SMART Koordinátor

Najdôležitejšou súčasťou projektu SMART Point je osoba SMART Koordinátora. SMART Koordinátor by mal spĺňať nasledovné kritériá:

- Znalosť lokálneho inovačného ekosystému
- Podnikateľská skúsenosť
- Znalosti v oblasti manažmentu a podnikateľskej administratívy
- Koordinačné a pedagogické zručnosti
- Aktívna znalosť anglického jazyka
- Znalosť práce so sociálnymi médiami

Medzi hlavné úlohy SMART Koordinátora budú patriť:

- Komunikácia s cieľovou skupinou projektu SMART Point a jednotlivými záujmovými skupinami
- Nábor účastníkov programu
- Koordinácia a materiálno-technické zabezpečenie jednotlivých workshopov
- Realizácia workshopov
- Základné poradenstvo v oblasti rozbehu podnikania
- Nasmerovanie absolventov programu pre ďalšie kroky smerujúce k rozbehu podnikania
- PR a marketing programu
- Komunikácia s mentormi a investormi
- Zber a analýza dát o priebehu programu
- Komunikácia s ostatnými článkami SMART Network

Dôležitou súčasťou iniciatívy SMART Point v Bratislave by mali byť lokálni mentori a investori. Ich účasť na programe bude mať veľkú hodnotu z hľadiska know-how, ktoré absolventom prinesú a zároveň program zviditeľnia a zvýšia jeho prestíž. Malo by ísť o podnikateľov, angel investorov, pracovníkov akceleračtorov ako aj ďalších organizácií a firiem aktívne sa podieľajúcich na fungovaní lokálneho inovačného ekosystému.

Zabezpečiť to, aby sa programu zúčastnili aj mentori a investori bude jednou z úloh SMART Koordinátora.

6.3. SMART Point priestor

SMART Point bude fyzický priestor, v ktorom sa budú konať jednotlivé súčasti SMART Programu

a zároveň v ňom bude vo vyhradenom čase k dispozícii SMART Koordinátor.

„SMART priestor“ by mal poskytovať základné technické vybavenie potrebné pre realizáciu celodenných SMART workshopov. Mal by teda spĺňať nasledovné parametre:

- Priestor so seminárnou miestnosťou (kapacita min. 30 – 50 ľudí)
- Minimálne 2 workshopové miestnosti (kapacita 15 – 25 ľudí)
- Kuchynka/ miesto s možnosťou dať si kávu, čaj a občerstvenie
- Oddychová zóna

Priestor Smart Point-u by mal zároveň disponovať technickým vybavením potrebným pre chod workshopov a záverečných prezentácií ako:

- Pripojenie na internet / Wifi
- Dataprojektor
- Tlačiareň a skener
- Možnosť pre live-streaming vlastných podujatí, možnosť pozretia si live- streamingovaných podujatí ostatných organizácií

SMART Point by mal byť ľahko dostupný prostredníctvom mestskej hromadnej dopravy a mal by byť prístupný minimálne v pracovné dni.

6.4. SMART Network

SMART Point v bratislavskom regióne bude súčasťou SMART Training Network projektu i. e. SMART. Smart Network združuje SMART Point-y v ostatných partnerských regiónoch a umožňuje im navzájom zdieľať vzdelávací obsah a informácie. Jednou z úloh SMART Koordinátora bude aktívne komunikovať s ostatnými SMART Koordinátormi a aktívne hľadať možnosti ďalšej kooperácie vo forme výmenných pobytov, vzdelávacích kempov a podobne.

7. Marketingový koncept SMART Point v Bratislave

Úspech projektu SMART Point do veľkej miery závisí od miery oslovenia cieľovej skupiny a kvality účastníkov, ktorí sa školení zúčastnia, ale aj mentorov a ďalších záujmových skupín, ktoré sa do projektu môžu zapojiť a zvýšiť jeho vplyv na rozvoj inovačného ekosystému v bratislavskom regióne. Dôležitým aspektom celého projektu preto bude marketingové komunikácia projektu a public relations.

7.1. Webová stránka SMART Point

Základom komunikačnej stratégie projektu SMART Point je webová stránka. Webová stránka bude slúžiť ako primárny zdroj informácií pre potenciálnych účastníkov, partnerov projektu ale aj médiá. Web bude obsahovať ciele projektu a jeho základnú koncepciu, profil SMART Koordinátora a/alebo mentorov, ale aj novinky a pripravované podujatia. Nový obsah bude primárne umiestňovaný práve na web a následne zdieľaný prostredníctvom sociálnych médií.

Dôležitou súčasťou webu bude prihlasovací formulár, prostredníctvom ktorého sa budú študenti hlásiť o účasť v programe SMART Point. Tento formulár zjednoduší prijímanie prihlášok, ich administráciu, ale aj výber najlepších uchádzačov.

7.2. Sociálne médiá

Sociálne médiá sú dôležitou súčasťou marketingovej komunikácie, obzvlášť v prípadoch keď komunikácia cieľi na mladých ľudí. Je to veľmi lacný a efektívny komunikačný nástroj, ktorý navyše podporuje interaktivitu užívateľov s obsahom. Komunikačná stratégia projektu SMART Point v oblasti sociálnych médií bude postavená na komunikácii prostredníctvom sietí Facebook, Twitter a LinkedIn.

Jednou z úloh SMART Koordinátora bude tvoriť obsah a zdieľať ho prostredníctvom webu a sociálnych médií. Zároveň by SMART Koordinátor mal vytvoriť partnerstvá s relevantnými organizáciami v rámci start-up ekosystému, ktoré budú podporovať vzájomné zdieľanie obsahu.

7.2.1. Facebook

Facebook je globálne najrozšírenejšia sociálna sieť a dá sa predpokladať, že veľká časť cieľovej skupiny ju aktívne využíva nielen ako komunikačný nástroj, ale aj ako nástroj na získavanie informácií.

SMART Point Bratislava bude využívať svoju fanúšikovskú stránku („fan page“) na Facebook-u na zdieľanie obsahu, ktorý bude primárne ukladany na webe SMART Pointu. Odkazy na fanúšikovskej stránke teda užívateľa po kliknutí zavedú na web SMART Point-u, kde sa užívatelia dozvedia všetko o programe SMART Point a môžu sa do programu zapojiť.

Facebook fan page bude spravovaná SMART Koordinátorom, ktorý ju bude plniť obsahom relevantným pre cieľovú skupinu ako aj pre samotný program SMART Point.

7.2.2. Twitter

Okrem Facebooku bude SMART Point na svoju komunikáciu využívať aj Twitter, čo je momentálne jedna z najrýchlejšie rastúcich sociálnych sietí. Twitter je najlepšie využiteľný na zdieľanie obsahu ako aj

krátkych správ o novinkách, alebo práve prebiehajúcich podujatiach. Výhodou tejto sociálnej siete je vysoká viralita, ktorú môžu zaujímavé príspevky získať.

Twitter účet bude spravovaný SMART Koordinátorom a využívaný hlavne na informovanie o pripravovaných podujatiach a krátkych správach o priebehu workshopov.

7.2.3. LinkedIn

LinkedIn je sociálna sieť pre profesionálov, no na Slovensku je stále relatívne málo využívaná. Ponúka podobné funkcionality ako Facebook a Twitter, ale profesionálnej nie súkromnej časti priestoru sociálnych médií.

LinkedIn umožňuje vytváranie záujmových skupín, prostredníctvom ktorých sa dá výborne šíriť špecifický obsah. Zároveň je prostredníctvom tejto sociálnej siete možné budovať kontakty s potenciálnymi mentormi.

7.3. Príma komunikačné kanály

Okrem využívania online komunikačných nástrojov bude z hľadiska komunikačnej stratégie projektu SMART Point dôležité vybudovať a efektívne využívať príame komunikačné kanály s jednotlivými partnerskými organizáciami.

Jedným z odporúčaných spôsobov oslovenia cieľovej skupiny je využívať kontaktné body priamo na univerzitách. Úlohou SMART Koordinátora bude identifikovať kontaktné body v podobe profesorov, študentských organizácií, kariérnych centier a podobne a zapojiť ich do propagácie programu. SMART Koordinátor bude tvoriť jednoduchý obsah v podobe štruktúrovaných mailov, alebo plagátov, ktoré budú môcť jednotlivé kontaktné body jednoducho distribuovať.

7.4. Podujatia

SMART Program sa skladá z niekoľkých podujatí, ktoré môžu byť využité aj ako nástroj marketingovej komunikácie a PR. Všetky podujatia by mali byť pripravené tak, aby sa dal tento ich potenciál čo najlepšie využiť. To znamená, že SMART Koordinátor bude zodpovedný za tvorbu záznamov a iného obsahu (sociálne médiá a podobne) z jednotlivých podujatí a jeho šírenie prostredníctvom jednotlivých komunikačných kanálov. Zároveň zabezpečí, aby sa na jednotlivých podujatiach zúčastnili zástupcovia relevantných záujmových organizácií a médií.

7.4.1. Otvorenie programu

Otvorenie programu SMART Point bude prvým podujatím, ktoré oboznámi širokú verejnosť s jeho cieľmi a obsahom. Na toto podujatie budú pozvaní zástupcovia jednotlivých stakeholderov a bude slúžiť na

vytvorenie vzájomných väzieb medzi SMART Point a týmito organizáciami. Dôležitou súčasťou organizácie tohto podujatia bude zabezpečiť účasť médií.

7.4.2. Roadshow

SMART Point bude predstavený priamo študentom počas dedikovanej Roadshow. Roadshow by sa mala konať v období jedného týždňa po oficiálnom otvorení programu a to na jednotlivých fakultách spomenutých v bode 5.2. Program jednotlivých podujatí bude pozostávať z predstavenia programu študentom a následnej diskusie.

7.4.3. DEMO Day

Z hľadiska komunikačnej stratégie bude dôležité odkomunikovať výstupy projektu. Výstupmi projektu budú záverečné prezentácie jednotlivých tímov počas DEMO dňa. DEMO deň by mal teda vytvoriť priestor pre médiá, aby spracovali výstupy programu a spropagovali ho napríklad prostredníctvom profilov víťazných tímov. Zároveň bude nutné zabezpečiť vytvorenie obsahu vo forme video záznamu a fotodokumentáciu, ktoré bude následne možné využiť na propagáciu ďalších fáz programu.

7.5. Médiá

Súčasťou komunikačnej stratégie SMART Point bude aj oslovenie lokálnych, ale aj národných médií. SMART Koordinátor by sa mal snažiť aktívne oslovovať médiá a zabezpečiť ich účasť na jednotlivých podujatiach v rámci SMART Programu.

8. Ďalšie funkcie a služby regionálneho SMART Point-u

Okrem základných funkcií vzdelávať a motivovať mladých ľudí k inovatívnemu podnikaniu, by mal SMART Point plniť aj sekundárne funkcie a to najmä v oblasti sieťovania, zberu dát a aktívneho budovania medzinárodných kontaktov prostredníctvom SMART Network.

8.1. Sieťovanie

Znalosť základných techník sieťovania umožňuje začínajúcim podnikateľom získať jednoduchší prístup k základným zdrojom, informáciám a obchodným kontaktom. Cieľom SMART Programu teda nebude len to, aby sa zosieťovali študenti rôznych študijných odborov medzi sebou, ale aby si zároveň osvojili základy efektívneho sieťovania, ktoré môžu využívať vo svojom profesionálnom živote. Tieto techniky by im mali byť predstavené počas workshopu SMART Koordinátorom alebo externým mentorom.

8.2. Zber informácií a dát

SMART Point by ma byť miestom, kde môžu mladí ľudia jednoduchým spôsobom získať základné informácie a rady relevantné pre oblasť inovatívneho podnikania. Úlohou SMART Pointu a SMART Koordinátora bude udržiavať si prehľad o novinkách v tejto oblasti, zdieľať tieto vedomosti prostredníctvom komunikačných kanálov a v prípade zodpovedať priame otázky cieľovej skupiny.

Zároveň by mal SMART Koordinátor zbierať relevantné dáta o priebehu programu. Tieto údaje budú v budúcnosti slúžiť na to, aby zvýšil počet oslovených študentov a kvalita programu ako aj jeho výstupov.

8.3. Výmenný program

Keďže SMART Training Network je medzinárodný projekt, ambíciou SMART Pointu je budovať medzinárodné kontakty prostredníctvom spolupráce so ostatnými SMART Points v partnerských krajinách. Zároveň by mal SMART Point slúžiť ako sprostredkovateľ týchto kontaktov pre lokálne záujmové organizácie. Budovanie medzinárodnej spolupráce by mohlo vyústiť do vytvorenia medzinárodného SMART Campu pre najlepšie tímy z jednotlivých krajín.

9. Ďalšie nástroje regionálneho SMART Point-u

Jednou z kľúčových úloh SMART Pointu bude oboznámiť mladých ľudí s voľne dostupnými nástrojmi, ktoré im pomôžu sformulovať podnikateľský zámer, otestovať ho, či vybudovať si sieť obchodných kontaktov. Medzi takéto nástroje patria *Business Model Canvas*, *Lean Canvas* a sociálna sieť *LinkedIn*.

9.1. Business Model Canvas

Business Model Canvas je jednoduchým nástrojom pre tvorbu a artikuláciu inovatívneho biznis modelu. Jeho autorom je Alexander Osterwalder a Yves Pigneur, ktorí sú aj autormi bestselleru *Business Model Generation*.

Business Model Canvas umožňuje graficky znázorniť vzťah medzi kľúčovými aspektmi biznis modelu každej firmy:

- Kľúčovými obchodnými partnermi
- Kľúčovými aktivitami
- Kľúčovými zdrojmi
- Štruktúrou nákladov
- Pridanou hodnotou spoločnosti
- Vzťahmi so zákazníkmi
- Predajnými kanálmi

- Jednotlivými segmentmi zákazníkov a
- Zdrojmi príjmov

Na základe analýzy Business Model Canvas je možné zhodnotiť dostupnosť kľúčových zdrojov a životaschopnosť navrhovaného biznis modelu.

Vzorový dokument Business Model Canvas je dostupný pod licenciou creative commons na stránke <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas> a teda môže byť využitý bezplatne.

9.2. Lean canvas

Lean Canvas je nástroj veľmi podobný Business Model Canvas, ale prispôsobený pre potreby tzv. lean metodológie budovania start-up firmy. Jeho využitie je relevantné skôr pre efektívne tvorenie produktu. Ide teda o spôsob ako identifikovať základné problémy zákazníka a ich najefektívnejšie riešenie. Zároveň dáva vývojáskemu tímu štruktúru potrebnú na testovanie jednotlivých predpokladov, na ktorých je daný produkt postavený.

9.3. LinkedIn.com

Jedným z nástrojov využívaných SMART Programom bude aj LinkedIn. Účastníci workhopu by si mali vytvoriť účet a navzájom sa zasiaťovať. Následne sa oboznámia so základnými funkcionalitami tejto sociálnej siete a možnosťami ako ju využívať pre potreby ich podnikania.

9.4. SMART Site

SMART Site je on-line nástroj projektu i. e. SMART na cezhraničný rozvoj znalostí, ktorý bude obsahovať relevantné vzdelávacie materiály, výskum a informácie o transformatívnom prístupe k inováciám a podnikaniu.

10. Záverečné poznámky

Projekt SMART Point bude slúžiť ako most medzi študentmi VŠ v bratislavskom regióne a inovatívnym podnikaním. Projekt sa sústreďí na počiatočnú fázu podnikania; tvorbu a overovanie podnikateľského zámeru a získavanie prvých zdrojov pre podnikanie. Študentom teda umožní získať počiatočné zručnosti potrebné na to aby sa dokázali začleniť do vznikajúceho inovačného ekosystému v regióne.

SMART Point má ambíciu mobilizovať lokálnych stakeholderov a dať im možnosť posúvať ich kreatívne či technologické projekty do podnikateľskej roviny. Zároveň SMART Point skvalitní projekty uchádzajúce sa o financovanie rozbehovým kapitálom, či účasť v lokálnych akceleračných programoch.