

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

DIPLOMSKA NALOGA

SPODBUJANJE RASTI PODJETNIŠTVA ZA
MALA IN SREDNJA PODJETJA V SLOVENIJI

MARTINA PENCELJ

MENTOR
DR. MITJA RUZZIER

KOPER, 2007



POVZETEK

Mala in srednja podjetja so ključnega pomena za gospodarsko rast, ustvarjanje novih delovnih mest ter so najpomembnejši spodbujevalci inovacij. V državah, ki poudarjajo razvojno vlogo MSP in podjetništva, so vladne politike oblikovane tako, da omogočajo in spodbujajo nastajanje velikega števila novih podjetij ter podpirajo razvoj najuspešnejših med njimi. To med drugim dosegajo preko lažjega dostopa MSP do bančnih kreditov, tveganega kapitala in poslovnih informacij, spodbujajo nastajanje podpornih institucij in podjetniških grozdov ter jim s prilagajanjem administrativnega in regulatornega okolja omogočajo lažje poslovanje. Slovenija glede na vsebino programov spodbujanja malega gospodarstva in podjetništva sledi tovrstnim trendom. Na osnovi analize in sinteze del različnih avtorjev so podane ugotovitve, napotki in slikovne ponazoritve, pomembne za osvetlitev problematike in podkrepitev zamisli.

Ključne besede: spodbujanje, rast, konkurenčnost, prihodnost, inovativnost

ABSTRACT

Small and middle-size enterprises (SME) have the most significant impact on the economic growth, creation of the new working positions, and on the stimulation of the innovations. In the states where the influence of the SME on the development is acknowledged, the government activities are directed in the way to enable and stimulate the creation of new enterprises, and to support the progress of the most successful ones. Easier access to the bank credits, to the ventured capital, and to the management information is available. The emerging of the support state institutions and of the management clusters is stimulated, and easier operation is enabled by adjustment of the administration and regulation environment. Slovenia follows these trends in regard to the content of programmes for stimulation of the little enterprises. Based on our study of the work of several authors, we have presented our findings. The directives and illustrations are given that are important for the elucidation of the problems, and for the reinforcement of the considered subject.

Key words: stimulation, growth, competitiveness, future, innovation

UDK: 338.1:65.017(043.2)



VSEBINA

1	Uvod	1
2	Predstavitev MSP	3
2.1	Opredelitev pojma malo in srednje podjetje	3
2.2	Pomen malih in srednjih podjetij za razvoj gospodarstva	4
2.3	Vpliv malih in srednjih podjetij na gospodarstvo	8
2.4	Ključni dejavniki delovanja MSP	10
2.5	Načini financiranja MSP	12
2.6	Državna podpora MSP	15
3	Institucije za podporo MSP	19
3.1	Zbornice	19
3.1.1	Gospodarska zbornica Slovenije (GZS)	19
3.1.2	Sekcija malih trgovcev	21
3.1.3	Obrtna zbornica Slovenije (OZS)	22
3.1.4	Zbornica obrti in podjetništva (ZOP)	24
3.2	Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI)	24
3.3	Pospeševalna mreža malega gospodarstva (PMMG)	26
3.4	Euro Info Center (EIC)	26
3.5	Sekcija slovenskega tveganega kapitala (SLEVCA)	27
3.6	Podjetniški inkubatorji (BIG)	27
3.7	Slovenska podjetniška inovacijska mreža (SPIM)	28
3.8	Slovenski podjetniški sklad	29
3.9	Drugi ponudniki podpornih storitev	29
4	Strategije razvoja MSP v Sloveniji	33
4.1	Ukrepi za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti 2007–2013	34
4.1.1	Spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja	34
4.1.2	Znanje za gospodarstvo	36
4.1.3	Razvoj in inovacije v gospodarstvu	37
4.1.4	Spodbujanje MSP z lastniškimi in dolžniškimi viri	39
4.2	Program vlade RS za spodbujanje internacionalizacije podjetij 2005–2009	41
4.2.1	Opredelitev ciljev	42
4.2.2	Dejavnosti in načini za spodbujanja internacionalizacije	43
5	Sklep	47
	Literatura	49
	Viri	50
	Priloge	53

SLIKE

Slika 2.1	Prikaz načinov financiranja (lastniško, dolžniško financiranje).....	13
Slika 3.1	Sestavine uspešne državne podpore podjetjem	19

TABELE

Tabela 2.1	Oprelitev malih in srednje velikih podjetij v EU.....	3
Tabela 2.2	Nekateri kazalniki slovenskega gospodarstva v primerjavi z Evropo.....	7
Tabela 2.3	Vpliv MSP na gospodarstvo.....	9

KRAJŠAVE

AJPES	Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve
BIG	Podjetniški inkubatorji
EIC	Euro Info Center
EU	Evropska unija
GZS	Gospodarska zbornica Slovenije
JAPTI	Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije
LPC	Mreža lokalnih podjetniških centrov
MSP	Mala in srednje velika podjetja
PMMG	Pospeševalna mreža malega gospodarstva
OZS	Obrtna zbornica Slovenije
SLEVCA	Sekcija Slovenskega tveganega kapitala
SPIM	Slovenska podjetniška inovacijska mreža
VEM	Vse na enem mestu
ZIT	Zbornica industrije in trgovine
ZOP	Zbornica obrti in podjetništva
ZPS	Združenje podjetnikov Slovenije

1 UVOD

Globalizacija povzroča povečano dinamiko sprememb in s tem za podjetja nepredvidljivo okolje poslovanja. Podjetja se ne znajdejo, zaidejo v težave ali celo propadejo. Posledica je nezadovoljiva gospodarska rast in porast brezposelnosti. Koncept spodbujanja gospodarstva v obliki pomoči velikim podjetjem ne zadošča, zato usmerja tudi Slovenija pospeševalno politiko podjetništva v mala in srednja podjetja, in sicer na državni, regionalni in lokalni ravni. V času hitrih sprememb, globalizacije, razvoja informacijskih in dragih visoko zahtevanih tehnologij za podjetnike ter mala in srednja podjetja ni dovolj le, da iščejo nove priložnosti, ampak morajo zasledovati najboljše priložnosti in to disciplinirano. Za ustvarjanje vrednosti, kar ima za posledico rast, morajo delovati podjetniško.

Podjetništvo je eden od ključnih dejavnikov razvoja, ustvarjanja nove dodane vrednosti in ustvarjanja novih delovnih mest. Konec 80-ih let je val sprememb zajel tudi našo državo ter tako uvedel podjetništvo, ki postaja vedno bolj pomemben element gospodarstva. Vendar igra tudi zelo pomembno vlogo pri spodbujanju in pospeševanju nastajanja novih podjetij, predvsem malih in srednjih.

Slovensko gospodarstvo je danes tržno, odprto gospodarstvo, vključeno v enotni trg EU, hkrati pa v svetovna gospodarska gibanja. Globalna konkurenca danes postavlja zahteve po ustvarjanju konkurenčnega gospodarstva, ki je mogoče na ravni razvitosti Slovenije le, če temelji na razvoju znanja vsega prebivalstva, na uveljavljanju podjetništva, na ustvarjanju podjetniške kulture ter na ustvarjanju spodbudnega okolja za podjetništvo v slovenski družbi. Dejavniki, ki zavirajo razvoj podjetništva, so lahko sistem izobraževanja in usposabljanja, ki ni naklonjen tveganju, ter zakoni, predpisi in institucionalne ovire, ki zavirajo ustanavljanje novih podjetij ali ekspanzijo obstoječih poslovnih aktivnosti. Vendar se bo moralo slovensko gospodarstvo soočiti z nekaterimi pogoji, ki so pomembni za razvoj podjetništva. Od teh dejavnikov je odvisna mobilnost resursov, stopnja tveganja in tudi porajanje podjetniških priložnosti. Ti pogoji so predvsem ekonomski, sociološki ter politični. Kajti ugodni pogoji za razvoj podjetništva so dani takrat, ko imamo tržno gospodarstvo, pravno državo in se priznavajo državljanske pravice.

V svoji nalogi sem namenila pozornost spodbujanju rasti podjetništva za MSP v Sloveniji, saj malo gospodarstvo postaja najpomembnejši del slovenskega in hkrati svetovnega gospodarstva, kajti igra glavno vlogo pri ustvarjanju novih delovnih mest ter spodbuja inovativnost in tehnološki napredek. Namen naloge je pripraviti pregled ponudbe podpornih institucij, na katere se lahko po nasvet in pomoč obrnejo mala in srednja podjetja. Poleg tega želim prikazati, kako država podpira in spodbuja malo gospodarstvo ter kakšne programe ukrepov je uvedla in kako so se obnesli. Raziskati želim najnovejša teoretična dogajanja o podpori in delovanju malega gospodarstva v Sloveniji. Končni cilj diplomske naloge je podati oceno, kaj lahko MSP pričakujejo s strani podpornih institucij in države.

Uvod

Diplomsko nalogo sem razčlenila na štiri poglavja, na začetku je izpostavljena teoretična opredelitev pojma podjetništvo ter mala in srednja podjetja, pomen in vpliv, ki ga imajo mala in srednja podjetja na razvoj gospodarstva, katere načine financiranja imajo na voljo ter kakšno podporo lahko pričakujejo s strani države. V drugem poglavju sem prikazala ter opisala podporne institucije, ki nudijo pomoč malim in srednjim podjetjem, in sicer, katere so, na kakšen način in kako vplivajo na razvoj malega gospodarstva. V zadnjem poglavju pa so opisani državni ukrepi za spodbujanje in rast malega gospodarstva v Sloveniji. Številni ukrepi, ki izhajajo iz posameznih strateških dokumentov, navajajo, kaj je treba narediti, da izboljšamo konkurenčnost slovenskega gospodarstva in v okviru tega tudi podjetništvo ter malo gospodarstvo. Program za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti 2007–2013 ter program ukrepov za internacionalizacijo podjetij 2005–2009 predstavlja, kako bodo to izvedli, upoštevajoč pisno definiranih ciljev in smernic.

Na osnovi analize in sinteze del različnih avtorjev so podane ugotovitve, napotki in slikovne ponazoritve, ki so pomembne za prikaz problematike in podkrepitev zamisli. Poleg tega, pa so na osnovi stalnega branja ter neformalnih razgovorov z različnimi podjetniki, predvsem delujočimi v malem gospodarstvu, nastale zamisli, kako obravnavati diplomsko nalogo.

2 PREDSTAVITEV MSP

V današnjem globalnem poslovnem okolju predstavljajo MSP zaradi sposobnosti hitre reakcije na nove poslovne priložnosti in pravočasnega preoblikovanja inovativnih idej v nove tržne produkte ključni element uspešnega in dinamičnega gospodarstva. Najdemo jih praktično v vseh gospodarskih panogah. Tudi v Sloveniji njihova vloga postaja čedalje pomembnejša tako z vidika odpiranja novih delovnih mest, inovativnosti in razvoja, kakor tudi z vidika ustvarjanja dodane vrednosti in krepitev konkurenčnega okolja. Kot za vsa podjetja je tudi za MSP podjetništvo usodnega pomena za obstoj podjetja, saj bi brez podjetnosti velika večina poslovnih organizacij ne mogla funkcionirati (Belak in soavtorji 1993, 25). S tem namenom bom v nadaljevanju opisala nekatere značilnosti MSP.

2.1 Opredelitev pojma malo in srednje podjetje

Mikro, mala in srednja podjetja igrajo glavno vlogo oz. so motor v Evropskem gospodarstvu. So pomemben vir pri zaposlovanju, ustvarjanju podjetniškega duha in inovacij. Predstavljajo kar 99 % vseh podjetij v EU. Nova definicija, ki je začela veljati s 1. januarjem 2005 predstavlja pomemben korak pri ustvarjanju spodbudnega okolja za mala in srednja podjetja in za pospeševanje podjetništva, investicij in rasti (Sever 2004, 8–9).

Nova definicija vpeljuje tri različne kategorije podjetij:

- mikro podjetja so definirana kot podjetja z največ 10 zaposlenimi in letnim prometom so 2 mio €,
- mala podjetja so definirana kot podjetja z največ 50 zaposlenih in letnim prometom do 10 mio € ter
- srednja podjetja pa so definirana kot podjetja z največ 250 zaposlenimi in letnim prometom do 50 mio €.

Tabela 2.1 Opredelitev malih in srednje velikih podjetij v EU

	Število zaposlenih	Letni promet	Letna bilančna vsota
Mikro podjetja	< 10	≤ 2 mio €	≤ 2 mio €
Mala podjetja	< 50	≤ 10 mio €	≤ 10 mio €
Srednje velika podjetja	< 250	≤ 50 mio €	≤ 43 mio €

Vir: lastna tabela

V Sloveniji se za definicijo mikro, malih in srednjih podjetij upoštevajo merila, določena v Zakonu o gospodarskih družbah (ZGD-1). Merila, ki se uporabljajo za določitev velikosti oz. kategorije podjetja, so povprečno št. Delavcev v poslovnem letu, čisti prihodki od prodaje ter vrednost aktive (ZGD 2006, 55. člen).

Mikro družba je družba, ki izpolnjuje dve od teh meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 10,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 2.000.000 € ter
- vrednost aktive ne presega 2.000.000 €.

Majhna družba je družba, ki izpolnjuje dve od teh meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 50,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 7.300.000 € ter
- vrednost aktive ne presega 3.650.000 €.

Srednja družba je družba, ki izpolnjuje dve od teh meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 250,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 29.200.000 € ter
- vrednost aktive ne presega 14.600.000 €.

Tudi v Sloveniji predstavljajo mala in srednja podjetja najbolj dinamičen del gospodarstva, kar dokazuje dejstvo, da število MSP iz leta v leto narašča. Kljub visokemu deležu MSP glede na velika podjetja ter na osnovi proučevanj različnih opredelitev malih in srednjih podjetij ugotavljamo, da ne obstaja enotna definicija in s tem enotni kriteriji za opredelitev MSP (Belak in soavtorji 1998, 101–102).

2.2 Pomen malih in srednjih podjetij za razvoj gospodarstva

Eden izmed temeljev razvoja malih in srednjih podjetij je seveda podjetništvo. Včasih uporabljamo pojma malo gospodarstvo in podjetništvo skoraj sinonimno, saj je bistvo podjetništva v veliki meri ustanavljanje novih enot (Glas in Pšeničny 2000, 47).

MSP so danes priznana kot potencialno najbolj dinamičen del gospodarstva. To še posebej velja za tisti del MSP, ki je konkurenčno sposoben za nastopanje na razvitih trgih in dosega visoko dodano vrednost. MSP igrajo glavno vlogo pri ustvarjanju gospodarske rasti tako v državah EU kot v Sloveniji. Današnje globalno poslovno okolje zahteva hitre reakcije na nove poslovne priložnosti in pravočasno preoblikovanje inovativnih idej v nove tržne produkte. Ker so MSP v svojem delovanju pogosto bolj prilagodljiva od velikih podjetij, so glavno vodilo uspešnosti nacionalnih gospodarstev.

MSP najdemo praktično v vseh gospodarskih sektorjih, največ pa jih je v storitvenem sektorju, kjer tudi zagotavljajo največji delež zaposlitve. Relativno velik je tudi delež MSP med podjetji v predelovalnih dejavnostih, njihova prisotnost pa relativno narašča zlasti v tehnološko intenzivnih panogah, kot sta na primer informacijsko-komunikacijska tehnologija. MSP vključujejo vse od dela na domu do dela v tovarni (Hatten 1997, 5).

V bistvu je glavno vodilo MSP podjetništvo ter ustvarjanje podjetniške klime v državi. Kajti podjetništvo zaseda pomembno mesto pri izboljševanju alokacijske učinkovitosti kapitala in pri ustvarjanju novih delovnih mest ter s tem prispeva tudi h gospodarski uspešnosti in socialni koheziji. Ustvarjanje in rast novih podjetij krepi

konkurenčni pritisk na obstoječa podjetja, ustvarja nove ideje in inovativne pristope in tako vodi k bolj pestri izbiri ter večji vrednosti proizvodov in storitev za potrošnike. Visoke stopnje vstopanja novih podjetij na trge omogočajo lažje in hitreje prilagajanje gospodarstva na tehnološke spremembe in izkoriščanje novih poslovnih priložnosti. Obenem vstop novih podjetij povečuje konkurenco, kar pa obstoječa podjetja, v boju za tržne deleže, spodbuja k prestrukturiranju in k izboljšanju poslovanja ali pa povzroči njihov izstop s trga, s čimer se izboljšuje alokacija resursov. Krepitev podjetništva ima pomembno vlogo pri spodbujanju skladnega regionalnega razvoja in rasti zaposlenosti, zlasti v regijah, ki zaostajajo v razvoju, kar lahko prispeva k dvigu produktivnosti v celotnem gospodarstvu.

Za slovensko gospodarstvo postajajo MSP iz leta v leto bolj pomembna, saj so ključni generator gospodarske rasti pri ustanavljanju novih delovnih mest ter spodbujanju inovativnosti in tehnološkega napredka. Po osamosvojitvi je država največ sredstev namenjala reševanju velikih podjetij, to se je začelo spreminjati z začetkom izvajanja Evropske listine za mala podjetja, z vključitvijo Slovenije v evropske programe spodbujanja MSP, s prejemom Programa ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti ter Zakona o podpornem okolju za podjetništvo. Glede na vsebino sprejetih programov in zakonodaje s področja spodbujanja MSP in podjetništva je moč opaziti, da se slovenska država zaveda težav, s katerimi se pri svojem delovanju soočajo MSP. Njihovo odpravljanje je tako odvisno od hitrosti, uspešnosti in doslednosti pri izvajanju sprejetih ukrepov, saj so MSP majhni in zato zelo ranljivi, še posebno v svetu globalne konkurence. Seveda pa je nastajanje, rast in razvojna uspešnost slovenskih MSP odvisna tudi od podjetnikov samih, njihovega znanja, inovativnosti in iznajdljivosti. Država lahko pri tem pomaga tako, da nadaljuje z izgradnjo MSP, podjetnikom prijaznega okolja ter vzpostavi ustrezno okolje brez nepotrebne birokracije, finančne vire in pretok znanja in kadrov.

Razvoj malega gospodarstva je tudi osnova za enakomernejši regionalni razvoj. Slovenija se srečuje še z določenimi ovirami, ki se razlikujejo po regijah. Razlogi so predvsem v razvitosti infrastrukture, ker se je število občin močno povečalo, so se ovire poglobile, saj mnoge občine nimajo virov in pogojev za razvoj gospodarstva.

Slovenija bi morala pomagati malim in srednjim podjetjem predvsem tako, da:

- kreira podjetništvu prijazno okolje,
- zagotovi ugodne finančne pogoje poslovanja, finančno svetovanje in informacije o virih financiranja,
- uvede stimulatívno davčno zakonodajo prilagojeno malim in srednjim podjetjem,
- zvišuje izobrazbeno raven v malih in srednjih podjetjih,
- zmanjšuje strukturna neskladja na trgu dela,
- vzpodbuja družinsko podjetništvo, podjetništvo mladih in žensk ter podjetništvo na podeželju,

- zmanjša birokracijo ter plačilno nedisciplino.

Slovenija je dosegla pozitivne gospodarske rezultate, vendar v okoliščinah globalne konkurence gospodarska sestava še vedno ne omogoča mednarodnih konkurenčnih prednosti, ki bi Sloveniji zagotavljali stabilen položaj. Če se bo Slovenija želela pridružiti najrazvitejšim evropskim državam, bo morala pospešiti svojo ekonomsko rast. Saj si je Evropa in z njo tudi Slovenija zadala težko dosegljiv cilj, da bi do leta 2010 postala najbolj dinamično gospodarstvo na svetu. To ne bo mogla doseči brez uspešnih, kakovostno rastočih podjetij ter dinamičnega procesa rojevanja novih podjetij.

Številne raziskave o rastočih podjetjih kažejo, da so razvojne možnosti MSP, praktično v vseh dejavnostih, izjemne. Takšna rast podjetij je bila predvsem rezultat izjemnih okoliščin, v katerih so ta podjetja nastajala. Te okoliščine so izjemna znanja, sposobnosti in motivacije podjetnikov, poznavanje trga, intenzivno zaposlovanje, boljša organizacija dela ter zmanjšanje konkurence s strani obstoječih velikih podjetij (Vidic 1995, 4).

V nadaljevanju sem podala primerjavo ključnih kazalnikov slovenskega gospodarstva z evropskim. V analizi oz. tabeli so zajeta vsa podjetja, ki so v letu 2004 oddala poročilo o poslovanju na AJPES. Ker trenutno ni na razpolago podatkov o evropskih podjetjih za leto 2004, so EU in Slovenijo primerjali z zadnjimi razpoložljivimi podatki (za leto 2003) (tabela 2.2).

Za Slovenijo velja, da po številu prevladujejo mikro podjetja, ki jih je kar 93,26 %, malih podjetij je 5,24 % in srednje velikih podjetij 1,20 % torej skupaj je MSP kar 99,70 %. Velikih podjetij je le 0,30 %. Podatki za leto 2002–2004 kažejo, da se struktura podjetij v Sloveniji spreminja v korist MSP in tako postaja vse bolj podobna strukturi, ki je značilna za razvitejše države EU (Rebernik in soavtorji 2006, 29–30).

Delež vseh zaposlenih v MSP leta 2004 znaša v Sloveniji preko 65 %, kar je več kot znaša delež zaposlenih v velikih podjetjih. Če primerjamo strukturo zaposlenih v Sloveniji z EU, lahko ugotovimo, da sta strukturi precej podobni. V evropskih podjetjih je znašal delež zaposlenih v MSP leta 2003 preko 69 %, v velikih podjetjih pa 30,27 %.

Kazalnik dodane vrednosti na zaposlenega prikazuje veliko zaostajanje Slovenije za EU. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v EU znaša 75.000 evrov (za leto 2003), v Sloveniji pa samo 24.898 evrov (za leto 2004). Največje zaostajanje je razvidno prav pri velikostni strukturi podjetja. Z velikostjo podjetja se pogloblja razlika med slovenskimi podjetji in njihovimi konkurenti v EU. Medtem ko se pri evropskih podjetjih z njihovim večanjem povečuje tudi povprečna dodana vrednost, pri slovenskih podjetjih ni tako. V Sloveniji tehnološko usmerjen razvoj zaostaja, kajti nove tehnologije bistveno povečajo hitrost, s katero se proizvodi in nove storitve pojavljajo na trgu (Rebernik in soavtorji 2006, 29–30).

Velika razlika se pojavlja tudi pri prihodkih iz poslovanja na podjetje, saj razmerje med evropskim podjetjem v letu 2003 in slovenskim podjetjem v letu 2004 znaša 1.550.000 evrov proti 600.000 evrov.

Tabela 2.2 Nekateri kazalniki slovenskega gospodarstva v primerjavi z Evropo

			Velikostni razredi					
			Mikro	Majhna	Srednja	Skupaj MSP	Velika p.	Skupaj
Število podjetij	SLO	2002	85.360	4.420	1.110	89.140	300	89.450
		2003	85.410	4.540	1.100	91.060	300	91.350
		2004	88.732	4.987	1.144	94.863	282	95.145
EU-19	2002	19.040.000	1.200.000	170.000	20.415.000	40.000	20.455.000	
	2003	17.820.000	1.260.000	180.000	19.270.000	40.000	19.310.000	
Delež števila podjetij (v %)	SLO	2002	93,47	4,95	1,25	99,66	0,34	100,00
		2003	93,50	4,97	1,21	99,67	0,33	100,00
		2004	93,26	5,24	1,20	99,70	0,30	100,00
EU-19	2000	93,10	5,90	0,80	99,80	0,20	100,00	
	2003	92,28	6,53	0,93	99,74	0,21	100,00	
Število zaposlenih	SLO	2002	134.250	91.560	116.000	341.810	203.140	544.940
		2003	134.830	91.560	116.000	342.390	203.140	545.520
		2004	154.009	96.341	118.830	369.180	198.715	567.895
EU-19	2000	41.750.000	23.080.000	15.960.000	80.790.000	40.960.000	121.750.000	
	2003	55.040.000	24.280.000	18.100.000	97.420.000	42.300.000	139.720.000	
Delež števila zaposlenih (v %)	SLO	2002	24,55	15,95	21,54	62,04	37,96	100,00
		2003	24,72	16,78	21,26	62,76	37,24	100,00
		2004	27,12	16,96	20,92	65,01	34,99	100,00
EU-19	2000	34,30	19,00	13,10	66,40	33,60	100,00	
	2003	39,39	17,38	12,95	69,73	30,27	100,00	
Število zaposlenih na podjetje	SLO	2002	1,62	19,84	106,42	3,82	689,62	6,15
		2003	1,58	20,17	105,36	3,76	683,96	5,97
		2004	1,74	19,32	103,87	3,89	704,66	5,97
EU-19	2000	2,00	20,00	95,00	4,00	1.020,00	6,00	
	2003	3,00	19,00	98,00	5,00	1.052,00	7,00	
Prihodki iz poslovanja na podjetje (v 1000 evrih)	SLO	2002	140	2.030	9.460	370	66.420	560
		2003	130	2.110	10.350	350	69.430	570
		2004	128	2.138	11.439	370	77.700	600
EU-19	2000	200	3.000	24.000	600	255.000	1.100	
	2003	440	3.610	25.680	890	319.020	1.550	
Dodana vrednost na zaposlenega (v evrih)	SLO	2002	17.720	23.070	22.230	20.670	26.900	23.020
		2003	17.710	24.250	23.730	21.500	28.700	24.180
		2004	16.862	26.194	25.970	22.229	29.856	24.898
EU-19	2000	40.000	75.000	105.000	65.000	115.000	80.000	
	2003	40.000	60.000	90.000	55.000	120.000	75.000	
Delež stroškov dela v dodani vrednosti (v %)	SLO	2002	46,14	61,56	67,07	58,39	61,75	59,88
		2003	51,44	63,00	66,24	60,46	60,67	60,55
		2004	50,21	61,78	63,46	58,75	60,45	59,46
EU-19	2000	66,00	66,00	58,00	63,00	49,00	56,00	
	2003	57,00	57,00	55,00	56,00	47,00	52,00	

Vir: Za Slovenijo IPMMP – EPF UM, 2006. Po podatkih AJPEsa, ki jih je pripravila Bisnode, d. o. o. (podatki za leto 2004), za Evropo-19 European Observatory for SMEs – 6th Report (podatki za leto 2000) in 7th Report (podatki za leto 2003).

Tudi pri primerjavi deleža stroškov dela v dodani vrednosti, prihaja do opaznih razlik med Slovenijo in EU. Največja razlika se opazi pri deležu stroškov dela v velikih podjetjih, kjer je znašal 60,45 % za Slovenijo v letu 2004, za EU v letu 2003 pa 47 %. Kar pomeni, da v Sloveniji stroški dela z velikostjo podjetja naraščajo, v EU pa padajo. To lahko pomeni, da so podjetja v EU z velikostjo vse bolj tehnološko opremljena, kar se kaže v nižjih potrebah po zaposlenih ter posledično v višjem deležu amortizacije in dobička v dodani vrednosti. Nižja vrednost je seveda ugodnejša za podjetja, saj lahko več sredstev namenijo za razvojne namene in ne le za izplačilo plač. Evropska podjetja dosegajo ugodnejši delež zaradi visoke dodane vrednosti, kar omogoča izplačevanje relativno višjih plač in posledično višji življenjski standard zaposlenih.

Kot je razvidno iz tabele, sodi približno 90 % vseh registriranih podjetij med mikro oz. družinska podjetja ter mala in srednja podjetja. To pomeni, da mora država pospeševati in nuditi podporo nastajanju podjetij in spodbujati rast MSP. S posebnimi ukrepi pa mora ustvarjati prijazno okolje, v katerem poslujejo.

Iz prikazanega izhaja, da so v Sloveniji kot tudi v EU MSP izredno pomemben dejavnik gospodarske rasti ter zaposlovanja. Tega se EU zaveda, zato skuša omejiti ovire za MSP s pomočjo številnih programov za spodbujanje MSP in podjetništva. V Sloveniji podpora MSP in podjetništvu nima dolge tradicije, vendar se je to začelo spreminjati. Kajti če želi Slovenija po gospodarski razvitosti dohiteti EU povprečje, bo morala zmanjšati omenjene zaostanke.

2.3 Vpliv malih in srednjih podjetij na gospodarstvo

Povečanje števila malih in srednjih podjetij zagotavlja konkurenčno strukturo in fleksibilnost ter učinkovitost gospodarstva (Tajnikar 2000, 11).

Omogoča hitrejšo prilagajanje, zniževanje stroškov, večanje proizvodov in storitev, večja zaposlenost in proizvodnjo. Rast MSP vodi do večjega povpraševanja po delavcih, inovacijah, uveljavljanju sposobnejšega managementa, večje produktivnosti dela in ustvarjanju nove motivacije. Inovacija, merljivost in organizacija so torej temelj vsakega uspešnega podjetja in njegovega razvoja (Gebernik 2004, 105). Bolj podroben opis, kako MSP vplivajo na gospodarstvo, sem podala v tabeli 2.3.

Tabela 2.3 Vpliv MSP na gospodarstvo

Vpliv na zaposlovanje	Rastoči in novoustanovljeni MSP vplivajo na nastajanje novih delovnih mest. veliko jih žal tudi propade, kljub temu pa je njihov prispevek k zaposlovanju izrazit (Glas 2000, 7). Zelo pomemben korak pri razvoju MSP igra podjetništvo, kajti ob uvedbi in pospeševanju podjetništva se je stopnja brezposelnosti znatno zmanjšala.
Povečanje dohodka v regiji	Za MSP je prodor na tuje trge povezan s precejšnjimi stroški, zaradi omejenih finančnih virov, znanja ter izkušenj podjetnikov. Pri tem igra pomembno vlogo država, predvsem s spodbujanjem skupnega nastopa na tujih trgih ter dobro informacijsko podporo.
Prispevki na področju inovacij	MSP so dinamični ključni nosilci inovacij, saj so ustvarjalni, vlagajo v diferenciacijo proizvodov, v inovativne oblike distribucije in prodaje, v prilagajanje proizvodov in storitev potrebam kupcev. Na tak način si MSP zagotavljajo možnosti za vstop na trg. vendar se MSP tudi pogosto srečujejo z omejenostjo na področju finančnih zmožnosti.
Vpliv na širšo regionalno gospodarsko strukturo	MSP so geografsko razpršena in veliko prispevajo k enakomernemu regionalnemu razvoju. So pomembno dopolnilo ponudbe na regionalnem področju. Pojavljajo se kot (Glas 2000, 8): <ul style="list-style-type: none"> ▪ dobavitelji večjih podjetij, in sicer kot specializirani proizvajalci delov, sklopov, proizvodnih storitev z nižjimi fiksnimi stroški kot velika podjetja, ▪ povezana skupina malih specializiranih podjetij in skupno razvojno in raziskovalno dejavnostjo in s trženjem zagotavljajo tudi zahtevne proizvode na visoki tehnološki ravni ali pa na nekem področju (npr. turističnem) pod skupno marketinško podobo zagotavljajo široko, raznovrstno ponudbo ter ▪ so ponudniki proizvodov in storitev, ki niso zanimivi za velika podjetja (tržne niše).
MSP gojišče novih velikih podjetij	MSP omogočajo preskušanje podjetniških zmožnosti posameznikov ter so gojišče velikih podjetij, saj iz malega podjetja zrastejo v velika podjetja.
Vpliv na učinkovitost gospodarstva	Razvoj MSP izboljšuje učinkovitost gospodarstva. Daje ustrezno fleksibilnost in zaokroženost in vodi do nastajanja svetovno konkurenčnih podjetij (Tajnikar 2000, 14). Z nastajanjem in odmiranjem zagotavljajo gospodarstvu ustrezno fleksibilnost in prilagodljivost ponudbe naglim spremembam na strani povpraševanja (Tajnikar 2000, 10). Odpiranje novega podjetja ali preusmeritev že obstoječega podjetja v drugo dejavnost vzpodbudno deluje na povečanje konkurenčnosti in produktivnosti, saj s tem prisilijo drugo podjetje, da svojo kakovost in učinkovitost povečujejo ter prispevajo k inovativnosti.

Vir: lastna tabela

2.4 Ključni dejavniki delovanja MSP

Ključni dejavniki, ki vplivajo na delovanje MSP, lahko razdelimo na zunanje in notranje. Zunanji so predvsem tisti, na katere podjetja ne morejo vplivati, razdeljeni so na makroekonomsko okolje, trgovinsko politiko ter delovanje državnih institucij. Kombinacija makroekonomske nestabilnosti, neustreznega ureditvenega in administrativnega okolja ter šibkih državnih institucij ustvarja težavno zunanje okolje za delovanje MSP, še posebej za tista, ki skušajo delovati tudi na mednarodnih trgih (Žakelj 2004, 15–16).

Notranji dejavniki pa so dejavniki znotraj podjetja samega, na katera lahko podjetja vsaj delno vplivajo. Ti dejavniki so dostop do informacij, dostop do napredne tehnologije in znanja, kakovost delovne sile ter dostop do finančnih virov, čeprav je slednji odvisen tudi od razvitosti finančnih trgov, državnih podpornih ukrepov in odnosa poslovnih bank do MSP.

Zunanji dejavniki delovanja MSP so:

- *Stabilno makroekonomsko okolje* je osnova za uspešno delovanje MSP, kajti zaradi svoje majhnosti imajo manj možnosti za uspešno delovanje v nestabilnem okolju v primerjavi z velikimi podjetji (Žakelj 2004, 16). Zagotavljanje makroekonomske stabilnosti, v to je vključena nizka inflacija, trdna domača valuta, visoka stopnja zaposlenosti, proračunsko ravnovesje in uravnotežena plačilna bilanca, je osnova za uspešno ustanavljanje ter rast novih podjetij. EU ohranja stabilnost s koordinacijo ekonomskih politik držav članic, z vodenjem politike ekonomske in denarne unije ter s pomočjo politike prihodkov in odhodkov proračuna.
- *Trgovinska politika* lahko MSP otežuje ali olajšuje dostop na trge. Restriktivna trgovinska politika postavlja MSP v podrejen položaj v primerjavi z velikimi podjetji zaradi visokih transakcijskih stroškov, ki pri MSP predstavljajo večji delež v celotnih stroških, kar seveda zmanjšuje konkurenčnost MSP v primerjavi z velikimi podjetji. V EU je to urejeno s skupnimi pravili za države članice, ki veljajo na evropskem notranjem trgu in v trgovinskih odnosih do držav nečlanic (Žakelj 2004, 16).
- *Regulatorno okolje* je pomembno pri preprečevanju nelegalne konkurence, pri zagotavljanju socialnih pravic zaposlenih, varnosti in zdravja pri delu, zaščiti okolja, varstvu in zaupanju potrošnikov, reševanju tržnih anomalij ter izboljševanju pogojev za uspešen razvoj podjetniških iniciativ (Žakelj 2004, 17). EU se je zavezala k oblikovanju podjetjem prijazno administrativno okolje, korak naprej pa je naredila tudi Slovenija. Kljub temu pa velik odstotek podjetij tako v EU kot tudi v Sloveniji še vedno navaja administrativne ovire kot zavorni dejavnik pri njihovem delovanju.

Notranji dejavniki delovanja MSP so:

- *Dostop oz. pridobivanje informacij* predstavlja za MSP relativno večji strošek kot za velika podjetja (Žakelj 2004, 17). MSP morajo tekmovati z velikimi podjetji pri pridobivanju ključnih in pravočasnih informacij, kot so informacije o novih trgih in tehnologijah, virih o različnih materialih in proizvodih ter o različnih virih financiranja. MSP si lahko pomagajo pri pridobivanju informacij z medsebojnimi povezavami v tehnološke mreže ter z izkoriščanjem prednosti, ki jih pri pridobivanju informacij ponuja sodobna informacijsko-komunikacijska tehnologija (npr. internet).
- *Dostop do sodobne tehnologije in znanja* je tudi eden od ključnih dejavnikov, ki olajša delovanje MSP. MSP lažje premagajo ovire pri pridobivanju in izkoriščanju sodobne tehnologije preko povezav z velikimi podjetji, tako domačimi kot tujimi ter preko sodelovanja z drugimi MSP v tehnoloških mrežah. Pri tem lahko veliko pripomore tudi država, predvsem s spodbujanjem tujih investicij, saj je prenos novih tehnologij hitrejši s pomočjo tujih investicij kot z neposrednim nakupom tehnologije s strani samih podjetij. Prav to je ena od šibkih točk v Sloveniji pri prenosu sodobnih tehnologij in znanja v gospodarstvo (Žakelj 2004, 18).
- *Kakovostna delovna sila* je pogoj za uspešno delovanje podjetij. Kakovostna delovna sila so v osnovi rezultat sodobnega in uspešno delujočega izobraževalnega sistema, sama kakovost pa je odvisna tudi od internega usposabljanja in izobraževanja v podjetjih. Prav pomanjkanje ljudi z ustrezno izobrazbo in delovnimi izkušnjami na trgu dela je ena izmed največjih ovir za rast in razvoj MSP, zlasti inovativnih. S to težavo se srečuje EU kakor tudi Slovenija. Velika podjetja pri iskanju primernih kadrov nimajo takšnih težav kot MSP, saj so ljudje bolj nagnjeni k zaposlitvi v večjih in uveljavljenih podjetjih, predvsem zaradi večje varnosti in zanesljivosti (Žakelj 2004, 18). Usposabljanje na delovnem mestu je ključnega pomena za MSP, če želijo ohraniti ali izboljšati svojo konkurenčnost.
- *Dostop do finančnih virov* je v veliki meri odvisen od poslovne uspešnosti podjetja, vendar hkrati tudi od razvitosti finančnih trgov, državnih spodbud in odnosa banke do MSP. MSP se srečujejo z velikimi težavami pri iskanju finančnih sredstev za svoje poslovanje. EU in Slovenija z ukrepi na tem področju poskušata olajšati dostop MSP do različnih virov financiranja, kljub temu pa pomanjkanje ustreznih finančnih sredstev predstavlja še vedno enega od ključnih problemov, s katerimi se pri svojem delovanju soočajo tako slovenski kakor tudi evropski MSP (Žakelj 2004, 18).

Kot je razvidno, so notranji dejavniki ključni vplivni dejavniki na razvoj podjetja. Vendar se pri tem ne sme podcenjevati pomembne vloge zunanjih vplivnih dejavnikov, odvisno od tega, katere zunanje priložnosti in nevarnosti bo podjetje sposobno pravočasno zaznati, katere zaznane priložnosti bo znalo izkoristiti in katerim zaznanim nevarnostim se bo znalo izogniti (Duh in Kajzer 2002, 47).

2.5 Načini financiranja MSP

Trg finančnih virov je bil v zadnjih letih podvržen konkurenčni bitki med številnimi ponudniki, kljub temu pa MSP še vedno s težavami prihajajo do finančne podpore.

Zagotavljanje finančnih virov za nemoten potek poslovanja je ena izmed bistvenih nalog podjetnika. S problemom financiranja se podjetnik sreča že med ustanovitvijo in ob ustanovitvi podjetja, z razvojem podjetja in širitvijo dejavnosti pa se ta problem še pogloblja in dobiva nove razsežnosti (Združenje podjetnikov Slovenije 2001, 3). Glavni problem je, da podjetja zelo pogosto porabljajo likvidna sredstva za nakupovanje opreme in osnovnih sredstev, namesto da bi to financirala z ugodnimi dolgoročnimi posojili. Kajti denar je še vedno predrag, kar neugodno vpliva na naložbe.

Tako Evropa kot Slovenija se soočata s težavami financiranja MSP. Pri ponudbi ni primernega finančnega vira, dejavni pa ponujajo denar z zahtevami, ki ne ustrezajo malemu gospodarstvu. Pri povpraševanju pa MSP ne izkoristijo danih finančnih možnosti, ker nimajo dovolj informacij, sredstev za jamstva.

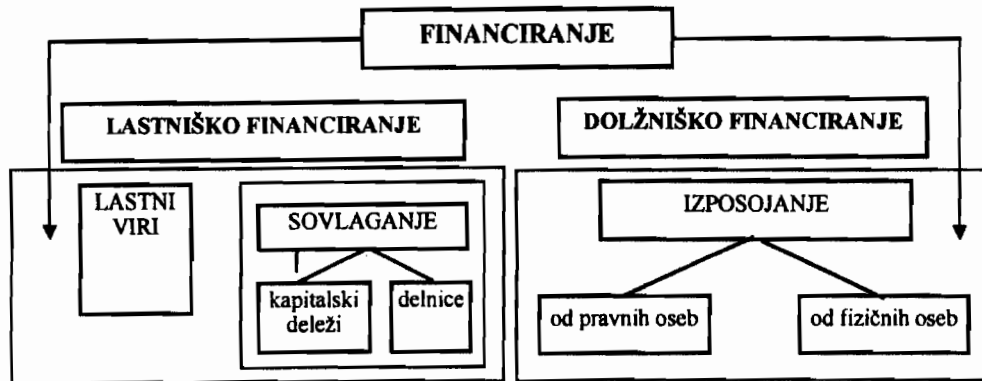
Problemi financiranja malega gospodarstva v Sloveniji so predvsem predraga finančna sredstva, omejene možnosti dostopa do finančnih sredstev, omejitve pri najemanju posojil v tujini, nepoznavanje drugih oblik financiranja podjetij (npr. financiranje s tveganim kapitalom, financiranje preko franšizinga, financiranje s pomočjo leasinga, financiranje z zastavo vrednostnih papirjev) ter pomanjkanje drugih oblik financiranja (npr. skladi tveganega kapitala ali viri za samozaposlitev).

Pri tem se zastavlja vprašanje, ali bo poslovanje podjetja financirano z lastnimi sredstvi ali pa si bo ta sredstva sposodil, kajti za realizacijo podjetniških idej, ki bi čez nekaj časa lahko prinesel dobiček in nova delovna mesta, navadno zmanjka zlasti obratnega denarja. Zato velikokrat številne podjetniške ideje ostanejo zgolj na papirju.

Ločimo dva osnovna načina financiranja, in sicer:

- lastniško financiranje, ki je predvsem financiranje z lastnimi sredstvi podjetnika kot fizične osebe pa sredstva drugih vlagateljev, ki so prispevali sredstva v obliki kapitalskih vložkov ali v obliki delnic, in
- dolžniško financiranje pa pomeni, da si podjetnik za svoje poslovanje izposodi finančna sredstva na trgu pod pogoji, ki tam veljajo.

Slika 2.1 Prikaz načinov financiranja (lastniško, dolžniško financiranje)



Vir: Združenje podjetnikov Slovenije 2001, 3.

Glede na pogoje na trgu kapitala je slej kot prej dolžniški kapital daleč ugodnejši vir v primerjavi z lastniškim kapitalom, seveda upoštevajoč predpogoj, da lastniki svoj kapital ustrezno cenijo. Tako ni dvoma, da je najugodnejše pridobiti svež kapital za investicije, tako v Sloveniji kakor tudi drugod po svetu pri finančnih institucijah, torej bankah, ki imajo te vire.

Vsako podjetje ima svoj življenjski cikel, na katerega je tesno vezan tudi finančni cikel podjetja. V svoji zgodnji fazi bo podjetje najprej potrebovalo semenski kapital, to so manjši zneski, ki so potrebni za razvoj poslovne ideje in pripravo poslovnega načrta ter za samo ustanovitev podjetja. V tej fazi bo podjetje potrebovalo še zagonski kapital, ki je namenjen dejavnostim, ki so potrebne pred začetkom poslovanja (npr. marketing). Ta sredstva se v praksi skoraj izključno financirajo z lastniškimi viri. Lažje je pridobiti dolžniška sredstva za financiranje razvojne faze. V tej fazi podjetje nima še dovolj svojih sredstev, ker še ne dosega visoke realizacije, potrebuje pa sredstva za dokončanje razvoja proizvoda ter za nadaljnjo storitev razširitev in ustvarjanje pogojev za hitro rast podjetja. V pozni fazi so potrebna sredstva, ki so namenjena nadaljevanju pospeševanja rasti podjetja. Ta sredstva je v največ primerih podjetje sposobno zagotoviti z lastnimi sredstvi, v kolikor pa bi želelo pridobiti zunanje vire, bi le te glede na pretekle poslovne rezultate lažje pridobilo (Združenje podjetnikov Slovenije 2001, 3).

Ali bo podjetje iskalo zunanje finančne vire ali ne, ni pomembno samo od faze, v kateri se nahaja, ampak tudi od tržnega potenciala, prepričljivega načrta ter motivacije, ki jo ima ustanovitelj podjetja. V podjetjih, kjer prevladuje življenjski slog, so glavni cilji neodvisnost, popoln nadzor nad podjetjem ter zadovoljitev lastnih potreb. Poslujejo le do obsega, ki so ga sposobna sama financirati. Manjša donosna podjetja pa si izposojajo bančni denar. Podjetje se sicer želi širiti, vendar želi lastnik obdržati nadzor nad poslovanjem podjetja. Podjetja, z visokim potencialom rasti (gazele), pa želijo v čim krajšem času iztržiti čim več in doseči kar najvišje stopnje rasti. Za svoje financiranje izkoristijo vse možne finančne vire.

Viri financiranja MSP so predvsem:

- *Banke* predstavljajo prvi institut trgovine z denarjem in igrajo pomembno vlogo pri obstoju, rasti in uspehu podjetja. Kajti bančni krediti so še vedno glavni vir financiranja MSP. Največji problem imajo podjetja, ki nujno potrebujejo denar za začetek dejavnosti, zato so nekatere banke, čedalje več pozornosti namenile kreditiranju novih perspektivnih podjetij (Tate in soavtorji 1992, 119–120). Torej največji problem za pridobitev kredita ostaja preveč birokracije, predolgi postopki odobritve kredita, banke so prezahtevne glede pridobitve zavarovanja in obrestna mera je previsoka. Velik problem MSP predstavljajo zavarovanja posojil, standardne oblike, kot so hipoteke, so namreč za MSP pogosto večji problem kot višina obrestne mere. Ugoden dostop do bančnih kreditov je za MSP torej zelo pomemben, saj izposojanje finančnih sredstev bančnega sektorja v EU kot tudi v Sloveniji ostaja njihov primaren in dominanten vir financiranja. Banke so pri dajanju kreditov MSP znane po svoji nefleksibilnosti in nagnjenosti k izogibanju tveganja. Nezmožnost MSP, da bi zavarovala kredit, izkoristijo za odklonitev kredita ali pa zanj določijo visoke obresti. Pogosto MSP pri povpraševanju po kreditih bankam ne zagotovijo vseh zahtevanih podatkov ali pa banke niso zadovoljne z rezultati poslovanja MSP, kar je lahko vzrok, da kredit odklonijo.
- *Tvegani kapital* je pomemben vir financiranja podjetij. Namenjen je lahko investicijam v ustanovitev, zgodnji razvoj ali razširitev delovanja podjetja ter v njegovo prestrukturiranje (Ličen 2005, 12–14). Predstavlja ključni vir financiranja hitro rastočih podjetij, ki bi sicer imela težave pri pridobivanju bančnih kreditov zaradi večjega poslovnega tveganja, omejenega denarnega toka in nezmožnosti zagotovitve zavarovanja kreditnega tveganja.
- *Proračun* v to kategorijo spada predvsem državni proračun, občinski ter proračun s strani zavoda. Ministrstva, občine in zavodi pomagajo MSP predvsem tako, da določen del sredstev proračuna namenijo posojilom malim podjetjem. Ti viri se močno razlikujejo po posameznih občinah, zavodih.
- *Sivi trg* je lahko tudi eden izmed virov zagotavljanja finančnih sredstev za zagon ali dodatna uresničevanja podjetnikove zamisli o poslovanju. Podatki o razširjenosti zadolževanja na sivem trgu so skopi, prav tako kot pogoji za pridobitev finančnih sredstev. Pogoji, ki jih lahko pričakujemo, so gotovinska izplačila na podlagi diskontiranja čekov, cesije, obročnega odplačevanja, zastava avtomobilov, dragih predmetov ter hipotekarna posojila na podlagi zastave nepremičnin. Ta vir pridobivanja sredstev navadno predstavlja izhod v sili in se ga podjetja redko poslužujejo (Združenje podjetnikov Slovenije 2001, 24).

- *Factoring* je v svetu že uveljavljen finančni instrument, pri nas pa si šele utira svojo pot. *Factoring* je v bistvu odkup terjatev, ki podjetjem pri prodaji z odloženim rokom plačila omogoča predčasno financiranje (Hodgetts in Kuratko 1998, 203). Za MSP predstavlja pomemben vir kratkoročnega financiranja, predvsem za podjetja, ki imajo težave z likvidnostjo. Najpomembnejše funkcije *factoringa* so financiranje, zavarovanje plačil ter upravljanje s terjatvami. V primerjavi s postopkom za pridobitev bančnega posojila je postopek hiter in enostaven, predvsem pa manj zapleten, kar zadeva zavarovanje kredita. Likvidnost podjetja se zaradi takojšnjega plačila terjatve bistveno izboljša, kar pomeni, da bo podjetje hitreje poravnalo tudi svoje obveznosti, ki jih ima do drugih dobaviteljev. Kot slabost *factoringa* pa lahko omenim, da je to le kratkoročni način financiranja (Združenje podjetnikov Slovenije 2001, 25).
- *Lising* kot način financiranja predvsem vozil, proizvojenj opreme, poslovne opreme ter nepremičnin, je operacija finančnega najema, ki poteka med tremi strankami tako, da dajalec *lisinga* kupi od določenega dobavitelja neko dobrino ter jo nato da na razpolago jemalcu *lisinga*, ta pa se obveže, da bo podjetju povrnil določeno število najemnin. V Sloveniji kot tudi v svetu sta *lising* in kredit prevladujoča. Ker pa MSP praviloma nimajo ustreznega kapitala niti potrebnega obsega poslovanja, da bi zadostila strogim pogojem bank, je *lising* za podjetnike ugodnejši. *Lising* je namenjen prav tistim naložbenikom, ki ne zmorejo zadovoljiti ostrih bančnih meril za pridobitev posojila (Združenje podjetnikov Slovenije 2001, 25).

Vse to dokazuje, da ostaja bančno posojilo najbolj priljubljena oblika financiranja podjetij v vseh življenjskih obdobjih. Kot kažejo podatki bank, MSP najpogosteje uporabljajo storitve plačilnega prometa in kratkoročna posojila, mnogo manj pa bančne garancije in dolgoročna posojila.

EU in Slovenija z ukrepi na tem področju poskušata olajšati dostop MSP do različnih virov financiranja, kljub temu pa pomanjkanje ustreznih finančnih sredstev še vedno predstavlja enega ključnih problemov, s katerim se pri svojem delovanju soočajo slovenska podjetja kot tudi ostala evropska MSP.

2.6 Državna podpora MSP

V državah, ki poudarjajo razvojno vlogo MSP in podjetništva, so vladne politike oblikovane in vodene tako, da omogočajo in spodbujajo nastajanje velikega števila novih podjetij ter podpirajo razvoj najuspešnejših med njimi. Vladne politike lahko na različne načine vplivajo na razvoj malega gospodarstva in na samo podjetniško dinamiko v družbi. V začetni fazi razvoja so za podjetja pomembne spodbude predvsem v čimbolj poenostavljenih predpisih, v fazi rasti pa zlasti davčne spodbude.

Vključitev slovenskega gospodarstva v notranji evropski trg EU narekuje potrebo po spodbujanju podjetništva, ki naj bi v veliki meri prispevala k skladnejšemu regionalnemu razvoju ter omogočala večjo prepoznavnost in konkurenčnost slovenskega gospodarstva v svetu in EU na globalni ravni.

EU si je s prenovljeno Lizbonsko strategijo zastavila velik cilj, da postane najbolj konkurenčno in na znanju temelječe dinamično gospodarstvo na svetu. Na podlagi tega je Evropska komisija pripravila program za spodbujanje evropskega podjetništva ter krepitev malih in srednjih podjetij, imenovan »Program za konkurenčnost in inovativnost 2007–2013«. S tem programom želi EU spodbuditi gospodarsko rast, pritegniti zadostni tvegani kapital za zagon in rast podjetij, tako da bi nenehno spodbujala inovativnost, izobraževanje in informacijsko tehnologijo v proizvodnih in poslovnih procesih (Žakelj 2004, 21–22).

Slovenija ima kot del EU podobne cilje, in sicer do leta 2013 postati eno najrazvitejših evropskih gospodarstev. Seveda tudi za nas velja, da bo ta cilj možno doseči le ob bolj razvitem podjetništvu.

Država lahko vpliva z (Glas 2000, 11):

- makroekonomsko politiko predvsem s stabilnim gospodarskim okoljem,
- zakonodajo, ki ustvarja ugodne razmere za MSP,
- oblikami podpore, ki so naravnane na probleme MSP ter
- s promocijo podjetij in podjetništva ter z razvojem podjetniške kulture.

Država mora ustvariti celoto treh sestavin uspešne podpore podjetjem in to, skladnost strategije (politike), institucij (organizacij) in programov storitev (Glas 2000, 12–13).

Postaviti mora jasne cilje svoje politike, identificirati ustrezne programe, s katerimi bo zastavljene cilje v ustreznem času dosegla, in določiti učinkovite podporne organizacije za izvajanje teh programov, če želi doseči ustrezno razmerje med stroški pomoči in njeno učinkovitostjo.

Država lahko nudi podporo podjetjem na nacionalni, regionalni in lokalni ravni. To lahko nudi s podporo posameznim podjetjem v obliki ugodnih posojil (subvencioniranje obrestne mere, manjše garancije, daljši roki odplačil, davčnih olajšav itd.) ter z razvojem poslovne infrastrukture (zbornic, finančne institucije, inkubatorjev, poslovnih con, tehnoloških centrov itd).

Oblike podpor pa lahko delimo tudi na (Sever 2004, 12):

- *trde oblike podpore* so npr. finančne podpore po ugodnejših pogojih, dostop do prostorov oz. lokacij po ugodni ceni ter
- *mehke oblike podpore*, kot so informiranje, usmerjanje, svetovanje, usposabljanje, izobraževanje, vse so zelo pomembne za mala podjetja v fazi razvoja, saj nadomeščajo manjkajoče izkušnje podjetnikov in zmanjšujejo tveganja, porabo sredstev in časa.

Ob upoštevanju vloge MSP pri prestrukturiranju gospodarstev je naloga države, da promovira razvoj podjetništva, pospešuje nastajanje novih podjetij in tako izboljšajo dostop do tveganega kapitala in drugih virov financiranja.

Šibka pogajalska moč in slaba likvidnost MSP je vzrok za njihovo močno odvisnost od predpisov, ki bi morali zagotavljati zanesljivost poslovnih transakcij in spoštovanje pravil v poslovanju. Po drugi strani je zmanjševanje administrativnih ovir, obsežnih in zapletenih uradniških postopkov lahko eno od najučinkovitejših spodbud za razvoj podjetništva, saj težave MSP mnogokrat izhajajo iz institucionalnega sistema, razvitega za potrebe velikih podjetij, ki bremenijo mala podjetja. Odziv države mora potekati v smeri zmanjševanja administrativnih ovir za MSP, racionalizaciji uradniških postopkov, zmanjševanju administrativnih stroškov.

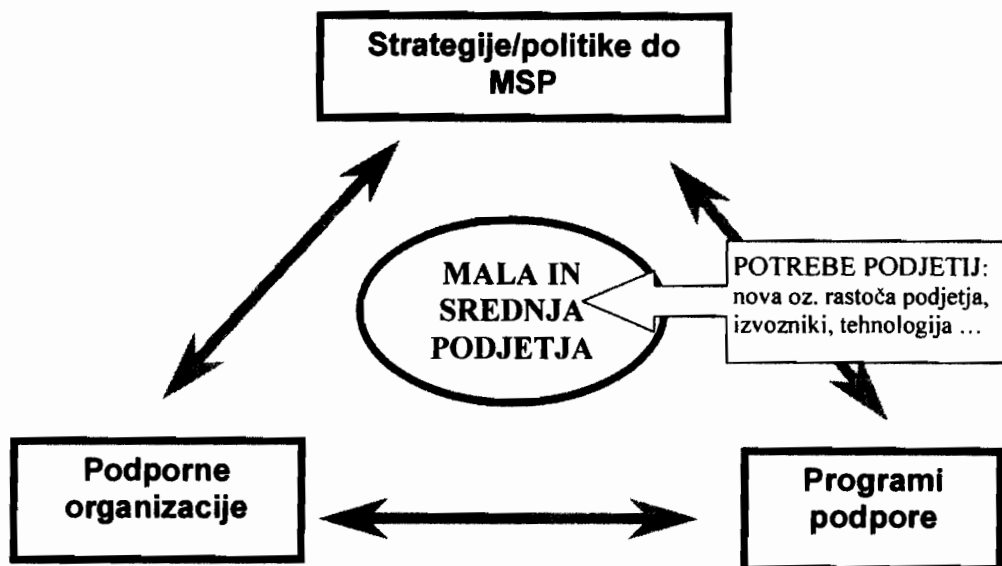
Majhnost MSP v mnogih primerih otežuje nastopanje na globalnih trgih. V tem primeru lahko država preko državnih kreditnih in promocijskih agencij za pospeševanje izvoza ponudi širok izbor finančnih storitev, svetovanje, izvozna zavarovanja ter bančne garancije. Poleg tega lahko omenjene agencije poskrbijo za sodelovanje manjših podjetij na sejnih in poslovnih razstavah ter za oglaševanje v tujini.

Kot je razvidno, država lahko veliko prispeva k razvoju MSP. Kajti država je bolj podjetniška, če ima razvito infrastrukturo, ugodnejše demografske pogoje, razvitejši sistem izobraževanja, ugodnejšo podjetniško kulturo, več podjetniških priložnosti, ljudje pa več podjetniških lastnosti in sposobnosti (Pšeničny in Glas 2001, 8).

3 INSTITUCIJE ZA PODPORO MSP

V Sloveniji je za razvoj podjetništva in spodbujanje MSP pristojnih in s strani države ustanovljenih več institucij. Z njihovo pomočjo in pomočjo države vplivajo na razvoj MSP.

Slika 3.1 Sestavine uspešne državne podpore podjetjem



Vir: Glas 2000, 12.

3.1 Zbornice

Po vstopu Slovenije v EU zbornični sistem v Sloveniji zahteva posodobitev, ki bo bolj prispevala h gospodarski rasti in bo bolj podpirala strateške cilje Slovenije ter predvsem razvila ustrezne programe in aktivnosti. Pomembno je, da se zastopa slovenske gospodarske interese na ravni EU. Osredotočila se bom na opis zbornic s strani MSP, kako zbornice prispevajo k razvoju MSP.

3.1.1 Gospodarska zbornica Slovenije (GZS)

GZS je samostojno, prostovoljno, interesno in nepridobitno združenje pravnih in fizičnih oseb, ki na trgu opravljajo pridobitno gospodarsko dejavnost za (Bohorič 2007, 1. člen):

- uveljavljanje vpliva svojih članov v razmerju do države, sindikatov, organov in institucij evropske skupnosti in drugih partnerjev pri sprejemanju in uresničevanju gospodarske politike in gospodarskega sistema,
- izvajanje gospodarsko pospeševalnih storitev ter
- izvajanje javnih pooblastil v skladu z zakonom.

Zastopa interese slovenskega gospodarstva, ščiti interese svojih članov pri sprejemanju gospodarskih politik, informira in opravlja poslovne storitve, s čimer veča konkurenčnost članov in prispeva k razvoju skupnosti na globalni ravni. Članstvo je prostovoljno, zaradi svoje organiziranosti in razvite informacijske podpore lahko storitve širi hitro in strokovno. Izdaja tudi številne publikacije, ki so poleg v obliki revije dosegljive tudi na spletnih straneh GZS. Na podlagi vsakodnevnih potreb gospodarstva je GZS odprla svetovalni center Infopika. Z njim želijo na enem mestu ponuditi različna splošna in specializirana svetovanja, ki bodo pri poslovanju pomagala predvsem malim in srednjim podjetjem.

GZS spodbuja razvoj MSP s tem, da postavlja temelje bolj spodbudnega okolja za podjetništvo in inovativnost, s tem da jim omogoča (Skupščina GZS 2005, 5–8):

- dostop do storitev, ki jih potrebujejo,
- dostop do finančnih virov,
- z zagotavljanjem specifične podpore za mikro podjetja, razvoj novih instrumentov za financiranje, uvedba mikro kreditov,
- postopno vključevanje MSP na EU trg,
- boljšo podporo pri internacionalizaciji poslovanja (ena od oblik internacionalizacije so tudi sejamski nastopi doma in v tujini),
- svetuje o gospodarski zakonodaji, mednarodnem gospodarskem sodelovanju,
- pospešuje tuje naložbe,
- nudi pomoč na področju usposabljanja, organizira razne tečaje, seminarje, poklicna in strokovna izobraževanja.

V okviru GZS je bilo ustanovljeno Združenje podjetnikov Slovenije; ta naj bi vplivala na oblikovanje stimulatívne okolja, ki bi omogočalo razvoj podjetništva. Člani ZPS so predvsem iz vrst samostojnih podjetnikov posameznikov in gospodarskih družb nosilcev zasebnega kapitala v malih podjetjih, ki opravljajo dejavnost, ki ni obrtnega značaja. Cilji ZPS so predvsem, zagotoviti stimulatívno zakonodajo, boljše pogoje za delovanje malega gospodarstva na domačem in tujem trgu, izobraževanja in usposabljanja, informacije in poslovno svetovanje, zastopanje interesov članov ZPS ter ustrezno promocijo, ki bo kvalitetno predstavila potencial podjetništva in malega gospodarstva (Butina 2005, 2). Z organiziranjem ZPS se uresničuje integralna interesna povezanost podjetnikov v gospodarskem prostoru in zagotavlja ustrežnejšo vlogo in mesto malega in srednjega gospodarstva v zborničnem sistemu.

Na GZS v kontaktih s članicami in podjetji zaznavajo številne težave in omejitve, ki vplivajo na zmanjševanje konkurenčnosti vsakega posameznega podjetja in posledično celotnega slovenskega gospodarstva. Posledično se je GZS odločila te težave sistematično urediti in predlagati rešitve. Zato je v sodelovanju s podjetji pripravila Belo knjigo predlogov o konkurenčnosti slovenskega gospodarstva 2007. Gre za strnjen prikaz aktualnih zahtev gospodarstva, ki lahko pripomorejo k večji konkurenčnosti. Cilj

Bele knjige poleg večje konkurenčnosti je, da pomaga pripeljati Slovenijo ob bok razvitim državam EU ter drugim gospodarsko razvitim državam. V Beli knjigi najdemo tudi predloge, ki so namenjeni razvoju podjetništva in MSP. Tako se v točki VII namenja pozornost spodbujanju razvoja podjetništva, s poudarkom na težavah in predlogih za MSP ter predvsem na kreiranju podjetništvu prijaznega okolja, zagotavljanju ugodnih finančnih pogojev poslovanja, finančno svetovanje in informiranje o virih financiranja, stimulativna davčna zakonodaja, prilagojena za MSP, zvišanje izobrazbene ravni v MSP, zmanjševanju strukturnih neskladij na trgu dela, zagotavljanje svetovanja in informiranja za MSP, vzpodbujanje družinskega podjetništva ter podjetništva mladih, žensk ter ljudi na podeželju (Gospodarska zbornica Slovenije 2007, 5–6).

GZS bo v sodelovanju s članicami in svojimi organi ter organi Združenj in Območnih zbornic tudi v bodoče sproti evidentirala predloge slovenskega podjetništva za povečanje konkurenčnosti. Enkrat letno pa bo te predloge zapisala tudi v Belo knjigo. Ob tem bo tudi preverila, koliko in kateri že podani predlogi so bili uresničeni.

3.1.2 Sekcija malih trgovcev

Sekcija malih trgovcev, ki bo delovala v okviru GZS, Združenja za drobno gospodarstvo, je bila 18. januarja 2007 ustanovljena na Ustanovni skupščini. Sekcija je bila ustanovljena z namenom zastopanja interesov in nudenja vseh ostalih storitev samo malim trgovcem. Združenje drobnega gospodarstva ima ustanovljenih že devet sekciji, tako je primerno in dovolj usposobljeno za servisiranje tudi malih trgovcev. S stališči svoje baze – članov bo sekcija predstavljala kredibilnega sooblikovalca gospodarskega okolja, kar bo omogočalo boljše pogoje poslovanja in s tem razvoj ter konkurenčnost malih podjetij. Nudila bo kakovosten informacijski center za svoje članstvo. Skrbela bo za različne oblike izobraževanja članov in s tem zagotavljala kakovostno in pravočasno obveščanje o zadevah, ki so potrebne za nemoteno poslovanje. Predstavljalo bo mesto poslovnega združevanja in druženja malih podjetij (Lovec 2007, 1–2).

Sekcija malih trgovcev je organizirana pri GZS. Članstvo v Sekciji je prostovoljno za člane GZS, ki uresničujejo svoje interese v Združenju za drobno gospodarstvo. Člani Sekcije so lahko gospodarski subjekti, ki imajo sedež v Republiki Sloveniji in imajo registrirano dejavnost trgovine, skladno s Standardno klasifikacijo dejavnosti kot G – Trgovina, popravila motornih vozil in izdelkov široke porabe.

Člani so se združili v Sekcijo malih trgovcev s ciljem, združiti male gospodarske subjekte, ki opravljajo trgovinsko dejavnost kot pretežno dejavnost na pridobiten način in je to dejavnost mogoče opredeliti skladno s Standardno klasifikacijo dejavnosti.

Da bi dosegli zastavljene cilje in naloge, mora Sekcija v letu 2007 določiti ključne naloge na področjih članstva, izobraževanja, informiranja, promocije in trženja ter mednarodnega poslovanja.

3.1.3 Obrtna zbornica Slovenije (OZS)

OZS se prizadeva za oblikovanje močne obrtno-podjetniške zbornice, ki bo reprezentativna, samostojna in močna strokovna organizacija slovenske obrti in malega podjetništva. Prispievala bo k ustvarjanju podjetništvu prijaznega okolja, k razvoju podjetniške kulture med Slovenci, sodelovala z državo pri oblikovanju spodbudnih podjetniških pogojev in pomagala podjetniškim enotam z različnimi razvojnimi spodbudami in oblikami informiranja, izobraževanja in usposabljanja ter svetovanja

Vizija OZS je predvsem razviti se v sodobno zbornico obrti in podjetništva, v osrednjo institucijo znanja, izobraževanja in svetovanja storitev za obrtnike in male podjetnike, primerljivo z najbolj dejavnimi zbornicami v EU. OZS se zavzema predvsem za hitrejši gospodarski razvoj in dinamično gospodarsko rast, za čim manj administriranja, spremembe delovnopravne zakonodaje, pregleden in enostaven davčni sistem, uravnotežen socialni razvoj, spodbuja tehnološki razvoj ter bolj fleksibilen in varnejši trg dela (Obrtna zbornica Slovenije 2006).

Zastopanje interesov obrti in malega podjetništva je ena od primarnih nalog zbornice, kajti od uspešnega zastopanja imajo vsi člani dolgoročno korist in je ključnega pomena za položaj ter prihodnji razvoj obrti in malega podjetništva v Sloveniji in Evropi. Reforme v Sloveniji, ki so v teku, bodo pripomogle k bolj konkurenčnemu in uspešnemu gospodarstvu, učinkovitejšemu vključevanju v evropske in svetovne gospodarske tokove, večji in vzdržni gospodarski rasti, zaposlenosti, socialni varnosti in družbeni blaginji. V proces zastopanja obrtnih in podjetniških interesov bodo vključevali ves strokovni potencial obrtno zborničnega sistema, predvsem svetovalce OZS, pri čemer načrtujejo, da bi nekateri svetovalci primarno opravljali svoje naloge na področju zastopanja interesov njihovega članstva. Prizadevali si bodo, da bo čim več njihovih strokovnih delavcev vključenih v različne vladne delovne skupine in njihovo delo, saj bodo tako imeli možnost sodelovati pri pripravi predlogov zakonov že na samem začetku. Aktivnosti zbornice bodo usmerjene predvsem v izvajanje davčne reforme in številne novosti v davčnem sistemu, pripravo nove delovnopravne zakonodaje, uveljavljanje socialnih reform, spremembe na trgu dela in pokojninskega sistema, spremembe v zdravstvenem sistemu, spremembe, namenjene boljšemu pretoku znanja med šolstvom in gospodarstvom, problemom posameznih obrtnih panog (prevoznništvo, gostinstvo itd). Glavna podlaga za delovanje bodo Zahteve slovenske obrti, ki jih vsako leto pripravljajo s pomočjo celotnega obrtno-zborničnega sistema in jih predstavijo na vsakoletnem forumu slovenske obrti in podjetništva v okviru Dnevo slovenske obrti. Tako zbrane zahteve so iz leta v leto bolj popolna evidenca nalog, ki jih je treba realizirati, in pomemben argument in instrument pri prizadevanjih za ustvarjanje obrti in malemu podjetništvu prijaznejšega poslovnega okolja.

V 62 območnih zbornicah nudi svojim članom (Obrtna Zbornica Slovenije 2007):

- *Zastopanje interesov delodajalcev*; skupaj z Združenjem delodajalcev obrtnih dejavnosti Slovenije (ZDODS) si bodo še naprej prizadevali za krepitev vpliva in vloge obrti in podjetništva oziroma malih delodajalcev v slovenskem in evropskem gospodarskem prostoru.
- *Zastopanje interesov obrti in malega podjetništva v EU*; z vstopom v EU je Slovenija na evropsko raven prenesla tudi velik del zakonodajnih pristojnosti, zato je ena od pomembnih nalog OZS, da tudi na tej ravni zastopa interese slovenske obrti in podjetništva. Poleg zastopanja obrtnih interesov bodo, tako kot v preteklih letih, posvetili veliko pozornosti informiranju članov o zakonodaji in poslovnem okolju v EU.
- *Izobraževanje*; uveljavili bodo predvsem spremembe na področju rednega izobraževanja, predvsem na srednjem poklicnem nivoju. Ob tem bodo s sekcijami koordinirali pripravo poklicnih standardov in novih izobraževalnih programov ter sodelovali v vseh ključnih partnerskih organih na nacionalnem nivoju ter v različnih delovnih skupinah ministrstev in javnih zavodov na področju izobraževanja in usposabljanja in z njim povezanega zaposlovanja.
- *Promocija in podjetniški duh*; podjetniški duh bodo na različne preverjene in nove načine širili med mladimi z aktivnostmi v okviru različnih sejmskih prireditev, izvajanju tedenskih delavnic obrti in podjetništva za srednješolce in tudi z novimi gradivi in spletnimi stranmi.
- *Sodelovanje s skladi*; na področju izobraževanja je pričakovati podoben obseg sodelovanja s skladi za izobraževanje zaposlenih pri s.p., kot v preteklem obdobju, čeprav so odprta nekatera pomembna vprašanja glede nadaljnjega delovanja teh skladov.
- *Raziskave in razvoj*; raziskave in razvoj bodo usmerjene v pridobivanje, analiziranje in posredovanje različnih podatkov, pomembnih za področje obrti in podjetništva. Prvi del predstavlja tekoče spremljanje stanja obrtnega registra, obveščanje in posredovanje teh podatkov različnim uporabnikom. Drugi del se nanaša na vzpostavitev sistema statističnega dostopa podatkov o obrti in podjetništvu ter z njim povezanih podatkov iz drugih baz za celoten obrtno zbornični sistem. Tretji vsebinski del predstavlja izvajanje in/ali sodelovanje pri različnih analizah in raziskavah, katerih namen je zagotavljanje ustreznih podatkovnih podlag za pripravo strokovnih stališč zbornice.

OZS bo pravi predstavnik obrti, malih in srednjih podjetij na ravni Slovenije ter partner v načrtovanju razvojnih rešitev za svoje člane na lokalni in regionalni ravni.

3.1.4 Zbornica obrti in podjetništva (ZOP)

Zbornična ureditev v Sloveniji ni več optimalna, predvsem zato je prišel čas za preobrazbo. Po zgledu EU je predlog dvotirni model zbornične organizacije, v katerem se interesi obrti in malih podjetij povežejo v svojo zbornico, velika podjetja pa v svojo. Na eni strani bi imeli tako Zbornico obrti in podjetništva (ZOP), na drugi strani pa Zbornico industrije in trgovine (ZIT). Obe zbornici bosta interesno bolj homogeni in učinkoviti kot doslej (Glas in soavtorji 2005, 21–22).

Za obrtnike in podjetnike je koncept ZOP primeren vsebinski in organizacijski koral v 21. stoletje. MSP so hrbtenica slovenskega gospodarstva v naslednjih desetletjih, zato potrebujejo svojo zbornico obrti in podjetništva.

Vizija ZOP je predvsem v tem, da bo sodobna zbornica obrti, malega gospodarstva, osrednja institucija strokovnih znanj, izobraževalna in svetovalna storitev za obrtnike in podjetnike, primerljiva z najbolj dejavnimi zbornicami obrti ter malega gospodarstva v EU. Spodbujali bodo razvoj podjetništva ne temelju visoko strokovnih znanj in tehnologije, s čimer bodo zagotavljali večjo konkurenčnost in rast slovenskih podjetij.

ZOP bo samostojna strokovna in interesna organizacija z obveznim članstvom, kar zagotavlja verodostojnost dela zbornice ter njeno strokovnost in objektivnost. Opravljala bo vrsto javnih nalog v interesu malega gospodarstva in obrti ter hkrati predstavljala interese malih delodajalcev v Sloveniji kot v EU.

Z dobro organizacijsko pripravo in promocijo nove zbornične organiziranosti med sedanjimi in novimi člani ZOP lahko uveljavijo prednosti in uresničijo večino priložnosti, s čimer bi slovensko podjetništvo dobilo zbornično organizacijo, kakršno potrebuje.

3.2 Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI)

Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG) se je preoblikoval v JAPTI. Postal je ključna agencija za izvajanje razvojne politike na področju razvoja podjetništva in konkurenčnosti v Sloveniji.

Poslanstvo JAPTI je razširjati učinkovito podporno okolje za pospešen razvoj podjetništva, obrti in samozaposlovanja v Sloveniji ter promocija podjetniške kulture (JAPTI 2006).

Glavni cilji JAPTI so predvsem v doseganju strukture gospodarstva, ki bo primerljiva s strukturo gospodarstva v EU. Poleg tega pa izboljšanje konkurenčne sposobnosti MSP v Sloveniji, izboljšati kakovost ponudbe storitev, ugled podjetništva ter sooblikovati ustvarjalno podjetniško kulturo.

Dejavnosti oz. aktivnosti, ki jih nudi JAPTI podjetnikom za uspešen razvoj, so predvsem pomoč pri dostopu informacij, svetovanje, dostop do trga, do kvalitetnih sodelavcev, do različnih virov financiranja, do prostora ter krajšanje upravnih postopkov pri ustanavljanju podjetij in širitvi poslovanja.

Nekateri projekti, ki jih izvaja JAPTI v tem obdobju, so (JAPTI 2007):

- *Program vavčerskega svetovanja*; namen programa je, spodbuditi podjetnike k koriščenju zunanjih strokovnjakov, s pomočjo katerih lahko pridobijo dodatna znanja in sposobnost izkoriščanja podjetniških priložnosti. S pomočjo programa se povečuje število dinamičnih, rastočih MSP, ohranjajo se obstoječa in obenem odpirajo nova delovna mesta.
- *Krepitev kakovosti storitev Mreže lokalnih podjetniških centrov (LPC)*; vloga mreže LPC je, da podjetnikom ponuja specializirane svetovalne podjetniške storitve na lokalni ravni. LPC je ključni partner JAPTI pri izvajanju programov in projektov. JAPTI pa koordinira mreže LPC z namenom razvoja in dviga kakovosti podpornih storitev in informacij na lokalni ravni. JAPTI krepi kakovost predvsem z izvajanjem ukrepov za povečanje kakovosti LPC, za promocijo in prepoznavnost LPC v lokalnem okolju, zagotavlja specifične paketne informacije za MSP na lokalnem okolju. Aktivnosti mreže so, da koordinira in povezuje lokalne razvojne potenciale za razvoj podjetništva, koordinira pripravo in izvajanje razvojnih programov ter projektov razvoja MSP, razvija in ponuja kakovostne specializirane storitve, ki bodo s povezovanjem internacionalizacijo MSP omogočile njihov hitrejši razvoj.
- *Razvoj podpornih informacijskih produktov in storitev za potrebe MSP*; cilj je predvsem v tem, da se ciljnim skupinam zagotovi hiter in učinkovit dostop do vseh vrst potrebnih informacij. JAPTI skrbi, da se zagotovi kakovostne informacijske storitve vsem ciljnim skupinam MSP na enem mestu, nadgradnjo in vzdrževanje podatkovnih baz informacij ter zagotavlja usklajeno in učinkovito delovanje LPC.
- *Spodbujanje uporabe informacijsko-komunikacijskih tehnologij v podjetjih*; cilj je predvsem v vzpostavitvi in nadgradnji infrastrukture za spodbujanje e-dela, e-učenja in s-poslovanja, zagotoviti podporno okolje MSP za uvajanje e-dela in e-poslovanja v njihovo poslovanje, vzpodbuditi MSP k uporabi in razvoju e-učenja, nadgraditi podporno okolje za razvoj e-učenja ter promovirati podporno okolje na nacionalni ravni.

Program dela JAPTI 2007–2013 tvori dva sklopa podpornega in vsebinskega. Podporni sklop je namenjen celoviti promociji in dvigovanju prepoznavnosti storitev, ki jih izvaja JAPTI, in celotno podporno okolje za podjetništvo ter izvajanju študij vrednotenja in drugih primerjalnih študij doseganja programskih in razvojnih ciljev.

Vsebinski sklop je namenjen izvajanju programskih usmeritev na področju (JAPTI 2007):

- *Razvoj podjetništva in konkurenčnosti* bo temeljil na ustvarjanju zavesti o pomenu podjetništva za razvoj in uresničevanje potencialov državljanov, povečanju možnosti za ustanavljanje novih podjetij, spodbujanje njihove rasti in

ustvarjanje novih delovnih mest, vzpostavitvi učinkovitega podpornega okolja za podjetnike, podjetništva v vseh fazah razvoja, spodbujanje inovativnosti podjetništva ter spodbujali podjetniška vlaganja v raziskave, razvoj in inovacije.

- *Promocija tujih neposrednih investicij* temelji na povečanju tujih neposrednih investicij v Sloveniji, zniževanju in odpravljanju administrativnih ovir za investiranje in poslovanje, zniževanje vstopnih stroškov za začetne investicije.
- *Internacionalizacije in delovanju predstavništev slovenskega gospodarstva JAPTI v tujini*, temelji na povečanju števila prvih vstopov MSP na tuje trge, povečanju izvoza blaga, storitev in neposrednih investicij, diverzificiranju slovenskega izvoza ter zmanjševanju poslovnih tveganj slovenskih podjetij pri vstopanju na tuje trge.

JAPTI deluje kot koordinator Pospeševalne mreže za malo gospodarstvo (PMMG) in podpornih subjektov za podjetništvo v Sloveniji na nacionalni, regionalni in lokalni ravni. Koordinira njihove vzpodbude na področju podjetništva in jih preko PMMG in LPC posreduje uporabnikom, torej vsem ciljnim skupinam MSP-jem, Euro Info Centru (EIC), Sekciji slovenskega tveganega kapitala (SLEVCA), podjetniškimi inkubatorjem (BIG), slovenski podjetniški investicijski mreži (SPIM) ter nacionalnim partnerjem in zunanjim sodelavcem.

3.3 Pospeševalna mreža malega gospodarstva (PMMG)

PMMG pod koordinacijo JAPTI izvaja ter ponuja uporabnikom različne storitve kot so (Sever 2004, 54):

- razvojno svetovanje in usposabljanje obstoječih in potencialnih podjetnikov ter obrtnikov,
- pridobivanje in posredovanje informacij podjetjem,
- finančno pomoč za začetnike ter podjetja v razvoju,
- nudi pomoč podjetnikom pri pripravi razvojnih projektov ter prijavih na razpise ministrstev in druge vladne razpise,
- promocija podjetniške kulture ter
- vzpostavlja lokalna razvojna partnerstva.

3.4 Euro Info Center (EIC)

V Sloveniji je bil prvi EIC ustanovljen leta 1993 v Ljubljani. V letu 2000 sta se mu pridružila nova EIC, in sicer v Kopru in Mariboru. Skupaj sestavljajo Slovensko mrežo EIC. Center ureja, zbira in posreduje predvsem informacije o EU, njeni zakonodaji ter programih in projektih, namenjenih MSP. EIC so predvsem evropsko poslovno-informacijske enote, namenjen MSP, ki potrebujejo pomoč pri poslovanju na trgu EU.

Predstavljajo temeljno informacijsko povezave med Komisijo EU ter MSP v državah članicah (EIC 2007).

EIC informira ter nudi tekoče informacije o programih, razpisih EU, evropskih programih financiranja za MSP ter podjetniških sejnih, seminarjih ter delavnicah. EIC pomaga MSP pri vključevanju na evropski trg preko:

- organizacije njihove udeležbe na podjetniških srečanjih in forumih,
- zagotavlja informacije za navezovanje novih poslovnih stikov,
- zagotavlja pomoč pri vzpostavitvi programov in projektov EU, kjer lahko sodelujejo MSP,
- organizira delavnice, posvete in seminarje z evropsko tematiko prav za MSP.

Poleg tega pa pomagajo MSP v prilagajanju ter svetovanju o carinskih uredbah in postopkih, uporabi evropskih standardov in kakovosti izdelkov ter postopkih pri udeležbi v projektih EU.

3.5 Sekcija slovenskega tveganega kapitala (SLEVCA)

SLEVCA je članica ter aktivno delovanje v evropskem združenju tveganega kapitala EVCA, predvsem zaradi potreb po dodatnem kapitalu. SLEVCA deluje na neprofitni ravni, zavzema pa se predvsem za promocijo tveganega kapitala v Sloveniji, prizadeva pa si tudi za bolj spodbudno zakonodajo in davčne predpise na tem področju.

Kot glavno nalogo postavlja spodbujanje investicijskih procesov in programov lastniškega financiranja podjetniških projektov prek skladov tveganega kapitala in zasebnih investicij. Pospeševala naj bi lastniško financiranje v Sloveniji z namenom financiranja inovativnih MSP. Vzpodbujala naj bi promocijo, raziskovanje in analiziranje trga in tveganega kapitala v Sloveniji (Ličen 2005, 23–24).

Ključni izziv za veliko število MSP je neustrezen dostop do kapitala; na primer: na področju tveganega kapitala se MSP soočajo z velikanskimi težavami pri privabljanju naložb. Država je včasih edini akter, da se pri inovativnih pobudah spleča tvegati (EESO 2007, 1).

SLEVCA usmerja in nudi pomoč pri vključevanju v mednarodne borze tveganega kapitala, organizira letna srečanja tveganega kapitala v Sloveniji, pripravlja katalog ponudbe tveganega kapitala ter redno analizira stanje na področju tveganega kapitala v Sloveniji.

3.6 Podjetniški inkubatorji (BIG)

Podjetniški inkubatorji so se po svetu in Sloveniji uveljavili predvsem kot orodje za pospeševanje razvoja podjetništva, ki omogoča razvoj trdnih novih podjetij, ustvarjanje novih delovnih mest ter razvoj podjetništva, ki temelji na novih idejah in tehnologijah.

Inkubatorji so način, kako lahko nova dinamična podjetja pridobijo potrebno pomoč in tako presežejo probleme, ki bi jih sicer vodili v propad ali onemogočale pri doseganju

hitre rasti. Poenostavljeno jih lahko opišemo kot prostor, ki večjemu številu MSP nudi primerno okolje in podporo na začetku poslovanja ter v njihovem razvojnem obdobju (Ristič 2004, 39).

V prvi fazi podjetje v sodelovanju z osebjem inkubatorja pripravi poslovni načrt, s katerim si odpre pot za vstop v inkubator. Izbor opravi posebna skupina strokovnjakov, ki oceni razvojne zmožnosti podjetja in izbere najboljša podjetja. Izbrano podjetje lahko dobi v najem poslovne prostore v zgradbi inkubatorja ali pa deluje v lastnih prostorih in koristi le mehke oblike podpore. Mehke podpore so predvsem svetovalne storitve na področju marketinga, načrtovanja poslovanja, računovodstva, vodenja, pravnih in finančnih storitev, podjetniško usposabljanje ter povezovanje podjetij. Trde oblike podpore pa so predvsem subvencioniran najem poslovnih prostorov v zgradbi podjetniškega inkubatorja, administrativne storitve (fotokopiranje, obdelava dokumentov itd.), pomoč pri vodenju in upravljanju ter skupne prostore in storitve v podjetniškem inkubatorju.

Značilnosti inkubatorjev so (Brilej 2006, 5–8):

- da imajo vstopne pogoje za podjetja za oceno uresničljivosti poslovne zamisli, predvsem na podlagi poslovnega načrta,
- da ima vodstvo tesne povezave s podjetji, ki se razvijajo v inkubatorju,
- da spodbujajo podjetja, ki so dosegla primeren tržni delež in zrelost, da izstopijo,
- njihove dosežke merijo po številu podjetij in ustvarjenih delovnih mest, zlasti pa po rezultatih tistih rastočih podjetij, ki so izšla iz inkubatorjev.

BIG so sorazmerno drag in zahteven instrument, zato je smotrno, da dobro vemo, kdaj, kje in kako razviti inkubator.

3.7 Slovenska podjetniška inovacijska mreža (SPIM)

SPIM nudi predvsem podporo inovatorjem in inovacijski dejavnosti v Sloveniji, torej tistim, ki izražajo nove zamisli, ustvarjajo nove proizvode, storitve, tehnologije, metodologije in organizacijske pristope ter s tem novo uporabno vrednoto (Sever 2004, 53).

Osnovne aktivnosti SPIM so (Škrinjar 2000, 1):

- promocija inovacijskih projektov ter izvedba organiziranega predstavljanja letih na tovrstnih razstavah doma in v tujini,
- organiziranje nastopa v raznih javnih medijih doma in v tujini,
- sofinanciranje predstavitve invencij in inovacij ter nastopa inovatorjev na posameznih sejmskih prireditvah,
- pomoč pri zagotovitvi sofinanciranja preko javnih razpisov,
- sodelovanje s sorodnimi mednarodnimi organizacijami,
- pospeševanje inovacijske dejavnosti na lokalni in regionalni ravni v Sloveniji,

- priprava in izdaja publikacij o podpori informacijskih projektov v Sloveniji,
- nastop na mednarodnih in domačih razstavah invencij in inovacij,
- usposablja, usmerja ter spremlja razvoj inovatorjev,
- pomoč pri trženju novosti ter
- spodbuja inovacijske dejavnosti med mladimi.

Slovenija je na področju promocije inovacij in invencij v malem gospodarstvu s pomočjo SPIM prišla precej daleč, zato je nujno to tudi ohraniti in nadgraditi. Inovacije so tiste novosti, ki prinašajo korist, to pa vedno pomeni tudi nek razvoj, to pomeni, da je inovacijska dejavnost tista, ki bo v prihodnosti potrebovala bistveno več zanesljivih virov financiranja.

3.8 Slovenski podjetniški sklad

Slovenski podjetniški sklad je nacionalna finančna institucija, ustanovljena z namenom olajšanja dostopa MSP do virov financiranja razvojnih naložb podjetij. Sklad zagotavlja ugodnejša finančna sredstva za investicijska vlaganja podjetij. Sklad želi prevzeti osrednjo vlogo pri razvoju finančnih produktov, ki bodo omogočili MSP pridobiti ugodne finančne vire za nastanek, rast in razvoj (Slovenski podjetniški sklad 2007).

Namen sklada lahko opredelimo kot (Slovenski podjetniški sklad 2007):

- vzpodbujanje investicijskih vlaganj MSP v razvojne projekte,
- vzpodbujanje ustanavljanja novih podjetij predvsem v institucijah inovativnega okolja,
- izenačevanje kreditnih in drugih finančnih pogojev MSP z večjimi podjetji,
- vstopanje skladov na finančni trg v tistem segmentu, kjer obstoječi bančni trg ne deluje dovolj učinkovito,
- vzpodbujanje kapitalskih vlaganj v vseh fazah razvoja MSP s kreditnimi sredstvi ter
- vzpodbujanje kapitalskih vlaganj z različnimi oblikami garancij.

V letu 2007 bo Sklad razpisal 11 različnih razpisov v višini 66,92 mio € za razvojne projekte MSP, ki se bodo realizirale v letih 2007 in 2008.

3.9 Drugi ponudniki podpornih storitev

Ministrstvo za gospodarstvo programe in ukrepe usmerja predvsem v podporo nadaljnji krepitvi mednarodne konkurenčnosti slovenskih podjetij in v razvoj, ki spodbuja inovativnost, vlaganje v znanje, nove tehnologije ter podjetništvo (Sever 2004, 55). Tako bo ministrstvo prispevalo k zmanjšanju tveganj za podjetja zaradi vse večjih in hitrejših sprememb. Cilji Ministrstva za gospodarstvo so predvsem usmerjanje v hitrejšo in učinkovitejšo internacionalizacijo MSP in v razvoj podporne infrastrukture,

povečanje gospodarske rasti, povečanje neposrednih vhodnih in izhodnih investicij, spodbujanje promocije podjetništva kot družbeno kulturo, spodbujanje večje produktivnosti in povezovanja podjetij, spodbujanje inovativnosti in uvajanje visokih tehnologij ter razvoj in prilagoditev novih oblik projektnega in lastniškega financiranja podjetij.

Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve predvsem pripomore k pospeševanju podjetništva s programi samozaposlovanja, z informativno-izobraževalnimi programi in sofinanciranjem delovnih mest ter novega zaposlovanja. Program spodbujanja samozaposlovanja nudi pomoč in sofinancira stroške spodbujanja podjetništva (Sever 2004, 55).

Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport preko šolskih programov vpliva na podjetništvo in razvoj R&R, tako v izobraževalnih ustanovah kot v podjetjih. Spodbuja podjetništvo na področju raziskovalnih in razvojnih projektov, inovativnih izdelkih ter tehnologiji (Sever 2004, 56).

Slovensko gospodarsko-raziskovalno združenje je nevladno predstavništvo slovenskega gospodarstva in raziskovalne sfere v Bruslju (Sever 2004, 56). SGRZ se od informacijsko lobističnih organizacij razlikuje po tem, da predstavlja in povezuje slovensko gospodarstvo, znanost in raziskave ter da na osnovi javno – zasebnega partnerstva povezuje javne interese z interesi podjetij in raziskovalne sfere. Primarne naloge SGRZ so, spodbujati sodelovanje na gospodarskem in raziskovalnem področju med Slovenijo in EU, pomagati članom združenja pri vključevanju na notranji trg EU in jih podpirati pri sodelovanju v evropskih programih in pri koriščenju finančnih spodbud skupnosti ter promovirati slovensko gospodarstvo in raziskovalno sfero v evropskih institucijah.

Slovenska izvozna družba izvaja programe, ki so predvsem namenjeni, da zavarujejo kratkoročne izvozne terjatve pred komercialnimi in nekomercialnimi tveganji. Pred komercialnimi tveganji zavaruje tudi domače terjatve, investicije slovenskih podjetij, v tujini pa pred političnimi tveganji. Nudi tudi bonitete, kreditne informacije ter pravna in poslovna svetovanja. Izvozno usmerjenim MSP zagotavlja srednjeročne in dolgoročne kredite za pripravo izvoza, pa tudi likvidnostne kredite in kredite za širitev dejavnosti. Izvoz ponuja številne prednosti podjetju, vendar mnoga podjetja na žalost ne izkoristijo številnih priložnosti, ki se ponujajo na svetovnem trgu (Osojnik 2001, 14).

Agencija Republike Slovenije za regionalni razvoj predvsem usklajuje, promovira in izvaja regionalno politiko z namenom, da doseže uravnotežen in trajnostni razvoj (Sever 2004, 57). Je povezovalni člen med nacionalnimi, regijskimi in lokalnimi organizacijami ter institucijami EU. Cilj agencije je zmanjševati razvojni zaostanek Slovenije za povprečjem EU, kar je možno doseči le z dvigom konkurenčnosti Slovenije in slovenskih regij. Poleg tega spodbuja medregijsko sodelovanje in je nosilec programa čezmejnega sodelovanja, ki namenja donacije za oblikovanje prekomejnih mrež

gospodarskih subjektov, pospeševanje uporabe informacijskih tehnologij v obmejnem območju ter usposabljanje MSP za uporabo informacijskih tehnologij.



4 STRATEGIJE RAZVOJA MSP V SLOVENIJI

Slovenija z včlanitvijo v EU dobiva nov institucionalni in razvojni okvir, ki temeljito spreminja pogoje in načine uresničevanja slovenskega nacionalnega razvoja.

Kot članica EU mora poiskati načine, kako bo svoje nacionalne cilje dosegla na trajnosten način in v okviru skupnih evropskih pravil, politik in strategij, zlasti prenovljene Lizbonske strategije. Spoznati mora svoje dosedanje slabosti in razvojne priložnosti ter si odgovoriti na vprašanje, kako si znotraj EU zagotoviti hitrejši gospodarski razvoj, večjo zaposlenost in socialno varnost.

V zadnjih letih se je gospodarska rast v Sloveniji upočasnila predvsem zaradi počasnega prestrukturiranja gospodarstva ter neugodnih gospodarskih razmer v svetu. Iz evropskega poročila o izvajanju listine za mala podjetja izhaja, da Slovenija še vedno ne izpolnjuje vseh načel listine, predvsem na področjih zastopanja interesov najmanjših gospodarskih subjektov. Z vstopom Slovenije v EU smo zavezani tudi k doseganju Lizbonskih ciljev, kjer so prioriteta konkurenčnost in rast ter zaposlovanje. Rezultati analize doseganja ciljev Lizbonske strategije pa za Slovenijo niso pozitivni. Spodbujanje podjetništva, razvoj malega gospodarstva in izboljšanje konkurenčnih sposobnosti podjetij bomo izboljšali s pomočjo ukrepov, ki izhajajo iz politike podjetništva in konkurenčnosti. Ključni dejavniki konkurenčnosti podjetij so znanje, inovativnost, nove tehnologije ter podjetništvo. Izboljšanje stanja bo razvidno v neto prirasti podjetij letno, povečanju investicij v sektorju MSP, cenejši in hitrejši postopki ustanovitve podjetij, večji gospodarski rasti, povečanju števila zaposlenih ter zmanjševanju zaostanka v primerjavi s povprečjem EU.

Osnovni cilj strategije oz. ukrepov je trajnostno povečanje blaginje državljanov Slovenije, ki jo opredeljujemo kot uravnoteženo celoto gospodarskih, socialnih in okoljskih sestavin. Omejila se bom na vsebino gospodarskega razvoja, saj je v tem delu opredeljen tudi razvoj MSP. Ukrepi na področju gospodarstva zajemajo predvsem povečanje stopnje rasti bruto domačega proizvoda. Prestrukturiranje v podjetjih je nujen proces za povečanje konkurenčnosti podjetniškega sektorja in s tem zagotavljanje nadaljnje dinamične rasti slovenskega gospodarstva. Naloga države je, da po eni strani skrbi za stabilno makroekonomsko okolje, da bi podjetja normalno delovala in dolgoročno načrtovala ter realizirala svoj razvoj, po drugi strani pa mora država spodbujati in pomagati gospodarskim subjektom, da se lotijo aktivnega izkoriščanja svojih konkurenčnih prednosti v EU.

V nadaljevanju bom predstavila dva programa ukrepov za spodbujanje MSP v Sloveniji, in sicer Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti 2007–2013 ter program vlade Republike Slovenije za spodbujanje internacionalizacije podjetij za obdobje 2005–2009.

4.1 Ukrepi za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti 2007–2013

Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013 je instrument, s katerim Ministrstvo za gospodarstvo izvaja aktivnosti za spodbujanje podjetništva, razvoj MSP in dvig konkurenčnih sposobnosti podjetij. Po svoji vsebini izhaja iz štirih strateških dokumentov, ki posegajo na področje ekonomske politike: Strategije razvoja Slovenije za obdobje 2007–2013, ki jo je vlada sprejela dne 23.6.2005, Program reform za izvajanje Lizbonske strategije, pripravljen v letu 2005, Predlog konceptov ekonomskih in socialnih reform za povečanje konkurenčnosti slovenskega gospodarstva, ki jih je vlada sprejela 3. novembra 2005 ter Nacionalni raziskovalni in razvojni program za obdobje 2006–2010, potrjen na vladi 15.9.2005. Program ukrepov tako predstavlja akcijski dokument za izvedbo ukrepov, ki jih zahtevajo nadrejeni dokumenti (Vlada RS 2007, 6–7).

Program ukrepov temelji na štirih osnovnih poglavjih, ki so med seboj povezani v celoto. Omejila se bom na ukrepe, ki so koristni in namenjeni predvsem MSP, in sicer (Vlada RS 2007, 5):

- spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja,
- znanje za gospodarstvo,
- razvoj in inovacije v gospodarstvu ter
- spodbujanje malih in srednje velikih podjetij z lastniškimi in dolžniškimi viri.

4.1.1 Spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja

Dosedanji ukrepi Ministrstva za gospodarstvo na področju promocije podjetništva so se izvajali na osnovi Programa ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti 2002–2006 (Vlada RS 2007, 10). Izvajali so stalne promocije podjetništva z namenom, da izboljšajo kulturo Slovenije preko Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo. Vzpostavili so sistem VEM (vse na enem mestu) - ta je začel delovati leta 2005. Zagotavlja pa informacijske in svetovalne storitve ter možnost registracije z organi javne uprave. Rezultat delovanja VEM so predvsem skrajšan čas potreben za ustanovitev samostojnega podjetnika v enem do dveh dneh. V letu 2006 pa se je zaradi prepoznavnosti tudi formalno vzpostavila mreža VEM, ki preko usposobljenih svetovalcev izvaja storitve za podjetnike. V letu 2002 so začeli izvajati vavčerski sistem svetovanja, glavni koordinator je JAPTI, v letu 2005 je bilo opravljenih kar 2466 vavčerskih svetovanj delujočih podjetij, kar je v primerjavi s letom 2002, ki jih je bilo okoli 1200, pozitivno. Program poklicnega uveljavljanja žensk se je preko JAPTI začel izvajati leta 2002. Do leta 2005 so v okviru brezplačnega svetovanja izvedli več kot 4600 svetovanj, izvedli so več kot 140 mednarodnih dogodkov ter izvedli številne motivacijske delavnice. Naslednji program, ki se je izvajal v preteklih letih, je tudi program podjetništva na podeželju, kjer glavni koordinatorji so podeželski razvojni jeder (PRJ), ki je neprofitna institucija, ki izvaja aktivnosti na področju

svetovanja in usposabljanja ljudi za podjetništvo na podeželju. V letu 2003 do leta 2005 je bilo realiziranih 205 samozaposlitev in drugih oblik zaposlitev.

Prihodnji ukrepi so predvsem namenjeni promociji podjetništva in izobraževanju za podjetništvo, povečanje poznavanja in koriščenja podpornih storitev za potencialne podjetnike in že delujoča podjetja ter razvijanje učinkovitega in transparentnega podpornega okolja (Vlada RS 2007, 13). Podporna okolja bodo povezana z enotnim informacijskim sistemom; na ta način bo zagotovljena sinergija med posameznimi ukrepi in spremljanje vseh programov z namenom doseganja skupnih ciljev.

Znotraj ukrepa promocije podjetništva in izobraževanja za podjetništvo je osnovni cilj okrepiti zaupanje mladih v lastne sposobnosti in znanje, jih seznaniti z osnovnimi principi delovanja podjetniške družbe in z osnovnimi veščinami podjetništva, kar bo spodbudilo hitrejši prenos idej na trg. Namenjen je predvsem potencialnim in že obstoječim podjetjem ter vsem študentom in učiteljem na vseh nivojih formalnega izobraževanja. Za MSP bo predvsem koristen, ker je eden od ovir razvoja pomanjkanje znanja. Izvajale se bodo predvsem naslednje aktivnosti (Vlada RS 2007, 14):

- promocija podjetništva, podjetniške kulture in podpornega okolja preko javnih medijev,
- priprava brošur in drugega promocijskega materiala,
- organiziranje raznih dogodkov, sejmov s področja podjetništva,
- na vseh ravneh izobraževanja vključitev vsebin podjetništva s poudarkom povezovanja teorije s prakso ter
- oblikovanje fleksibilnih študijskih programov tudi na tujih univerzah.

V okviru podpore vstopnim točkam VEM se bo nadgradila že delujoča mreža na lokalnem nivoju. Podporne storitve bodo dostopne in namenjene vsem zainteresiranim. Vstopne točke bodo na enem mestu zagotavljale splošne in posebne informacije za vse ciljne skupine (npr. možnost pridobivanja finančnih sredstev, možnosti ustanavljanja podjetij itd.), nasvete glede razvoja poslovnih idej, promocijo podjetniške kulture na lokalnem nivoju ter možnost registracije podjetja in s tem povezanih sprememb. Sočasno se bodo zaradi poenostavitve administrativnih postopkov za nastajanje in razvoj podjetij izvajale aktivnosti v smeri izboljšanja kakovosti obstoječe in nove zakonodaje.

S programom vavčerskega svetovanja želi država zagotoviti podjetnikom lokacijsko in cenovno dostopne svetovalne storitve, namenjen je MSP ter potencialnim podjetnikom, ki se odločajo za podjetniško pot. Vavčersko svetovanje zajema svetovanje s področja funkcij podjetja, razvojno naravnanih programov in projektov, primernost izbrane statusne oblike (Vlada RS 2007, 17). Pri potencialnih podjetnikih pa svetovanje s področja preveritve poslovnih idej, izdelave poslovnih načrtov in druga svetovanja, ki jih potrebujejo pri samem zagonu podjetja. Namen programa vavčerskega usposabljanja pa je lažji dostop do različnih vrst usposabljanja po subvencioniranih

cenah z namenom zagotovitve potencialnim podjetnikom in zaposlenim v MSP lažje prilagajanje nivoju znanja, potrebnega za delovanje, ohranjanje in rast podjetja. Usposabljanje bodo izvajale za to usposobljene institucije na nacionalnem in lokalnem nivoju, zajemalo pa bo usposabljanje na področju poslovnih funkcij podjetja, intelektualne lastnine, davkov, prava, računovodstva, mednarodnega poslovanja ter usposabljanje managerjev, s poudarkom na internacionalizaciji gospodarstva.

4.1.2 Znanje za gospodarstvo

Znanje je eden izmed ključnih dejavnikov konkurenčnosti sodobnega gospodarstva, zato so bili dosednji ukrepi Ministrstva za gospodarstvo usmerjeni predvsem v spodbujanje mladih raziskovalcev ter uvedba programa dualnega izobraževanja. Namen teh ukrepov je bil, spodbuditi priliv razvojno-raziskovalnega kadra v gospodarstvo in s tem krepitev razvojnih jeder podjetij preko sofinanciranja dela stroškov mladih raziskovalcev. Majhno število visoko izobraženih kadrov je posledica različnih dejavnikov, od nizke stopnje razvitosti slovenskega gospodarstva glede na visoke tehnologije, kot tudi visokih stroškov, ki so vezani na zaposlovanje visoko izobraženih kadrov. To se predvsem odraža pri zaposlovanju v MSP.

Prihodnji ukrepi so usmerjeni v krepitev notranjih sposobnosti podjetij za intenzivnejši, na znanju temelječ razvoj, predvsem na področju tehnologij, kar bo omogočalo slovenskemu gospodarstvu, še posebej pa MSP, obvladovanje vse hitrejšega tehnološkega napredka kot glavnega vira za povečanje konkurenčnosti v globalnem prostoru (Vlada RS 2007, 23). Programi so usmerjeni v krepitev človeških virov s stimuliranjem deleža visoko kvalificiranih kadrov v gospodarstvu. Učinkovito izvajanje ukrepov bo možno le v primeru sodelovanja z drugimi ministrstvi ter izvajalskimi institucijami.

Ukrep »Razvojniki za gospodarstvo« se bo izvajal z namenom, da poveča kakovost in uporabnost znanstvenega in raziskovalnega razvojnega dela, poveča pretok znanja med gospodarstvom, raziskovalnimi institucijami ter univerzami. Program je razdeljen na tri ukrepe in sicer (Vlada RS 2007, 26–31):

- *Mladi temeljni raziskovalci v podjetjih*; namen ukrepa je vzpostaviti most med raziskovalno sfero in podjetji, kajti z doktorskim študijem na temah, relevantnih za podjetja, bodo podjetja pridobila nova temeljna znanja na področju njihove dejavnosti skozi izvedbo raziskav, hkrati pa bodo mladim raziskovalcem omogočili pogoje za pridobitev doktorata znanosti. S tem ukrepom želi ministrstvo povečati delež najvišje izobraženih kadrov v podjetjih.
- *Povečanje mobilnosti visokokvalificiranih kadrov v gospodarstvu*; s strani države je namen programa usmerjen v sofinanciranje stroškov razvojnega dela raziskovalcev (magistrov in doktorjev), ki bodo z univerz in neprofitnih organizacij prehajali v podjetja, predvsem iz velikih podjetij v MSP. Program bo

omogočal tudi pridobivanje ustreznega vrhunškega kadra iz tujine, predvsem na področjih, kjer v Sloveniji beležimo primanjkljaj znanja oz. kadrov. Iz prakse je vidno, da so velika podjetja lažje zaposlovala visokokvalificiran kader kot MSP. Običajno tiči razlog v tem, da imajo velika podjetja boljše delovne pogoje, bolj varne in privlačnejše kariere. Namen ukrepov je tudi, izboljšati izobrazbeno strukturo v MSP. Prehod visokokvalificiranega kadra iz velikih podjetij v MSP predstavlja za malo podjetje pomemben prenos znanja ter povečanje inovacijskih zmožnosti.

- *Raziskovalno razvojne dejavnosti interdisciplinarnih razvojnih skupin v podjetjih*; ukrep je usmerjen v spodbujanje podjetij za intenzivnejši razvoj, kar bo omogočilo slovenskemu gospodarstvu obvladovanje vse hitrejšega tehnološkega napredka. Ministrstvo spodbuja podjetja da z mobilnostjo visokokvalificiranega kadra ustanavljajo interdisciplinarne teame (glede na strokovna znanja ali izobrazbeno strukturo) za izvajanje načrtovanih raziskav.

4.1.3 Razvoj in inovacije v gospodarstvu

Inovativnost in tehnološki razvoj sta ključna dejavnika konkurenčnosti in razvoja sodobnega gospodarstva. Države, za katere velja, da temeljijo na znanju in inovativnosti, imajo visoko usposobljeno delovno silo, ustrezno informacijsko infrastrukturo ter večja produktivnost dela. Slovenija močno zaostaja za povprečjem EU po produktivnosti dela, razlika pa se s povečevanjem velikosti podjetij pogloblja. Neučinkovitost se odraža tudi v majhnem deležu inovacijsko aktivnih podjetij, saj je delež vseh inovacijsko aktivnih podjetij v Sloveniji le okrog 21 % glede na povprečje v EU, kjer je delež 44 %. Delež inovacijskih podjetij močno upada z velikostjo podjetja, in sicer je med srednje velikimi podjetji ta delež v Sloveniji le še 28 %, med malimi pa 13 %.

Dosedanji ukrepi so bili usmerjeni v krepitev dejavnikov konkurenčnih prednosti podjetij v pogojih globalne konkurence. Ukrepi so bili usmerjeni predvsem v spodbujanje podjetniških vlaganj v tehnološki razvoj in inovativnost, spodbujanje internacionalizacije, uvajanje strategij za povečanje produktivnosti ter povezovanje podjetij in razvoj grozdov (Vlada RS 2007, 33).

Prihodnji ukrepi bodo usmerjeni v vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja, v vzpostavitev ustrezne infrastrukture, tako lokalnega kot tudi nacionalnega pomena, in krepitvi finančnih virov za razvoj, raziskave in inovacije v slovenskem gospodarstvu (Vlada RS 2007, 33).

Eden od ukrepov se nanaša na vzpostavitev ustrezne infrastrukture na geografskih področjih v Sloveniji, kjer imamo dovolj veliko maso znanja, gospodarskega razvoja ter koncentracije samega gospodarstva in prebivalstva. V okviru poslovno-industrijsko-logističnih območij se upošteva strateška lega tovrstnih con z vodika logistike, prometnih povezav, bližine meje, kot tudi velikosti samih zemljišč, ki morajo zagotoviti

ustrezno površino za spodbujanje domačih kakor tudi tujih investicij. Tehnološki parki pa zagotavljajo prostorsko koncentracijo dejavnosti, ki poteka v novih visokotehnoloških podjetjih, ki vstopajo v tehnološke parke zaradi posebnega spodbudnega okolja, lažje izmenjave informacij in znanj ter koncentracije razvoja in znanja na enem mestu. Podjetniški inkubatorji pa nudijo okolje z ugodnimi pogoji delovanja novega podjetja ter zagotavljajo ustrezno infrastrukturo ter skupne storitve. Inkubacijska doba znaša praviloma tri leta. Univerzitetni inkubatorji pa predstavljajo okolje za realizacijo podjetniških pobud znotraj univerz ter na ta način pomagajo pri prenosu inovativnega potenciala, tehnologij kot tudi inovacije na tržišče.

Zaradi potrebe po pospešenih vlaganjih v znanje in razvoj v slovenskem gospodarstvu so naslednji ukrepi namenjeni okrepitvi na področju doseganja poslovne odličnosti (Vlada RS 2007, 41). Uvajanje evropskega modela odličnosti v slovenska podjetja zagotavlja enotno platformo za primerjave z ostalimi organizacijami, tako v Evropi kot širše. Za razvoj v gospodarstvu je zelo pomembno povezovanje gospodarstva z institucijami znanja v skupnih razvojnih projektih, ki omogočajo razvoj novih, na znanju temelječih tehnologij ter s tem povezanih izdelkov in storitev visoko dodane vrednosti. Pristopi k odličnosti poslovanja podjetij so pristopi, ki izboljšujejo učinkovitosti poslovnih procesov, spremembe v organizaciji podjetja, spreminjajo organizacijsko kulturo ter imajo ugoden vpliv na klimo v podjetju.

Ukrepe za spodbujanje tehnoloških investicij bo izvajalo Ministrstvo za gospodarstvo neposredno ali preko izvajalskih institucij. Namen ukrepa je spodbujanje podjetij v investicijska vlaganja visokotehnoloških in inovativnih proizvodov oziroma storitev, kar se bo izražalo v večji rasti in produktivnosti ter konkurenčnejšem nastopu na globalnem trgu s subvencijami. Tehnološke investicije se morajo navezovati na nove proizvode oziroma storitve z večjo dodano vrednostjo (Vlada RS 2007, 45). Predmet sofinanciranja so začetne investicije v osnovna (zemljišča, zgradbe, oprema itd.) in neopredmetena sredstva (licence, nakup patentov itd.), predvsem pri vzpostavitvi novega obrata, širitvi obstoječega obrata, diverzifikaciji izdelkov obrata z novimi dodatnimi izdelki ter z bistvenimi spremembami proizvodnega procesa v obstoječem obratu. Spodbujanje podjetij za uvajanje procesnih in organizacijskih inovacij v poslovne sisteme bo sofinancirano s strani države. Procesna inovacija je opredeljena kot izvajanje novih ali znatno izboljšanih proizvodnih metod, organizacijska inovacija pa pomeni izvajanje novih organizacijskih metod v poslovnih praksah podjetja. Inovacija je torej sprememba, ki je uvedena v ekonomski proces z namenom učinkovitejše izrabe obstoječih virov. Inovacija prinese v obstoj nekaj novega, kar udejanjimo na trgu (Berginec in Krč 2001, 157–158).

Ena od pomanjkljivosti sedanjega razvoja Slovenije je predvsem nizka inovativnost gospodarstva, ki je nujna ne samo za preživetje, temveč tudi za preboj na globalnih trgih. Že samo razvoj novih izdelkov, procesov in storitev na podlagi novih tehnologij, je pokazalo znatno gospodarsko rast. Ukrepi so usmerjeni v dvig inovativnosti podjetij

ter za splošno podporo inovacijam, vzpostavitev in delovanje inovacijskega okolja in kulture, spodbujanje h kreativnosti na vseh področjih poslovanja ter podpiranje rasti mladih inovativnih podjetij. V Sloveniji je bilo ustanovljenih veliko podpornih institucij, ki delno ali v celoti delujejo na področju inovacij. Omejenost se odraža predvsem zaradi neučinkovitega povezovanja ter usklajenega delovanja med omenjenimi institucijami, kar seveda onemogoča sinergijo ter enotno podporno okolje na področju inovacij. Nov program pa spodbuja prav ustanovitev sistema podpornega okolja na področju inovacij po principu - vse na enem mestu. Potreba po tem se kaže na zelo specifičnem področju zaščite, trženja in posredovanja inovacij, kot tudi na področju povezovanja s potencialnimi partnerji. Naloga Centra za konkurenčnost in inovativnost bo povezovanje posameznih elementov podpornega okolja v učinkovito celoto, predvsem Tehnološke parke, Podjetniške in Univerzitetne inkubatorje ter VEM. Hkrati bo nudil podporo podjetjem in inovacijam, prvenstveno z ustreznim in učinkovitim kroženjem informacij med subjekti podpornega okolja in njihovimi uporabniki. Uporabniki storitev bodo predvsem podjetja s poudarkom na mikro ter MSP, posamezniki, razvojno raziskovalne institucije ter različne oblike organizacijsko-vsebinskih oblik (grozdi, tehnološke mreže itd.).

Ministrstvo za gospodarstvo bo v sodelovanju z ostalimi institucijami za inovacije s sofinanciranjem stroškov pomagalo MSP pri pridobivanju in potrjevanju patentov in drugih pravic industrijske lastnine (Vlada RS 2007, 52). Upravičeni stroški bodo vsi stroški nastali pred podelitvijo pravice na izvorni stopnji pristopnosti, vključno s stroški priprave, vlaganji in obravnavo prošnje ter stroški nastali pri zaščiti veljavnosti pravice med uradno obravnavo prošnje. Poleg tega bo Ministrstvo za gospodarstvo dodeljevalo nepovratna sredstva za zagon in rast novonastalih in inovativnih podjetij. Oblike nepovratnih sredstev, merila in pogoji bodo definirani v posameznem javnem razpisu. Novonastala podjetja lahko prvič pridobijo sredstva v fazi razvoja ideje proizvoda oz. storitve. Subvencije se bodo dodeljevale največ za tri razvojne faze ob pogoju, da se uspešno zaključi predhodna faza in realizira pričakovane rezultate.

4.1.4 Spodbujanje MSP z lastniškimi in dolžniškimi viri

Razvojne investicije in širjenje inovativnosti za hitrejše nadomeščanje obstoječih proizvodov, z novimi proizvodi višje kvalitete in nižjimi stroški proizvodnje, so ključna gonilna sila razvoja MSP. Slovenija v primerjavi z gospodarsko uspešnejšimi državami prav na teh področjih bistveno zaostaja. Potrebe podjetniškega okolja kažejo na povpraševanje po tveganih virih financiranja (garancije, ugodni krediti itd.) in po neposrednih spodbudah za ustanovitev, zagon, rast podjetij in za povečanje dodane vrednosti na zaposlenega v MSP (Vlada RS 2007, 59). Prav zaradi pomembnega vpliva MSP na gospodarstvo, se danes v veliki večini razvitih držav posveča velika pozornost pomanjkanju lastniških sredstev za financiranje MSP v njihovih zgodnjih fazah razvoja.

Dolžniških virov financiranja je v tej fazi skoraj nemogoče pridobiti, zato ostajajo edini vir lastniški viri, ki pa v velikih primerih niso zadostni pri ustanovitvi podjetja.

Dosedanji ukrepi so bili usmerjeni predvsem v podjetniške centre, ki so v manjšem obsegu pokrivala manjše investicije MSP v posameznih regijah. Na lokalni ravni so občine zagotavljale ugodne finančne vire za podjetja predvsem v obliki mikro kreditov in subvencioniranjem obrestnih mer. Ukrepe finančnih podpor na nacionalni ravni pa je do sedaj izvajal Slovenski podjetniški sklad. Finančni instrumenti, ki jih je javni sklad ponujal, so bili neposredni krediti, posredni krediti preko bank, garancije ter subvencije obrestnih mer.

Prihodnje ukrepe spodbujanja podjetništva z lastniškimi in dolžniškimi viri bo izvajal Slovenski podjetniški sklad z zagotavljanjem finančnih instrumentov, ki bo pri oblikovanju svojih produktov upošteval trende, izhajajoče iz makroekonomskega okolja in tržnih potreb. Slovenski podjetniški sklad se bo povezoval z evropskimi finančnimi institucijami pri izvajanju določenih programov s slovenskimi bankami ter črpala sredstva strukturne politike EU. Ob že obstoječih oblikah dolžniškega financiranja bodo izvajali garancije za podporo investicijam MSP, mikrogarancije in mikrokrediti. Pričeli bodo z razvojem instrumentov lastniškega financiranja, ob tem pa bodo izobraževalne, informativne in druge aktivnosti pripomogle pri širjenju uporabe novih finančnih instrumentov in kakovostnemu vključevanju MSP v programe. Slovenski podjetniški sklad bo sodeloval tudi s ostalimi institucijami za spodbujanje podjetništva na lokalni in regionalni ravni, tehnološkimi parki ter inkubatorji z namenom doseganja sinergijskih učinkov dodeljevanja državne pomoči (Vlada RS 2007, 61).

Spodbujanje hitro rastočih in inovativnih MSP z lastniškimi viri je eden od ukrepov, s katerim želijo zagotoviti ugodne lastniške finančne vire, to je tvegani kapital. Zato se bo vzpostavil sklad tveganega kapitala, ki bo deloval po principu javno zasebnega partnerstva, financiran pa bo z javnimi sredstvi. Država bo preko javnega sklada tveganega kapitala iz zasebnih skladov tveganega kapitala nastopala v lastniškem financiranju MSP v smeri pospeševalca naložb tveganega kapitala iz zasebnih skladov, s poudarkom na novih tehnološko usmerjenih in hitro rastočih podjetjih. Slovenski podjetniški sklad pa bo preko tujih investitorjev pridobila potrebna znanja o upravljanju in vodenju sklada tveganega kapitala.

Slovenski podjetniški sklad bo istočasno spodbujal investicijska vlaganja MSP z dolžniškimi viri (kredit, garancije itd.). Namen ukrepa je spodbujanje investicijskih vlaganj v fazi rasti in nadaljnjega razvoja MSP na podlagi kreditov z nižjo obrestno mero od tržne obrestne mere z ugodnimi finančnimi leasingi in ugodnimi pogoji odobritve dolžniških virov. S tem ukrepom želijo povečati število MSP, ki se odločajo za rast in razvoj tudi v drugi fazi obstoja podjetja in na ta način pospešiti prehod iz mikro v MSP z večjo stopnjo konkurenčne sposobnosti. Poleg tega je namen ukrepa tudi zmanjševanje poslovnega tveganja z garancijami predvsem tako, da se oblikuje garancijski sklad, nudi pomoč pri izvajanju garancij, zavarovanju lastniških naložb s

pomočjo javnih skladov za zavarovanje bančnih naložb v podjetnike začetnike, z delitvijo tveganj med komercialnimi bankami in drugimi finančnimi institucijami ter javnimi institucijami. Sklad bo omogočal garancije za delno zavarovanje bančnih kreditov, ki jih najemajo MSP za izvedbo razvojnih investicij. Zaradi garancije, ki jo za zavarovanje kredita izda izvajalska institucija, se podjetju omogočijo manjše obremenitve s hipotekami, nižji stroški zavarovanja kreditov ter enostavnejše najemanje kreditov za razvojne investicije. Slovenski podjetniški sklad bo omogočal naslednje finančne instrumente (Vlada RS 2007, 62):

- posredne investicijske kredite z bankami (zniževanje obrestne mere za investicijske dolgoročne kredite),
- posredovanje pri oblikovanju obrestnih mer in subvencioniranje obrestne mere oziroma stroškov financiranja pri bankah,
- neposredne kredite novim podjetjem, ki zaradi začetka poslovanja ne morejo pridobiti finančnih virov pri bankah,
- garancije za mlada podjetja, ki nimajo zadostnih jamstev za pridobitev bančnih kreditov,
- mikrogarancije za kratkoročne likvidnostne kredite,
- garancije za ostale oblike razvojnega investiranja (garancije za lastniško financiranje itd.),
- garancije podjetjem za zmanjšanje obremenjenosti hipotek,
- garancije na leasing (finančni zakup) ter
- zniževanje obrestne mere in drugih stroškov pri leasingu za nakup strojev in opreme.

Ministrstvo za gospodarstvo s temi ukrepi pričakuje, da se do leta 2013 pri posrednih investicijskih kreditih odpre vsaj 250 novih delovnih mest v podprtih podjetjih in približno 5 % višja dodana vrednost na zaposlenega v podprtih podjetjih od povprečja v panogi. Poleg tega pričakuje pri mikrokreditih in neposrednih kreditih novim podjetjem odprtje vsaj 120 delovnih mest v podprtih podjetjih in približno 1 % višja dodana vrednost na zaposlenega v podprtih podjetjih od povprečja v panogi. Pri garancijah in po-garancijah pričakuje vsaj 250 novih delovnih mest v podprtih podjetjih in pri garancijah 3 % višja dodana vrednost na zaposlenega ter pri po-garancijah pa 2 % višja dodana vrednost na zaposlenega v podprtih podjetjih.

4.2 Program vlade RS za spodbujanje internacionalizacije podjetij 2005–2009

Internationalizacija je večrazsežnostni proces naraščajočega vključevanja v mednarodne aktivnosti, sestavljen iz več posameznih komponent. Najpomembnejši deli strategije internacionalizacije so strategija izbire trgov, strategija vstopa in strategija proizvodov, pomembne pa so tudi druge dimenzije (Ruzzier 2002, 78).

Podjetja, ki ne vstopajo v proces internacionalizacije, ne dosegajo ekonomij obsega, ne povečujejo učinkovitosti poslovanja in izgubljajo pri mednarodni konkurenčnosti (Ruzzier in Konečnik 2007, 42).

Republika Slovenija je z vstopom v EU prevzela oblikovanje ukrepov in razvojnih spodbud za povečanje mednarodne konkurenčnosti podjetij, kamor sodijo tudi spodbude za internacionalizacijo podjetij, ki imajo ugodne učinke na nacionalno gospodarstvo. Internacionalizacijo podjetij podirajo in spodbujajo številne vladne in nevladne institucije (Ministrstvo za gospodarstvo, PCMG, GZS, OZS itd.), ki pa imajo kljub številčnosti v primerjavi z drugimi evropskimi državami na voljo bistveno manj kadrovskih in finančnih virov. Slovenska podjetja so pri svojih prizadevanjih za uspešno nastopanje na tujih trgih deležna manjše podpore kot konkurenčna podjetja v ostalih državah članicah EU, kar pa je največ vidno na MSP, ki se brez ustrezne podpore težko odločajo za nastop na tujih trgih.

Na podlagi ugotovitev, položaja RS znotraj enotnega evropskega trga ter interesa za izboljšanje konkurenčnosti slovenskega gospodarstva je Državni zbor Republike Slovenije v letu 2004 sprejel Zakon o spodbujanju tujih neposrednih investicij in internacionalizacije podjetij (Uradni list RS št. 86/04). Zakon definira spodbujanje internacionalizacije podjetij kot dejavnosti in ukrepe, ki prispevajo k večji konkurenčnosti v mednarodni menjavi rezidentov, kot so na primer: spodbujanje izvoza, spodbujanje racionalizacije nabavnih virov in spodbujanje izhodnih tujih neposrednih investicij. Zakon Vladi RS v 10. členu nalaga, da sprejme program spodbujanja internacionalizacije podjetij (Vlada RS 2005, 3–4).

Program internacionalizacije podjetij je izdelan za obdobje 2005–2009 in ga bo Vlada vsakoletno sproti dopolnjevala.

4.2.1 Opredelitev ciljev

Cilj spodbujanja internacionalizacije podjetij je, da se z učinkovito uporabo javnih in zasebnih finančnih sredstev izboljša konkurenčnost rezidentov v mednarodni menjavi in da se zmanjšajo stroški in tveganja pri vstopih rezidentov na trge izven območja RS. Utrjeval bo in krepil položaj slovenskih podjetij v pogojih mednarodne konkurence. Z izvajanjem programa RS ne bo dajala prednosti posameznim podjetjem, ampak je dejavnost programa internacionalizacije usmerjala k podjetjem z visokim izvoznim potencialom – prioritarno k MSP pri vstopanju na tuje trge, hkrati pa tudi velikim podjetjem z izkušnjami v mednarodnem poslovanju, ki iščejo nove poslovne priložnosti na tujih trgih.

Konkretni cilji programa so (Vlada RS 2005, 4–5):

- *Povečanje števila prvih vstopov MSP na tuje trge*; MSP predstavljajo s svojo inovativnostjo, dinamičnostjo in prilagodljivostjo enega ključnih vzvodov gospodarske rasti, vendar so soočeni z večjimi težavami pri financiranju internacionalizacije (predvsem pri enkratnih stroških vstopa, ki pomenijo stroške

zbiranja informacij, predstavitev na tujih trgih in iskanje ustreznih distribucijskih poti). Poleg tega se soočajo s težavami, ki jih prinaša asimetričnost informacij, saj velika podjetja lažje financirajo drage marketinške in tržne raziskave, imajo več izkušenj z vstopom na nove trge ter imajo pogoste stike s tujimi partnerji, ki jim pomagajo z informacijami o strukturi zunanjih trgov. Program spodbuja tako podjetja, ki želijo prvič izvažati, kot tudi tista, ki že izvažajo pa želijo vstopiti na nov trg. Pričakovani rezultat je, da se bo v letih 2005–2009 število novih vstopov na tuje trge povečalo vsaj za deset podjetij letno.

- *Povečanje izvoza blaga, storitev in neposrednih investicij slovenskih podjetij v tujino*; RS mora zlasti na področju MSP ustvariti kritično jedro dinamičnega razvoja, mednarodne konkurenčnosti ter gospodarskega razvoja. Izvajati mora dejavnosti iz programa predvsem zaradi podpore pri povečanju konkurenčnosti MSP na tujih trgih. Hkrati pa predstavljati pomoč slovenskim podjetjem tako pri ohranjanju in povečanju tržnih deležev na tradicionalnih izvoznih trgih, kakor tudi pri povečanju izvoza blaga, storitev in neposredno tujih investicij na novih trgih. Pričakovani rezultati med letom 2005–2009 so, da se bo delež izvoza blaga, storitev in neposrednih investicij slovenskih podjetij v tujino povečal za 1 odstotno točko letno.
- *Diverzifikacija slovenskega izvoza*; premajhna diverzificiranost zunanje trgovine pomeni večja izpostavljenost in odvisnost od najpomembnejših trgov ter večja ranljivost. Predvideni rezultati so povečanje vrednosti slovenskega izvoza na vsaj petih tujih trgih letno v obdobju do leta 2009.
- *Zmanjšanje poslovnih tveganj slovenskih podjetij pri vstopanju na tuje trge*; MSP so pri vstopanju na tuje trge izpostavljeni večjim poslovnim tveganjem in visokim stroškom, ki so povezani z različnimi administrativnimi zahtevami. Prav zaradi tega se MSP težje odločajo za razširitev obsega poslovanja na tuje trge. Cilj zmanjševanja poslovnih tveganj pri vstopanju na tuje trge pa predstavlja potencialno znižanje stroškov podjetja.

4.2.2 Dejavnosti in načini za spodbujanja internacionalizacije

RS spodbuja internacionalizacijo podjetij z naslednjimi dejavnostmi, kot so zbiranje in posredovanje zunanjetrgovinskih informacij, svetovalnimi storitvami, podpira promocijo dejavnosti podjetij, nudi izobraževanje za mednarodno poslovanje, opravlja informacijske, svetovalne in druge storitve za nerezidente ter opravlja druge naloge, ki prispevajo k uspešnejši internacionalizaciji slovenskih podjetij.

Za izvajanje dejavnosti spodbujanje internacionalizacije bo zadolžena Javna agencija za spodbujanje internacionalizacijo podjetij (v nadaljevanju JA). K sodelovanju bo pritegnila tudi druge vladne in nevladne institucije, ki po vsebini dela sodijo v okvir

dejavnosti internacionalizacije. JA bo posamezne dejavnosti izvajala na načine (Vlada RS 2005, 7–9):

- *Zbiranja in posredovanja kakovostnih zunanjetrgovinskih informacij*; med ključnimi potrebami podjetij je v ospredju celovita, zanesljiva in pravočasna informiranost. Uporabne informacije za ustrezno servisiranje in spodbujanje internacionalizacijo slovenskih podjetij sodijo predvsem takšne, ki so povezane s tržnimi gibanji (povpraševanje, ponudba na trgu, cenah itd.), s pogoji vstopa na tuj trg (potencialni kupci, carine, davki itd.), s poslovnimi partnerji (kredibilnost in bonitete podjetij), s pravno – formalno podlago delovanja na ciljnem trgu (zakonodaja), z ukrepi ekonomske politike vlad posameznih držav, s tehničnimi predpisi (standardi kakovosti, tehnološki trendi) ter z ostalimi koristnimi informacijami za podjetja (npr. računovodski standardi, tehnološki parki itd.). Pri zbiranju in posredovanju informacij JA zagotavlja optimalno informacijsko podporo podjetjem pri vstopanju na tuje trge, vzdržuje in posodablja svoje podatkovne zbirke, vodi evidenco opravljenih storitev, preverja zadovoljstvo svojih uporabnikov ter preko povratnih informacij spremlja učinke svojega dela.
- *Svetovalne storitve*; pomaga pri usklajevanju podjetij ali podjetnic, sodeluje z državnimi oblastmi in lobira, spremlja dogajanje na trgu in posreduje informacije o poslovnih priložnostih, promovira storitve za podjetja ter informira o pogojih poslovanja v državi.
- *Podpora promocijskim dejavnostim podjetij*; JA izvaja podporo podjetjem, ki na določenem trgu želijo postati prepoznavni oz. želijo uveljaviti svojo blagovno znamko, predvsem z raziskavami prepoznavnosti podjetja v medijih, pripravami in izvedbi promocijske strategije, z distribucijo promocijskih materialov, z organiziranjem novinarskih konferenc, intervjujev, nudijo pomoč pri uvajanju novih izdelkov na trg ter izbirajo ustrezen prostor za izvedbo promocijske akcije podjetij. Poleg tega spodbuja aktivnosti za navezovanje prvih neposrednih stikov med predstavniki domačih in tujih podjetij, kar zagotavlja premostitev informacijske vrzeli pri iskanju potencialnih poslovnih partnerjev na novih trgih z vzpostavljanjem osebnih kontaktov.
- *Izobraževanje in usposabljanje za mednarodno poslovanje*; predstavniki JA se bodo aktivno udeleževali strokovnih posvetov v Sloveniji saj so izobraževalni posveti lahko priložnost za navezovanje stikov med predstavniki podjetij in JA. S specifičnimi programi izobraževanja gre za ponudbo dodatnih marketinških, finančnih, upravljaljskih ter organizacijskih znanj.

Vse zgoraj naštetе dejavnosti imajo za cilj prispevati k odpravljanju ovir pri vstopu slovenskih podjetij na tuje trge; to velja za podjetja, ki želijo prvič izvažati, kot tudi za

tista, ki že izvažajo, vendar želijo vstopiti na nov trg. JA bo za uspešno realizacijo procesa internacionalizacije podjetij sodelovala z vladnimi in nevladnimi institucijami (zbornicami, izobraževalnimi ustanovami, državnimi organi ter drugimi državnimi institucijami), katerih funkcije se neposredno ali posredno prepletajo s programom internacionalizacije podjetij.

V začetni fazi delovanja samostojne JA je pričakovati, da bo prevladujoči vir financiranja program internacionalizacije državni proračun ter prihodki JA v skladu s pogoji delovanja gospodarskih predstavništva v tujini. V letu 2005 je bilo predvidenih štiri do pet predstavništva slovenskega gospodarstva v tujini, v srednjeročnem obdobju pa naj bi mreža obsegala od 15 do 20 predstavništva. Predstavništva v tujini skrbijo predvsem za iskanje primernih poslovnih partnerjev, nudijo pomoč pri ustanavljanju podjetij ali podružnic, spremljajo dogodke na trgu in posredujejo informacije o poslovnih priložnostih, nudijo informacije o pravnem okviru za delovanje poslovnega subjekta na trgu ter se povezujejo z državnimi ustanovami v tujini (Vlada RS 2005, 12).

Na področju svojih dejavnosti za spodbujanje internacionalizacije JA izboljšuje odzivnost na povpraševanja s strani uporabnikov – podjetij na osnovi povratnih informacij sistematično sledi interesom in poslovnim odločitvam uporabnikov, ki so že ali bodo pokazali interes za poslovanje na izbranem tujem trgu.

Internationalizacija slovenskih podjetij je ena izmed ključnih instrumentov ekonomske politike Vlade za povečanje mednarodne konkurenčnosti slovenskega gospodarstva ter pomemben generator pospeševanja gospodarske rasti (Vlada RS 2005, 15). Republika Slovenija s svojimi dejavnostmi za podporo internacionalizaciji posega na trg le v primerih, ko ne obstaja ali pa obstaja slabo razvit in neučinkovit trg informacij, svetovanj ter podpornih storitev za izvoznike. Nenazadnje pa program internacionalizacije podjetij prispeva k izboljšanju celovite podobe RS in njenega gospodarstva v tujini.

5 SKLEP

Slovenija se je znašla pred novimi izzivi, kjer je pomemben korak za nadaljnji razvoj - spodbujanje inovativnosti družbe. Smiselno je vzpostaviti enostaven, pregleden sistem spodbujanja konkurenčnosti in inovativnosti MSP. Spodbujati je treba podjetništvo, tehnološki razvoj ter inovativno okolje. Potrebno je vzpostaviti učinkovite modele in ukrepe za spodbujanje internacionalizacije MSP.

Danes se malo gospodarstvo pri svojem delovanju še vedno srečuje s številnimi ovirami, katerih pa se država, vsaj glede na vsebino sprejetih programov in zakonodaje, v zadnjem času zaveda in jih skuša odpravljati. Največja ovira rasti za MSP še vedno ostaja pomanjkanje finančnih sredstev. Trg tveganega kapitala je premalo razvit, banke pa težko odobrijo tvegana posojila in dostop do državnih pomoči je težak. Največje težave pa pri poslovanju MSP predstavljajo plačilna nedisciplina, previsoki davki in birokratski postopki ter preobsežna administracija.

Glavni cilj podjetniške politike je izboljšanje dostopnosti najboljših podpornih storitev za MSP. Kajti le tako bodo prišla do potrebnih informacij, da postanejo konkurenčna in prispevajo h gospodarski rasti ter višanju stopnje zaposlenosti. Vendar obstoječe podpirne institucije v Sloveniji ne nudijo takšne vrste podpore, kot jo podjetja potrebujejo in ne pod takimi pogoji, kot si jo želijo. Če bodo podpirne institucije v prihodnje izboljšale promocijske aktivnosti, vsebino in pogoje izvajanja prilagojene potrebam podjetij ter širile informacije koristne za podjetja, bodo uspešneje pridobivala potencialne stranke, uporabniki pa bodo z njimi bolj zadovoljni.

Slovensko gospodarstvo bo moralo vložiti še veliko truda, da se podjetništvo uveljavi in tako spodbudi nastajanje novih delovnih mest ter podjetij. Kajti malo gospodarstvo ustvarja pozitivno klimo v državnem gospodarskem prostoru in čeprav vse politične stranke govorijo o tem, da ga je treba podpreti in pospešiti njegov razvoj, je le malo storjenega. To nenazadnje potrjuje tudi dejstvo, da naše ministrstvo lahko nameni le majhen odstotek celotnega državnega proračuna za spodbudo malim in srednjim podjetjem. Oblikovali so strategijo razvoja malih in srednjih podjetij, podjetništva ter konkurenčnosti v Sloveniji. Strategija naj bi predstavljala temelj gospodarskega razvoja, ki ga oblikujejo vsa ministrstva. Z njenim uresničevanjem naj bi spodbudili nastanek splošne pozitivne klime za razvoj podjetništva in rast podjetij, poenostavili bi administrativne in pravne postopke. Le-to bi privedlo slovensko gospodarstvo do uveljavitve podjetništva, ki je eden od ključnih dejavnikov razvoja. Za doseg ciljev je nujno, da podpirne institucije za MSP in država delujeta s skupnimi močmi.

Malo gospodarstvo se zelo dobro zaveda potrebe po podpornih storitvah, predvsem zaradi njihove majhnosti ter za delovanje na globalnem trgu. Glede na obsežnost ponujenih storitev in velikega števila institucij menim, da malo gospodarstvo velikokrat sploh ne ve, na katero institucijo bi se obrnil za nasvet. Najbolj iskane so lokalne institucije (GZS, OZS ...), saj si uporabniki podpornih storitev želijo kakovostno in

Sklep

celovito ponudbo storitev čim bliže podjetju. Moje mnenje je, da jim je poleg bližnje dostopnosti pomembna tudi cena, strokovnost svetovalcev ter večji učinek na podjetje. Menim, da so programi, ki jih institucije podpornega okolja ponujajo malemu gospodarstvu prevečkrat neprilagojeni potrebam in željam malega podjetnika. Institucije bodo morale v prihodnje izboljšati promocijske aktivnosti svojih programov in storitev za malo gospodarstvo, mali podjetniki pa se o teh storitvah podrobneje informirati in jih seveda izkoristiti. Na takšen način bodo morda tudi pravočasno rešili kakšno oviro oziroma težavo, s katero se srečujejo na podjetniški poti.

Po mojem mnenju podporne institucije v Sloveniji pozitivno vplivajo na razvoj in konkurenčno prednost malega gospodarstva, kajti imajo sposobnost hitrega pridobivanja pravih informacij.

LITERATURA

- Belak, Janko in soavtorji. 1993. *Podjetništvo, politika podjetja in management*. Maribor: Obzorja.
- Belak, Janko in soavtorji. 1998. *Razvoj podjetja in razvojni management: posebnosti malih in srednje velikih podjetij*. Gubno: MER Eurocenter.
- Berginec, Jordan in Matjaž Krč. 2001. *Ustvarjalnost in inovativnost v podjetništvu*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
- Brilej, Andreja. 2006. *Podjetniški inkubatorji v Sloveniji*. Diplomsko delo, Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
- Duh, Mojca in Štefan Kajzer. 2002. *Razvojni modeli podjetja in managementa*. Gubno: MER Eurocenter.
- EESO – Evropski ekonomsko-socialni odbor. 2007. *Spodbujanje uspešnosti malih in srednjih podjetij*. [Http://www.eesc.europa.eu/activities/press/eescinfo/2007/info-02-2007-sl.pdf](http://www.eesc.europa.eu/activities/press/eescinfo/2007/info-02-2007-sl.pdf) (maj 2007).
- EIC – Euro Info Center. *Predstavitev EIC*. [Http://eic.japti.si/sl/eic_ljubljana.asp?id_tip1=9](http://eic.japti.si/sl/eic_ljubljana.asp?id_tip1=9) (junij 2007)..
- Gebernik, Michael E. 2004. *Mit o podjetniku*. Ljubljana: Lisac & Lisac.
- Glas, Miroslav. 2000. *Elementi strategije in razvoj politike do malega gospodarstva*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, Center za razvoj podjetništva.
- Glas, Miroslav in Viljem Pšeničny. 2000. *Podjetništvo – izziv za 21. stoletje*. Ljubljana: Gea College.
- Glas, Miroslav in soavtorji. 2005. *Zbornica obrti in podjetništva*. <http://www.ozs.si/ASPDatoteka.asp?ID=1224> (junij 2007).
- Gospodarska zbornica Slovenije. 2006. *Organizacija GZS*. [Http://www.gzs.si/slo/o_gzs](http://www.gzs.si/slo/o_gzs) (julij 2007).
- Gospodarska zbornica Slovenije. 2007. *Povečanje konkurenčnosti slovenskega gospodarstva*. [Http://www.gzs.si/pripone/15903/32247d15903.pdf](http://www.gzs.si/pripone/15903/32247d15903.pdf) (junij 2007).
- Hatten, Timoty S. 1997. *Small business: entrepreneurship and beyond*. New Jersey, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Hodgetts, Richard M. in Donald F. Kuratko. 1998. *Effective small business management*. Fort Worth: Harcourt Brace College.
- Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije. *Predstavitev JAPTl*. [Http://www.podjetniski-portal.si/](http://www.podjetniski-portal.si/) (maj 2007).

Literatura

- Ličen, Karmen. 2005. *Tvegani kapital kot vir financiranja malih in srednjih podjetij*. Diplomsko delo, Ekonomska fakulteta Ljubljana.
- Obrtna zbornica Slovenije. 2006. *Predstavitev OZS*. [Http://www.ozs.si/prispevek.asp?IDpm=205](http://www.ozs.si/prispevek.asp?IDpm=205) (julij 2007).
- Osojnik, Mojca. 2001. *Izvozni priročnik za mala in srednje velika podjetja*. Ljubljana: Gospodarska Zbornica Slovenije.
- Pšeničny Viljem in Miroslav Glas. 2001. *Vpliv okolja na rast dinamičnih podjetij v Sloveniji*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
- Rebernik, Misroslav in soavtorji. 2006. *Slovenski podjetniški observatorij 2005*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta. [Http://www.ipmmp.si/publica/rreport/Obs2005_slo.pdf](http://www.ipmmp.si/publica/rreport/Obs2005_slo.pdf) (junij 2007).
- Ristič, Dejan. 2004. *Podjetništvo v Sloveniji*. Diplomsko delo, Ekonomska fakulteta Ljubljana.
- Ruzzier, Mitja. 2002. *Internacionalizacija v trgovini na drobno – primer Mercator*. Magistrsko delo, Ekonomska fakulteta Ljubljana.
- Ruzzier, Mitja in Maja Konečnik. 2007. Internacionalizacija malih in srednjih podjetij: integrativni konceptualni model. *Organizacija* 40 (1): 42–53.
- Sever, Alojzija. 2004. *Politika pospeševanja podjetništva v malih in srednjih podjetjih s poudarkom na podpornih storitvah*. Magistrsko delo, Ekonomska fakulteta Ljubljana.
- Slovenski podjetniški sklad. *Predstavitev Slovenskega podjetniškega sklada*. [Http://www.podjetniskisklad.si/Predstavitev.htm](http://www.podjetniskisklad.si/Predstavitev.htm) (junij 2007).
- Škrinjar, Andrej. 2000. *Slovenska podjetniška inovacijska mreža (SPIM) v letu 2000*. [Http://www2.pcmg.si/Spim/spim_2000_down.htm](http://www2.pcmg.si/Spim/spim_2000_down.htm) (maj 2007).
- Tajnikar, Maks. 2000. *Tvegano poslovanje*. Portorož: Visoka šola za podjetništvo.
- Tate, Curtis E. in soavtorji. 1992. *Small business management & entrepreneurship*. Boston: PWS-Kent.
- Vidic, Franci. 1995. *Kako razviti uspešno malo podjetje 2. del*. Ljubljana: Gea College.
- Žakelj, Luka. 2004. *Razvoj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji in Evropski uniji*. Ljubljana: Urad RS za makroekonomske analize in razvoj.

VIRI

- Bohorič, Janez. 2007. *Statut Gospodarske zbornice Slovenije*. [Http://www.gzs.si/slo/o_DZS/pravni_temelji_delovanja/statut_DZS](http://www.gzs.si/slo/o_DZS/pravni_temelji_delovanja/statut_DZS) (julij 2007).

- Butina, Irma. 2005. *Program dela Združenja podjetnikov Slovenije za leto 2006*. Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije.
- JAPTI. 2006. *Poslanstvo JAPTI*. [Http://www.podjetniski-portal.si/content.aspx?docid=1391&rootnodeid=9](http://www.podjetniski-portal.si/content.aspx?docid=1391&rootnodeid=9) (junij 2007).
- JAPTI. 2007. *Področje za razvoj podjetništva in konkurenčnosti*. [Http://www.podjetniski-portal.si/content.aspx?nodeid=227&rootnodeid=9](http://www.podjetniski-portal.si/content.aspx?nodeid=227&rootnodeid=9) (julij 2007).
- Lovec, Aleksander. 2007. *Pravila o organiziranosti in delu Sekcije malih trgovcev*. [Http://www.gzs.si/slo/panoge/zdruzenje_drobnega_gospodarstva/sekcija_malih_trgovcev](http://www.gzs.si/slo/panoge/zdruzenje_drobnega_gospodarstva/sekcija_malih_trgovcev) (maj 2007).
- Obrtna zbornica Slovenije. 2007. *Program dela Obrtne zbornice Slovenije za leto 2007*. [Http://www.ozs.si/prispevek.asp?IDpm=1660](http://www.ozs.si/prispevek.asp?IDpm=1660) (maj 2007).
- Skupščina GZS. 2005. Program dela in finančni načrt Gospodarske zbornice Slovenije za leto 2006. [Http://www.gzs.si/pripone/13349/oei18246d13349a1a9550a.pdf](http://www.gzs.si/pripone/13349/oei18246d13349a1a9550a.pdf) (junij 2007).
- Vlada Republike Slovenije. 2005. *Program Vlade RS za spodbujanje internacionalizacije podjetij za obdobje 2005–2009*. Predstavitev programa. [Http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DEOT/Program_Vlade_Republike_Slovenije_za_spodbujanje_internationalizacije_podjetij_za_obdobje_2005_-_2009.pdf](http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DEOT/Program_Vlade_Republike_Slovenije_za_spodbujanje_internationalizacije_podjetij_za_obdobje_2005_-_2009.pdf) (maj 2007).
- Vlada Republike Slovenije. 2007. *Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti 2007-2013*. Predstavitev programa. [Http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DPK/Dopolnjen_Program_ukrepov_2007-2013_-_Vlada_RS_26.4.2007.pdf](http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DPK/Dopolnjen_Program_ukrepov_2007-2013_-_Vlada_RS_26.4.2007.pdf) (maj 2007).
- Zakon o gospodarskih družbah. *Uradni list Republike Slovenije*, 42/2006.
- Združenje podjetnikov Slovenije. 2001. *Viri financiranja za mala podjetja in podjetnike*. [Http://www.gzs.si/pripone/6492/oei15698d6492a751a9550a.doc](http://www.gzs.si/pripone/6492/oei15698d6492a751a9550a.doc) (junij 2007).



PRILOGE

Priloga 1 Pregled ponudbe storitev nekaterih podpornih institucij v Sloveniji

PREGLED PONUDBE STORITEV NEKATERIH PODPORNIH INSTITUCIJ V SLOVENIJI

	GZS	OZS	JAPTI	BIG	SPIM	EIC	SLEVCA	Državna podpora
FINANCE								
-iskanje finančnih sredstev (kredit, mikrokredit)	✓	✓	✓	✓			✓	✓
-omogočajo dostop do tveganega kapitala	✓		✓				✓	✓
-financiranje začetne faze ustanavljanja podjetja (donacije, posojila)			✓				✓	✓
-nudijo finančno svetovanje	✓	✓	✓	✓			✓	✓
-pripomorejo k prilagoditvi davčnega sistema MSP	✓	✓	✓				✓	✓
-nudijo davčne olajšave, ki spodbujajo investiranje in vlaganje v razvoj			✓				✓	✓
-poenostavitev plačevanja davkov in drugih obveznih dajatev	✓	✓	✓				✓	✓
KADRI								
-nudijo izobraževanje zaposlenih	✓	✓	✓	✓				✓
-organizirajo specializirane programe usposabljanja	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
-nudijo izobraževanje lastnikov podjetij	✓	✓	✓	✓				✓
-nudijo izobraževanje zaposlenih o uporabi IKT (informacijsko-komunikacijskih tehnologij)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
-zastopanje interesov delodajalcev	✓	✓	✓					✓
LOKACIJA								
-pomoč pri izbiri primerne poslovne lokacije				✓				✓
INFORMIRANJE								
-nudijo informacije vse na enem mestu	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
-svetovanje o pravnih zadevah (računovodstvo, davki, finance,...)	✓	✓	✓	✓	✓			✓
-organizirana spletna stran z informacijami za MSP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
-pridobivanje potrebnih informacij preko spletnih strani	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ZAKONODAJA IN PRAVNE ZADEVE								
-pripomorejo k izboljšanju ter urejanju zakonodaje za MSP (davčna, delovna,..)	✓	✓						✓
-omogočajo skrajšanje in poenostavitev postopkov za ustanovitev podjetja	✓	✓		✓				✓
-omogočajo pridobivanje pravnih informacij na spletu	✓	✓	✓	✓				✓

Priloga 1

PODJETNIŠKE AKTIVNOSTI IN INVESTICIJE								
-organizacija podjetniških tečajev	✓	✓	✓	✓		✓		✓
-spodbujanje podjetništva med ženskami in na podeželju	✓	✓	✓	✓				✓
-promocija podjetništva med mladimi	✓	✓	✓	✓				✓
-spodbujajo podjetniška povezovanja	✓	✓	✓	✓				✓
-spodbujajo investicije na domačem in tujem trgu	✓	✓	✓				✓	✓
-pripomorejo k pridobivanju novih tujih investicij	✓	✓	✓				✓	✓
PROMOCIJA								
-pomoč pri izbiri komunikacijskih kanalov (letaki, brošure, spletne strani, ..)	✓	✓		✓	✓			✓
-podpora pri tržnih raziskavah	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
-iskanje priložnosti in graditi koristne povezave	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
-nudijo podatke o posameznih trgih	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ADMINISTRACIJA IN BIROKRACIJA								
-zmanjševanje administrativnih ovir	✓	✓		✓				✓
-skrajšanje in poenostavitev administrativnih postopkov	✓	✓						✓
-vzpostavitev vseh administrativnih opravil na enem mestu	✓	✓		✓				✓
-odpravljanje birokracije	✓	✓						✓
-nudijo administrativno pomoč pri ustanavljanju podjetij	✓	✓		✓				✓
-izdajanje listin in druga potrebna potrdila na enem mestu	✓	✓						✓
INOVATIVNOST								
-spodbujanje inovacijske kulture	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
-pomoč pri oblikovanju inovacijske kulture s strani države	✓		✓	✓	✓		✓	✓
-sofinanciranje inovativnih podjetij					✓			✓
-pomoč za hitro rastoča in inovativna podjetja			✓		✓			✓
RAZISKAVE IN RAZVOJ								
-spodbujanje prenosa tehnologije v mala podjetja	✓	✓	✓	✓				✓
-sofinanciranje raziskav								✓
-programi za spodbujanje raziskav	✓	✓	✓					✓

MEDNARODNI ODNOSI								
-pomoč pri nastopu na tujih trgih	✓	✓	✓		✓	✓		✓
-podpora pri iskanju in izbiri poslovnih partnerjev	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
-podpora pri oblikovanju poslovnih povezav in pogajanj	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
-seznanjanje in vključevanje MSP na raznih seminarjih, razstavah v tujini	✓	✓	✓		✓	✓		✓
-zbiranje in posredovanje kakovostnih zunanjetrgovinskih informacij	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
-omogočajo pridobivanje informacij o evropskih razpisih	✓	✓	✓		✓	✓		✓
-nudijo pomoč pri pridobivanju EU sredstev iz strukturnega sklada	✓	✓	✓		✓	✓		✓
-zastopajo interese MSP v EU	✓	✓	✓		✓	✓		✓
-nudijo informacije o tujih trgih ter podatke o državah (finančne, pravne...)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
-organizirajo delavnice, seminarje na temo EU	✓	✓	✓		✓	✓		✓
REGIONALNI RAZVOJ								
-pripomorejo k razvoju obstoječih podjetij v regiji	✓	✓	✓		✓			✓
-izboljšujejo poslovno okolje v regiji	✓	✓	✓		✓			✓
-pospešujejo nastajanje novih podjetij v regiji	✓	✓	✓					✓
ZAPOSLOVANJE								
-spodbujanje samozaposlovanja		✓		✓				✓
-nudijo pravno pomoč pri zaposlovanju	✓	✓	✓	✓				✓
-novi programi za spodbujanje zaposlovanja		✓		✓				✓
INTERNACIONALIZACIJA								
-podpora pri vključevanju MSP na tuje trge	✓	✓	✓					✓
-razvoj informacijske podpore za izvozne posle	✓	✓	✓					✓
-finančna podpora MSP z izvoznimi programi (subvencije, jamstva, posojila)								✓
-spodbujanje internacionalizacije v Sloveniji	✓	✓	✓					✓
-povečati diverzifikacijo slovenskega izvoza	✓	✓	✓					✓
ORGANIZACIJA PODPORNIH INSTITUCIJ								
-kvaliteta storitev	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
-strokovnost osebja podpornih storitev	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
-ponudnikovo razumevanje potreb podjetja	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*	✓*
-konsolidacija storitev	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
-uporaba sodobne tehnologije za uporabnike	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
-uvajanje novih in izboljšanih obstoječih podpornih storitev	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓* Podporne institucije bodo morale storitve bolj prilagoditi željam in potrebam MSP

