

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

SAMO HABIČ

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

AKT O MALIH PODJETJIH ZA EVROPO: KAJ LAHKO OD NJEGOVE UVELJAVITVE
PRIČAKUJEJO SLOVENSKA MSP

Ljubljana, januar 2010

SAMO HABIČ

IZJAVA

Študent Samo Habič izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Patricie Kotnik, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 12. 1. 2010

Podpis: _____

KAZALO VSEBINE

UVOD	1
1 OPREDELITEV OSNOVNIH POJMOV	2
1.1 OPREDELITEV PODJETJA, PODJETNIKA IN PODJETNIŠTVA	2
1.1.1 Opredelitev podjetja	2
1.1.2 Opredelitev podjetnika in podjetništva	2
1.2 OPREDELITEV MIKRO, MALIH IN SREDNJE VELIKIH PODJETIJ	3
2 PODJETNIŠTVO IN MSP V SODOBNIH GOSPODARSTVIH	4
2.1 VLOGA IN POMEN PODJETNIŠTVA TER MSP V GOSPODARSKEM RAZVOJU	4
2.2 KLJUČNI DEJAVNIKI, KI VPLIVAJO NA DELOVANJE MSP	5
2.3 VLOGA DRŽAVE IN GOSPODARSKE POLITIKE PRI POSPEŠEVANJU PODJETNIŠTVA IN MSP ...	6
2.4 SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA IN MSP V EU	6
2.4.1 Lizbonska strategija	7
2.4.2 Evropska listina o malih podjetjih	7
2.4.3 Zelena knjiga o podjetništvu	8
2.4.4 Drugi načini spodbujanja podjetništva in MSP	8
3 PODJETNIŠTVO IN MSP V SLOVENIJI	9
3.1 RAZVOJ PODJETNIŠTVA IN MSP V SLOVENIJI	9
3.1.1 Zgodovina podjetništva v Sloveniji	9
3.1.2 Razvoj podjetništva in MSP v Sloveniji v prihodnje	10
3.2 PODJETNIŠKA AKTIVNOST V SLOVENIJI	11
3.3 VLOGA DRŽAVE IN GOSPODARSKE POLITIKE PRI POSPEŠEVANJU PODJETNIŠTVA IN MSP V SLOVENIJI	12
3.4 SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA IN MSP V SLOVENIJI	13
3.5 POMANJKLJIVOSTI POLITIKE ZA SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA IN MSP V SLOVENIJI	14
4 AKT O MALIH PODJETJIH ZA EVROPO	15
4.1 10 NAČEL SBA IN NJIHOV PRENOS V POLITIČNO UKREPANJE	16
4.1.1 Prenos 1. načela v politično ukrepanje	17
4.1.2 Prenos 2. načela v politično ukrepanje	18
4.1.3 Prenos 3. načela v politično ukrepanje	18
4.1.4 Prenos 4. načela v politično ukrepanje	19
4.1.5 Prenos 5. načela v politično ukrepanje	19

4.1.6	Prenos 6. načela v politično ukrepanje	20
4.1.7	Prenos 7. načela v politično ukrepanje	20
4.1.8	Prenos 8. načela v politično ukrepanje	21
4.1.9	Prenos 9. načela v politično ukrepanje	21
4.1.10	Prenos 10. načela v politično ukrepanje	22
4.2	NOVI ZAKONODAJNI PREDLOGI, KI JIH VODI NAČELO »NAJPREJ POMISLI NA MALE«	22
4.3	IZVAJANJE SBA.....	22
5	IZVAJANJE SBA V SLOVENIJI.....	24
	SKLEP	25
	LITERATURA IN VIRI	26
	PRILOGE.....	1

KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Ocena števila podjetij po velikosti in števila zaposlenih v njih v Sloveniji</i>	12
---	----

KAZALO SLIK

<i>Slika 1: Koncept pozitivnega učinka državnih programov podpore MSP.....</i>	9
--	---

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Merila velikosti podjetij po priporočilih Evropske komisije	1
Priloga 2: Razlika med GEM in poslovnimi registri in AJPES.....	1
Priloga 3: Število vseh podjetij in delovnih mest po državah članicah EU in delež MSP v njih za leto 2007	3
Priloga 4: Prednosti in slabosti okolja za nastanek in razvoj podjetništva	4

UVOD

V današnjem svetu predstavljajo mikro, mala in srednja podjetja ključni element uspešnega gospodarstva. Ta podjetja so se namreč zaradi svoje majhnosti in fleksibilnosti sposobna hitro odzvati na nove poslovne priložnosti in pravočasno preoblikovati inovativne ideje v nove tržne izdelke. Njihova vloga je izredno pomembna zaradi odpiranja delovnih mest, inovativnosti in razvoja ter tudi zaradi ustvarjanja dodane vrednosti.

Po 2. svetovni vojni so hrbtenico gospodarstev predstavljala predvsem velika podjetja, mala in srednje velika podjetja pa so bila zapostavljena in jim nihče ni posvečal velike pozornosti. V času, ko se morajo podjetja prilagajati hitrim gospodarskim spremembam in globalizaciji, pa so pomanjkljivosti velikih podjetij postale vedno bolj očitne. Velika podjetja so postala premalo fleksibilna in neučinkovita, mala in srednje velika podjetja, ki se lahko hitreje in bolj učinkovito odzivajo na gospodarske spremembe, pa so to izkoristila in sčasoma postala nosilci gospodarskega razvoja ter tisti del gospodarstva, od katerega se pričakuje, da bo rešil najbolj pereč problem sedanosti – visoko stopnjo brezposelnosti. Zaradi pomembnosti malih in srednje velikih podjetij jim čedalje več pozornosti namenja tudi gospodarska politika. Evropska unija (v nadaljevanju EU) je tako leta 2000 sprejela lizbonsko strategijo, po kateri naj bi EU prek mikro, malih in srednje velikih podjetij do leta 2010 postala najbolj konkurenčno in na znanju temelječe gospodarstvo na svetu. V ta namen je bilo sprejetih tudi mnogo aktov in direktiv, ki naj bi mikro, malim in srednje velikim podjetjem pomagali pri nadaljnjem razvoju in podpori.

Predmet obravnave v diplomskem delu je Akt o malih podjetjih za Evropo, direktiva EU, ki je bila sprejeta leta 2008 in naj bi še bolj aktivno pomagala mikro, malim in srednje velikim podjetjem pri njihovem nadaljnjem razvoju in podpori ter EU posledično pripeljala do najbolj razvitega gospodarstva na svetu. V diplomskem delu preučujem uveljavljanje te direktive v Sloveniji s ciljem ugotoviti oziroma podati odgovor na vprašanja, kaj in kdaj lahko slovenska mikro, mala in srednje velika podjetja od te direktive dejansko pričakujejo ter kako se je direktiva v svojem 1. letu sploh izvajala. Postavljena hipoteza se glasi, da so tako ta kot tudi prejšnje direktive, sprejete s strani EU, koristne in pozitivno vplivajo tudi na razvoj slovenskih mikro, malih in srednje velikih podjetij, da pa je razkorak med napisanim in dejansko uresničenim iz direktiv kljub temu prevelik. Izvajanje direktiv namreč poteka prepočasi, premalo aktivno in tudi premalo dosledno. Slovenska podjetja torej lahko pričakujejo določene spremembe na bolje, ne bo pa se uresničilo oziroma izboljšalo vse, kar je zapisano v direktivi. Podobno predvidevam tudi, da se nekatera načela, zapisana v direktivi, že izvajajo, nekatera pa so povsem pozabljena.

Diplomsko delo je razdeljeno na 3 vsebinske sklope. V 1. opredeljujem osnovne pojme, ki jih v nadaljevanju dela pogosto uporabljam. V 2. vsebinskem sklopu, ki obsega 2. in 3. poglavje, predstavljam podjetništvo ter mikro, mala in srednje velika podjetja ter njihov pomen v sodobnih gospodarstvih – omejil sem se predvsem na področje EU in Slovenijo. Kot

pomemben dejavnik pri pospeševanju podjetništva ter mikro, malih in srednje velikih podjetij v tem sklopu obravnavam tudi vlogo države in gospodarske politike. Glavni del diplomskega dela pa predstavlja Akt o malih podjetjih za Evropo, ki ga najdemo v 4. in 5. poglavju diplomskega dela in predstavlja 3., glavni vsebinski sklop. V njem najdemo 10 načel Akta in njihov prenos v politično ukrepanje, nove zakonodajne predloge, ki jih vodi načelo »najprej pomisli na male«, in opis dejanskega izvajanja akta v EU in Sloveniji. V sklepu pa podajam bistvene ugotovitve diplomskega dela o tem, kaj lahko v Sloveniji dejansko pričakujemo od Akta o malih podjetjih za Evropo.

1 OPREDELITEV OSNOVNIH POJMOV

Za lažje in pravilno razumevanje besedila v diplomski nalogi na začetku najprej razčlenim in definiram nekaj osnovnih ekonomskih pojmov v zvezi s podjetništvom ter mikro, malimi in srednje velikimi podjetji. Opredelitev za te pojme je več, sam pa izpostavim tiste, ki se mi zdijo najbolj primerne.

1.1 OPREDELITEV PODJETJA, PODJETNIKA IN PODJETNIŠTVA

1.1.1 Opredelitev podjetja

Ena novejših opredelitev EU pravi, da je **podjetje** vsak subjekt, ki opravlja gospodarsko dejavnost, in sicer ne glede na pravno-organizacijsko obliko. Tako se lahko za podjetja štejejo tudi samozaposleni, družinska podjetja, partnerstva in združenja, ki se redno ukvarjajo z gospodarsko dejavnostjo (*Publikacije o podjetništvu in industriji*, 2009).

Podjetje oziroma družba lahko ima eno izmed več možnih pravno-organizacijskih oblik – lahko je družba z omejeno odgovornostjo (d. o. o.), družba z neomejeno odgovornostjo (d. n. o.), delniška družba (d. d.), komanditna družba (k. d.), komanditna delniška družba (k. d. d.), ali pa samostojni podjetnik (s. p.). V Sloveniji sta najbolj pogosti pravno-organizacijski obliki samostojni podjetnik in družba z omejeno odgovornostjo (Statistični urad Republike Slovenije, 2009).

1.1.2 Opredelitev podjetnika in podjetništva

Za pojma podjetništvo in podjetnik je do danes nastalo več različnih definicij, ki so se skozi zgodovino teorije podjetništva spreminjale in dopolnjevale, tako da teh dveh pojmov ne moremo oziroma ne znamo opredeliti z enotno osnovno definicijo. S pojmom **podjetništvo** najpogosteje označujemo aktivnosti posameznikov, ki jih le-ti izvajajo zato, da bi zadovoljili tržne potrebe, ob tem pa si pri prevzemanju tveganja prizadevajo doseči čim večji finančni uspeh. **Podjetnik** pa je inovator in uresničevalec, ki je najprej sposoben prepoznati

podjetniško priložnost, to priložnost zna v nadaljevanju spremeniti v izvedljivo in tržno zanimivo podjetniško idejo, vzpostaviti zna organizacijo za uresničitev ideje in pri tem ustvari dodano vrednost. Ob tem prevzema tudi tveganje in ob uspehu požanje finančno nagrado (Glas, 2000, str. 21 in str. 34).

Meni najljubša in najbolj primerna opredelitev podjetnika je, da je vloga podjetnika z inovacijami oziroma s še nepreizkušenimi tehnološkimi rešitvami (na primer proizvodnjo novega izdelka ali pa starega izdelka z novo tehniko) spremeniti ali izboljšati način proizvodnje. Podjetnik je torej oseba, ki združuje delovno silo, material in vse ostale za proces potrebne vire tako, da poveča njihovo skupno vrednost, hkrati pa zato v proces vpeljuje spremembe in inovacije. Podjetništvo pa je dinamičen proces ustvarjanja nečesa novega in vrednega, v katerem se podjetniki udeležujejo in pri tem prevzemajo finančna, psihična, družbena in druga tveganja z namenom, da ustvarijo nekaj novega in zato tudi prejmejo nagrado v obliki denarja, osebnega zadovoljstva in neodvisnosti (Antončič et al., 2002, str. 28–30).

1.2 OPREDELITEV MIKRO, MALIH IN SREDNJE VELIKIH PODJETIJ

Do sedaj navedene definicije niso zadostne, da bi podjetništvo prek njih lahko merili in spremljali s statistikami ter tako spremljali razvoj podjetništva in njegove vplive na gospodarstvo. V večini držav se podjetništvo zato meri preko števila mikro, malih in srednje velikih podjetij, saj se statistični podatki o njih redno spremljajo.

Mikro podjetja imajo po večini opredelitev manj kot 10 zaposlenih, mala pa manj kot 50. **Mikro, mala in srednje velika podjetja** (v nadaljevanju **MSP**) pa so opredeljena kot samostojna podjetja, ki zaposlujejo manj ljudi od določenega števila zaposlenih. To število ni vedno enako, najpogosteje pa je meja pri 250 zaposlenih – tako je tudi v EU in Sloveniji. V Združenih državah Amerike (v nadaljevanju ZDA) pa je ta meja na primer pri 500 zaposlenih. Poleg števila zaposlenih poznamo tudi druge kriterije za določanje velikosti podjetij, kot sta na primer letni prihodek od prodaje ali pa vrednost aktive podjetij (Žakelj, 2004, str. 12).

Merila velikosti podjetij v Sloveniji ureja 55. člen Zakona o gospodarskih družbah iz leta 2006 (Uradni List RS, št. 42/2006). Po njem družbe delimo na mikro, male, srednje in velike družbe, merila za razvrstitev pa so povprečno število delavcev v poslovnem letu, čisti prihodki od prodaje in vrednost aktive (ta merila uporabljamo na presečni dan letne bilance stanja).

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 evrov in
- vrednost aktive ne presega 2.000.000 evrov.

Mala družba je družba, ki ni mikro družba po prejšnjem odstavku in izpolnjuje dve od teh meril:

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

Srednja družba je družba, ki ni mikro ali mala družba po predhodno navedenih merilih in izpolnjuje dve od teh meril:

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

Velika družba je družba, ki ni mikro, mala ali srednja družba po predhodno navedenih merilih.

V prilogi 1 pa so podana še merila velikosti podjetij po priporočilih Evropske komisije.

2 PODJETNIŠTVO IN MSP V SODOBNIH GOSPODARSTVIH

Na začetku tega poglavja opisujem vlogo in pomen podjetništva ter MSP v gospodarskem razvoju, nato navajam ključne dejavnike, ki vplivajo na delovanje MSP. Sledi opis vpliva države in gospodarske politike na pospeševanje podjetništva in MSP, na koncu pa predstavim še ključne pobude za spodbujanje podjetništva v okviru EU.

2.1 VLOGA IN POMEN PODJETNIŠTVA TER MSP V GOSPODARSKEM RAZVOJU

Danes sta ključna elementa sodobnega dinamičnega gospodarstva sposobnost hitrega odziva na nove poslovne priložnosti in pa pravočasno preoblikovanje inovativnih idej v nove tržne izdelke. MSP prav zato od velikih podjetij prevzemajo vlogo hrbtenice uspešnih gospodarstev, saj so od njih mnogo bolj prilagodljiva in danes tudi že priznana kot potencialno najbolj dinamičen del gospodarstva. MSP so tako posledično odgovorna za večino gospodarske rasti in na novo ustvarjenih delovnih mest (Žakelj, 2004, str. 13, 14). Leta 2007 so MSP v EU predstavljala kar 99,8 % vseh podjetij in so zaposlovala 67,2% vseh zaposlenih v poslovnem sektorju, v prihodnosti pa naj bi se pomen MSP v gospodarstvu še povečal (Study on the representativeness of the business organisations of the SMEs in the European Union, 2009, str. 17).

Podjetništvo in MSP imata torej danes velik pomen v gospodarskem razvoju, saj povečujeta proizvodnjo in bruto družbeni proizvod na prebivalca, še pomembneje pa je, da v strukturo

poslovanja skozi inovacije vključujeta uvajanje sprememb, ki so ključne za razvoj novih izdelkov, hkrati pa vzpodbujata tudi investicijski interes za ustanavljanje novih podjetij. MSP so torej ključno področje ustvarjanja možnosti za nadaljnji gospodarski razvoj in so velikega pomena tudi pri ustvarjanju novih delovnih mest (Antončič et al., 2002, str. 35).

Od podjetništva oziroma MSP pričakujemo vrsto učinkov na ekonomski in družbeni razvoj (Glas, 2000, str. 47–49):

- prispevek k ustvarjanju delovnih mest in na področju inovacij,
- povečanje dohodka v regiji s prodorom na trge drugih regij ali držav,
- so pomembno dopolnilo ponudbe na regionalnem trgu,
- so potencialna nova velika podjetja.

2.2 KLJUČNI DEJAVNIKI, KI VPLIVAJO NA DELOVANJE MSP

Dejavnike, ki vplivajo na delovanje MSP, lahko razdelimo na zunanje in notranje.

Žakelj (2004, str. 16–17) pravi, da so ključni zunanji dejavniki (tisti, na katere podjetja ne morejo vplivati) naslednji:

- makroekonomsko okolje: osnova za uspešno delovanje MSP je stabilno makroekonomsko okolje (nizka inflacija, trdna domača valuta, visoka stopnja zaposlenosti, proračunsko ravnovesje ...);
- trgovinska politika: 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 kot pri velikih podjetjih, to pa zmanjšuje konkurenčnost MSP;
- regulatorno in administrativno okolje: neustrezno in obremenjujoče regulatorno okolje v povezavi z zapletenimi birokratskimi administrativnimi postopki predstavlja veliko breme za MSP, hkrati pa je regulatorno okolje pomembno pri preprečevanju nelegalne konkurence.

Ključni notranji dejavniki delovanja MSP pa so (Žakelj, 2004, str. 17–19):

- dostop do informacij: pridobivanje ključnih in pravočasnih informacij predstavlja za MSP relativno večje stroške kot za velika podjetja;
- dostop do sodobne tehnologije in znanja;
- kakovostna delovna sila: njena razpoložljivost je pogoj za uspešno delovanje podjetij, vendar pa je tako v Sloveniji kot v EU veliko pomanjkanje kakovostne delovne sile;
- dostop do finančnih virov: MSP se soočajo z velikimi težavami pri zagotavljanju finančnih sredstev za svoje poslovanje, zato je izredno pomemben ugoden dostop do bančnih kreditov, saj so ti še vedno glavni vir financiranja MSP.

2.3 VLOGA DRŽAVE IN GOSPODARSKE POLITIKE PRI POSPEŠEVANJU PODJETNIŠTVA IN MSP

Iz zgoraj navedenega seznama ključnih dejavnikov, ki vplivajo na delovanje MSP, je razvidno, da na hitrost razvijanja podjetništva vpliva tudi država. Država lahko pomembno pomaga in prispeva pri ustanavljanju podjetij z zagotavljanjem infrastrukture. Lep primer za to so ZDA, kjer je delež ustanovljenih podjetij večji kot v kateri koli drugi državi. Če poleg cest upoštevamo še komunikacijske in transportne sisteme, javne službe, gospodarsko stabilnost, pa tudi davčna stopnja za podjetja in fizične osebe je nižja kot na primer v Angliji, Nemčiji in Sloveniji, je povsem logično, zakaj so ZDA država z najbolj razvitim podjetništvom (Antončič et al., 2002, str. 33). Država tu za podjetništvo res lepo skrbi, za tako visok odstotek podjetništva pa je zaslužna tudi ameriška kultura, ki je drugačna in v primerjavi z drugimi veliko bolj podjetniško naravnana.

Vse države, ki vidijo razvojno vlogo in pomen podjetništva, vladne politike oblikujejo tako, da spodbujajo nastajanje čim večjega števila novih podjetij ter podpirajo razvoj najuspešnejših med njimi. Države to počnejo predvsem z omogočanjem čim lažjega poslovanja podjetij, s čim lažjim dostopom do bančnih kreditov, tveganega kapitala in poslovnih informacij, kot tudi s spodbujanjem ustanavljanja podjetniških grozdov, to je neformalnega povezovanja podjetij sorodnih panog. Ena najučinkovitejših spodbud, ki jih država lahko ponudi, pa je zmanjševanje regulatornih in administrativnih obremenitev, saj MSP kot glavne ovire pogosto navajajo prav visoke administrativne stroške, obsežne in zapletene administrativne postopke in prepovedi opravljanja določenih gospodarskih aktivnosti (Žakelj, 2004, str. 11 in str. 21).

Glas (2000, str. 50) pravi, da lahko vladna politika na razvoj MSP vpliva:

- z makroekonomsko politiko, ki ugodno vpliva na gospodarsko klimo – s tem je mišljeno predvsem stabilno gospodarsko okolje;
- s sprejemom zakonov in drugih aktov, ki upoštevajo različno velikost podjetij in so ugodno naravnani za MSP ter jim pomagajo z deregulacijo;
- z vključevanjem MSP v gospodarsko politiko, s tem je mišljena predvsem podpora, ki je posebej naravnana na probleme MSP;
- z razvijanjem podjetniške kulture, kar pomeni predvsem promocijo podjetništva v družbi kot ustvarjalne dejavnosti.

Naloga vsake države je torej, da poizkuša ustvariti kolje, ki bo podjetnikom ter mikro, malim in srednje velikim podjetjem čim bolj prijazno.

2.4 SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA IN MSP V EU

Ob koncu 20. stoletja je razvoj malega gospodarstva postal izredno pomemben, če že ne glavni dejavnik gospodarskega razvoja. Za pospeševanje razvoja je zelo pomembna vloga

države, in sicer v kolikšni meri na nacionalni in regionalni ravni podpira razvoj podjetništva (Glas, 2000, str. 62). Tako je bilo tudi v okviru EU sprejetih mnogo aktov, pobud, napotkov in podpor za izboljšanje konkurenčnosti MSP.

2.4.1 Lizbonska strategija

V EU ima politika spodbujanja MSP in podjetništva že dolgo tradicijo, mejnik v podpori pa predstavlja sprejetje lizbonske strategije v letu 2000, po kateri naj bi EU do leta 2010 postala najbolj konkurenčno, na znanju temelječe gospodarstvo na svetu. Odločilno vlogo pri doseganju tega cilja pa naj bi imela prav MSP, zato danes večina gospodarskih politik in programov na ravni EU vključuje tudi mnoge spodbude za MSP (Žakelj, 2004, str. 22).

Ker napredek po 5 letih izvajanja strategije ni bil zadovoljiv, je bil marca leta 2005 sprejet predlog reforme lizbonske strategije – znan tudi pod imenom Partnerstvo za rast in delovna mesta, hkrati pa je bilo na zasedanju poudarjeno, da sta glavna in najpomembnejša cilja prenovljene lizbonske strategije višja in stabilnejša gospodarska rast in ustvarjanje več in bolj kakovostnih delovnih mest, njeno izvajanje pa je prednostna naloga Evropske komisije. Leta 2006 je bilo v sklepih zasedanja sprejeto tudi, da bi si morale države članice prizadevati, da bo do leta 2007 kjer koli v EU podjetje možno ustanoviti na »enem mestu« v enem tednu. V ta namen je pri nas v teku projekt VEM – »vse na enem mestu«. Leta 2007 so bile sprejete nadaljnje usmeritve, od katerih je najbolj pomembna zaveza k zmanjševanju administrativnih ovir za 25 % na ravni EU do leta 2012 (Lizbonska strategija, 2009; Lizbonska strategija – Partnerstvo za rast in delovna mesta, 2009).

2.4.2 Evropska listina o malih podjetjih

Evropsko listino o malih podjetjih je po potrditvi s strani držav članic Evropski svet sprejel leta 2000 in od takrat naprej je ta listina osnova za izvajanje ukrepov za spodbujanje MSP in podjetništva. V njej je navedenih 10 ključnih področij, kjer so potrebne izboljšave za nastanek bolj ugodnega okolja za MSP. Ta področja so (Žakelj, 2004, str. 22):

- podjetniško izobraževanje in usposabljanje že pri najmlajših;
- zagotavljanje strokovnega znanja, potrebnega za uspešno poslovanje malih podjetij;
- izboljšanje on-line dostopa malih podjetij do storitev državne uprave;
- čim boljše izkoriščanje enotnega trga;
- cenejši in hitrejši postopki za ustanavljanje novih podjetij;
- oblikovanje pravnega in regulatornega okolja, ki bo prijaznejše do malih podjetij;
- prilagoditev davčnega sistema malim podjetjem in boljši dostop do finančnih virov;
- krepitev tehnoloških sposobnosti malih podjetij;
- uporaba uspešnih modelov e-poslovanja in razvijanje vrhunske podpore malim podjetjem;

- razvijanje močnejšega in učinkovitejšega predstavljanja interesov malih podjetij na nacionalni in EU-ravni.

2.4.3 Zelena knjiga o podjetništvu

V letu 2003 je Evropska komisija objavila Zeleno knjigo o podjetništvu. V tej knjigi je prikazan pomen podjetništva in MSP za gospodarsko rast ter večanje zaposlenosti, kasneje pa so predstavljene tudi ideje, kako še izboljšati podjetniško okolje in ga narediti še prijaznejšega. V knjigi je podobno kot v prejšnjih aktih ponovno poudarjena tudi potreba po učinkovitejšem izrabljanju možnosti, izboljšanju administrativnega in davčnega okolja ter potreba po lažjem dostopu do finančnih virov (Žakelj, 2004, str. 23).

2.4.4 Drugi načini spodbujanja podjetništva in MSP

Za spodbujanje podjetništva in MSP pa je bilo narejeno še marsikaj drugega. Že leta 1992 je bil z namenom izboljšanja pregleda nad gospodarsko učinkovitostjo MSP ustanovljen Evropski observatorij za MSP. Evropska zaposlovalna strategija iz leta 1997 je v okviru 4. stebra določala spodbujanje podjetništva, kar je pomenilo, da so si morale članice prizadevati ustvarjati čim bolj stimulatивne pogoje za ustanavljanje podjetij, konec leta 2001 pa smo dobili tudi prvega poslanika EU za MSP. Njegova naloga je urejanje stvari med MSP-ji v EU in Evropsko komisijo na področju specifičnih interesov in potreb MSP v evropskih programih in zakonodaji. EU pa ima kot spodbujevalne ukrepe pripravljene tudi programe pomoči, in sicer programe finančnih pomoči, ki izhajajo iz skupnih aktivnosti na področju raziskovanja in razvoja (ta pomoč je namenjena pokrivanju stroškov podjetjem, ki se ukvarjajo s tovrstnimi aktivnostmi, in sicer v obliki dotacije v višini do 50 % kritja stroškov projekta), programe sofinanciranja s strani evropskih strukturnih skladov (ta oblika predstavlja glavni vir finančne pomoči za MSP, predvsem pa izstopata Evropski sklad za regionalni razvoj in Evropski socialni sklad) in pa programe sofinanciranja s strani drugih institucij EU – Evropske investicijske banke in Evropskega investicijskega sklada (Žakelj, 2004, str. 23–29).

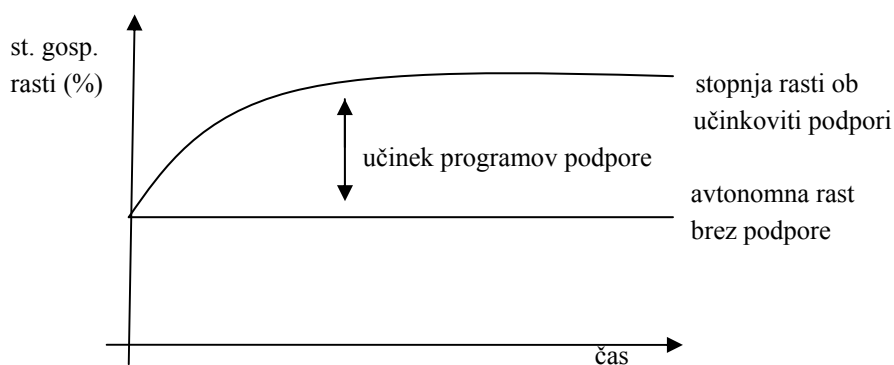
Evropska komisija je ustanovila tudi številne različne mreže za podporo MSP. Najpomembnejše institucije za podporo podjetjem so Evro info centri (v nadaljevanju EIC), ki podjetjem nudijo pomoč za lažje razumevanje trga EU in vključevanje na tuje trge v okviru mednarodnih projektov. Podjetjem tako nudijo vse potrebne informacijske storitve ter začetno svetovanje in pomoč pri razvoju podjetja, hkrati pa zbirajo tudi povratne informacije s strani MSP, da lažje razumejo dejanske probleme, s katerimi se podjetja srečujejo. EIC delujejo tako na nacionalni kot tudi na regionalni in lokalni ravni. Pri nas delujejo v Ljubljani (v okviru Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo), Mariboru in Kopru. Omeniti velja še centre za povezovanje skupin z inovativnimi pristopi (Glas, 2000, str. 328–329; Lesizza, 2007, str. 7).

Glas (2000, str. 2) povzema, da evropske usmeritve spodbujajo:

- zmanjšanje birokratskih omejitev, ki ovirajo podjetništvo,
- lažji dostop do finančnih virov za MSP, ki ustvarjajo nova delovna mesta,
- krčenje tržnih omejitev in neučinkovitosti,
- večjo konkurenčnost in internacionalizacijo MSP.

Spodaj je prikazana še slika, kako naj bi državni programi podpore MSP pozitivno vplivali na stopnjo gospodarske rasti.

Slika 1: Koncept pozitivnega učinka državnih programov podpore MSP



Vir: M. Glas, Podjetništvo – izziv za 21. stoletje, 2000, str. 208.

3 PODJETNIŠTVO IN MSP V SLOVENIJI

Podjetništvo in MSP v Sloveniji doživijo razcvet šele z osamosvojitvijo Slovenije leta 1991. Pred tem so za Slovenijo kot socialistično državo značilna predvsem velika podjetja in pomanjkanje oziroma popolna odsotnost MSP. V tem poglavju najprej orišem razvoj podjetništva v Sloveniji in predstavim podjetniško aktivnost. Sledijo opis vloge države pri pospeševanju podjetništva in temeljne spodbude, ki so bile storjene. Na koncu na kratko predstavim še pomanjkljivosti politike za spodbujanje podjetništva in MSP v Sloveniji.

3.1 RAZVOJ PODJETNIŠTVA IN MSP V SLOVENIJI

3.1.1 Zgodovina podjetništva v Sloveniji

Pred letom 1988 je bilo podjetništvo v Sloveniji protizakonito in je bilo zaradi tega omejeno na mikro podjetja z največ 5 do 10 zaposlenimi. Malih in srednje velikih podjetij ni bilo, so pa bila državna velika podjetja, ki so imela že od svojega nastanka vsaj 100 zaposlenih, to število pa se je s časom še povečalo. Podjetij z 10 do 100 delavcev, se pravi malih in deloma

tudi srednje velikih podjetij, pa sploh ni bilo in ta pojav je v literaturi pogosto opredeljen kot socialistična črna luknja (Glas, 2000, str. 15).

Ko je Slovenija leta 1988 iz centralno-planskega gospodarstva prešla na tržno gospodarstvo, je podjetništvo postalo zelo pomemben dejavnik gospodarskega razvoja in rasti tudi pri nas. Stara gospodarska struktura je bila namreč v novih razmerah neučinkovita in se ni mogla kosati z mednarodno konkurenco. Sestavljena je bila iz majhnega števila velikih podjetij, ki pa so bila preokorna, nefleksibilna, kakovost ni ustrezala zahtevam trga, pa tudi stroški dela so bili previsoki. Drug problem pa je bil, da je pri malem številu velikih podjetij obstajala vrsta proizvodov in storitev, za katere je obstajalo povpraševanje, velika podjetja pa jih niso bila sposobna ponuditi trgu. To vrzel so začela uspešno izkoriščati mala podjetja, ki so začela množično nastajati. Tako je na eni strani prihajalo do razpadanja velikih podjetij in posledično zmanjševanja zaposlenosti v teh podjetjih, na drugi strani pa do nastajanja velikega števila malih podjetij, ki so izkoriščala poslovne priložnosti. Breme zaposlenosti, ki so ga za seboj pustila velika in srednja podjetja v prvih letih prehoda na nov ekonomski sistem, je bilo za novonastala mala podjetja preveliko, saj kljub hitremu nastajanju niso mogla nadomestiti izgube okoli 250.000 delovnih mest. So pa novonastala mala podjetja leta 1993 že zaustavila rast brezposelnosti, saj jim je uspelo zaposliti presežek zaposlenih v velikih in srednjih podjetjih. Rast dodane vrednosti je tako v tem obdobju po večini izhajala iz malih in srednjih podjetij, hkrati pa so bila mala podjetja najpomembnejši vir ustanavljanja delovnih mest. Prav tako pomembna lastnost takratnih malih podjetij je bila, da so pripomogla tudi k povečanju učinkovitosti in k stabilizaciji velikih podjetij, ki so obstala na trgu, saj so se hitro razvijala majhna storitvena in poslovna podjetja, kar je večjim podjetjem omogočalo osredotočenost izključno na proizvodnjo in s tem posledično na znižanje stroškov in povečevanje kakovosti (Antončič et al. 2002, str. 38–39).

3.1.2 Razvoj podjetništva in MSP v Sloveniji v prihodnje

Podjetništvo, ki je v preteklosti temeljilo predvsem na nastajanju in rasti malih podjetij, pa se je in bo primorano spremeniti oziroma nadgraditi, kajti v prihodnosti bo nadaljnji razvoj tega odvisen predvsem od ustanavljanja majhnih podjetij, ki bodo ustvarjala visoko dodano vrednost. Antončič, Hisrich, Petrin in Vahčič (2002, str. 40) pravijo, da bo prihodnja gospodarska rast Slovenije odvisna predvsem od zmožnosti nastajanja manjšega števila hitro rastočih podjetij, ki jim bo uspelo razviti globalne tržne niše in s tem visoko dodano vrednost.

O tem govori tudi Tajnikar (2006, str. 8–12), ki mala podjetja in s tem tudi podjetništvo deli na dva sklopa. V prvi sklop spada tako imenovano malo podjetništvo, ki je povezano z ustanavljanjem malih podjetij, ki tako velikost ohranijo do konca svojega obstoja. V vseh sodobnih gospodarstvih vsako leto nastane na tisoče takšnih malih podjetij in tako je tudi v slovenskem gospodarstvu, na tisoče pa jih tudi propade. In prav od tega, ali obstaja množica malih podjetij, je odvisna učinkovitost sodobnih gospodarstev, saj s tem, ko nastajajo in prenehajo z delovanjem, gospodarstvom zagotavljajo ustrezno fleksibilnost in prilagodljivost

ponudbe hitrim spremembam na strani povpraševanja. V drugi sklop pa spadajo hitro rastoča podjetja. To so podjetja, ki rastejo, imajo prebojno moč in povezanost z novo tehnologijo, novimi proizvodi in novimi trgi. Takih podjetij ni v nobenem gospodarstvu veliko (2–5 %), vendar predstavljajo nosilce gospodarske rasti in razvoja. Z vidika malega gospodarstva lahko gospodarsko rast dosežemo na dva načina, in sicer s povečevanjem števila malih podjetij ali pa z rastjo malih podjetij samih. Povečanje števila podjetij je povezano predvsem s količinskimi vidiki rasti gospodarstva, rast malih podjetij samih pa z uveljavljanjem kakovostnih vidikov rasti oziroma z razvojem gospodarstva in zato pravimo, da so prav hitro rastoča podjetja nosilci gospodarskega razvoja.

3.2 PODJETNIŠKA AKTIVNOST V SLOVENIJI

Podjetništvo in njegovo aktivnost oziroma razširjenost lahko merimo na več načinov, in sicer kot število MSP ali pa kot število posameznikov, ki se odloči za podjetniško kariero in bodo (zgodnja podjetniška aktivnost) oziroma so (dejanska podjetniška aktivnost) ustanovili podjetje. Podatke za prvi način lahko pridobimo v podatkovnih podlagah poslovnih registrov, statističnih uradov in drugih specializiranih organizacij, podatke o podjetnikih posameznikih pa vsako leto predstavi *Global Entrepreneurship Monitor* (v nadaljevanju GEM). Podrobnejša razlika med obema vrstama podatkov merjenja podjetništva je prikazana v prilogi 2.

Obseg podjetništva v državi pogosto merimo z indeksom zgodnje podjetniške aktivnosti – **TEA** (angl. *total early stage entrepreneurial activity*) **indeksom**, ki nam pove, kakšen je odstotek odraslega prebivalstva v zgodnjih fazah podjetniškega delovanja. TEA-indeks v Sloveniji je s 4,8 % v letu 2007 v letu 2008 narasel na 6,4 % odraslega prebivalstva. S tem rezultatom Slovenija med 23. evropskimi državami zaseda 13. mesto. Vsega podjetniško aktivnega prebivalstva, to je vseh nastajajočih, novih in ustaljenih podjetnikov, pa je bilo v letu 2008 kar 11,8 % , kar pomeni 8. mesto v evropskem merilu. Ker pa mnogo nastajajočih podjetnikov svojih podjetij na koncu ne ustanovi, je bolj relevanten indeks novih in ustaljenih podjetnikov ali indeks dejanske podjetniške aktivnosti, ki je za leto 2008 znašal okroglih 8 %. Glede na število odraslega prebivalstva v Sloveniji je bilo leta 2008 približno 159.000 podjetniško aktivnih posameznikov, od katerih pa jih je dobrih 54.000 nastajajočih podjetnikov. Ocena GEM raziskave je torej, da je bilo v letu 2008 okoli 125.000 podjetnikov (novih, ustaljenih in »preživelih« nastajajočih), kar je skoraj 20.000 več kot leta 2007 (Rebernik et al., 2009, str. 8).

Če pa pogledamo podatke o MSP, je iz tabele 1 razvidno, da naj bi bilo leta 2007 v Sloveniji po *Study on the representativeness of the business organisations of the SMEs in the European Union* (2009, str. 72) približno 93.000 MSP, kar predstavlja 99,7 % vseh podjetij, ki zagotavljajo okoli 393.000 oziroma 66 % služb.

Tabela 1: Ocena števila podjetij po velikosti in števila zaposlenih v njih v Sloveniji

	Število podjetij	Leto, za katero je bila narejena ocena	Število zaposlenih	Leto, za katero je bila narejena ocena
Število vseh podjetij	93.598	2007	595.513	2007
Število MSP	93.319	2007	393.224	2007
Število obrtnikov	51.996	2008	181.929	2008

Vir: Study on the representativeness of the business organisations of the SMEs in the European Union, 2009, str. 72.

V prilogi 3 so prikazana še razmerja v drugih članicah EU in za povprečje EU-27. Naj omenim le, da je v vsej EU med vsemi podjetji 99,8 % MSP, ki zaposlujejo 67,2 % ljudi, kar pomeni, da so slovenske številke zelo podobne povprečju EU.

3.3 VLOGA DRŽAVE IN GOSPODARSKE POLITIKE PRI POSPEŠEVANJU PODJETNIŠTVA IN MSP V SLOVENIJI

V Sloveniji podpora podjetništvu nima dolge tradicije. Po osamosvojitvi se je država ukvarjala predvsem z zagotavljanjem usmeritve k tržnemu gospodarstvu, z liberalizacijo poslovanja, z reševanjem velikih podjetij in njihovo privatizacijo, politika spodbujanja podjetništva pa je bila potisnjena na stranski tir oziroma je bilo njeno izvajanje nedosledno. To se je začelo spreminjati na bolje z vključitvijo Slovenije v evropske programe spodbujanja MSP, s sprejetjem in izvajanjem Evropske listine za mala podjetja in Programa ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti ter z Zakonom o podpornem okolju za podjetništvo (Žakelj, 2004, str. 7).

Povečevanje konkurenčnosti gospodarstva je prvenstveno odvisno od sposobnosti podjetij samih, država pa ima pri tem vseeno dvojno vlogo. Prva je ta, da poizkuša zagotavljati čim bolj konkurenčno in stabilno okolje, druga pa, da s svojo proaktivno politiko podjetja spodbuja k čim hitrejšemu prilagajanju strukturnim razmeram. V Sloveniji je gospodarska struktura še zmeraj daleč od optimalne, saj v industriji še vedno prevladujejo tradicionalne gospodarske panoge, premajhen pa je delež dela in kapitala v dejavnostih, ki temeljijo na izkoriščanju možnosti novih tehnologij in veljajo za nosilce gospodarskega razvoja. Problem predstavlja tudi dejstvo, da se večina majhnih podjetij ne razvija hitro, zato je treba proces spreminjanja gospodarske sestave pospešiti, ključna dejavnika za to pa sta podjetništvo in inovacije. Tudi v Sloveniji je zato oblikovana proaktivna gospodarska politika, katere večina programov se nanaša predvsem na pospeševanje konkurenčne sposobnosti vseh podjetij, del pa jih je usmerjenih izključno v pospeševanje podjetništva v malih in srednjih podjetjih. Spodbude takih programov so na primer vavčerski sistem svetovanja, podpora podjetnosti in

ustvarjalnosti mladih, garancije za dolgoročne investicijske kredite, ugodnejša posojila malim in srednje velikim podjetjem, uvajanje inovativnih oblik financiranja in še druga (Antončič et al., 2002, str. 40).

3.4 SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA IN MSP V SLOVENIJI

Danes je vloga MSP v Sloveniji vedno večja in pomembnejša, in sicer predvsem zaradi zagotavljanja delovnih mest, inovativnosti ter ustvarjanja visokega deleža dodane vrednosti. Z razmahom MSP v Sloveniji je naša velikostna struktura podjetij vedno bolj podobna strukturi razvitih gospodarstev, pa tudi sama podpora MSP je po vsebini ukrepov podobna oziroma uspešno sledi razvitim gospodarstvom. Problem pa je predvsem v zaostajanju pri dejanski izvedbi ukrepov – tu smo v zaostanku v primerjavi z ostalimi (Žakelj, 2004, str. 31).

Pred osamosvojitvijo je bilo za slovensko gospodarstvo značilno, da praktično ni imelo malih podjetij, s sprejemom Zakona o podjetjih v letu 1988, ki je omogočil vključevanje zasebnega kapitala v podjetniški sektor, Obrtniškega zakona v istem letu, ki je odpravil omejitve zaposlovanja v obrtniškem sektorju, in Zakona o razvoju malega gospodarstva v letu 1991 pa se je začelo obdobje razcveta MSP v Sloveniji. Vsi ti zakoni so namreč omogočili hiter razvoj podjetništva in MSP. Zakon o razvoju malega gospodarstva je predvideval tudi ustanovitev Javnega sklada za razvoj malega gospodarstva (v nadaljevanju JSMG), ki je MSP nudil spodbude v obliki posojil, neposrednih investicij v podjetniško infrastrukturo in subvencij obrestnih mer za bančna posojila. Osrednja dejavnost JSMG je torej ponudba ugodnih kreditov za MSP posredno preko bank. Te finančne podpore so še dodatno pripomogle h hitrejšemu razvoju MSP. V letu 1992 je bil ustanovljen še Pospeševalni center za malo gospodarstvo (v nadaljevanju PCMG), katerega glavne naloge so koordinacija in razvoj mreže EIC v Sloveniji, koordinacija in strokovno pomoč pri delovanju sekcij in klubov za podporo podjetništvu, izvajanje vladnih programov spodbujanja razvoja podjetništva in še mnoge druge. Vsi ti ukrepi so sprožili val nastanka novih podjetij, in sicer se je število le-teh iz leta 1990 do leta 1994 povečalo za 64 %. Leta 1994 pa so se razmere za ustanavljanje podjetij zaostriale, kajti tega leta je bil sprejet Obrtni zakon, ki je uredil pogoje za opravljanje obrti, leto poprej pa Zakon o gospodarskih družbah, ki je uvedel enotno zakonsko ureditev za vse gospodarske subjekte. Tako se je z letom 1994 rast števila novih enot skoraj ustavila (Žakelj, 2004, str. 31–33).

Leta 1996 je bila sprejeta prva Strategija razvoja malega gospodarstva, ki se je osredotočila predvsem na izboljšavo poslovnega okolja za MSP. Leta 2001 jo je zamenjala Strategija razvoja MSP in podjetništva, ki je podjetništvo označila kot ključnega pri nadaljnjem razvoju in uvajanju strukturnih sprememb in izboljševanju konkurenčnosti gospodarstva. Naslednja pomembna točka pri spodbujanju podjetništva in MSP je leto 2002, ko je Vlada RS priznala in sprejela Evropsko listino o malih podjetjih. S tem se je Slovenija aktivno vključila v programe EU za podporo in razvoj MSP in podjetništvu. To pomeni, da smo še bolj aktivno pristopili k ustvarjanju stimulativnega podjetniškega okolja in odpravi administrativnih ovir, vključili smo se v mrežo EIC in najpomembnejše, v evropske finančne programe za

spodbujanje razvoja podjetništva in MSP. Tako smo prišli tudi do možnosti črpanja sredstev iz evropskih strukturnih skladov. Leta 2004 je Zakon o razvoju malega gospodarstva zamenjal Zakon o podpornem okolju za podjetništvo, ki tudi že upošteva usmeritve Evropske listine o malih podjetjih in predstavlja napredek v prizadevanju države za oblikovanje čim bolj ugodnega okolja za podjetništvo. Je tudi osnova za črpanje sredstev iz strukturnih skladov, določa pa tudi vzpostavitev sistema različnih institucij, kot so pospeševalni centri za malo gospodarstvo, ki podjetnikom zagotavljajo potrebne informacije, EIC, tehnološki parki, inkubatorji in pa grozdi, ki bi bili v podporo podjetništvu in MSP (Žakelj, 2004, str. 33–35).

Zadnji dokument, ki ga omenjam v tem delu, pa je Enotni programski dokument za obdobje 2004–2006, ki je skupno delo Slovenije in Evropske komisije. Prednostna naloga tega dokumenta je spodbujanje podjetniškega sektorja in konkurenčnosti, za kar so namenjena tudi javna sredstva v višini 174,4 milijona EUR, od česar jih je 129,2 milijona EUR prispevala EU (Žakelj, 2004, str. 35–36).

Leta 2006 je PCMG zamenjala Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije (v nadaljevanju JAPTI). JAPTI je izvajalska institucija Ministrstva za gospodarstvo in sčasoma je postala ključna razvojno-implementacijska nacionalna agencija za izvajanje razvojne politike na področju razvoja podjetništva in konkurenčnosti v Sloveniji. Temeljne naloge JAPTI so spodbujanje inovativnosti, dvig podjetniške kulture ter ustvarjanje podjetništvu prijaznega okolja (JAPTI – Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije, 2009).

Cilji vseh zakonov, institucij in programov v Sloveniji so omogočanje čim hitrejšega razvoja podjetništva in zagotavljanje takšnih razmer, ki spodbujajo rast in inovativnost.

3.5 POMANJKLJIVOSTI POLITIKE ZA SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA IN MSP V SLOVENIJI

Kljub vsemu trudu države v preteklosti, da bi čim bolj olajšala ustanavljanje in poslovanje MSP, se le-ta danes še vedno srečujejo s številnimi ovirami. Da je podpora podjetništvu še vedno premajhna oziroma premalo aktivna, se kaže v zaostajanju razvoja mreže podjetniških centrov. K temu je pripomoglo tudi trikratno povečanje števila občin, kar je razpršilo razvojna sredstva, ki so tako premajhna za izvedbo večjih projektov. Problem predstavljajo tudi neenakomeren regionalni razvoj, neučinkovit bančni sistem, visoki stroški finančne podpore, plačilna nedisciplina, pomanjkanje tveganega kapitala in pa slab prenos znanja iz univerz v nova rastoča podjetja. Primanjkuje tudi davčnih spodbud, zlasti na področju vlaganja v raziskave in razvoj ter v nova delovna mesta. Vse te ovire pa so dokaj podobne tistim, s katerimi se srečujejo tudi MSP v ostalih državah članicah EU (Žakelj, 2004, str. 38). Problem predstavlja tudi napačno razumevanje tega, kaj podjetniki sploh potrebujejo za uspešno poslovanje, o tem v realnosti namreč prihaja do velikih razhajanj med svetovalci v podjetniških centrih in med samimi podjetniki, in pa kako v podporni mreži povezati podporo razvoju podjetništva in regionalne razvojne programe, kajti ti dve področji sta pogosto v domeni različnih ministrstev (Glas, 2000, str. 209–210).

Raziskava GEM nam prikaže, da je v Sloveniji tako leta 2008 kot tudi prej podjetniško okolje ocenjeno kritično. Na lestvici od 1 do 5 je bilo podjetniško okolje v Sloveniji v letu 2008 ocenjeno s povprečno oceno 2,92, kar je sicer malenkost višje od povprečja v državah GEM, vendar pa je ocena manjša od 3, kar pomeni da imamo v Sloveniji okolje, ki ne spodbuja nastanka in razvoja podjetništva. Po raziskavi GEM iz leta 2008 so v Sloveniji glavne slabosti okolja za razvoj podjetništva in MSP vladna politika (tako na področju regulative kot na področju podpore novim in rastočim podjetjem) ter kulturne in družbene norme. Poleg teh dveh dejavnikov, pa lahko kot dejavnik, ki zavira nastanek in razvoj podjetništva, omenim tudi podporne mehanizme in ekonomske politike za rast podjetij, saj so ti neučinkoviti oziroma jih je premalo, ter premajhno in preslabo izobraževanje in usposabljanje za podjetništvo. Slika z ostalimi slabostmi pa tudi prednostmi okolja za nastanek in razvoj podjetništva pri nas je vidna v prilogi 4 (Rebernik et al., 2009, str. 87 in str. 99).

Iz vseh preteklih dejavnosti in sprejema vseh zakonov, aktov in spodbud je torej vidno, da se država zaveda problemov in pomanjkljivosti, treba je le še dejansko izvesti večino teh spodbud, kajti le na listu papirja ne pomagajo. Podjetniško okolje v Sloveniji se torej izboljšuje, a še vedno ni na zadovoljivi ravni. Rebernik, Tominc in Pušnik (2009, str. 100) pravijo, »da bi morali v Sloveniji povečati razširjenost in kakovost izobraževanja ter usposabljanja za podjetništvo, doseči, da bi kulturne in družbene norme podpirale in ne zavirale podjetniške aktivnosti, zasnovati in voditi vladne politike tako, da bi se čim več posameznikov odločalo za ustanovitev podjetja, managerjev pa za rast podjetij, ter izvajati vladne programe, ki ustvarjajo pogoje za razvoj podjetništva.«

4 AKT O MALIH PODJETJIH ZA EVROPO

V tem poglavju najprej na splošno predstavim Akt o malih podjetjih za Evropo, sledi pa podrobnejši opis prenosa načel v politično ukrepanje in novih zakonodajnih predlogov, ki jih vodi načelo »najprej pomisli na male«. Na koncu poglavja opišem še samo izvajanje Akta o malih podjetjih za Evropo.

EU je ugotovila, da je skrajni čas, da se vizija voditeljev držav in vlad EU, ki je bila sprejeta leta 2000 z lizbonsko strategijo, začne tudi uresničevati. Tako je Evropski svet marca 2008 izrazil močno podporo **Aktu o malih podjetjih za Evropo – *Small Business Act for Europe*** (v nadaljevanju **SBA**), to je pobuda za dodatno zvišanje trajnostne rasti in konkurenčnosti MSP, in zahteval tudi njegovo čimprejšnje sprejetje. To se je zgodilo junija 2008, države članice pa so se k izvrševanju SBA v njegovi celoti politično zavezale decembra 2008. Države članice so sicer v preteklosti že izboljšale poslovno okolje, ki je vedno bolj naklonjeno MSP, vendar še vedno potrebujejo nadaljnje pomembne ukrepe, da bodo lahko do konca izkoristile potencial MSP. V EU so MSP še vedno dosti manj produktivna in počasneje rastoča podjetja kot pa v ZDA. Tam podjetja do 7. leta v povprečju povečajo zaposlovanje za 60 %, v EU pa le za 10 do 20 %. Ti ukrepi, kako še bolj izkoristiti potencial MSP, pa so

navedeni v SBA (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 2, 3). Ukrepi so toliko bolj pomembni, če se zavedamo, da je v EU več kot 20.000.000 MSP, kar predstavlja 99,8 % vseh podjetij, hkrati pa je tem MSP priznana vloga nosilcev gospodarskega razvoja in rasti, inovacij in zaposlitve (Study on the representativeness of the business organisations of the SMEs in the European Union, 2009, str. 13).

SBA pravi, da je za doseganje optimalnih pogojev za MSP zelo pomembno, koliko priznanja podjetnikom daje družba pri ustvarjanju delovnih mest in gospodarski rasti in kako so le-ti v družbi nasploh sprejeti. SBA zato kot enega ključnih dejavnikov za MSP navaja spremenjen odnos do vloge podjetnikov in tveganja. Namen SBA je torej ustvariti okolje, v katerem bodo podjetja rastle in se razvijala, podjetništvo pa bo nagrajeno. SBA želi olajšati in pospešiti dostop do financiranja, izboljšati splošni pristop politike do podjetništva in umestiti načelo »najprej pomisli na male« v oblikovanje politike in zakonov ter s tem spodbuditi rast MSP (Some examples of what the SBA does for SMEs, 2009; »Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 3).

Beseda akt, ki jo v sebi nosi SBA, je povsem simbolične narave, saj gre v resnici le za pobudo in v njej napisane usmeritve, ne za pravno zavezujoč akt. Z besedo akt je Evropski svet hotel le poudariti močno politično voljo, da se MSP prizna osrednja vloga v gospodarstvu EU in da se vzpostavi celovit politični okvir za EU in njene države članice. SBA je to naredil z (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 4–5):

- 10. načeli za usmerjanje in izvajanje politik na ravni EU in držav članic,
- z novimi političnimi ukrepi za izvajanje teh 10 načel v skladu s potrebami MSP,
- z novimi zakonodajnimi predlogi, ki jih vodi načelo »najprej pomisli na male«.

4.1 10 NAČEL SBA IN NJIHOV PRENOS V POLITIČNO UKREPANJE

10 načel SBA je (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 5–17):

- EU in države članice morajo ustvariti okolje, v katerem bodo lahko uspevali podjetniki in družinska podjetja, podjetništvo pa bo nagrajeno;
- države članice morajo zagotoviti, da bodo podjetniki, ki so bili soočeni s stečajem, kmalu dobili novo priložnost;
- EU in države članice morajo zakonodajne predpise oblikovati v skladu z načelom »najprej pomisli na male« in poenostaviti regulativno okolje;
- EU in države članice morajo poskrbeti, da se bodo javne uprave odzivale na potrebe MSP, slednjim kar najbolj olajšati poslovanje, zlasti z uvajanjem e-uprave in rešitev »vse na enem mestu«;
- EU in države članice morajo orodja javne politike prilagoditi potrebam MSP;
- EU in države članice morajo olajšati dostop MSP do financiranja, zlasti do tveganega kapitala, mikrokreditov in dolžniško-lastniškega financiranja ter razviti pravno in poslovno okolje, ki bo podpiralo pravočasno plačevanje v gospodarskem poslovanju;

- EU in države članice morajo spodbuditi MSP, da bolje izkoristijo možnosti, ki jih ponuja enotni trg, zlasti z izboljšanjem upravljanja in obveščanja o politiki enotnega trga, tako da se omogoči boljše zastopanje interesov MSP pri oblikovanju standardov ter olajša dostop MSP do patentov in trgovskih znamk;
- EU in države članice morajo spodbuditi nadgrajevanje znanj v MSP in vse oblike inovacij;
- EU in države članice morajo MSP omogočiti, da bodo izzive okolja spremenila v priložnosti;
- EU in države članice morajo podpreti in spodbuditi MSP, da bodo izkoristila rast trgov zunaj EU, zlasti s trgu prilagojeno podporo in dejavnostmi poslovnega usposabljanja.

Ker je sklop 10 načel bistvenega pomena za vzpostavitev enotnih pogojev delovanja za MSP in izboljšanje okolja v vsej EU v nadaljevanju še bolj podrobno opišem načela in njihov prenos v politično ukrepanje.

4.1.1 Prenos 1. načela v politično ukrepanje

V okviru 1. načela morajo države boljše poskrbeti predvsem za bodoče podjetnike in poenostaviti pogoje za prenos poslovanja. Mlade ljudi je treba bolj seznaniti z dejstvom, da je samozaposlitev lahko zanimiva oblika zaposlitve, hkrati pa je treba izobraževalni sistem še bolj približati podjetništvu in ga tudi izboljšati. Pogoje za prenos poslovanja pa je treba poenostaviti predvsem zaradi tega, ker bo šlo v prihodnosti veliko število lastnikov malih in družinskih podjetij v pokoj. V primeru, da bi nekatera izmed teh podjetij pri zamenjavi generacij nehala poslovati zaradi pretežavnih in kompliciranih prenosov lastništva, bi nastala velika škoda in to je treba preprečiti. Pomemben podatek, ki govori v prid temu, da je treba poskrbeti za enostavne prenose lastništva, je tudi ta, da vsak prenos lastništva v povprečju ohrani več delovnih mest, kot jih nastane z zagonom novega podjetja. Prenos poslovanja je zato treba podpirati v enaki meri kot ustanavljanje novih podjetij. 1. načelo pa omenja tudi to, da je treba več pozornosti posvetiti ženskim podjetnicam, saj so te v podjetniškem svetu še vedno v manjšini (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 5).

Najpomembnejše stvari, h katerim so pozvane države članice s strani Evropske komisije, so, naj čim bolj spodbujajo podjetniško miselnost med mladimi in podjetništvo umestijo kot ključno znanje v učnih programih. Zagotoviti morajo, da zaradi davčnih regulacij ne bo prihajalo do oteževanja prenosa poslovanja, vzpostaviti pa morajo tudi sheme za povezovanje prenosljivih podjetij s potencialnimi novimi lastniki. Za pomoč ženskim podjetnicam bodo ustanovljena tudi mentorstva in podpore za podjetnice, pa tudi priseljence, ki bi radi postali podjetniki – za prenos tega načela v prakso je zadolžena Evropska komisija. Le-ta v okviru 1. načela tudi spodbuja podjetniško kulturo in lajša izmenjavo prakse v podjetniškem usposabljanju, v letu 2008 je uvedla pobudo »Erasmus za mlade podjetnike«, za leto 2009 je organizirala »Evropski teden MSP«, namen pa ima ustanoviti tudi Evropsko omrežje

podjetnic, kar bo spodbujalo žensko podjetništvo (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 6).

4.1.2 Prenos 2. načela v politično ukrepanje

S stečajni je v Evropi povezanih približno 2,8 milijona delovnih mest letno. Stečajni postopki so zelo dolgi, v primeru neuspeha pa so ljudje »zaznamovani« tako osebno kot tudi v poslovni kulturi. Tudi podjetja imajo zadržke pri poslovanju s podjetji, ki so v preteklosti doživela neuspeh. 2. načelo SBA se nanaša prav na reševanje vseh teh problemov (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 7).

Komisija bo zato za prenos tega načela v prakso še naprej spodbujala politiko dajanja novih priložnosti in izmenjavo najboljše prakse med državami članicami, države članice pa so pozvane k spodbujanju pozitivne naravnosti družbe do ponovnega poskusa podjetniškega delovanja po neuspehu, k hitremu končanju vseh pravnih postopkov v zvezi s stečajem in k zagotavljanju enakega obravnavanja podjetnikov, ki začnejo znova, ter podjetnikov, ki niso doživeli neuspeha (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 8).

4.1.3 Prenos 3. načela v politično ukrepanje

Dolgi in dragi zakonodajni in upravni postopki ter regulativno okolje so največja ovira MSP. Na tem področju MSP nosijo veliko večje breme kot pa velika podjetja, zakonodajna obveznost namreč veliko podjetje stane okoli 1 EUR na zaposlenega, malo podjetje pa tja do 10 EUR na zaposlenega. 3. načelo zato narekuje, da je treba v prihodnosti bolj upoštevati načelo »najprej pomisli na male« in postopke ter zakonodajo prilagoditi MSP. Z upoštevanjem načela »najprej pomisli na male« bo zakonodaja namreč morala interese MSP vzeti v obzir že v zgodnjih fazah oblikovanja zakonov in predpisov, uporabljati pa bo treba tudi »SME-test« s katerim se vnaprej preverja učinke zakonodajnih in upravnih predlogov na MSP (SME Test, 2009; »Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 7).

Za izboljšanje tega stanja bo Komisija začela uporabljati enotne datume začetka veljavnosti uredb in določb, ki vplivajo na podjetja, hkrati pa bo objavljala tudi letne izkaze o teh sprejetih zakonodajah. Komisija bo tudi ocenila vplive prihodnjih zakonodajnih in upravnih pobud, ki se nanašajo na MSP, o vseh zakonodajnih in upravnih pobudah pa se bo predhodno posvetovala tudi z MSP in tako upoštevala načelo »najprej pomisli na male«. Komisija se je zavezala tudi k nadaljnjemu trudu za znižanje stroškov in bremen za podjetja, k temu pa so bile pozvane tudi države članice. Države članice so bile pozvane tudi k upoštevanju uvedbe enotnih datumov in letnih izkazov zakonodaje, ki je bila sprejeta, ter k izogibanju prekomernega izvajanja postopkov, ki obremenjujejo MSP. Za izboljšanje regulativnega okolja in upoštevanje načela »najprej pomisli na male« je komisija predstavila tudi vse predloge za zmanjšanje upravne obremenitve za podjetja, države članice pa so bile pozvane k

sprejetju enako ambicioznih ciljev, torej k 25 % zmanjšanju obremenitev do leta 2012 (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 7–8).

4.1.4 Prenos 4. načela v politično ukrepanje

Naslednja storitev, ki lahko pripomore k prijaznejšem okolju za MSP, je sodobna uprava – s tem je mišljena predvsem e-uprava in pa storitve »vse na enem mestu«. Te storitve lahko prihranijo kar nekaj časa in močno znižajo stroške podjetij, ki že poslujejo, in so tako posledično tudi pomemben dejavnik pri rasti MSP, saj lahko MSP tako privarčevani denar uporabijo za inovacije in nova delovna mesta (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 9).

Za uresničitev 4. načela so države članice pozvane k zmanjševanju prispevkov za registracijo podjetja ter časa, potrebnega za ustanovitev podjetja (na manj kot 7 dni). Z poenostavitvijo dovoljenj in odobritev bo omogočen tudi hitrejši začetek poslovanja MSP. Skrajni rok za izdajo vseh potrebnih dokumentov mora biti krajši od 1. meseca. V okviru tega načela so države članice pozvane tudi k zagotovitvi mikro podjetjem, da jim ne bo treba pogosteje kot na vsaka 3 leta sodelovati pri statističnih popisih, za prijaznejše okolje pa so članice pozvane k ustanovitvi enotnih kontaktnih točk, preko katerih bodo podjetja lahko dobila vse potrebne informacije in kjer bodo lahko podjetja izpolnila vse potrebne formalnosti in postopke (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 9).

4.1.5 Prenos 5. načela v politično ukrepanje

To načelo govori o tem, da je MSP treba olajšati postopke pri sodelovanju v postopkih javnega naročanja, saj javni razpisi znašajo kar 16 % bruto družbenega proizvoda v EU. Udeležba MSP v javnih naročilih je sicer že kar visoka, a jo je treba v prihodnosti še povečati. Bolje pa je treba tudi izkoriščati možnosti državne pomoči pri zagonu in spodbujanju MSP. Tu je problem predvsem, da v državah članicah sploh niso vzpostavljeni vsi razpoložljivi podporni mehanizmi MSP, da so postopki za pridobitev pomoči preveč dolgotrajni in zapleteni, pa tudi MSP pogosto sploh nimajo vseh informacij o pomočeh, ki so na voljo (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 10).

Komisija se je za izvedbo tega načela zavezala, da bo še naprej poizkušala čim bolj olajšati dostop do informacij o možnostih sodelovanja pri javnih naročilih, da bo spodbujala spremembe v sami kulturi naročanja, objavila pa bo tudi priročnik o državni pomoči za MSP, ki bo povečal ozaveščenost o obstoječih možnostih podpore. Pomembnejše stvari, h katerim so v okviru tega načela pozvane države članice, pa so vzpostavitev elektronskih portalov za širši dostop do informacij o možnosti javnih naročil in preusmeritev težišča politike na področju državne pomoči, in sicer v smer boljše obravnave potreb MSP (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 10–11).

4.1.6 Prenos 6. načela v politično ukrepanje

Zbiranje sredstev predstavlja za podjetnike in MSP veliko težavo, strah pred tveganjem namreč pogosto odvrača vlagatelje in banke k dajanju potrebnega kapitala za zagon ali pa kasnejše delovanje in širitev podjetja. Na tem področju sicer že obstajajo številni izdelki za pomoč MSP, vendar ti očitno niso dovolj učinkoviti in jih je zato treba posodobiti, poenostaviti in tudi razširiti njihov obseg uporabe. Drug problem, ki ga obravnava 6. načelo SBA, pa je kultura poznega plačevanja v poslovanju, saj MSP na plačilo svojih računov v povprečju čakajo od 20 do več kot 100 dni, prav prepozna plačila pa so razlog za 1 izmed 4 stečajev (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 11).

Za izboljšanje tega področja bo Komisija državam članicam v prihodnosti pomagala pri razvoju kakovostnih programov za spodbujanje naložb, države članice pa so pozvane k pripravi programov financiranja, ki bodo zapolnili luknjo od 100.000 do 1.000.000 EUR, k odpravi ovir, ki preprečujejo, da bi skladi tveganega kapitala vlagali pod enakimi pogoji kot domači skladi, in k zagotavljanju takega obdavčenja dobičkov, ki bo v podjetjih spodbujalo naložbe. Komisija v okviru tega načela predlaga tudi spremembo direktive o zamudah pri plačilih, in sicer da se vsa plačila izvedejo najkasneje v 30 dneh (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 12).

4.1.7 Prenos 7. načela v politično ukrepanje

Enotni trg EU predstavlja več kot 500.000.000 potrošnikov, vendar pa je ta trg treba urediti z enotnimi skupnimi pravili, ki bodo nadomestila 27 sklopov različnih nacionalnih pravil. Dobro delujoči enotni trg EU bi bil za MSP zelo koristen, saj bi MSP delovala v konkurenčnem okolju, v katerem bi lahko bolje izkoristila prednosti globalizacije, pojavile pa bi se tudi nove priložnosti za inovacije. O tem, kako ustvariti takšne pogoje, govori 7. načelo, vendar pa v trenutnih razmerah MSP ne izkoriščajo vseh možnosti, ki jih ponuja enotni trg. Za to je krivo predvsem pomanjkanje informacij o poslovnih priložnostih in veljavnih pravilih v drugih državah, pa tudi pomanjkanje znanja tujih jezikov (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 12–13).

Za uresničitev enotnega konkurenčnega trga je Komisija MSP zagotovila, da bodo imela od obstoječih politik odpiranja trga koristi in da je odprt enoten trg za MSP nekaj dobrega, saj jim nudi možnosti za nadaljnji razvoj in širitev poslovanja. Za posredovanje informacij in nasvete glede priložnosti, ki jih nudi enotni trg, je Komisija ustanovila tudi mrežo *Enterprise Europe Network*, gradi pa tudi učinkovit, kakovosten in pravno varen sistem patentov na evropski ravni, med njimi sta na primer patent Skupnosti in vseevropska patentna jurisdikcija. Komisija je predložila tudi akcijski načrt za leto 2008 za spodbujanje uporabe elektronskih podpisov in avtentifikacije, obvezala pa se je tudi, da bo uvedla ukrepe za pomoč MSP pri udeležbi v svetovni dobavni verigi. Za dosego cilja enotnega trga bo Komisija tudi povečala finančno podporo za spodbuditev udeležbe MSP pri standardizaciji in uporabi evropskih standardov in si prizadevala za zmanjšanje razdrobljenosti pravil o varstvu

potrošnikov. Države članice pa so v okviru tega načela SMA pozvane k okrepitvi sistema za reševanje problemov, ki bo zagotovil neformalno in hitro reševanje težav pri izvajanju pravic enotnega trga. Njihova naloga je tudi spodbujanje nacionalnih organov za standardizacijo k ponovni proučitvi njihovega poslovnega modela za znižanje stroškov dostopa do standardov in zagotavljanje poštene sestave odborov za standardizacijo («Think small first». A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 14).

4.1.8 Prenos 8. načela v politično ukrepanje

Več kot polovica MSP je mnenja, da podjetniki in njihovi zaposleni za njih potrebnega znanja ne morejo pridobiti v šolah, še največ težav pa imajo MSP s pridobivanjem kadra, ki je usposobljen za delo z novimi tehnologijami. Delno je za to kriv izobraževalni sistem, delno pa MSP sama, ker ne izkoriščajo potenciala za raziskave in inovacije. Zato je pomembno, da se MSP začnejo povezovati z univerzami in da se tudi sama začnejo vključevati v raziskovalno skupnost. MSP je torej treba spodbuditi k naložbam v raziskave, k udeležbi v programe podpore za raziskave in razvoj ter h grozdenju («Think small first». A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 15).

Za prenos tega načela v prakso bo Komisija razširila sistem za spodbujanje mobilnosti pripravnikov v okviru programa *Leonardo da Vinci* za leto 2010, podprla je razvoje spletnih portalov e-znanja, poenostavila bo pravila državne pomoči za podporo raziskavam. Komisija bo v posvetovanju z državami članicami razvijala tudi strategijo grozdenja in grozdom olajšala dostop do novih trgov. Poleg nekaterih drugih ukrepov pa si bo Komisija prizadevala tudi za čim večjo udeležbo MSP pri prenosu znanja. Države članice so v okviru 8. načela pozvane, da morajo spodbujati prizadevanja MSP za internacionalizacijo in njihov cilj, da postanejo hitro rastoča podjetja. MSP morajo spodbujati tudi k čim večji aktivnosti na področju raziskav in razvoja. Državam članicam je naročeno tudi, da zagotavljajo enostaven dostop MSP do sredstev za podjetništvo, inovacije in znanje («Think small first». A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 15–16).

4.1.9 Prenos 9. načela v politično ukrepanje

Ključni izzivi okolja za MSP so podnebne spremembe, omejeni viri energije, trajnostni razvoj, pa tudi povpraševanje po okolju prijaznih izdelkih in storitvah. 9. načelo zavzema prav te izzive in priložnosti, ki izhajajo iz teh izzivov. Načelo pravi, da je treba zagotoviti več informacij, znanja in finančnih spodbud, saj se bo lahko le tako izkoristilo vse priložnosti, ki jih ponuja »zeleni« trg, povečati pa je treba tudi energetske učinkovitost («Think small first». A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 16).

Zato da bodo MSP izzive okolja začela spreminjati v priložnosti, bo Komisija financirala omrežje strokovnjakov za okolje in energetske učinkovitost v mreži *Enterprise Europe Network*, ki bo MSP svetovalo o ekološko učinkovitih poslih, tržnih potencialih in priložnostih za financiranje učinkovitejših poslov. Komisija bo razvijala tudi nove oblike

podpore za inovativni zagon MSP na področju ekoloških inovacij. Države članice pa so v okviru tega načela pozvane, da v celoti izkoristijo okoli 2.500.000.000 EUR iz kohezijske politike za podporo okolju prijaznim izdelkom in procesom v MSP in da zagotovijo spodbude za ekološko učinkovita podjetja in izdelke (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 16–17).

4.1.10 Prenos 10. načela v politično ukrepanje

Zadnje načelo pa govori o prodoru MSP na trge zunaj EU. V splošnem trgovinske ovire bolj prizadenejo MSP kot pa velika podjetja. V EU samo 8 % MSP prihodke pridobiva tudi od izvažanja svojih proizvodov oziroma storitev. MSP tudi surovin v povprečju v tujini kupijo samo 12 %, zato jim je treba pomagati pri dostopu do hitro rastočih tujih trgov, in sicer predvsem s pridobivanjem informacij o možnih partnerjih in odprtosti teh trgov (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 17).

Komisija v ta namen ustanavlja skupine za dostop do trgov na ključnih izvoznih trgih, kar bo izboljšalo obveščenost MSP o trgovinskih ovirah na trgih zunaj EU. Komisija si hkrati prizadeva za odprtje trgov gospodarstev v razvoju in za odprtje trgov javnih naročil v državah zunaj EU, ustanovila pa je tudi evropske poslovne centre v Indiji in na Kitajskem, ki bodo podjetjem pomagali, da izkoristijo te razvijajoče se trge. Države članice pa so pozvane k spodbujanju mentorstva velikih podjetij v MSP, in sicer v tej smeri, da bi jih pripeljala na mednarodne trge (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 17–18).

4.2 NOVI ZAKONODAJNI PREDLOGI, KI JIH VODI NAČELO »NAJPREJ POMISLI NA MALE«

Načelo govori o tem, da morajo biti zakonodajni predlogi oblikovani s posebno pozornostjo do MSP, saj ta predstavljajo večino gospodarstva, zaradi svoje majhnosti pa potrebujejo posebno pozornost pri oblikovanju in sprejemanju nove zakonodaje. V tem duhu so napisani 3 zakonodajni predlogi. Prvi je uredba o samodejnem soglasju za 26 vrst ukrepov državne pomoči, ki bo iz predhodne priglasitve izvzela tiste kategorije državne pomoči, ki so že zajete v obstoječih uredbah na področju pomoči MSP. Tako bodo države članice prihranile čas pri dodeljevanju pomoči. Drugi je uredba, ki določa statut evropske zasebne družbe, ki bo omogočal ustanavljanje in poslovanje podjetij ob upoštevanju enakih določb prava družb v vseh državah članicah, tretji pa direktiva o znižanih stopnjah DDV za delovno intenzivne storitve (»Think small first«. A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 4–5).

4.3 IZVAJANJE SBA

SBA je v Evropi vzbudil številna pričakovanja, hkrati pa naletel na široko podporo na ravni vlad, v Evropskem parlamentu in predvsem med MSP. Zdaj je glavni cilj, da se vse napisano v SBA začne tudi natančno izvajati. To pa zahteva polno politično zavezanost tako Komisije,

kot tudi držav članic. Za učinkovito izvajanje SBA mora biti le-ta v celoti umeščen v strategijo za rast in delovna mesta, objavljati pa bi bilo treba tudi vmesne rezultate uspešnosti izvajanja akta, ki bi še pospeševali proces implementacije («Think small first». A »Small Business Act« for Europe, 2008, str. 18).

Kmalu po sprejetju SBA je najprej ZDA in potem tudi EU zadela finančna in gospodarska kriza. Evropski svet je kot odgovor na krizo poleg drugih ukrepov še enkrat izrazil nujno potrebo po čimprejšnjem izvajanju načel SBA, saj ta pomagajo pri razvijanju celotnega potenciala MSP, za ta pa že vemo, da so nosilci gospodarskega razvoja, delovnih mest in inovacij (Information note on the Small Business act for Europe, 2009, str. 2).

Komisija evropske skupnosti je Evropskemu svetu 28. 5. 2009 predložila poročilo, ki govori o napredku pri izvajanju SBA. Evropski svet je ugotovil, da je napredek pri izvajanju SBA zadovoljiv in da je akt treba izvajati še naprej. V poročilu je zapisano, da je v izvrševanju zakonodajnih in političnih predlogov SBA viden napredek, še posebej na 3 prioritetenih področjih SBA, ki so izboljššan dostop do financ, vzpostavitev regulativnega okolja, ki bo MSP v podporo, in izboljššan dostop MSP do enotnega trga in trga držav v razvoju.

Da se je sprostila potreba po kreditih, je Evropska investicijska banka v letu 2008 MSP posodila 8.100.000.000 EUR, kar je za 60 % več v primerjavi z letom 2007. Tak obseg posojil je predviden tudi za leto 2009. Komisija je tudi pospešila njeno odločanje o državnih pomočeh in začasno zadolžila države članice, da olajšajo dostop do financ za investicije skozi subvencioniranje dolgov in bančnih garancij. Pomembna zadeva na tem področju pa je tudi hitro in pravočasno plačevanje podjetjem, kar pa je v času gospodarske krize vse prej kot lahko, a zelo pomembno za MSP. Komisija je zato predlagala sprejem direktive o poznih plačilih, po kateri bi bila javna oblast zgled ostalim in račune vedno plačala najkasneje v 30 dneh (Information note on the Small Business act for Europe, 2009, str. 3).

Poročilo pravi, da so bili storjeni premiki na bolje tudi pri oblikovanju regulativnega okolja, ki bo prijazen do MSP. Osnova pri pripravi zakonov in politik mora postati načelo »najprej pomisli na male«, zraven pa je treba uporabljati tudi »SME-test«. Komisija je ponovno pregledala in popravila njena pravila državne pomoči, s čimer poizkuša dodatno spodbuditi države članice k bolj neposredni pomoči za MSP. Prišlo je tudi do soglasja držav članic, da dovolijo znižanje davčne stopnje za lokalne delovno intenzivne dejavnosti, kar naj bi dodatno stimuliralo aktivnost na tem področju in tudi ustvarilo nova delovna mesta. Komisija je predlagala tudi spremembo davčne direktive, ki bi odstranila prepreke elektronskega plačevanja računov in srednjeročno prihranila 18.000.000.000 EUR, in da države članice čim prej sprejmejo manj obremenilne računovodske zahteve za mikro podjetja (Information note on the Small Business act for Europe, 2009, str. 4).

Napredek je viden tudi pri povečevanju dostopa MSP do trgov. Za stimulacijo čezmejnega poslovanja na enotnem trgu EU so se Komisija in države članice skupno odločile, da znižajo stroške za zaščito znamke na področju EU za 40 %. Tako je zaščita blagovne znamke postala mnogo cenejša. Komisija je tudi pozvala države članice, naj pobudo o sprejemu statuta

evropske zasebne družbe obravnavajo s prioriteto, saj bi podjetja s sprejemom statuta lahko ustanavljala nove enote po vsej EU na enak način. Vzpostavljena sta tudi Evropska poslovna centra v Indiji in na Kitajskem (Information note on the Small Business act for Europe, 2009, str. 4–5).

Za oceno izvajanja SBA v državah članicah pa je še prezgodaj, pravi poročilo. Jasno pa je, da so se države članice zavezale k izpolnitvi SBA.

5 IZVAJANJE SBA V SLOVENIJI

Kljub temu da od sprejetja SBA mineva že leto in pol, izvrševanje načel in direktiv SBA v Sloveniji še ni na visoki ravni. Na to je opozoril tudi memorandum Podjetniško-trgovske zbornice, ki spada pod okrilje GZS »najprej pomisli na male – tudi v obdobju finančne krize«, naslovljen na predsednika vlade Boruta Pahorja. V njem je zapisano, da je skrb za razvoj MSP v delovanju vlade premalo prisotna in SBA premalo upoštevan. Hkrati pa Podjetniško-trgovska zbornica še vedno poudarja, da je sprejem SBA odlična priložnost, da tudi v Sloveniji oblikujemo politiko za MSP in podjetništvo. Za izvajanje vseh 10. načel SBA je Podjetniško-trgovska zbornica zato predlagala konkretne ukrepe, in sicer (Gospodarska zbornica Slovenije, 2009):

- likvidnostno tveganje je z MSP treba prelagati na državo (s tem je mišljeno predvsem skrajšanje plačilnih rokov države in rokov za vračilo davka na dodano vrednost, plačilo davka na dodano vrednost po plačani realizaciji, prednostna obravnava MSP pri javnih naročilih in kreditiranje izdatkov na podlagi odobrenih EU sredstev);
- izboljšati je treba delovanje pravne države na področju plačilne nediscipline;
- oblikovati je treba sklad za odpravnine delavcem pri majhnih podjetjih.

GZS je 9. 9. 2009 vlado pri uveljavljanju smernic SBA tudi pozvala naj zagotovi, da bodo načela SBA vključena v implementacijo Resolucije za boljšo zakonodajo in v Poslovnik vlade RS. Vlada je sicer odgovorila, da implementacija že uspešno poteka, da je načelo »najprej pomisli na male« že v izvajanju ter da so tudi na področju javnih naročil in razvoja ter implementacije sodobnih finančnih instrumentov v podporo podjetništvu in MSP že naredili velik korak, vendar je GZS mnenja, da v praksi vse to ne deluje (Uveljavljanje smernic akta za mala podjetja, 2009). Veliko razočaranje nad delovanjem vlade na tem področju pa je izrazila tudi OZS, ki pravi, da so predlogi malega gospodarstva premalo upoštevani.

Upanje na boljšo prihodnost za SBA in MSP pa predstavlja zavedanje vlade in njenega predsednika, da poslovno okolje Slovenije ne omogoča sprostitve vsega razvojnega potenciala in da bo v prihodnosti temeljna naloga vlade priprava boljše zakonodaje za MSP, ki bo poenostavila obstoječe predpise. S tem je mišljena predvsem poenostavitev sistema obračunavanja in plačevanja davkov, prispevkov, drugih obveznih dajatev ter javnofinančnih prihodkov. Vlada je že zagotovila sredstva za garancije za bančne kredite s subvencijo

obrestne mere in sredstva za zagon inovativnih podjetij ter napovedala izvajanje drugih načel SBA, kot so priprava instrumentov tveganega kapitala, ukinitve limita investicijskih olajšav za podjetja, uvedba 30-dnevnega plačilnega roka za obveznosti države (Pahor napovedal pripravo boljše zakonodaje za mala in srednja podjetja, 2009).

Na tem mestu velja omeniti še to, da resolucija Evropskega parlamenta o SBA z dne 10. 3. 2009, ki akt dopolnjuje z 91 točkami, pravi, da Evropski parlament obžaluje, da SBA ni pravno zavezujoč instrument in zato poziva Evropski svet in Evropsko komisijo, da pomagata pri naporih za uveljavitev SBA kot obvezujočega pravila (Resolucija Evropskega parlamenta za uresničevanje Akta za mala podjetja, 2009). S tem se popolnoma strinjam, saj bi se z uveljavitvijo SBA kot pravno zavezujočega akta njegovo izvajanje močno pospešilo.

SKLEP

Danes v vseh razvitih državah hrbtenico gospodarstva predstavljajo mikro, mala in srednje velika podjetja in podobno velja tudi za Slovenijo. So nosilci gospodarskega razvoja, saj so v nasprotju z velikimi podjetji namreč veliko bolj fleksibilna, hitreje se prilagajajo hitrim gospodarskim spremembam ter se hitreje odzivajo na nove poslovne priložnosti in preoblikujejo ideje v nove tržne izdelke. Izreden pomen imajo na področju inovacij in pri ustvarjanju delovnih mest. Leta 2007 so MSP v EU predstavljala že 99,8 % vseh podjetij in zaposlovala 67,2 % vseh zaposlenih v poslovnem sektorju. V Sloveniji pa so MSP predstavljala 99,7 % vseh podjetij in zaposlovala 65,9 % vseh zaposlenih v poslovnem sektorju. MSP pa se pri svojem delovanju srečujejo s številnimi problemi in ovirami, kot so administrativne in regulatorne obremenitve, težaven dostop do finančnih virov, nezadovoljiva poslovna struktura, pomanjkanje ljudi z ustrezno izobrazbo in še mnoge druge, zato je bilo tako na EU kot nacionalni ravni sprejetih mnogo ukrepov, smernic in direktiv, ki bi pomagale, pospeševale in spodbujale podjetništvo in MSP. Ena zadnjih takih je SBA.

SBA je sklop 10 načel za usmerjanje in izvajanje politik na EU- in nacionalni ravni, ki naj bi MSP omogočil polni izkoristek svojega potenciala za ustvarjanje delovnih mest in rasti. Z umestitvijo načela »najprej pomisli na male« v oblikovanje politike naj bi tudi izboljšal splošni pristop politike do podjetništva in podjetništvu pomagal pri reševanju ostalih težav, ki zavirajo njegov razvoj. Tekom diplomskega dela pa ugotavljam, da izvajanje SBA in s tem izboljševanje pogojev za podjetništvo in MSP poteka počasneje, kot je predvideno. Moja hipoteza na začetku diplomskega dela se je potrdila, saj je razkorak med napisanim in dejansko uresničenim iz SBA velik. To še posebej velja za izvajanje SBA na nacionalni ravni. V Sloveniji se SBA zavedamo, ga pa po večini še nismo začeli izvajati oziroma ga izvajamo premalo aktivno. GZS in OZS se zavzemata za čim hitrejšo implementacijo SBA in sta tudi podala dodatne predloge in razširitve načel SBA, ki bi pomagala podjetništvu in MSP ter izboljšala poslovno okolje, vendar pa je tudi vlada razen redkih izjem ostala samo pri podpiranju akta, namesto pri njegovem čimprejšnjem uveljavljanju. Slovenska MSP torej lahko pričakujejo implementacijo SBA in posledično tudi koristi, ki s tem prihajajo, vendar bo do tega prihajalo postopoma in počasi.

LITERATURA IN VIRI

1. Antončič, B., Hisrich, D. R., Petrin, T. & Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.
2. Commission of the European Communities (2008, 25. junij). »Think small first«. A »Small Business Act« for Europe. Communication from the commission to the Council, the European parliament, the European economic and social Comitee and the Comitee of the regions. Brussels: Commission of the european communities, 2008.
3. Commission of the European Communities (2009, 26. maj). *Information note on the Small Business act for Europe*. Brussels: Commission of the european communities, 2009.
4. Glas, M. & Pšeničny, V. (2000). *Podjetništvo – izziv za 21. stoletje*. Ljubljana: GEA College PIC.
5. Gospodarska zbornica Slovenije (2009, 10. junij). *Memorandum podjetniško trgovske zbornice »najprej pomisli na male – tudi v obdobju finančne krize«*. Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije.
6. JAPTI – Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije. (2009). *Predstavitvena brošura*. Ljubljana: JAPTI – Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije.
7. *Lizbonska strategija*. Najdeno 21. oktobra 2009 na spletnem naslovu <http://www.evropa.gov.si/si/lizbonska-strategija/>
8. *Lizbonska strategija – Partnerstvo za rast in delovna mesta*. Najdeno 11. novembra 2009 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/slovenija/dossier/growth_and_employment/index_sl.htm
9. *Some examples of what the SBA does for SMEs*. Najdeno 3. novembra 2009 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/benefits/index_en.htm
10. *Pahor napovedal pripravo boljše zakonodaje za mala in srednja podjetja*. Najdeno 25. novembra 2009 na spletnem naslovu <http://www.findinfo.si/Dnevnevsebine/Novice.aspx?id=9865>
11. *Publikacije o podjetništvu in industriji: nova opredelitev* http://www.mkgp.gov.si/fileadmin/mkgp.gov.si/pageuploads/saSSo/PRP_2007-2013/2009__ukrepi_PRP/312/Prirocnik_za_novo_opredelitev_malih_in_srednje_velikih_pod_.pdf
12. Rebernik, M., Tominc, P. & Pušnik, P. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
13. *Resolucija Evropskega parlamenta za uresničevanje Akta za mala podjetja*. Najdeno 20. oktobra 2009 na spletnem naslovu <http://www.ozs.si/prispevek.asp?IDpm=-1&ID=17942>
14. *SME Test*. Najdeno 3. novembra 2009 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/sme-test/index_en.htm

15. Statistični urad Republike Slovenije. (2009). *Podjetja, Slovenija, 2008*. Najdeno 20. decembra 2009 na spletnem naslovu http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=2801
16. *Study on the representativeness of the business organisations of the SMEs in the European Union*. (2009). Final report. Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.
17. Tajnikar, M. (2006). *Tvegano poslovanje: knjiga o gazelah in rastočih poslov*. Piran: GEA College – Visoka šola za podjetništvo.
18. *Uveljavljanje smernic akta za mala podjetja*. Najdeno 25. novembra 2009 na spletnem naslovu http://kriza.gzs.si/slo/barometer_zahtev/46307
19. Zakon o gospodarskih družbah. *Uradni list RS*, št. 42/2006.
20. Žakelj, L. (2004). *Razvoj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji in Evropski uniji*. Ljubljana: Urad RS za makroekonomske analize in razvoj

PRILOGE

Priloga 1: Merila velikosti podjetij po priporočilih Evropske komisije

Spodnja tabela prikazuje merila velikosti podjetij po priporočilih Evropske komisije. Kot je razvidno iz tabele, opredelitev kombinira več različnih kriterijev, in sicer število zaposlenih, letni obseg prodaje in pa povprečno vrednost sredstev podjetja. Kriterij števila zaposlenih je primeren in ga uporablja tudi Slovenija, vrednostna merila pa so sorazmerno visoka in zato v Sloveniji pri teh kriterijih uporabljamo nižje številke.

Tabela 1: Merila velikosti podjetij po priporočilih Evropske komisije

MERILO	MIKRO	MALA	SREDNJA
Število zaposlenih	manj kot 10	manj kot 50	do 250
Letna prodaja (v mio. evrov)	-----	do 7	do 40
Vrednost aktive v bilanci sredstev (v mio. evrov)	-----	do 5	do 27

Vir: M. Glas, Podjetništvo – izziv za 21. stoletje, 2000, str. 50.

Priloga 2: Razlika med GEM, poslovnimi registri in AJPES

Tabela 2: Razlika med GEM, poslovnimi registri in AJPES

Kljub dolgoletnemu pojasnjevanju razlik med podjetništvom kot procesom, v katerem sodeluje posameznik, ter podjetništvom, ki se ukvarja z organizacijskimi in pravnimi subjekti (d. d., d. o. o., s. p.), še vedno prihaja do mešanja podjetniškega procesa in poslovnega registra, do mešanja ljudi in organizacij. Oba vidika je pomembno proučevati, vendar pa vsak zahteva svoje podatkovne vire. Kadar se ukvarjamo s podjetji kot organizacijskimi in poslovnimi subjekti, lahko uporabljamo podatkovne podlage, ki nam jih ponujajo poslovni registri, AJPES, Slovenski statistični urad, Eurostat ali druge specializirane organizacije in podjetja, ki se ukvarjajo s poslovnimi podatki (IBON, GVIN ipd.). Ko pa imamo opraviti z ljudmi, lahko vpogled v njihove sposobnosti, namere, strahove, ambicije ipd. dobimo samo tako, da z zanesljivo metodologijo anketiramo statistično zanesljiv vzorec prebivalstva. GEM je družbena raziskava, ki se ukvarja s posamezniki. Z vidika raziskovalne perspektive GEM so posamezniki tisti, ki so primarni akterji ustanovitve, zagona in vzdrževanja novega in podjetnega posla. Zato seveda obstajajo nekatere bistvene razlike med podatki, ki jih zagotavlja GEM, in tistimi, ki jih lahko pridobimo v različnih poslovnih registrih in statističnih podatkovnih bazah. V nadaljevanju navajamo nekaj pomembnejših razlik:

- GEM-podatki so pridobljeni v raziskavi, ki je harmonizirana med vsemi sodelujočimi državami;
- metodologija GEM vsebuje statistično negotovost agregatnih rezultatov (na ravni države), kar ponazarjamo z objavljanim intervalom zanesljivosti za ugotovljene podjetniške indekse.

Podatki iz poslovnega registra so »številčni podatki« in kot taki ne zahtevajo intervala zanesljivosti, vendar je število »umetnih« registracij za določene države neznano. Nekateri podjetji sploh niso registrirani (ali se jim ni treba registrirati), nekatera podjetja pa so registrirana samo zaradi davčnih razlogov, ne da bi v njih potekala kakršna koli podjetniška aktivnost;

- GEM spremlja ljudi, ki so v procesu ustanavljanja podjetja (nastajajoči podjetniki), kakor tudi ljudi, ki so lastniki in managerji svojega podjetja (nova in ustaljena podjetja). To vključuje tudi svobodne poklice ali druge podjetnike, ki se jim ni treba registrirati. GEM tudi ugotavlja nagnjenost k podjetništvu in njegovo dojetje. Vpogled v najzgodnejše faze podjetništva in duh podjetnosti pa je seveda zelo relevantna informacija za oblikovalce ekonomske in razvojne politike. Bistvo GEM ni v preštevanju podjetij in izračunavanju stopnje ustanavljanja podjetij. Gre za merjenje podjetniškega duha in podjetniške aktivnosti v različnih fazah podjetniškega procesa. GEM–podatki zato niso najboljši vir za proučevanje podjetij (kot pravnih subjektov) in njihovih značilnosti. Za panožno razvrstitev obstoječih podjetij so npr. zagotovo boljši podatki, ki jih zagotavljajo poslovni registri (razen morda v državah, kjer GEM zajame res veliko število respondentov, npr. v Španiji ali Veliki Britaniji);

-GEM ponuja številne podatke, ki jih ni mogoče dobiti iz poslovnih registrov. Takšni primeri so motivacija za samozaposlovanje, raven podjetniške aktivnosti, strah pred neuspehom ali pričakovanja bodoče rasti. Vendarle pa je pri tem treba biti pozoren na to, da se takšne značilnosti ugotavljajo na primernem (in dovolj velikem) vzorcu. V ta namen je ponekod smiselno združevati GEM-vzorke iz več let. V Sloveniji se raziskovalci podjetništva ukvarjamo tako s primarnimi podatki, ki jih dobimo na temelju anketiranega vzorca (prebivalcev, podjetnikov, managerjev v podjetjih ipd.), kakor tudi s podatki, ki jih ponuja poslovni register, statistični urad ali AJ PES. Z izjemo GEM se pri primarnih podatkih pogosto pokaže, da niso harmonizirani s podobnimi raziskavami v svetu, pri uporabi podatkov iz registra pa se pojavlja dodatni problem, da le-ti niso ažurirani ter da so v njem številni organizacijski subjekti, ki so sicer registrirani, a niso poslovno aktivni. V drugi slovenski raziskavi podjetništva, ki poteka od leta 1998, v *Slovenskem podjetniškem observatoriju*, je ta zadrega rešena tako, da so v analizah smiselno upoštevani samo tisti subjekti, ki oddajo poročila o poslovanju, torej živi gospodarski subjekti, ki na trgu tudi dejansko sodelujejo v ekonomskem življenju in nanj vplivajo.

Vir: Study on the representativeness of the business organisations of the SMEs in the European Union, 2009, str. 28, 29.

Priloga 3: Število vseh podjetij in delovnih mest po državah članicah EU in delež MSP v njih za leto 2007

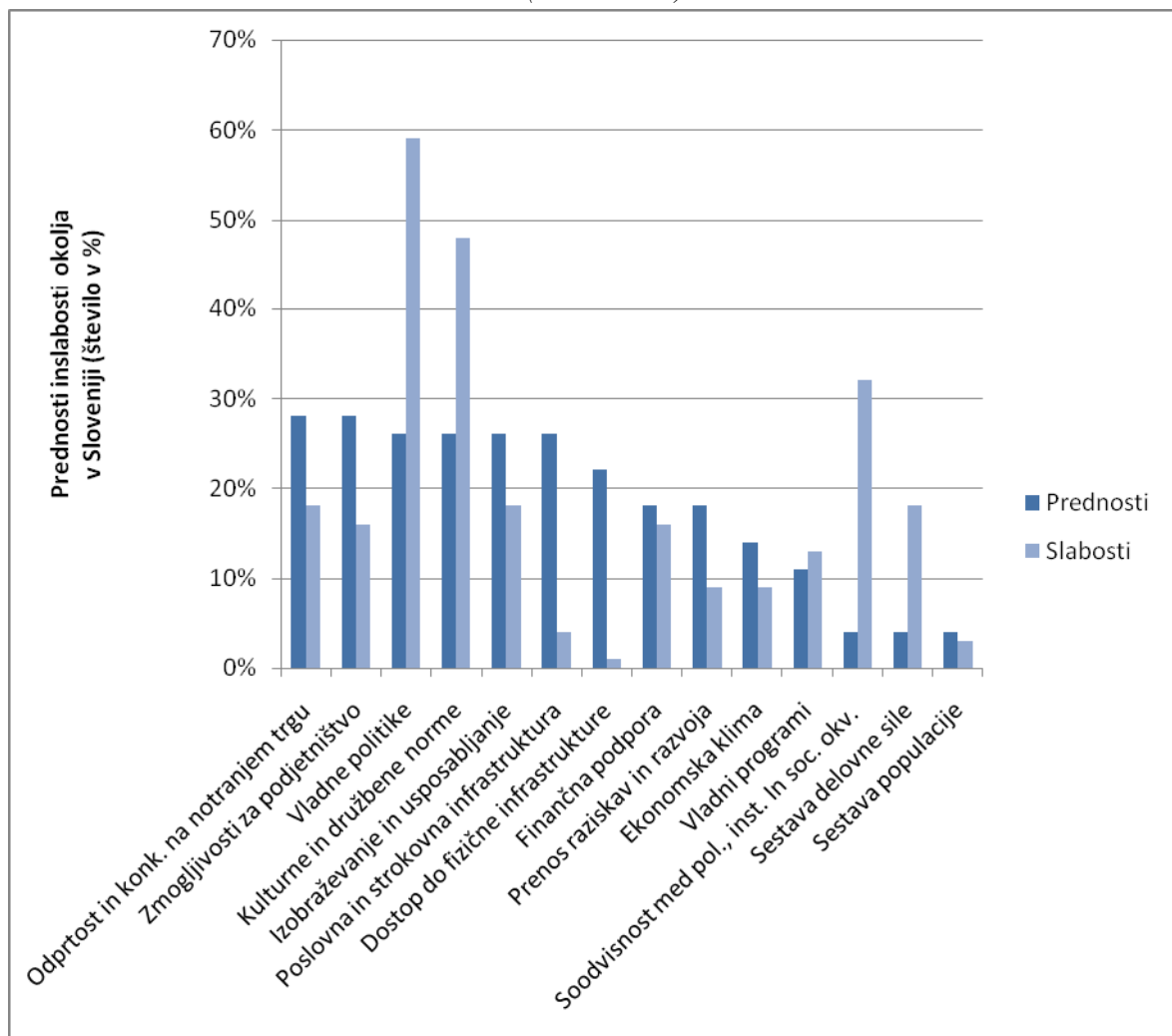
Tabela 3: Število vseh podjetij in delovnih mest po državah članicah EU in delež MSP v njih za leto 2007

EU-27	Št. vseh podjetij (*1.000)	Št. vseh MSP (*1.000)	% MSP v vseh podjetjih	Št. vseh delovnih mest (*1.000)	Št. del. mest, ki jih ponujajo MSP (*1.000)	% del. mest MSP v vseh del. Mestih
Avstrija	287	386	99,7	2.468	1.667	67,5
Belgija	411	410	99,8	2.478	1.652	66,7
Bolgarija	259	258	99,7	1.949	1.420	72,9
Ciper	47	47	99,7	222	186	83,8
Češka	936	935	99,8	3.747	2.587	69,0
Danska	210	210	99,7	1.755	1.152	65,6
Estonija	42	41	99,6	424	333	78,5
Finska	203	203	99,7	1.301	768	59,0
Francija	2.351	2.346	99,8	14.561	8.898	61,1
Grčija	846	845	99,8	2.575	2.100	81,6
Irska	92	92	99,5	1.050	701	66,8
Italija	3.941	3.937	99,9	15.424	12.540	81,3
Latvija	79	79	99,7	741	572	77,2
Litva	123	122	99,6	972	720	74,1
Luksemburg	24	24	99,6	224	142	63,4
Malta	35	35	99,6	143	94	65,7
Madžarska	563	562	99,5	2.497	1.752	70,2
Nizozemska	521	520	99,7	4.916	3.309	67,3
Nemčija	1.690	1.682	99,9	20.982	12.623	60,2
Poljska	1.519	1.516	99,8	8.178	5.710	69,8
Portugalska	865	864	99,9	3.312	2.716	82,0
Romunija	430	428	99,5	4.214	2.570	61,0
Slovaška	44	44	99,8	973	525	54,0
Slovenija	94	93	99,7	596	393	65,9
Španija	2.747	2.744	99,9	14.389	11.321	78,7
Švedska	537	536	99,8	2.696	1.704	63,2
Velika Britanija	1.558	1.551	99,6	18.017	9.751	54,1
EU-27	20.452	20.409	99,8	130.805	87.909	67,2

Vir: Study on the representativeness of the business organisations of the SMEs in the European Union, 2009, str. 17.

Priloga 4: Prednosti in slabosti okolja za nastanek in razvoj podjetništva

Slika 1: Prednosti in slabosti okolja za nastanek in razvoj podjetništva v Sloveniji (število v %)



Vir: Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008, 2009, str. 99.