

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**VPLIV UČINKOVITE STRUKTURE FINANCIRANJA NA USPEŠNOST
MALIH IN SREDNJE VELIKIH PODJETIJ V SPODNJEPOSAVSKI
REGIJI**

Ljubljana, december 2007

JOŽICA KOS

IZJAVA

Študentka Jožica Kos, izjavljam, da sem avtorica tega magistrskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom prof. dr. Aleša Vahčiča in skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 12.12.2007

Podpis: _____

1.	UVOD	1
1.1.	OPREDELITEV PROBLEMA, NAMEN IN CILJ DELA	1
1.2.	METODE PREUČEVANJA IN ZASNOVA DELA	3
2.	OPREDELITEV MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ (MSP)	4
2.1.	PODJETNIK – ZGODOVINSKA OPREDELITEV	4
2.2.	PODJETNIK – VEDENJSKA OPREDELITEV	5
2.3.	ZAKONSKA OPREDELITEV MSP	6
2.4.	ADAMSOVA PRAVILA ZA USPEH MALEGA PODJETJA	6
3.	OBVLADOVANJE TVEGANJ V MSP	7
4.	INTERNACIONALIZACIJA MSP	10
5.	TEORETIČNA OPREDELITEV FINANCIRANJA	12
5.1.	ZGODOVINSKI POGLED IN NASTANEK POJMA FINANCIRANJA	12
5.2.	TEMELJNI POMEN FINANCIRANJA	12
5.3.	TEMELJNE KATEGORIJE FINANCIRANJA	13
5.4.	TEMELJNA NAČELA FINANCIRANJA	14
5.5.	TEMELJNI CILJI FINANCIRANJA	14
5.6.	KLJUČNE FINANČNE ODLOČITVE V PODJETJU	15
5.6.1.	<i>Odločitve o priskrbi sredstev</i>	15
5.6.2.	<i>Odločitve o vlaganju sredstev v različne oblike sredstev</i>	15
5.6.3.	<i>Odločitve o gospodarjenju s sredstvi podjetja</i>	16
5.7.	FINANCIRANJE MSP NASPROTI VELIKIM PODJETJEM.....	17
6.	PREGLED MOŽNIH VIROV FINANCIRANJA MSP	18
6.1.	LASTNI VIRI.....	20
6.2.	TVEGANI KAPITAL.....	21
6.3.	POSLOVNI ANGELI.....	24
6.4.	KREDITI.....	27
6.5.	OBVEZNOSTI DO DOBAVITELJEV.....	29
6.6.	LEASING.....	29
6.7.	FAKTORING.....	31
6.8.	NEPOVRATNA SREDSTVA	32
6.9.	VIRI FINANCIRANJA MSP V EU	34
7.	KOLIKO SE PODJETJE LAHKO ZADOLŽUJE IN V KAKŠNI KOMBINACIJI VIROV	35
8.	VIDIKI OPREDELJEVANJA KREDITNE IN INVESTICIJSKE SPOSOBNOSTI PODJETJA	36
8.1.	KREDITNA SPOSOBNOST	36
8.2.	INVESTICIJSKA SPOSOBNOST.....	38
9.	KRITERIJI UGOTAVLJANJA KREDITNE SPOSOBNOSTI PODJETJA S STRANI BANK V PRAKSI	38
10.	PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI	43
11.	UKREPI ZA SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA SLOVENIJE	48
11.1.	SLOVENSKI PODJETNIŠKI SKLAD.....	50
11.2.	PREDLOG ZAKONA O PODPORNEM OKOLJU ZA PODJETNIŠTVO	51
11.3.	STRATEGIJA REGIONALNEGA RAZVOJA	52
11.4.	ZAKON O SPODBUJANJU SKLADNEGA REGIONALNEGA RAZVOJA –ZSRR-1	52
11.5.	SPODBUJANJE RAZVOJA V SPODNJEPOSAVSKI REGIJI - PODPORNOKOLJE V REGIJI.....	54
11.5.1.	<i>Regionalna razvojna agencija</i>	54
11.5.2.	<i>Zavod za podjetništvo in turizem Brežice</i>	58
11.5.3.	<i>Podjetniški center Krško</i>	60
11.5.4.	<i>Podjetniški center KIN Sevnica</i>	61
12.	GOSPODARSKI POTENCIAL POSAVJA IN SWOT ANALIZA REGIJE	63

12.1.	POSLOVANJE GOSPODARSTVA POSAVJA.....	65
12.2.	INTERNACIONALIZACIJA MSP V SPODNJEPOSAVSKI REGIJI	67
12.3.	POTENCIALNE MOŽNOSTI POSLOVANJA S HRVAŠKO	67
13.	ANALIZA VZORCA IZBRANIH MSP V SPODNJEPOSAVSKI REGIJI	69
13.1.	ZNAČILNOSTI IN VRSTE FINANCIRANJA IZBRANEGA VZORCA MSP	69
13.2.	IZVEDBA ANKETE IZBRANEGA VZORCA MSP	76
13.3.	PREDLOGI IN PRIPOMBE ANKETIRANIH MSP	81
14.	SKLEPNE UGOTOVITVE ANALIZE KORELACIJE MED USPEŠNOSTJO IZBRANEGA VZORCA PODJETIJ IN NAČINOM FINANCIRANJA	81
15.	PREDLOGI ZA IZBOLJŠANJE POLOŽAJA MSP V SPODNJEPOSAVSKI REGIJI.....	82
16.	ZAKLJUČEK.....	83
17.	LITERATURA IN VIRI	87
18.	PRILOGE	90

1. Uvod

1.1. Opredelitev problema, namen in cilj dela

Svet Evropske unije je v Lizboni marca 2001 postavil cilj: »Evropska unija naj bi do leta 2010 postala najbolj konkurenčno in dinamično gospodarstvo na svetu, ki bo temeljilo na znanju, doseganju trajne ekonomske rasti, ustvarjanju večjega števila novih delovnih mest in večje družbene povezanosti.« Odločilno vlogo pri doseganju tega cilja, ki ga je Svet postavil, bodo odigrala mala podjetja.

Mala podjetja predstavljajo hrbtenico evropskega gospodarstva. V EU je več kot 20 mio malih podjetij, ki skupaj zagotavljajo več kot 70 % zaposlenosti.

Mala podjetja, tako v EU kot v Sloveniji, predstavljajo ključen vir zaposlitev, obenem pa so tudi najpomembnejši spodbudniki inovacij.

Danes literatura ponuja ogromno možnosti za preverjanje svoje podjetniške ideje. Pripravljeni so priročniki, vprašalniki, navodila za pripravo poslovnega načrta in še bi lahko naštevali. Večina informacij in pripomočkov je dostopnih na internetu, torej poceni in hitro, a kljub temu se še vedno dosti podjetnikov preda »instinktu« in ob snovanju podjetja upoštevajo le svoje notranje čute. Vse več je tudi podjetnikov, ki svoje ideje preverijo, pripravijo poslovni načrt, s katerim preverijo donosnost ideje, vendar tudi teh idej ostane precej samo na papirju. Običajno je največja ovira pridobivanje financ v začetni fazi, ko je podjetniška aktivnost najbolj tvegana.

V sodobnem okolju, ki ga opredeljuje konkurenčnost, odprtost in hitre spremembe, je za gospodarstvo Slovenije izrednega pomena spodbujati nastanek malih podjetij in na ta način omogočiti samozaposlitev mladih, inovativnih in podjetnih posameznikov za razvoj lastnih kreativnih idej. Ti mladi inovativni in podjetni posamezniki v veliki večini nimajo lastnega kapitala, zato je nujno potrebno razviti učinkovit mehanizem, ki bo te posameznike povezal s trgom kapitala.

Vendar tudi to še vedno ni dovolj. Na drugi strani je potrebno trg kapitala spodbuditi za sprejemanje teh idej in dajanje življenja idejam z najprimernejšim načinom financiranja in hitrostjo izvedbe postopkov.

Vse to so razlogi za odločitev, da sem svoje delo namenila analizi malega podjetništva in se v drugem delu naloge posebej osredotočila na analizo malega podjetništva v Spodnjeposavski regiji, kjer živim in delam. S svojim delom in s praktičnimi raziskavami bi želela doprinesti k razvoju in prihodnosti te regije.

V svojem delu se najprej osredotočim na analizo, razvoj in značilnosti inovativnih podjetnih posameznikov, ki jih z eno besedo imenujemo podjetniki. Podjetnika opredelim v zgodovinskem razvoju in s teoretičnimi pogledi znanih ekonomistov nanj ter v vedenjskih značilnostih podjetnika. Prvi del nam bo podal lažje razumevanje delovanja in razmišljanja majhnih podjetnikov ter nam podal izhodišča za obravnavanje naslednjih tem.

V naslednjem poglavju sem posebno pozornost namenila obvladovanju tveganj v malih podjetjih, in sicer sem se osredotočila predvsem na obvladovanje finančnih tveganj. Podrobnejša analiza te tematike me je pritegnila zato, ker so podjetniki po definiciji ljudje, ki

so nagnjeni k tveganju. Glede na to, da se mali podjetniki tveganj sicer zavedajo in so jih pripravljene sprejeti, a jih velikokrat ne spremljajo, niti ne obvladujejo. Ker je v sodobnem gospodarstvu čedalje bolj nujno ta tveganja poznati in vsaj delno obvladovati, poskušam najti način obvladovanja teh tveganj.

Svetovni trend je tako pogosto omenjena »globalizacija«, zaradi česar se morajo mala podjetja z odpiranjem trgov in večanjem konkurenčnosti nujno internacionalizirati. To velja tudi za mala podjetja v Sloveniji in v izbrani regiji, kjer je zaradi njenega geostrateškega položaja še toliko bolj nujna. To so razlogi, da sem posebno poglavje namenila tej temi.

Ker je vsaka odločitev v podjetju prej ali slej povezana s financami, v nadaljnji raziskavi opredelim teoretični vidik financiranja (temeljni pomen, kategorije, načela in cilje financiranja, ključne finančne odločitve v podjetju) in specifičnost financiranja malih podjetij.

Po teoretični opredelitvi financiranja navajam nekatere pomembnejše oziroma boljše rečeno pogostejše vrste virov financiranja. Tukaj vzporedno ugotavljam, kakšne vire imajo možnost uporabljati slovenska podjetja.

V Sloveniji cena kapitala ni več osnovna ovira financiranja malih podjetij. Največja ovira je nepripravljenost ponudnikov kapitala za tveganje ter uporaba šablonskih izračunov ponudnikov glede višine in vrste financiranja.

Da bi lažje razumeli, zakaj vsi podjetniki oziroma podjetniški projekti ne najdejo svojih financ, in kateri so tisti, ki jih lahko najdejo, sledi analiza, ki nas bo privedla do spoznanja, koliko naj se podjetniki zadolžujejo in v kakšni kombinaciji virov. Posebej opredelim kreditno in investicijsko sposobnost podjetij ter kriterije ugotavljanja kreditne sposobnosti.

V drugem delu naloge, ki je naravnano bolj empirično in izkustveno, analiziram stanje podjetništva v Sloveniji kot celoti in po regijah. Glede na ugotovljen pomen malega podjetništva za gospodarsko rast, se v Sloveniji namenja že precej podpore malim podjetjem. Sledi analiza ukrepov podpore malim podjetnikom (zakonsko sprejeti ukrepi in novi predlogi v letu 2007). Podrobneje spremljam strategijo regionalnega razvoja in v okviru te analiziram podporno okolje v sami regiji (njihove cilje, načine dela, dosežene rezultate).

Da bi si lažje predstavljali položaj regije, namenjam posebno poglavje opisu gospodarskega položaja te regije. Posavje spada med najmanj razvite regije v Sloveniji. Dolgoletna gospodarska recesija je vzpodbudila določene razvojne iniciative v zadnjih letih, katerih namen je vzpodbuditi gospodarsko rast in dvigniti kvaliteto življenja celotnega prebivalstva regije.

Celotno območje regije je opredeljeno kot območje s posebnimi razvojnimi problemi, kamor naj bi se prednostno usmerjala sredstva države za spodbujanje regionalnega razvoja.

Vsi ti kazalci so še dodaten razlog za odločitev o raziskavi navedene problematike. V obravnavanem delu sem se osredotočila predvsem na problematiko, nastanek, razvoj in uspešnost malih podjetij. V regiji so namreč pred leti kot posledica prestrukturiranja velikih podjetij (kovinska in tekstilna industrija) nastajala nova majhna podjetja, tako rekoč iz nuje po preživetju. V sedanosti pa je čedalje več ustanavljanja novih podjetij, ki imajo znanje in ideje, vendar pa ne morejo oz. ne znajo priti do kapitala.

V regiji v predzadnjem delu naloge podjetja analiziram po izkazanih objavljenih poslovnih izkazih (zaključnih računih za obdobje 2001 – 2006), ter jih primerjam po izbranih kazalcih med sabo v časovni liniji ter primerjam vpliv kazalcev poslovanja med sabo.

V zadnjem delu naloge poskušam ugotoviti seznanjenost MSP v regiji z različnimi viri financiranja, s podpornim okoljem v regiji ter ugotoviti dejansko uporabo različnih virov financiranja v praksi.

V delu omenjam mala in srednje velika podjetja z izrazom MSP, včasih zaradi krajšega navajanja kar mala podjetja ali malo podjetništvo. Povsod pa je mišljena enaka vsebina.

CILJ MAGISTRSKEGA DELA

Opisano problematiko sem želela podrobneje analizirati v svojem magistrskem delu, saj zame izbrana tema predstavlja izziv, ki mi bo verjetno skozi ta podroben pregled dal nove dimenzije in spoznanja, s katerimi bi želela dati svoj prispevek k oceni teže problema razvoja malih in srednjih podjetij v Spodnjeposavski regiji ter:

- podati ugotovitve empirične raziskave in ugotovitve primerjati s teoretičnimi raziskavami, ki jih ponuja literatura na področju vpliva strukture financiranja na uspešnost malega podjetja,
- razviti nov, sodobnejši pogled na ugotavljanje kriterijev kreditne sposobnosti,
- kot zadnji cilj, ugotoviti kako lahko vplivajo dodatne oblike in viri financiranja na razvoj malega gospodarstva in s tem na razvoj regije.

Če povežemo to problematiko z opazovanjem možnosti financiranja in razvoja podjetij v izbrani regiji, se približamo namenu magistrske naloge, ki je, analizirati načine in vrste financiranja v izbrani regiji, ter vpliv le teh na razvoj podjetij v regiji.

1.2. Metode preučevanja in zasnova dela

Metode dela, ki sem jih uporabila pri izdelavi mag. dela so: proučevanje teoretične podlage, s katero bom najprej opredelila teoretičen vidik podjetništva in financiranja ter njun zgodovinski nastanek ter poskusila strniti in teoretično preučiti vrste virov financiranja. Tu sem uporabila tako domačo kot tujo strokovno literaturo in članke. Pri izdelavi naloge sem uporabila tudi znanje, pridobljeno tekom študija na magistrskem programu.

V teoretični del sem vključila članke, intervjuje, zapisnike delavnic, pridobljene na domačih in tujih spletnih straneh ter revijah s finančnega področja.

Za praktični del naloge sem uporabila vire podatkov iz baz IBON, IPIS, AJ PES in praktično znanje, pridobljeno tekom zaposlitve na banki. Največji poudarek je v tem delu izbrana metoda dela s pomočjo intervjujev predstavnikov malih podjetij. Ankete sem razposlala pisno (navadna in elektronska pošta), nato pa telefonsko preverila pripravljenost na sodelovanje (vprašalnik je sestavni del naloge). V nekaterih primerih sem s podjetji kontaktirala po telefonu, da bi bil izbran vzorec dovolj reprezentativen. Podjetja sem razdelila na storitvena in proizvodna, saj se le ta razlikujejo po svoji aktivni in posledično tudi pasivi.

V naslednji fazi naloge vlečem povezavo med učinkovito strukturo financiranja podjetij z rastjo teh podjetij. Korelacija v teoriji obstaja, v nalogi pa se opredelim na analizo in jakost

korelacije na izbranih podjetjih v Posavju. Hkrati bo raziskava pokazala, ali bi se podjetja lahko bolj zadolževala ali pa so že prezadolžena.

Glede na ugotovitve celotne opravljene analize in izkušenj ter novega znanja, pridobljenega ob pisanju te naloge, pripravim predlog ukrepov za izboljšanje položaja v regiji, ki ima vse potencialne, da postane ena boljših regij v Sloveniji.

2. Opredelitev malih in srednjih podjetij (MSP)

2.1. Podjetnik – zgodovinska opredelitev

Beseda podjetništvo (entrepreneurship) je v slovar poslovnih ljudi vstopila v osemdesetih letih kot ekvivalent za profesionalizem, popularno krilatico sedemdesetih let (Stevenson, Sahlman, 1986). Vendar pa podjetništvo ni od včeraj. V ekonomski vedi je pojem podjetništva prvi uporabil Richard Cantillon, angleški bančnik, ki je že leta 1700 uporabil termin podjetnik v managerskem kontekstu, in sicer je opredelil podjetnika kot nosilca rizika v podjetništvu (podjetnika je označeval kot najemnika zemlje ali trgovca, ki kupuje po določeni ceni, da bi kasneje prodal po negotovi, ob nakupu neznani ceni).

J.B. Say, francoski ekonomist, je v zgodnjih 1800 letih opredelil podjetnika kot osebo, ki išče priložnosti za premeščanje ekonomskih virov s področij z nizko na področja z visoko produktivnostjo.

V letih 1900 je ekonomist Frank Knight opredelil podjetnika kot menegerja negotovosti. Po njem je podjetnikova funkcija upravljanje z viri v pogojih negotovosti neizbežna v izvajanju ekonomske aktivnosti. Schumpeter je videl podjetnika kot aktivno iščočega priložnosti za inovacije. Po njem je podjetnik nosilec ekonomskega napredka, ki neprestano spreminja status quo, z namenom iskanja profitov. Peter Drucker je podjetnika opisal kot posameznika, ki ustvarja nekaj novega, nekaj drugačnega, ki spreminja ali preoblikuje vrednosti.

Pojem podjetnika in podjetništva se z razvojem gospodarstva in družbe spreminja. Za podjetnika torej ni pomembno, da ima premoženje (Rebernik, 1997, str. 4), pomembno pa je, da ima možnost, da to premoženje uporablja za to, da bo lahko uresničil svoj poslovni podjem, in sicer tako, da ustvarja dodatno vrednost in kreira nova delovna mesta. S podjetništvom imamo opraviti povsod tam, kjer gre za iskanje poslovnih priložnosti, ter njihovo izkoriščanje ne glede na vire, s katerimi podjetnik razpolaga.

Timmons (Timmons et al. 2004, str. 3) podjetništvo in podjetnika opredeli kot ključni dejavnik gospodarskega razvoja, ki povečuje konkurenco in sili k stalnemu izboljšanju kakovosti s čimer povečuje blaginjo prebivalstva, pospešuje tehnološki napredek in oblikuje nova delovna mesta. Podjetništvo je ustvarjanje nečesa, kar ima vrednost, iz praktično ničesar. Je proces ustvarjanja in prilastitve priložnosti ter vztrajanja, ne glede na vire, ki jih podjetnik trenutno nadzira.

Podjetnik mora najti, ovrednotiti in razviti priložnosti ter premagovati močne sile, ki nasprotujejo ustvarjanju nečesa novega (Hisrich in Peters, 1989, str. 30). Podjetništvo je proces ustvarjanja vrednosti, v katerem podjetnik na enem mestu zbere vsa sredstva, ki so potrebna za realizacijo poslovne priložnosti (Vahčič et al., 2000).

Je proces, v katerem podjetnik ali podjetniška skupina z uporabo potrebnega časa in napora ustvari nekaj, kar ima novo, večjo vrednost, pri čemer se sreča s finančnimi, psihološkimi in socialnimi tveganji, rezultat tega pa je nagrada v denarni obliki ali kot osebno zadovoljstvo in neodvisnost (Glas, 2001).

Podjetništvo je dinamičen proces ustvarjanja bogastva, ki se povečuje. Bogastvo ustvarjajo posamezniki, ki prevzemajo velika tveganja glede lastniškega kapitala, časa in obveznosti glede kariere ali dajo vrednost izdelku oziroma storitvi. Izdelek ali storitev morda nista nova ali edinstvena, toda podjetnik jima mora prinesiti vrednost s prejemanjem in najdbo potrebščin in virov (Ronstadt, 1984, str. 28).

2.2. Podjetnik – vedenjska opredelitev

Vedenjski pogled na podjetnika je skupek osebnostnih, psiholoških in socioloških pogledov na podjetnika in podjetniški proces.

Splošno znane podjetniške lastnosti so torej inovativnost, samozavest, odločnost, vztrajnost, usmerjenost h kupcem, odnos do tveganja in dobra organizacijska sposobnost. Za podjetnika ni dovolj, da zna opravljati svojo dejavnost in se odzivati na priložnosti, temveč mora biti sposoben tudi predvidevati spremembe in ustvarjati podjetniške priložnosti.

Prevladujoči motiv za ustanovitev lastnega podjetja so: želja po uresničitvi poslovne zamisli, nezadovoljstvo s prejšnjim delom ter želja po samostojnosti in neodvisnosti.

Obstajajo štiri kritični faktorji podjetniškega uspeha (Gompers, Sahlman, 2002, str.3):

1. ljudje – kateri so ključni igralci, kakšne izkušnje imajo, katere so njihove prednosti in slabosti ...
2. priložnost – priložnost je lahko nov proizvod, nova storitev, nov način dostave, nova proizvodna tehnologija, ki bo znižala stroške ...
3. posel – pravi ljudje in dobra priložnost še ni dovolj za uspeh, posel je treba strukturirati: kje dobiti denar (banke, posamezniki, tvegani kapital ...), kako se je bolje financirati: dolžniško, lastniško ali kombinirano ...
4. okolje – potencialni konkurenti, ki lahko vstopijo na trg, vladna politika in omejitve, ekonomski pogoji in trendi ...

Razmišljajoč o podjetniku na ta način pridemo do štiri stopenjske opredelitve podjetnika (Smith, Smith, 2004, str. 5-10):

1. podjetnik mora začititi priložnost, da ustvarja vrednost s pre-razvijanjem virov,
2. podjetnik si mora zamisliti strategijo za razvijanje potrebnih virov,
3. uvesti mora plan aktivnosti, kako bo povzročil inovacijo – spremembo,
4. podjetnik mora žeti nagrado, ki izvira iz inovacije – spremembe.

Iz tega bi sledilo, da uspešna inovacija nujno prinaša nagrado. Vendar je to daleč od resnice. Da bi bil uspešen, mora podjetnik ostati osredotočen na to, kako strateške izbire in odločitve najbolj vplivajo na rast.

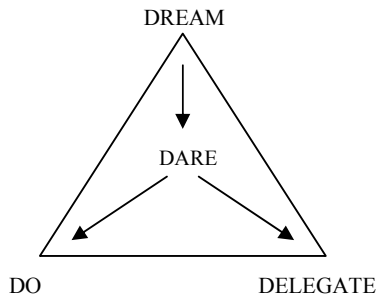
Uspešen podjetnik je štiridimenzionalen (Rebernik et al., 2002, str. 30):

1. Dream – mora sanjati, imeti vizijo, vedeti kaj hoče,

2. Dare – mora si upati svoje sanje in vizije uresničiti, upati si narediti, kar je sanjal,
3. Do – sanje niso dovolj, treba je znati narediti, kar si je zamislil,
4. Delegate – ker vsega ne more narediti sam, mora znati naloge delegirati, zadolžiti sodelavce, da opravijo namesto njega.

Slika 1:

Štiridimenzionalen podjetnik



Vir: Rebernik et al., 2002, str. 30

2.3. Zakonska opredelitev MSP

Za definicijo mikro, malih in srednje velikih podjetij se upoštevajo merila iz EU definicije mikro, malih in srednje velikih podjetij:

Tabela 1: opredelitev velikosti podjetja

Velikost podjetja	Št. zaposlenih	Prihodki od prodaje	Vrednost aktive
Srednje veliko	< 250	< 50 mio €	< 43 mio €
Malo	< 50	< 10 mio €	< 10 mio €
Mikro	< 10	< 2 mio €	< 2 mio €

Vir: Uradni list EU, OJ L124 z dne 20.05.2003

2.4. Adamsova pravila za uspeh malega podjetja

Bob Adams (Adams, 1999, str. 10-13) je pogoje za uspeh malega podjetja opredelil v devet pravil:

- **Imejte jasno in izrazito strategijo**

Dobro poslovno strategijo naj podjetje razvije tako, da upošteva tržišče, potrebe svojih kupcev, konkurenco in relativno moč in slabosti svojega podjetja.

- **Preizkušajte svoje oglaševanje**

Podjetje naj ne zapravlja večje vsote denarja, dokler ni prepričano, da je odkrilo prav tisto kombinacijo metod oglaševanja, ki je zanj najprimernejša. Podjetje naj raje uporabi cenejše tržne zvižaje: posebne ponudbe za nove stranke, kupone, tržne prireditve, ekskluzivne ponudbe ...

- **Delujte skladno z načrtom in proračunom, ki vam je na voljo**

Podjetje naj pred ustanovitvijo pripravi poslovni načrt in ga vsaj enkrat letno podrobno pregleda in po potrebi dopolni. Če podjetje zaide v napačno smer, bo podjetnika odstopanje od načrta opozorilo na težave in mu pomagalo spet najti pravo pot.

- **Na gotovino pazite kot na punčico svojega očesa**

Lastnik malega podjetja se mora neprestano boriti, da zadrži čim več gotovine. Pri novih poslih gotovina najhitreje kopni zaradi prekoračitve zagonskih stroškov, manjših dobičkov, počasnejše prodaje od načrtovane in podobnega. Podjetnik mora skrbno nadzirati svojo gotovino, če ne se lahko z nepredvidnim nalaganjem te gotovine hitro znajde v denarnih težavah.

- **Pazite na donosnost**

Podjetniki se pogosto usmerijo le na rast prodaje in pri tem ne pazijo dovolj na donosnost, zato morajo podjetniki spremljati tudi svoje stroške in jih v primeru premajhne donosnosti poskušati znižati, saj trg povečanja prodajnih cen ne posrka vedno.

- **Pravilno ravnajte z ljudmi**

Podjetnik naj primerno ravna s svojimi zaposlenimi. Če bo z njimi primerno ravnal, jih bo obdržal in jih hkrati motiviral, v nasprotnem primeru pa bo izgubil veliko časa in denarja za neprestano iskanje in usposabljanje novih sodelavcev.

- **Pazite se prijaznih prodajalcev**

Ko podjetnik odpre svoje podjetje, ga kar se da hitro najdejo dobavitelji, ki v novem podjetju vidijo potencialnega kupca, in katerih namen je, »vzeti« podjetniku denar. Podjetnik mora znati reči ne in ne kupiti nečesa česar ne potrebuje, kajti denar je za vsakega, še posebej pa za novega podjetnika izredno dragocen.

- **Spoštujte svoje kupce, toda nikar jim ne podarite svojih izdelkov**

Podjetnik mora imeti posluš za potrebe svojih strank, stori naj vse, kar je v njegovi moči, da kupcu da tisto, kar želi, a nikar naj jim ne podarja. V določenem časovnem obdobju mora podjetnik pri vsakem od svojih kupcev doseči primeren dobiček ne glede na to koliko kupijo.

- **Zabavajte se**

Podjetnik naj poskrbi, da bo delo pri njem zabavno, vzpodbudno in polno izzivov za delavce, ki bodo zaradi tega bolj produktivni. Več zabave ne bo škodilo niti podjetniku.

3. Obvladovanje tveganj v MSP

Ob prepoznavanju pojavov in dejavnikov tveganj ter od njihovega obvladovanja je odvisen uspeh tako vsakega posameznika kot podjetja. Posebno poglavje smo namenili analizi obvladovanja tveganj ravno zato, ker se ta termin še posebej pri majhnih podjetjih pogosto zanemari zaradi skupne značilnosti podjetnikov, da radi prevzemajo tveganja, na njihova obvladovanja pa pogosto pozabijo.

Kaj je tveganje? Tveganje je vsako nezaželeno zmanjšanje gospodarskih koristi podjetja. Je torej možnost neprijetnega odmika od načrtovanih ciljev in je posledica negotovosti ocen razvoja dogodkov in nepopolnosti informacij (Berk et al, 2005, str. 9).

Obvladovanj tveganj so se v poslovnem svetu začeli zavedati dokaj pozno. Prve prispevke v akademskem in strokovnem tisku zasledimo šele po drugi svetovni vojni. Sprva so bila obvladovanja tveganj vezana na zavarovanja (predvsem premoženjsko zavarovanje). Nato so podjetja te zavarovalne police začela menjati z oblikovanjem rezervacij za primer nastalih tveganj. Inovacije na finančnih trgih so s seboj prinesle številne instrumente finančnega inženiringa, ki so pripomogli k obvladovanju tveganj: terminski posli, terminske pogodbe, opcije, posli zamenjave, ki jih s skupno besedo imenujemo izvedeni finančni instrumenti.

Zopet naletimo na oviro malih podjetij: izvedeni finančni instrumenti, ki jih finančne institucije nudijo, so navzdol zneskovno omejeni in mala podjetja pogosto ne morejo svojih poslov zavarovati z nakupom teh instrumentov, ker njihov obseg poslovanja enostavno ni dovolj velik za nakup izvedenih finančnih instrumentov.

Neobvladovanje tveganj žal velikokrat vodi v propad podjetij. V razvitem svetu se čedalje več podjetij ukvarja z obvladovanjem tveganj, in sicer z usmerjanjem aktivnosti v prepoznavo, razčlenjevanje in ocenjevanje tveganj, izdelavo strategij za obvladovanje tveganj, za kar je potrebna preglednost in ustrezna komunikacija z javnostmi.

Tukaj se že pojavlja prva razlika med velikimi in majhnimi podjetji: velika podjetja imajo posebej organizirane službe za spremljanje dogodkov na trgu, za spremljanje poslovnih izkazov tako kupcev kot dobaviteljev, ki jim daje možnost pravočasnega reagiranja in obvladovanja tveganja neplačila ali nedobave naročenega blaga. Ravno tako imajo velika podjetja revidirane računovodske izkaze, kjer jih tako revizija, lastniki in upravni odbor opozarjajo na morebitne odmike ali napake.

Kako je z malimi podjetji, verjetno ni potrebno posebej razlagati. Podjetnik obvladuje aktivnosti, ki so povezane z osnovno dejavnostjo, trgu se prepusti stihijsko, ker je po naravi optimist (zato tudi nagnjen k tveganju) in ker svoj izdelek oziroma storitev enostavno »ljubi«, in verjame v njegov uspeh, a na obvladovanje tveganj velikokrat pozabi. Ko se jih zave, je žal velikokrat prepozno.

Obvladovanje tveganja bi moralo biti sestavina vodenja tako velikega kot majhnega podjetja. Ena izmed tveganj so tako imenovana finančna tveganja, ki so povezana s spremembami cen, obrestnih mer in tečajev. Tveganju so prepuščena tako sredstva (vrednost aktive) kot dolgovi (vrednost pasive), saj lahko zaradi sprememb cen, obrestnih mer in tečajev postane vrednost sredstev glede na dolgove prenizka ali pa dolgovi podjetja glede na sredstva previsoki.

Kako torej obvladovati tveganja v MSP?

Nesmiselno je govoriti o oblikovanju specialističnih oddelkov v MSP, ki bodo spremljali tveganja, kot je to možnost velikih podjetij. Zaradi visokih stroškov strokovno sicer res visoko usposobljenih svetovalcev si redka mala podjetja takšen mesečni strošek lahko privoščijo. V praksi lahko svetujem nekaj najenostavnejših a zagotovo učinkovitih prijemov:

- Podjetnik naj svoje računovodske izkaze izdela več kot enkrat letno, saj so v njih vidne skoraj vse posledice preteklih odločitev in mu hitro lahko pokažejo ali so le te bile dobre in uspešne.

- Pogosto podjetniki računovodskih izkazov ne znajo brati in ne razumejo sprememb v njih, zato naj za mnenje povprašajo svoj računovodski servis ali bančnega svetovalca, ki jim bo obrazložil dejansko stanje in jim tudi znal svetovati, kako naprej.
- Podjetniki naj o svojih predvidevanjih o pričakovanih tveganjih odkrito govorijo s svojim bančnim komercialistom ali računovodjem, ki imata zaradi izkušenj dostikrat možnost usmeriti podjetje.
- Sestavljati in spremljati denarni tok, ki bo podjetnika pravočasno opozoril, ali ima dovolj denarja tako za tekoča plačila kot za realizacijo poslovnih načrtov.
- Ob najemanju kreditov (predvsem na daljši rok), ko imajo možnost izbirati med fiksno in spremenljivo obrestno mero (vezana na euribor) naj dajejo prednost odločitvi za fiksno obrestno mero, ki mu je tako za celotno obdobje kreditiranja vnaprej znana in si jo lahko vračuna v ceno izdelka ali storitve, medtem ko mu lahko spremenljiva obrestna mera v primeru njenega zvišanja bistveno vpliva na višino obresti in s tem posledično na denarni tok.
- Ravno tako je trenutno popularno najemanje kreditov v CHF – vendar za majhna podjetja, ki sicer nimajo izvoza v CHF, in tako ne dobivajo prilivov v CHF, torej bodo za odplačila kreditov prodajala svoje EUR, tvegajo spremembo tečaja EUR/CHF in morajo to tveganje upoštevati. Takšno tveganje lahko obvladujejo z najemom kredita v EUR (ne glede na trenutno ugodne cene CHF kreditov).
- Pozorno naj spremlja svoje terjatve in njihova plačila (ali so dogovorjenih rokov, če niso koliko zamujajo in zakaj zamujajo ...) in svoje dobavitelje (jim pravočasno dostavljajo material, je kvaliteta še vedno enaka ...)
- Pomembno je tudi, da podjetnik razprši tveganja, tako da ni odvisen samo od enega kupca, ali enega dobavitelja, kot tudi od ene banke (seveda na te odločitve vplivajo tudi stroški, ki lahko nastanejo zaradi takšne razpršitve – na primer če podjetje nabavlja pri enem dobavitelju, lahko zaradi večjih naročenih količin pridobi popust, česar pri več manjših naročilih ne more doseči. Vsekakor je ravno zaradi tega pomembno, da zna oceniti tveganje in se odloči glede na velikost tveganja
- Podjetnik naj tvegane posle kolikor se le da zavaruje (preko Slovenske izvozne družbe, zavarovalnice ...). Posle lahko zavaruje tudi z garancijami bank (in sicer lahko tukaj uporabi garancijo za pravočasno plačilo, garancijo za odpravo napak, garancijo za dobro izvedbo, garancijo za vračilo avansa ...) ali z akreditivnim poslovanjem.

Kot že rečeno podjetje mora oceniti stopnjo tveganja in stroške obvladovanja tveganja in se v primeru, da so ti stroški manjši od koristi, ki jih obvladovanje tveganja prinese, odloči za konkretno aktivnost obvladovanja tveganja.

Naštevaje vseh ostalih možnih tveganj in njihovih obvladovanj (na primer tveganja sprememb političnih razmer, okolja, tehnologije, možnosti prevar in podobnega) presega namen tega dela.

Model ocenjevanja tveganj v Sloveniji

Podjetje Bisnode je razvilo model ocenjevanja tveganja za vsa slovenska podjetja. Bisnode naj bi bilo edino podjetje v Sloveniji, ki razpolaga z vsemi bazami poslovnih informacij od leta 1994. Takšna poslovna baza je omogočila ocenjevanje kreditnega tveganja za vsako, tudi novoustanovljeno, podjetje v Sloveniji. Sprotno dopolnjevanje poslovnih baz naj bi omogočalo uporabniku, da vsak dan spremlja tveganost posameznega podjetja in tudi svojega portfelja. Model temelji na različnih sklopih podatkov, med katerimi so najpomembnejši

demografski in finančni podatki, podatki o plačilnih navadah in podatki o negativnih dogodkih podjetja.

Kvantitativna ocena tveganja je izjemno pomembna za poslovanje podjetij, saj ima lahko sprejeta odločitev na podlagi ocen tveganj velike ekonomske posledice. Vsako podjetje je namreč toliko tvegano, kot je tvegan njegov portfelj strank. Če poslujemo z zelo tveganimi strankami, je tudi naše podjetje zelo tvegano. Velja pa tudi nasprotno.

Iz statističnih podatkov je podjetje Bisnode ugotovilo sledeče (<http://www.infosvet.si>):

V Sloveniji deluje več kot 101.000 gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov. Vsako leto jih skoraj 2800 konča v stečaju, prisilni poravnavi, likvidaciji ali izbrisu. V povprečju je 2,8 odstotka verjetnosti, da bo podjetje propadlo. Stopnje tveganja so v Evropi v povprečju nižje od slovenskega povprečja (2,78 odstotka). Za primerjavo na Poljskem je povprečna stopnja tveganja 0,84 odstotka, na Češkem 0,12 odstotka, na Madžarskem 1,69 odstotka, v Nemčiji pa 1,5 odstotka (padanja proti 1,3 odstotka).

Katere skupine slovenskih podjetij imajo najvišjo in katere najnižjo raven tveganja? Med najbolj tvegana podjetja (6,2 odstotka) sodijo gospodarske družbe, ki nimajo nobenega zaposlenega. Najbolj tvegana je podskupina (s 24,5-odstotnim tveganjem) podjetij, ki ne objavljajo letnih poročil. Petkrat manj, a se vedno visoko tvegana podskupina (s 5,5-odstotnim tveganjem), ki zajema skoraj 13.000 podjetij, so gospodarske družbe, ki sicer oddajajo letna poročila. Zanj je značilno, da je med podjetij, ki so propadla, kar 86 odstotkov starejših od štirih let, v zadnjem letu jih je bilo 22 odstotkov blokiranih in 20 odstotkov toženih.

Kar 74 odstotkov propadlih podjetij je s Koroške, Podravske, Pomurske in Zasavske regije. Več kakor pol propadlih podjetij se je ukvarjalo s trgovino na debelo, poslovnim svetovanjem, trgovino na drobno in gradbeništvom. Podpovprečno tvegana skupina so podjetja z več kot štirimi zaposlenimi. Med najmanj tvegane sodijo veliki samostojni podjetniki; tveganje je v povprečju dvakrat manjše od povprečja v celotnem gospodarstvu.

4. Internacionalizacija MSP

V sodobnem gospodarstvu je kot eden izmed že skorajda nujnih pogojev za rast majhnega podjetja njegova internacionalizacija. V svojem delu ji namenim posebno poglavje, tudi zaradi tega, ker je, kot bomo nadaljevanju videli, še posebej pomembna tudi za podjetja v Spodnjeposavski regiji.

Podjetja pri odločitvah o internacionalizaciji zaznavajo tudi mnogo ovir, zato se jih tudi mnogo odloči, da bodo delovala samo na domačem trgu in poslovanja ne bodo širila preko nacionalnih meja. Ovine za internacionalizacijo ne nastopajo samo na začetku, vendar se pojavljajo na vseh njenih stopnjah. Največkrat omenjene ovire MSP za nastop na tujih trgih so: pomanjkanje razpoložljivih informacij za oceno in analizo tujih trgov, vzpostavljanje stikov in kompleksnost upravljanja z dokumentacijo in postopki pri mednarodnem poslovanju, močna tuja konkurenca, ustrezno znanje zaposlenih in končno financiranje izvoznih aktivnosti (Konečnik, Ruzzier, 2007, str. 43).

Za večino podjetnikov je prva in najpomembnejša odločitev mednarodnih aktivnosti, ki bo vplivala na nekaj prihodnjih let poslovanja, **način vstopa in delovanja na mednarodnih trgih**. Žal idealna strategija vstopa ne obstaja, saj lahko različne metode vstopa uporabijo različna podjetja za iste trge oziroma eno podjetje na več trgih. Hollensen (2004) navaja štiri skupine dejavnikov, ki vplivajo na izbiro posameznih načinov vstopa:

- notranji dejavniki (velikost podjetja, izkušnje, proizvodi),
- zunanji dejavniki (sociokulturne razlike med domačim in tujimi trgi, deželno tveganje, velikost tujega in domačega trga, konkurenca, omejitve trgovanja),
- lastnosti zelenih načinov vstopa (tveganje, nadzor, fleksibilnost) in
- transakcijsko - specifično vedenjski dejavniki (znanje in percepcije).

Roota (1994) deli načine vstopa na izvozne, pogodbene in investicijske.

- **Izvozni načini vstopa** so zaradi svoje enostavnosti, majhnega tveganja in potrebnih virov najpogostejši način vstopa MSP. Izvozne načine nadalje deli na posredne (domači nakupi, uvozno/izvozne hiše) ter neposredne načine izvoza (npr. agenti in distributerji). Če si podjetje želi zagotoviti dolgoročnojšo pozicijo na mednarodnih trgih, mora vsekakor zavzeti aktivnejšo vlogo in se odločiti (vsaj) za neposredne načine izvoza, ki zahtevajo večjo vključenost in aktivnejše sodelovanje. Zaradi svoje preprostosti so izvozni načini vstopa in delovanja med MSP najpogostejši tudi v praksi.
- Druga skupina ali **pogodbeni načini vstopa** so dolgoročna nekapitalska združenja, ki vključujejo prenos tehnologije ali človeških znanj med podjetjema (Root, 1994). Od izvoznih načinov se ločijo po tem, da so prvenstveno namenjena prenosu znanj in spretnosti in posredno odpirajo priložnosti za izvoz proizvodov, nekapitalska povezanost pa jih loči od investicijskih načinov vstopa. Med najpomembnejšimi načini vstopa so franšizing, licenciranje in strateške zveze, pomembni pa so še podpogodbena proizvodnja, managerske pogodbe in pogodbe na ključ.
- Tretjo skupino predstavljajo **investicijski načini vstopa**, ki vsebujejo neposredne investicije in lastništvo določenih objektov v ciljni tuji državi. Slednji lahko služijo proizvodnji, prodaji ali samo hranjenju proizvodov. MSP kot mali investitorji so večinoma vključeni v proizvodnjo vmesnih ali sestavnih delov končnih proizvodov. Investicijski načini vstopa zahtevajo veliko mednarodnih znanj in spretnosti ter zajetne investicije v kratkem časovnem obdobju, kar pa je za MSP v večini primerov zaradi redkosti razpoložljivih virov velik problem. Investicijski načini vstopa med MSP so zato relativno redek način vstopa na mednarodne trge.

MSP so v večini primerov v podrejenem položaju v primerjavi z večjimi podjetji zaradi pomanjkanja virov, ki jih od njih zahteva rast in internacionalizacija kot del strategije širitve in rasti. MSP se v internacionalizacijo odpravljajo z omejenimi viri, pri čemer lahko igrata pomembno vlogo podjetnikov človeški in družbeni kapital kot pomembnejša vira dolgoročnih konkurenčnih prednosti. Podjetnik je najbolj kritična in odločujoča determinanta internacionalizacije MSP. To je v literaturi pripeljalo do raziskovanj osebnostnih značilnosti podjetnika, ki vplivajo na začetek internacionalizacije, njeno stopnjo in uspešnost. Vendar pa podrobnejša analiza tega presega namen tega dela.

Pozitivna ugotovitev v smeri internacionalizacije je zagotovo ta, da so mladi podjetniki, ki šele prihajajo na trg veliko ambicioznejši na tujih trgih kot starejši. Mladi nimajo nobenih predsodkov pred tujimi trgi, zanje tuji jeziki niso nobena težava, nimajo domotožja, so izobraženi, tako rekoč pravi svetovljani (Kaučič, 2007 str. 31).

5. Teoretična opredelitev financiranja

5.1. Zgodovinski pogled in nastanek pojma financiranja

Od kod izvira beseda finance? Za zgodnji srednji vek je značilno naturalno gospodarstvo. To pomeni, da je bila razvita t.i. tramp menjava (blago za blago), z razvojem proizvodjalnih sil, pa so se pričeli pojavljati tudi blagovno denarni odnosi. Da bi razlikovali plačila z denarjem od plačila v naturi, so denarna plačila imenovali v takratni latinščini »*finationes*« ali »*financie*«. Besedi imata izvor v glagolu »*finire*«, kar je pomenilo končati ali plačati. Izraz »finances« se je nanašal na denarne odnose, povezane s potrebami države, nasprotno njemu pa se je razvil izraz »*finance*«, ki je bil vezan na denarno poslovanje privatnega gospodarstva. Oba izraza sta postopoma prodirala tudi v druge države.

Financiranje je tako kot pomemben vidik gospodarjenja zgodovinsko vezano na pojav denarja. S teoretičnega vidika pomeni financiranje zagotavljanje in izkoriščanje denarnih sredstev za izvršitev raznih oblik plačil. S pojavom blagovne proizvodnje in delovanjem zakona vrednosti so postajale denarne oblike skupen imenovalec poslovnih akcij.

5.2. Temeljni pomen financiranja

Skoraj vsaka poslovna odločitev pri poslovanju podjetja ima prej ali slej opraviti tudi z denarjem (financami). Bistvo financiranja podjetja je v poznavanju finančnih posledic pri pripravi in odločanju o načinu financiranja podjetja.

Eden najtežjih problemov v procesu ustvarjanja podjetja je zagotovo pridobivanje financ. Financiranje kot odločanje o priskrbi različnih virov financiranja je proces, ki obsega tako aktivnosti **ugotavljanja potrebnih sredstev** kot tudi aktivnosti **pridobivanja virov financiranja**.

Financiranje v podjetju se torej nanaša na (Peterlin, Repovž, 2000, str. 73-74):

- **priskrbo** sredstev (financiranje), ki pomeni vsak denarni pritek sredstev v podjetje, ki ni posledica preoblikovanja materialnih ali drugih oblik sredstev. Tu gre lahko za denar iz zunanjih virov ali za denar iz poslovanja podjetja
- **uporabo** sredstev (investiranje) pridobljenih denarnih sredstev je preoblikovanje denarnih sredstev v nedenarne oblike,
- **gospodarjenje** s sredstvi, kar pomeni smotno oziroma premišljeno uporabo pridobljenih sredstev, da bi dosegli čim boljši učinek skozi dobiček ali skozi denarni tok ter da bi podjetje čim bolj neovirano poslovalo – gre za zagotavljanje likvidnosti in plačilne sposobnosti podjetja,
- **vračanje** prejetih sredstev (pri kreditu – glavnica z obrestmi), kar je zaključek krožnega gibanja sredstev in je ena temeljnih nalog finančne funkcije,
- **razporejanje** finančnih izidov, kar je razporejanje izida poslovanja, izraženega v denarju na posamezne udeležence (lastniki, zaposleni, država ...).

Iz tega izhaja temeljni pomen financiranja, ki se kaže v dveh zahtevah: da se pravočasno zagotovijo potrebna finančna sredstva in da se ta sredstva kar najboljše uporabljajo.

Iz povedanega sledi opredelitev temeljnih kategorij, načel in ciljev financiranja podjetja, ki so predstavljeni v nadaljevanju.

5.3. Temeljne kategorije financiranja

Temeljne kategorije financiranja so (Peterlin, Repovž, 2000, str. 74-77):

1. ČAS, kot ena najpomembnejših kategorij predstavlja časovna vrednost denarja. Zaradi razvrednotenja denarja denar v prihodnosti ni enak sedanjemu. Da lahko tokove primerjamo, moramo prihodnje vrednosti denarja preračunati na sedanje vrednosti ali sedanje vrednosti preračunati na prihodnje.
2. DONOS, ki je lahko v obliki: bruto dobička, neto dobička ali pozitivnega denarnega toka. Želeni donos moramo vedno povezovati s tveganjem. Večje kot je tveganje, večji je pričakovani donos.
3. TVEGANJE: posledice danes sprejetih finančnih odločitev nastanejo v prihodnosti, ki je praviloma negotova. Negotovost pomeni nepoznavanje prihodnjih posledic, tveganje pa pomeni verjetnost, da bodo predvidljive prihodnje posledice takšne, kot jih pričakujemo. Finančne odločitve so povezane z likvidnostnim, obrestnim, tečajnim in kreditnim tveganjem. Za podjetnika je pomembno tveganja poznati, jih spremljati in sprejemati ukrepe za zmanjšanje tveganja.
4. SREDSTVA (premoženje, naložbe, aktiva) potrebuje vsako podjetje za opravljanje svoje dejavnosti. Delimo jih na dolgoročna - stalna (sredstva, ki se preoblikujejo v denar pozneje kot v enem letu) in na kratkoročna – gibljiva sredstva (sredstva, ki se preoblikujejo v denar v manj kot enem letu).
5. VIRI FINANCIRANJA (kapital, dolgovi, pasiva) so viri, s katerimi financiramo sredstva podjetja. Vire financiranja lahko ločimo na lastniški kapital, ki je trajen vir financiranja in na dolžniški kapital, ki je vračljiv (sposojen) vir.
6. FINANČNI TOKOVI so vsi pritoki in odtoki sredstev, ki pomenijo v podjetju spremembo stanja sredstev.
7. DENARNI TOKOVI so vsi prejemki in izdatki, ki pomenijo v podjetju spremembo stanja denarja na računu podjetja.
8. LIKVIDNOST IN PLAČILNA SPOSOBNOST: gre za to ali razpolagamo z denarjem (likvidnost) ali je razpoložljiva velikost denarja usklajena z velikostjo zapadlih obveznosti (plačilna sposobnost).
9. FINANČNI VZVOD je razmerje med lastniškim in dolžniškim kapitalom (kapital/dolgovi) glede na razmerje med donosom naložb in ceno virov sredstev. Od razmerja med dolgovi in kapitalom je odvisno finančno tveganje.
10. DAVKI: poslovanje in financiranje podjetja sta obremenjena s plačilom davkov in prispevkov. Zaradi tega mora podjetje ob sprejemanju finančnih odločitev vedno upoštevati tudi obremenitev sredstev, virov sredstev, prihodkov, odhodkov in dobička z davki in prispevki

11. INFLACIJA: na sredstva, virov sredstev, dobiček in denar vpliva tudi inflacija, zato je pri sprejemanju finančnih odločitev ne gre zanemariti.

5.4. Temeljna načela financiranja

Temeljna načela financiranja lahko razvrstimo v 7 načel (Peterlin, Repovž, 2000, str. 77):

1. načelo finančne stabilnosti kot načelo rokovne usklajenosti med naložbo (sredstva) in kapitalom (viru sredstev),
2. načelo večanja lastnikovega bogastva kot večanje tržne cene enote lastnikovega kapitala,
3. načelo rentabilnosti (donosnost kot dobiček ali pozitivni denarni tok) na vložena sredstva,
4. načelo likvidnosti in plačilne sposobnosti,
5. načelo financiranja glede na tveganje (tveganje upnika da ne dobi plačila in tveganje za nedoseganje finančnega izida),
6. načelo finančne elastičnosti (glede na možnost priskrbe dodatnega kapitala – kreditna sposobnost in glede na možnost predčasnega odplačila dolžniškega kapitala),
7. načelo optimalne slike finančnega položaja podjetja (struktura kapitala z vidika lastnine, razmerje sredstev in dolgov, razmerje gibljivih sredstev in kratkoročnih obveznosti).

Podjetnik ob zagonu podjetja naleti na finančno luknjo (Keasey, Watson, 1993, str. 136), ker je omejen s finančnimi sredstvi lastnika in zaradi težav pri pridobivanju lastniškega kapitala. Zaradi tega je podjetnik skoraj popolnoma odvisen od kratkoročnih posojil banke in odloga plačil dobaviteljem, s čimer financira svoje investicijske potrebe. S tem krši osnovno pravilo financiranja, ki govori, da se morajo dolgoročna sredstva financirati z dolgoročnimi viri, kar ga zelo hitro lahko pripelje v likvidnostne težave.

5.5. Temeljni cilji financiranja

Z upoštevanjem načel financiranja določimo temeljne cilje financiranja podjetja. Ti cilji so :

1. doseganje skladnosti v velikosti, sestavi in gibanju sredstev in virov sredstev – gre za doseganje vertikalnega in horizontalnega ravnotežja,
2. doseganje trajnosti finančnega poslovanja z zagotavljanjem optimalne plačilne sposobnosti in zmanjšanje finančnega tveganja,
3. doseganje zahtevanega finančnega izida kot čistega denarnega toka iz poslovanja podjetja,
4. delitev finančnega izida (v osebno porabo, financiranje reprodukcije, dividende in druge namene) ter
5. povečanje finančne moči podjetja kot povečanje sredstev (tržne vrednosti) podjetja (Peterlin, Repovž, 2000, str. 77-78).

5.6. Ključne finančne odločitve v podjetju

5.6.1. Odločitve o priskrbi sredstev

Tu gre za aktivnosti v zvezi z **ugotavljanjem potrebnih finančnih virov in priskrbo** teh. Priskrba finančnih virov je tako možna iz notranjih ali zunanjih virov financiranja podjetja. Notranji viri financiranja nastanejo z doseganjem pozitivnega denarnega toka podjetja, ki ga podjetje ustvari z dobičkom, z amortizacijo ali s prodajo sredstev. Zunanji viri financiranja predstavljajo priskrbo dolžniškega kapitala in novega lastniškega kapitala (kapital družbenikov).

Dolžniški kapital, ki bo v nadaljevanju podrobneje predstavljen, pomeni priskrbo tujega kapitala (posojilo) ali pa posebne oblike tujega (zunanjega) financiranja (leasing, faktoring).

Ko se podjetje odloča o priskrbi tujega kapitala, mora nujno izračunati ceno tega kapitala in jo primerjati s ceno alternativnih virov financiranja.

Druga aktivnost odločanja v zvezi s priskrbo sredstev je **ugotavljanje kakovosti finančne strukture podjetja**. V teoriji avtorji kakovost finančne (kapitalske) strukture različno opredeljujejo:

1. kot velikost in razmerje lastniškega in dolžniškega kapitala,
2. kot usklajenost sredstev (in njihove strukture) s finančno strukturo in stopnjo rasti prodaje ali
3. kot zagotavljanje likvidnosti, stabilnosti denarnega toka, možnost priskrbe optimalnih virov financiranja

Tretja aktivnost, povezana s priskrbo sredstev, je **proučevanje cene finančne strukture podjetja**. Tukaj je potrebno ugotoviti stroške lastniškega in dolžniškega kapitala in izračunati povprečno ceno kapitala.

Strošek dolžniškega kapitala je praviloma nižji od stroška lastniškega kapitala, pri tem pa je treba upoštevati tudi, da so obresti na dolžniški kapital priznan davčni odhodek in iz tega vidika znižujejo osnovo za obračun davka od dobička podjetja – govorimo o tako imenovanem »davčnem ščitu«. Strošek dolžniškega kapitala pa ni le strošek, temveč je tudi odtok denarja in ne smemo pozabiti, da višina dolžniškega kapitala vpliva tudi na denarni tok podjetja.

5.6.2. Odločitve o vlaganju sredstev v različne oblike sredstev

Vlaganje (investiranje) denarja v različne oblike sredstev podjetja ali v naložbe zunaj podjetja je najpomembnejši del poslovnih odločitev podjetja. Nepremišljeno investiranje lahko s porabo denarja (lastnega ali tujega) ogrozi tekoče poslovanje podjetja, razvoj in včasih celo obstoj podjetja.

Odločanje o vlaganju je odvisno od razmerja med donosom in tveganjem posamezne vrste naložbe ter od likvidnosti sredstev.

Zaradi zmanjševanja tveganja je zelo pomembna razpršitev vlaganja (investiranja). Gre za zmanjšanje tveganja z razpršitvijo naložb v pričakovanju zelenega donosa in vračila vloženih

sredstev v želenem času, da bi podjetje lahko vzdrževalo potrebno likvidnost in posledično plačilno sposobnost.

5.6.3. Odločitve o gospodarjenju s sredstvi podjetja

Pri sprejemanju finančnih odločitev je pomembno načelo racionalnosti, ki pomeni uporabo znanih meril, metod in sredstev ekonomske podjetja. Sredstva, kot ena izmed temeljnih kategorij financiranja podjetja smo že razdelili na stalna in gibljiva. Odločitve o gospodarjenju s stalnimi sredstvi so bistveno manj pogoste (običajno podjetje pripravi podrobnejši načrt, ko se odloča za nakup le –teh), medtem ko so odločitve o gospodarjenju z gibljivimi sredstvi dnevnega značaja: podjetnik bi moral vsak konec tedna (če ne že vsak dan) vedeti, kakšno ima stanje zalog, terjatev, denarja.

Glede na vrsto gibljivih sredstev torej delimo gospodarjenje na gospodarjenje z:

1. denarnimi sredstvi

Za ugotavljanje in načrtovanje optimalne ali minimalne količine denarnih sredstev mora podjetje: ugotavljati stanje in planirati prihodnje denarne tokove, ugotavljati možnosti za priskrbo manjkajočih sredstev ali za plasma presežkov denarnih sredstev, izbirati optimalne rešitve z vidika likvidnosti in izpeljati optimalno rešitev. Za dobro gospodarjenje z denarnimi sredstvi mora podjetnik obvezno pripraviti plan denarnih tokov, ki daje podjetniku vpogled na končno stanje denarja.

2. terjatvami

Velikost terjatev je izrednega pomena, tako za obvladovanje denarnih tokov kot posledično likvidnosti in plačilne sposobnosti. Velikost terjatev ocenjujemo glede na njihov delež v sredstvih in kot delež v prodaji (prihodkih). Povprečno naj bi imelo podjetje med 15 in 25% sredstev v terjatvah. Podjetje naj bi terjatve financiralo na drugi strani z odlogom plačil dobaviteljem (če njemu plačujejo terjatve v 30 dneh, naj bi podjetje plačevalo obveznosti v več kot 30 dneh), ker to vedno ni mogoče, podjetja za financiranje plačil dobaviteljem najemajo kratkoročne kredite. Poleg tega mora podjetje skrbno spremljati zapadle terjatve, ki se lahko kaj hitro spremenijo v nikoli plačane. Terjatve in s tem kupce bi morale podjetje rangirati in ugotavljati vzroke za neplačila, in sicer: kupec lahko izkorišča svoj položaj na trgu in ne plača v dogovorjenem roku, kupec je trenutno plačilno nesposoben, vendar bo poravnal obveznost kasneje, kupec je plačilno nesposoben in obveznosti ne bo poravnal.

3. zalogami

Podjetja imajo glede na svojo dejavnost zelo različno velikost zalog. S tem da so tudi različne višine vrste zalog: lahko je to zaloga materiala, lahko je zaloga nedokončane proizvodnje, lahko pa je to zaloga končnih izdelkov ali trgovskega blaga. Večja ko je vrednost zalog, več virov financiranja potrebuje podjetje. Podjetje torej mora oceniti optimalno višino zalog (če je prenizka lahko ogrozi svojo proizvodnjo, če je previsoka pa ima previsoke stroške financiranja in s tem nižji donos poslovanja). Podjetnik zato mora spremljati, načrtovati in nadzorovati svoje zaloge, da lahko zagotovi primerno hitrost obračanja zalog.

Vse finančne odločitve v smislu kompleksnih odločitev celovite politike podjetja pa neposredno vplivajo tudi na kategorije kreditne in investicijske sposobnosti podjetja.

5.7. Financiranje MSP nasproti velikim podjetjem

Financiranje malega podjetnika (entrepreneurial finance) se zagotovo razlikuje od financiranja velikih podjetij (corporate finance). Literatura navaja 8 najpomembnejših razlik:

1. neločljivost investicijskih odločitev od finančnih odločitev

Na primer manager velikega podjetja se odloči da investira v nakup osnovnih sredstev, ob tem mora gledati na donosnost investicije v primerjavi z obrestno mero za projekte podobnih rizikov, ni mu pa treba istočasno razmišljati kako se bo investicija financirala oz. kako bo investicija vplivala na vrednost delnic tega podjetja, čeprav vemo, da popolnoma ti dve funkciji vseeno nista ločeni. V majhnem podjetju investicijskih odločitev enostavno ni možno izpeljati brez predhodnih odločitev o izbiri financiranja. Hitra rast malega podjetja enostavno ni možna brez obsežnega zunanjskega financiranja, medtem ko se velika podjetja lahko financirajo tudi iz notranjih virov.

2. Različno vrednotenje rizika investicije

V velikem podjetju, ki ima več lastnikov (približno enakih deležev), ti lastniki pričakujejo določen donos od investicije. Manjša zamenjava deležev lastništva tako ne vpliva na to, ali bo projekt sprejet ali ne, v majhnem podjetju pa podjetnik in zunanji investitor lahko zelo različno vrednotita riziko projekta. Od razmerja lastništva med podjetnikom in zunanjim investitorjem je odvisno, ali bo projekt izveden ali ne.

3. vmešavanje zunanjih investitorjev v upravljanje podjetja

V velikih podjetjih so investitorji večinoma pasivni in ne prispevajo k managerskim funkcijam, temveč imajo za to nastavljeno upravo, ki sprejema ključne odločitve, v majhnih podjetjih pa investitorji (predvsem lastniki tveganega kapitala in poslovni angeli) prispevajo s svojo pomočjo k uspehu podjetja in se aktivno vmešavajo v upravljanje podjetja.

4. Informacijski problemi

Gre za informacijsko »luknjo« med notranjimi in zunanjimi investitorji. Managerji v velikih podjetjih običajno lahko izvajajo investicijske odločitve ne glede na to, kako lastniki ocenjujejo investicijo. Večina korporacijskih projektov je majhnih glede na vrednost celotne korporacije, zato lastniki ne ocenjujejo donosov posameznih projektov temveč dobičkonosnost celotne korporacije. V majhnem podjetju pa mora podjetnik pripraviti zelo dober poslovni načrt, pripraviti pogodbo z zunanjim investitorjem, da prepriča investitorja, da mu zaupa da je projekt donosen.

5. vzpodbude – pomen pogodbenih odnosov za reševanje vpodbud – nagrada kot izravnatelj interesov

V velikih podjetjih možnosti izplačila dobička lastnikom in dogovorjenih nagrad managerjem, ki so vezane na dobiček, izravnavajo interese managerjev in lastnikov, v majhnih podjetjih pa so interesi podjetnika in zunanjega investitorja lahko zelo različni. Zunanji investitorji imajo lahko podjetnika na zelo kratki vrvi, kajti le-ti morajo izčrpno dokazovati da so sposobni spremeniti svojo idejo v uspešen posel. Zunanji investitorji tako uporabljajo več zavezujočih načinov, s katerimi motivirajo in kontrolirajo podjetnike kot so npr:

pogodbeni roki, v katerih morajo podjetniki realizirati svoje ideje, predstavitev investicije, črpanje po zaključenih fazah investicije ipd.

6. Pomen dejanskih možnosti

Projekte lahko vrednotimo z napovedjo denarnih tokov in diskontiranjem na neto sedanjo vrednost. Vendar pa na vrednotenje investicije v veliki meri vpliva nivo negotovosti, ki obkroža to investicijo. Ob vrednotenju investicije bi obvezno morali vedno upoštevati tudi možnosti drugačne (oportunitetne) izbire. Tako je potrebno vedno pripraviti več možnosti izpeljave investicije oz. posla (na primer možnost da se začetek investicije zamakne, da se projekt opusti, če se pokaže da se ne razvija skladno s pričakovanji ipd). V začetni fazi t.i. start – up fazi podjetja je ta pomen upoštevanja dejanskih možnosti toliko pomembnejši.

7. Žetev investicije

V velikih podjetjih so investicijske priložnosti ovrednotene na osnovi sposobnosti generiranja prostega denarnega toka, po pokrivanju stroškov v zvezi z investicijo in zagotovitvi njene rasti. Prosti denarni tok se lahko v velikih podjetjih razdeli investitorjem ali pa se zadrži v podjetju za financiranje drugih projektov. Investitorji lahko kupijo delnice na trgu ter realizirajo donos v obliki dividend. Odločitve lastnikov o nakupu ali prodaji delnic niso neposredno odvisne od investicijskih aktivnosti podjetja. Pri malih podjetjih nove investicije običajno niso likvidne in lahko kar nekaj let ne generirajo dovolj prostega denarnega toka. Je pa prost likvidni tok nujen za žetev, ki jo želijo realizirati investitorji. Kdaj bo podjetje lahko doseglo prost denarni tok, je zato obvezno načrtovati vnaprej. Čas, ki je potreben za realizacijo prostega denarnega toka, vpliva na vrednotenje investicije.

8. Vrednost v očeh podjetnika

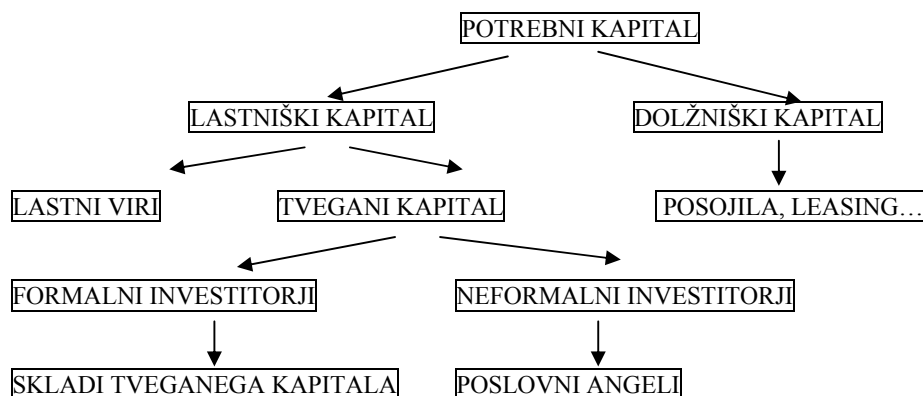
V velikih podjetjih so odločitve usmerjene na investicijske donose delničarjem. Managerji so agenti lastnikov – delničarjev, ki od njih terjajo donose. Najpogostejši finančni cilj v korporacijah je maksimalna vrednost za lastnika. V malem podjetju so podjetnikovi cilji, ko se odloča o tem, ali naj nadaljuje z investicijo lahko različni; rast podjetja, plača podjetnika, samozaposlitev ali enostavno ustvarjanje nečesa novega.

6. Pregled možnih virov financiranja MSP

Po pregledu samega pomena financiranja, načel in ciljev financiranja ter opredelitvi tveganj malega podjetja, v nadaljevanju sledi pregled možnih virov financiranja malih podjetij.

Kot smo že uvodoma ugotovili, je eden najtežjih problemov v procesu ustvarjanja podjetja pridobivanje financ. Podjetnik se mora odločiti o načinu in možnostih financiranja svoje dejavnosti. Poznamo dva tipa financiranja: financiranje s posojilnim in lastniškim kapitalom. Financiranje z dolžniškim (posojilnim) kapitalom od podjetnika zahteva, da izplača vsoto izposojenih sredstev vključno s plačilom, izraženim v obliki obrestne mere. Financiranje z dolžniškim kapitalom zahteva od podjetnika, da se neka lastnina uporabi kot jamstvo, medtem ko financiranje z lastniškim kapitalom ne zahteva jamstva temveč vlagatelju daje lastniški položaj v podjetju. Običajno se podjetja financirajo s kombinacijo obeh virov (Antončič, 2002, str. 303).

Slika 2: Viri financiranja podjetja



Ključni dejavniki, ki dajejo prednost eni vrsti financiranja pred drugo so:

1. razpoložljivost denarnih sredstev (ali ima podjetje sploh možnost pridobiti želeni vir financiranja),
2. premoženje podjetja (ki vpliva na možnost pridobivanja zunanjih virov financiranja) in
3. obrestne mere (če je dolžniški kapital poceni, se podjetju splača najeti posojila).

Na izbiro različnih virov zunanjega financiranja vplivajo trije dejavniki (Antončič, 2002, str. 305):

1. čas, v katerem so sredstva podjetniku na voljo (kratkoročno ali dolgoročno financiranje),
2. stroški financiranja, ki vplivajo na izbiro med lastniškim in dolžniškim zunanjim virom financiranja,
3. izguba nadzora nad poslovanjem (dodatni lastniški kapital vpliva na izgubo popolnega nadzora nad poslovanjem podjetja).

Tabela 2: Prednosti in slabosti lastniškega in dolžniškega vira financiranja

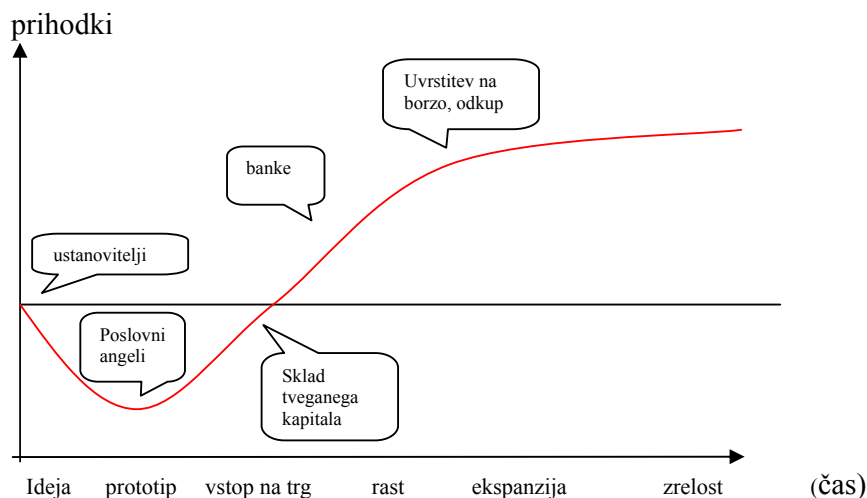
	Prednosti	Slabosti
Lastniško financiranje	ni potrebno zastaviti sredstev podjetja plačilo je povezano z dobičkom	podjetnik prepusti del lastništva in nadzora
Dolžniško financiranje	podjetnik ne prepušča lastništva in nadzora se ne odplača takoj, ampak v prihodnosti	potrebno je redno odplačevanje, ne glede na rezultate podjetja

Vir: Antončič, 2002, str. 304

Vrsta financiranja podjetja se razlikuje tudi od tega, v kateri razvojni fazi je podjetje. Slika prikazuje, kateri so primerni načini financiranja v posamezni razvojni fazi podjetja. Ob sami ideji najprej vložijo vanjo ustanovitelji – podjetniki sami ali družina. Ko ideja postaja izdelek, potrebuje podjetnik sredstva za izdelavo prototipa in prva lansiranja na trg – tukaj običajno vstopajo poslovni angeli. Ko podjetje že prične ustvarjati prihodke in že kaže potencialne dobičke, vstopajo skladi tveganega kapitala. Banke nastopijo šele v fazi rasti, ko so podjetja

nad točko preloma in je iz njihovega poslovanja razvidno, da so sposobni vračati banki posojilo.

Slika 3: Financiranje in razvojni cikel podjetja



Vir: Tajnikar, 2000

6.1. Lastni viri

Že pred samo ustanovitvijo podjetja, se podjetnik sooči s proučevanjem smiselnosti svoje podjetniške ideje. V tej fazi mora proučiti trg, spoznati in doreči način in vrsto proizvodnje, pripraviti morebitne vzorce, pripraviti poslovni načrt, torej prepričati sebe in ostale sodelujoče v projektu, da je podjetniški projekt smiseln. Ta sredstva po obsegu niso velika in so v glavnem kapital samega podjetnika, prijateljev, družine. Ob vlaganju družine v podjetje mora podjetnik dobro premisliti, kako bo ta naložba vplivala na člana družine, kar pomeni da mora nameniti pozornost vsem težavam, do katerih lahko pride, če podjetje propade. Vsak član družine ali prijatelj naj vloži denar v posel zato, ker misli, da je to dobra naložba, ne pa zato, ker se čuti obvezanega (Tajnikar, 2000, str. 186-187).

Ta kapital, ki je potreben v fazi pred dejansko ustanovitvijo podjetja in je pretežno lastni vir, se imenuje **semenski kapital**.

V fazi, ko podjetnik dejansko »zažene« podjetje, torej organizira proizvodnjo, pripravi strojno opremo, surovine ter zaposli delavce, potrebuje večje količine denarja. Ker je v tej fazi posel še vedno zelo tvegan, je tudi za to fazo značilno, da se pretežno financira z lastnimi viri. Vire financiranja v tej fazi imenujemo **zagonski ali startni kapital**.

V tej življenjski fazi podjetja se lahko pojavljajo tudi drugi viri financiranja, kot so bančni krediti, vendar običajno le ob zelo kvalitetnem zavarovanju.

Lastna sredstva so bistvena tudi za pritegotvanje zunanjih financ, še posebno od bank ter vlagateljev tveganega kapitala. Ti gledajo na podjetnika, ki v svoj posel ni vložil nič denarja, da ni zadosti predan poslu. Zunanji vlagatelji od podjetnika pričakujejo, da vloži vso svojo razpoložljivo lastnino, saj tako pokaže, da v posel res verjame. Podjetnik bi se moral zavedati, da je to, da priskrbi denar, ne pa vsota tisto, kar bo zunanjim vlagateljem dokazalo podjetnikovo predanost (Antončič, 2002, str.305).

Kot oblika samofinanciranja podjetja so tudi zadržani profiti (Tajnikar, 2000, str. 220-221). Gre za način financiranja podjetja, ko profita podjetje ne izplača (v celoti) lastnikom v obliki dividend. Z zadržanim profitom podjetje svoj kapital povečuje, povečanje trajnega kapitala pa pomeni tudi povečanje premoženja investitorjev trajnega kapitala v podjetju.

6.2. Tvegani kapital

Tvegani kapital nastopa v obliki lastniškega kapitala, saj vstopi v podjetje kot solastnik za določen čas, z dogovorjenim načinom in časom izstopa iz podjetja. Sklad skuša v podjetju ustvariti dodano vrednost, kajti tvegani kapital ni samo financiranje ampak tudi partnerski odnos (publikacija: Naše gospodarstvo. - št.1/2 (2006), str. 106-113).

Tvegani kapital je rizičen denar (Gladstone, 2006, str. 1), ki dovoljuje majhnemu podjetju, da raste in uspeva. Ko ima podjetnik novo idejo, ki jo želi preizkusiti, ali želi ustanoviti novo rastoče podjetje, ki temelji na ideji, običajno pride na banko po posojilo. Hitro ugotovi, da banka daje posojila tam, kjer je riziko izgube zelo majhen. Nato se običajno obrne na znanca, da vložijo v njegovo idejo. Vendar pa je po Gladstonu to nevarno iz dveh razlogov: takšen način investiranja je lahko zelo neprofesionalen in pa seveda je lahko interes investitorja, da ima to podjetje v popolni lasti.

Razmišljanje ponudnika tveganega kapitala je: podprl te bom, če boš imel tako dobro idejo, da bo ustvarila denar za oba. Iz tega enostavnega stavka izhaja celotna logika delovanja ponudnikov tveganega kapitala. Ponudniki tveganega kapitala ne nalagajo denarja na osnovi zaupanja, upanja ali dobrodelnosti, nalagajo ga izključno zaradi profita.

Kaj pa dobra ideja? Dobrih idej je ogromno, le da niso vse dobre ideje tudi dobičkonosne. Torej ideja mora ustvariti dovolj denarja za oba.

Za tvegani kapital je, kot že samo ime pove, značilen tudi visok riziko. Zaradi tega investitorji pričakujejo vsaj 25% letni donos na vloženi kapital.

Tvegani kapital lahko opredelimo kot poseben vir kapitala, ki ga štejemo med trajni kapital, ima pa določene lastnosti, ki ga ločijo od drugih oblik trajnega kapitala. Lastnosti tveganega kapitala so (Tajnikar, 2000, str. 214-215):

1. trajni kapital, kar pomeni, da lastnik ne pričakuje, da mu bo podjetnik vračal v obrokih glavnico, ki jo je vložil, temveč pričakuje le ustrezen donos. Vlagatelj tveganega kapitala torej postane solastnik podjetja, vendar skoraj nikoli ne preseže 50% delež,
2. tvegani kapital nudi pomoč pri poslovanju podjetja, kar izhaja iz dejstva, da investitor tveganega kapitala ne more na hitro izstopiti iz podjetja, in ker donos nastane šele po več letih
3. investitorji tveganega kapitala zahtevajo višji donos glede na druge oblike kapitala, ker gre za trajni kapital, ker pomagajo pri poslovanju in ker prevzemajo veliko mero tveganja,
4. visoka stopnja potrpežljivosti, saj donosi nastajajo šele po nekaj letih.

Bistvo tveganega kapitala je vlaganje v kapital podjetij, za katera investitorji tveganega kapitala menijo, da imajo potencial za visoko povečanje vrednosti. Podjetje je zanimivo za naložbo tveganega kapitala, če ima posel, v katerem trg omogoča hitro rast, podjetnik pa ima

visoko nagnjenost k rasti in dobičku. Tako vstopa tvegani kapital v podjetja z visokim potencialom rasti. Največkrat gre v takih primerih za podjetja z visoko tehnologijo.

Za podjetje, iskalca investitorja tveganega kapitala, je nujno pripraviti dober poslovni načrt, ki bo osredotočen na zahteve upravljalcev skladov tveganega kapitala. Podjetnik mora biti pripravljen na zahteven proces preverjanja (due diligence), kar pomeni, da investitorji preverjajo podjetje, preučijo panogo, konkurente, listo tveganj in podobno. Bistveno je zaupanje, zato se investitorji odločajo predvsem glede na integriteto, strokovnost in privrženost podjetnika.

Tvegani kapital je sorazmerno drag, saj zahteva precej časa in naporov za sklenitev posla, zavzame pa tudi pomemben delež lastnine in kontrole nad podjetjem, zato se mora podjetnik znati dogovoriti o pravi ceni deleža podjetja, ki ga proda in o drugih pogojih tveganega kapitala.

Tvegani kapital v Sloveniji in EU

V Sloveniji se je začelo o tveganem kapitalu razmišljati že ob začetku razvoja malega podjetništva leta 1989, vendar pa je slovensko prebivalstvo še vedno konservativno in v večji meri zaupa bankam in kratkoročnim vlogam.

Rast potenciala tveganega kapitala zavira več problemov:

1. podjetniška kultura ki še ni dovolj naklonjena zunanjim vlagateljem,
2. pomanjkanje možnosti za dobre naložbe, saj ni dovolj dinamičnih podjetij,
3. pomanjkanje davčnih spodbud,
4. težave pri zbiranju kapitala, saj ni dovolj premožnih varčevalcev.

Slovenija se v zadnjih nekaj letih podjetniško prebuja. Vse več je kvalitetnih podjetnikov, ki so seznanjeni z različnimi možnostmi investiranja in ki razumejo, da lahko dosežejo hitro rast podjetja (in velikokrat le tako preživijo) le s partnerji, ki prinesejo kapital in pomoč pri vodenju podjetja. Strokovnjaki napovedujejo, da bo velik del tveganega kapitala usmerjen na področje managerskih odkupov – gre za inovativne managerske ekipe, ki bodo s tveganim kapitalom odkupila neučinkovita podjetja in jim z reorganizacijo v kratkem času bistveno povečala vrednost.

Tvegani kapital naj bi se pojavil tudi na področju dokapitalizacije manjših zasebnih podjetij, ki so razvila poslovne priložnosti v večjem obsegu, vendar pa jih sama niti finančno niti managersko ne morejo uresničiti.¹

Po podatkih Evropskega združenja skladov tveganega kapitala (European Venture Capital Association - EVCA) je bilo v letu 2006 zbranih 12 mrd EUR v sklade tveganega kapitala, kar je za 56,4 % več kot v letu 2005. V tabeli 3 je prikazana razporeditev zbranih sredstev po

¹ Primer ponudbe Potezinega sklada tveganega kapitala – Poteza ventures :

Ena njihovih najpomembnejših strateških odločitev je investiranje v mlada perspektivna podjetja, ki delujejo v panogah z visokimi stopnjami rasti in si želijo uspehov na regionalnih ter globalnih trgih.

Potezin sklad tveganega kapitala bo imel v prvi polovici leta 2007 na razpolago 40 mio EUR sredstev, namenjenih za investicije. V izbrana podjetja bodo investirali 0,5 – 4 mio EUR. Sklad se iz lastniške strukture podjetij umakne v 4-6 letih.

letih in po vrsti vlagateljev. Opazimo lahko, da je čedalje več vlagateljev iz panoge ne visoke tehnologije in predvsem vlaganja z odkupi.

Tabela 3: razporeditev virov sredstev Skladov tveganega kapitala v letih 2002-2006

V mrd EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Vlaganja – visoka tehnologija	4,2	2,3	2,5	5,1	5,0
Vlaganja – ostala	4,3	3,4	6,3	5,8	12,5
Odkupi - buyouts	18,3	21,0	17,8	57,7	84,3
Ostalo	0,7	0,3	0,9	3,2	10,5
Skupaj sredstva	27,5	27,0	27,5	71,8	112,3

Vir: <http://www.evca.com>

Najpogostejši vir sredstev v skladih tveganega kapitala so pokojninski skladi (prispevajo kar 27% vseh sredstev). Tako pokojninski skladi skupaj z bankami predstavljajo kar eno polovico vseh sredstev, zbranih v skladih tveganega kapitala.

Skladi tveganega kapitala, ki so vključeni v združenje EVCA so v letu 2006 investirali 71,2 mrd EUR. Tabela 4 prikazuje razporeditev investicij družjenja EVCA po letih in po namenih oziroma po razvojnih fazah podjetij.

Tabela 4: razporeditev investicij Skladov tveganega kapitala v letih 2002-2006

V mrd EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Semenski kapital	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2
Startni kapital	2,6	2,0	2,2	2,3	5,7
Rast – razvoj	6,9	6,2	7,9	10,3	11,4
Menjalni (Replacement) kapital	0,9	2,3	0,9	2,3	3,6
Odkup – buyout	16,9	18,4	25,7	32,1	50,3
Skupaj	27,6	29,1	36,9	47,1	71,2

Vir: <http://www.evca.com>

Zaradi pomembnega vpliva MSP na celotno gospodarstvo se danes v večini razvitih držav posveča velika pozornost pomanjkanju lastniških sredstev za financiranje MSP v njihovih zgodnjih fazah razvoja, ko je dolžniških virov financiranja skoraj nemogoče dobiti. Vendar se po podatkih Evropskega združenja tveganega kapitala (EVCA) žal tudi zasebni skladi tveganega kapitala tako v Sloveniji kot v ostalih državah EU v večini primerov odločajo za investiranje v podjetja v fazi širitve in le 1,8 % naložb je namenjenih podjetniškim aktivnostim v fazi začetka poslovanja (Vir, EVCA 2005).

Viden je torej trend rasti vlaganj v start – up podjetja in pa vlaganja v rast in razvoj podjetij. Največ je t.i. buyout investicij, ki predstavljajo kar 70 % vseh vlaganj skladov tveganega kapitala v EU.

V Sloveniji obstaja Slovensko združenje skladov tveganega kapitala (SLEVCA), ki trenutno vključuje trenutno pet družb, ki svoje delovanje povezujejo tudi s funkcijo skladov tveganega kapitala.

Ovira za razvoj tveganega kapitala v Sloveniji je tudi pomanjkanje ustrezne zakonodaje. Vzrok je v razliki med obdavčitvijo skladov tveganega kapitala pri nas in v tujini.² Država bi

² Prvi sklad, ki ga je vodil (to je bil sklad Horizonte), je vse naložbe izpeljal tako, da je del denarja vložil slovenski Horizonte, del pa sklad Horizonte z Nizozemske. Pri vlaganju v podjetja sta bila oba sklada enakovredna, pri prodaji deležev oziroma obdavčitvi pa ne. Pri vsaki posamezni prodaji deleža je slovenska družba plačala 25-odstotni davek na dobiček, nizozemska pa sploh ni plačala davka. Na Nizozemskem namreč

morala obravnavati naložbe tveganega kapitala enako kot naložbe v vrednostne papirje in vzajemne sklade, na katere se po določenem času tudi pri nas ne plača davek na dobiček. Zaradi 25 odstotnega davka na dobiček ob prodaji lastniškega deleža skladi niso zainteresirani za tovrstna vlaganja v Sloveniji.

Pri nas se že več kot deset let govori o tveganem kapitalu, realiziranih poslov pa je izredno malo. Lahko bi rekli, da v Sloveniji na tem področju vlada velika zmeda. Pridružujem se mnenju Mirjane Pinterič, ki pravi, da je samozvanih ponudnikov tveganega kapitala kar nekaj, v praksi pa so stvari nepregledne, kajti podatek, koliko tveganega kapitala je podjetnikom na voljo, je skoraj nemogoče dobiti. Eni skladi bi vlagali, pa nimajo denarja, drugi imajo denar, vendar nočejo vlagati v Sloveniji, tretji vlagajo, pa so registrirani v tujini in tako naprej.

V Sloveniji še ni veliko posameznikov, ki bi denar zaupali skladom tveganega kapitala, v svetu pa je priljubljena oblika vlaganja. Verjetno je eden izmed razlogov tudi to, da tudi bogati Slovenci niso tako bogati kot nekateri tujci. Po drugi strani pa je res, da skladi tveganega kapitala ponavadi niso primerni za posamezne vlagatelje, temveč predvsem za institucionalne investitorje, se pravi za zavarovalnice, banke, pokojninske sklade... Ovira je draga vstopnica. Za vlaganje v sklade tveganega kapitala mora imeti posameznik najmanj milijon evrov, zato je ponavadi v takih skladih le 20 odstotkov fizičnih oseb.

6.3. Poslovni angeli

Poslovni angeli niso nov pojav. Obstajajo že skoraj tako dolgo, kot nastajajo nova podjetja. Le da so jim nekoč enostavno rekli »dobrotniki«. Skoraj vedno pa so to bili bogati ljudje, ki so bili dovolj »nori«, da so posojali ali vlagali denar v posle, ki so bili pogosto tvegani. Primer poslovnega angela najdemo že v letu 1878, ko sta J. P. Morgan in Spencer Trask denarno podprla iznajditelja žarnice Thomasa Edisona, čeprav takrat večine ljudi električna luč ni preveč zanimala, saj se jim je zdelo, da plinske luči povsem zadostujejo. Poznejši razvoj zgodovine pa je očitno dokazal, da sta se vlagatelja odločila prav.

Poslovne angele uvrščamo med neformalne investitorje tveganega kapitala. Večina »angelov« izhaja iz kroga ljudi, ki so obogateli in imajo znatne poslovne in podjetniške izkušnje. Poslovni angeli so torej ljudje, ki sicer tvegajo, vendar vlagajo svoje prihranke dokaj načrtno.

Poslovni angel je torej neformalni naložbenik (ni finančna ustanova, investicijski sklad ali razvojni kapitalski sklad). To je posameznik, ki se odloči, da bo svoje prihranke ali premoženje vložil v novo ali rastoče podjetje. Ponavadi ima tudi poslovne izkušnje: bodisi je bil sam uspešen podjetnik ali pa manager v večjem podjetju. Poslovni angeli se po značaju razlikujejo - nekateri hočejo biti pri vsem "zraven", drugi opazujejo dogajanje od daleč.

Značilnosti poslovnih angelov (Glas, Ljubljana 2001, str. 3):

1. investirajo blizu doma zaradi možnosti osebnih obiskov in nadzora podjetij,
2. poznajo trge in tehnologijo in so zainteresirani za podjetja iz dejavnosti, ki jih poznajo,
3. pojavljajo se v raznih nadzornih svetih, združenjih,
4. so nagnjeni k prevzemanju tveganj, tudi v poklicnem življenju,

plačajo davek, ko sklad proda vse deleže v podjetjih in naredi končni obračun. Ker pa gre za dolgoročno naložbo, se na kapitalski dobiček davek sploh ne plača. Dr. Penca trdi, da tu ne gre za kakšne posebne davčne olajšave, zato jih od države tudi ne zahteva.

5. stik z njimi je mogoče dobiti preko odvetnikov, agentov za patentno pravo, računovodij, bančnikov in drugih investitorjev.

Razlogi vlaganja poslovnih angelov (<http://www.eban.org/>):

- da ustvarijo kapitalske dobičke,
- da pomagajo podjetnikom in malim podjetjem,
- za zabavo in lastno promocijo,
- za izkoristijo prednosti davčnih olajšav,
- za ustvarjanje dodatnih prihodkov,
- da ostanejo aktivni,
- da si ustvarijo dodatno zaposlitev.

Poslovni angeli so pogosto motivirani z različnimi nefinančnimi dejavniki, ne le z donosnostjo naložbe, medtem ko sklade tveganega kapitala zanima predvsem donosna naložba. Tako pogosto želijo poslovni angeli prispevati k odpiranju delovnih mest, k razvoju tehnologije, h gospodarskemu oživljanju urbanih območij ali le k uspehu mladih podjetnikov. Zaradi teh razlogov lahko podjetnik doseže ugodnejši finančni dogovor z investitorji – poslovnimi angeli glede na investitorje tveganega kapitala.

Poslovni angel podjetjem torej ne nudi le finančno pomoč, temveč tudi pomoč pri pripravi poslovnega načrta, podporo za pravilno in pregledno poslovanje, iskanje poslovnih partnerjev, vlagateljev.

Načini, kako prepričati poslovnega angela, da vloži v podjetje (Revija Manager, 2007):

- ker prosilec praviloma še nima kaj pokazati, je najpomembnejša podjetnikova prepričljivost: ali zna razložiti kaj prodaja, kako vidi svoj izdelek, pozna tekmece in tako naprej,
- podjetnik mora biti prilagodljiv, saj je pogosto treba izdelek, storitev ali strategijo prilagajati,
- prosilec ne sme biti prevelik individualist,
- prednost imajo podjetja, ki delujejo na področju, kjer lahko poslovni angel izkoristi sinergije s podjetji, ki jih že ima v lasti.

Medtem ko za sklade tveganega kapitala velja, da propadeta dva od desetih projektov, v katere vložijo, pa poslovnim angelom lahko propade tudi polovica projektov, ki jih podprejo.

Klub poslovnih angelov³ je zbirališče vlagateljev in obenem "ženitna posredovalnica" med ponudbo in povpraševanjem po kapitalu za podjetniške projekte, konkretno - med potencialnimi vlagatelji in podjetji, ki iščejo kapital za podjetniške projekte. Gre za popolnoma diskretno zbiranje informacij o povpraševanju in ponudbi po kapitalu.

³ Podatki o Klubu poslovnih angelov, Vir: Podjetnik, maj 2003:

- Ponudba kapitala

Št. vseh prijavljenih poslovnih angelov: 27 Št. trenutno aktivnih poslovnih angelov: 20 Povprečni znesek ponujenega denarja: 25 tisoč EUR

Najnižji ponujeni znesek: 12 tisoč EUR Najvišji ponujeni znesek: 50 tisoč EUR Kam so poslovni angeli pripravljene vlagati: nepremičnine in gradbeništvo, informacijske tehnologije, »kar vse povprek«

- Povpraševanje po kapitalu

Št. doslej ponujenih projektov: 138 Povprečen znesek povpraševanja: 84 tisoč EUR Najpogostejša področja: nove invencije – inovacije, nepremičnine in gradbeništvo, informacijske tehnologije

- Sklenjeni posli

Doslej izpeljani sestanki: 30 Št. izpeljanih poslov: 4 Povprečna vrednost izpeljanega posla: 18 tisoč EUR

Naloga Kluba poslovnih angelov je, da zbira informacije o dobrih podjetniških projektih in kapitalu, ki je pri poslovnih angelih na voljo za investiranje in na podlagi tega organizira prvi kontakt med podjetniki in investitorji. Klub ne zbira in ne posreduje kapitala in torej ne more prevzemati odgovornosti za tako ali drugače neuspešno izpeljane posle.

Poslovni angeli so verjetno največja sila, ki lahko zagotovi razvoj v sektorju malih in srednje velikih podjetij. Ko pride do tako imenovane »kapitalske vrzeli ali luknje« (capital gap), ki nastane med zneskom, ki ga banke še lahko posodijo in zneskom, ki je že dovolj visok za sklade tveganega kapitala, lahko poslovni angeli zapolnijo to vrzel v financiranju rastočih in dobičkonosnih podjetniških projektov. Poslovni angeli so torej lahko polnilci vrzeli, ki nastane med najvišjimi možnimi zneski bančnih posojil in zneski, ki že zanimajo sklade tveganega kapitala.

Posamezniki, ki hočejo plemeniti svoj denar z investiranjem v tvegane in potencialno donosne projekte v manjših zneskih kot so zneski za vlaganje v sklade tveganega kapitala, torej lahko postanejo poslovni angeli.

Sodelovanje lastnikov tveganega kapitala in poslovnega angela je lahko zanimivo tudi z vidika pridobivanja deleža lastništva, in sicer lahko poslovni angeli pridejo k lastnikom skladov tveganega kapitala, povejo, v katerih dejavnostih bi radi sodelovali kot soinvestitorji, nato pa s skupno vizijo kot partnerji vstopijo v lastništvo primernega podjetja. Tak sistem sodelovanja je za investitorja koristen, saj skladi tveganega kapitala v podjetja sami praviloma ne stopajo kot večinski lastniki, skupaj s poslovnim angelom pa lahko pridobijo večinski lastniški delež.

V Sloveniji razmere za razvoj angelstva dozorevajo, čeprav so slovenski vlagatelji še vedno precej konservativni. V Sloveniji še vedno ni veliko primerov, ko bi podjetniki hoteli sredstva plemeniti na ta način. Slovenski podjetniki v primerjavi s tujimi velikokrat nimajo ne vizije ne želje po večjem tveganju.

Življenje in delo upravljavcev skladov tveganega kapitala bi bilo lažje, če bi našli več poslovnih angelov, ki bi pokrivali projekte manjših vrednosti. Vendar se poslovni angeli ne radi pojavljali v medijih ali kako drugače predstavljajo tak način pridobivanja premoženja. Dobri zgledi vedno vlečejo, toda poslovni angeli so ljudje, ki največkrat ne želijo biti imenovani.

Poslovni angeli imajo daleč najdaljšo tradicijo v ZDA, kjer jih je po ocenah več kot 350 tisoč. V približno 50 tisoč mladih podjetij vložijo več kot 30 mrd USD letno. Povprečna vrednost naložbe je 600 tisoč USD. V Evropi so "angelske naložbe" in skladi tveganega kapitala priljubljena oblika vlaganja najbolj v Veliki Britaniji in Skandinaviji. Tamkajšnji podjetniki svoje naložbe zelo razpršijo, v okviru tega bolj tveganim projektom namenijo približno 30 odstotkov svojega portfelja (Revija Manager, 2003).

V Evropi poslovni angeli vložijo približno od 10 do 20 mrd EUR letno, povprečna naložba je 75 tisoč EUR. Samo v Veliki Britaniji jih je približno 40 tisoč. V Evropi je približno 210 združenj poslovnih angelov (v katerih je 12.775 poslovnih abgelov), združenih v krovno organizacijo European Business Angels Network (EBAN), ustanovljeno v letu 1999 s sedežem v Bruslju. Namen EBAN je: spodbujanje izmenjave izkušenj med združenji poslovnih angelov in spodbujanje najboljše prakse, promocija prepoznavanja združenj,

dogovarjanje z evropsko komisijo, raziskovalne študije, organiziranje dogodkov in predstavitev projektov.

Evropsko združenje poslovnih angelov je poslovnega angela opredelilo kot neformalnega zasebnega investitorja s pametnim denarjem (finance + svetovanje) ki:

- je pripravljen investirati od 25 – 250 tisoč EUR,
- je pripravljen deliti svoje managerske izkušnje, znanje in poznanstva,
- nima sektorskih preferenc,
- daje prednost investiranju v domači regiji,
- išče profit in zabavo (<http://www.eban.org/>).

Kako podpreti in spodbuditi trg poslovnih angelov:

- s seznanjanjem malih podjetij o obstoju angelov in z večjo transparentnostjo angelskih naložb,
- podpora javnega sektorja za angelske naložbe: programi, ki spodbujajo investicije v MSP, znatna davčna spodbuda za angelske investitorje (na primer neobdavčeni kapitalski dobički od angelskih naložb za nekaj let ali znatne olajšave za investicije v angelske naložbe), dodatne garancije države za angelska vlaganja, ki bi zmanjševala tveganja poslovnih angelov, organiziranje izobraževanj za poslovne angele (o relacijah med podjetnikom in investitorjem, davčna zakonodaja, vrednotenje projektov ...).

6.4. Krediti

Kredit je najbolj pogosta vrsta dolžniškega kapitala. Prednost dolžniškega financiranja je predvsem v tem, da podjetnik pridobljena sredstva vrne v prihodnosti, hkrati pa ne prepusti lastništva vlagatelju (posojilodajalcu), torej se posojilodajalec ne vmešava v upravljanje podjetja. Slabost pa je v tem, da je potrebno sposojeni denar vrniti, skupaj z obrestmi, obveznost pa ni odvisna od rezultata poslovanja.

Kot najbolj razširjeni ponudniki kreditov se še vedno pojavljajo banke, zato se bom v tem poglavju osredotočila predvsem na bančne kredite. Pri izbiri predvsem ročnosti kredita mora podjetnik poznati tip posla, ki ga misli financirati. Pri tem gre za temeljno pravilo financiranja, ki pravi, da se dolgoročna sredstva (osnovna sredstva, trajna obratna sredstva ...) financirajo z dolgoročnimi viri, kratkoročna sredstva pa s kratkoročnimi viri (material, financiranje upnikov ...). Kratkoročni krediti so krediti z ročnostjo do enega leta, dolgoročni pa z ročnostjo nad enim letom.

Vse premalo podjetnikov se zaveda, da bi morali pred najemom kredita pripraviti bilanco denarnih tokov, kajti kredit obremeni podjetje tako likvidnostno kot stroškovno. Bilanca denarnih tokov tako daje podjetniku sliko ali bo lahko vračal kredit in plačeval obresti, ne da bi ogrozil obstoj posla ali celo podjetja. Iz tega vidika je torej bilanca denarnih tokov odločilna za banko ob odločanju o odobritvi kredita.

Pri ocenjevanju vlog za odobritev kredita banke upoštevajo predvsem namen financiranja, možni obseg kredita, ročnost, obrestno mero, način odplačevanja ter vrsto zavarovanja.

Za malo gospodarstvo je pridobitev kredita oziroma ustreznega vira financiranja ena največjih ovir pri zagonu in poslovanju podjetja. Podjetja imajo največ težav pri zagotavljanju jamstev za posojila, pomanjkanjem kapitala za naložbe v trajna sredstva kot tudi nerazumevanja delovanja in razvoja malih podjetij s strani bank.

Banke se za zavarovanje pred kreditnim tveganjem – to je tveganjem pred možnostjo izpada vračila kredita in plačila obresti, s podjetjem dogovorijo za ustrezen instrument zavarovanja kredita. Zavarovanje predstavlja sekundarni vir plačila pogodbenih obveznosti, če podjetje iz kakršnegakoli razloga preneha s plačili svojih obveznosti. Nikakor pa ne sme nadomestiti ocene podjetnikove kreditne sposobnosti. Osnovno pravilo bančnih kreditov je, da še tako dobro zavarovanje ne sme biti nadomestilo za kreditno nesposobnost kreditojemalca. Kakšno zavarovanje banka zahteva, je odvisno tudi od klasifikacije komitenta, ki odseva njegovo boniteto, od poslovnih odnosov s komitentom in od namena ter ročnosti naložbe.

V praksi imajo podjetniki (še predvsem pa začetniki) na voljo banki ponuditi bodisi le zavarovanje (npr. imajo nepremičnino) ali pa le dober poslovni načrt, vendar glede na to, da kot začetniki še nimajo opredeljene bonitete pri banki, in da je kreditna sposobnost podjetja težko ugotovljiva, banke s svojo ponudbo ne morejo financirati ravno tega, za podjetja – začetnike, najbolj kočljivega tako imenovanega start–up položaja.

Slovenske banke so bile v letih 2004-2006 soočene z visoko rastjo posojil podjetjem. Razlogi za to so bili: visoka gospodarska rast, ugodne makroekonomske razmere, zgodovinsko nizke obrestne mere, stabilen devizni tečaj. Na rast posojil je poleg teh dejavnikov vplivala tudi močna konkurenca v bančnem sektorju, še posebej prihod tujih bank.

V tako ugodnih razmerah banke ocenjujejo svoje komitente bistveno bolj optimistično. Zaradi podcenjenega kreditnega tveganja razvrstijo komitente v višje bonitetne skupine oblikujejo manjše rezervacije in manj oslabitev. Posledica je doseganje višjih bančnih dobičkov, kar jih še dodatno spodbudi k večji kreditni aktivnosti. Ko se gospodarske razmere obrnejo, se za večino gospodarskih subjektov pogoji poslovanja poslabšajo, zmanjša se njihova plačilna sposobnost, pri bankah pa se poveča kreditno tveganje. Slaba posojila naraščajo, poveča se obseg rezervacij, le–ta zmanjša dobiček bank, kar banke spodbudi k zmanjšanju ponudbe posojil. Banke zaostrijo posojilne pogoje, zmanjšajo kreditno aktivnost, kar posledično privede na makro ravni do resnega zmanjšanja kreditne ponudbe in to ravno v času, ko mnoga podjetja za izhod iz krize potrebujejo dodatna finančna sredstva. Banke z omejeno kreditno aktivnostjo dejansko krizo samo še poglobijo (Šuler, 2007, str. 15).

Kreditni iz virov Evropske investicijske banke

Banke ponujajo tako kredite iz lastnih sredstev banke kot iz tujih virov. Tuji viri so krediti, ki jih banka najame pri drugi banki v tujini in jih nato plasira svojim komitentom. Ravno tako banke sodelujejo ob pripravi kreditnih ponudb z različnimi institucijami, ki omogočajo zadolževanje komitentov pod ugodnejšimi pogoji (subvencioniranje obrestnih mer s strani države, skladov, lokalnih skupnosti...). Primer ponudbe bančnega kreditiranja pod ugodnejšimi pogoji je ponudba iz sredstev Evropske investicijske banke.

Evropska investicijska banka (EIB) je ena izmed največjih multilateralnih finančnih institucij na svetu. Njena poglobljena naloga je spodbujanje uravnoveženega razvoja Evropske unije z naložbami v gospodarsko šibkejša območja, gradnjo prometnic in telekomunikacij, varstvo okolja ter obnovo mestnih središč. S tem pripomore k enakovrednemu razvoju vseh regij ter k učinkovitejši integraciji držav članic EU. EIB je avtonomna institucija in zagotavlja dolgoročno financiranje in garancije za potrebe investicijskih projektov znotraj EU. Glede na to, da so ročnosti teh kreditov dolge, se večina teh kreditov porabi za investicije v osnovna sredstva in infrastrukturo. Ročnosti teh kreditov so do 15 let.

Zaradi visoke bonitete banke je cena refinanciranja banke med najnižjimi, tako so cene kreditov, ki jih EIB zaračunava bankam pri odobranju kreditov izredno ugodne.

Sredstva iz okvirne kreditne linije EIB so namenjena za financiranje MSP ter projektov s področja varovanja okolja, izgradnje infrastrukture (zdravstveni in izobraževalni projekti), varčevanja z energijo, industrije, storitvene in turistične dejavnosti tudi v Sloveniji.

Za pridobitev sredstev iz kreditne linije EIB mora kreditojemalec izpolnjevati določene pogoje, in sicer:

- EIB financira le 50% vrednosti projekta,
- vrednost projekta mora biti minimalno 40.000,00 EUR in maksimalno 25.000.000,00 EUR,
- vrednost kredita iz kreditne linije EIB je tako minimalno 20.000,00 EUR in maksimalno 12.500.000,00 EUR.

Projekti, ki jih financira EIB morajo zadostovati sledečim kriterijem:

1. vključujejo običajne tehnologije in bodo dovršeni v obdobju treh do petih let,
2. so ekonomsko, tehnično in finančno jasni,
3. so novi, individualno prepoznavni ali pomenijo razširitev ali modernizacijo,
4. imajo jasno določeno lokacijo, potek in koristi projekta,
5. so v skladu z domačo zakonodajo in zakonodajo EU glede varovanja okolja,
6. EIB mora prejeti zahtevek za financiranje projekta najkasneje 6 mesecev po dovršitvi projekta.

6.5. Obveznosti do dobaviteljev

Kot možnost financiranja podjetja je tudi odloženo plačilo dobaviteljem. Tu gre za obvezo dobavitelju, da mu bo podjetje (kupec) plačalo blago v dogovorjenem roku. V času do dejanskega plačila torej dobavitelj kreditira kupca. Oblika odprte obveznosti do dobavitelja je tudi opcija-blago na konsignacijo, kjer plačilo sledi prodaji. Takšna oblika financiranja je zelo pogosta, predvsem med podjetji, ki že dalj časa poslujejo in se med seboj poznajo. Tukaj zopet naletijo na oviro novo nastala podjetja, ki kot začetniki redko dobijo možnost odloga plačila pri dobaviteljih, čeprav bi jim ravno takšen, relativno poceni vir financiranja (v bistvu odlog večinoma ni obremenjen s plačilom obresti, je pa oportunitetni strošek v primerjavi s popustom, ki ga dobavitelju običajno ponudijo ob takojšnjem plačilu) v začetku znatno pomagal pri uravnavanju likvidnosti. Pomembno je, da podjetje poskuša uravnati plačilne roke dobaviteljem s plačilnimi roki, ki jih daje svojim kupcem. Če to zaradi kakršnegakoli razloga ne uspe, za premostitev financiranja najemajo kratkoročne kredite, limite ali pa odkup terjatev kot način uravnavanja likvidnosti.

6.6. Leasing

Leasing je posebna oblika financiranja uporabe opreme in nepremičnin. Ni niti čisto posojilo niti čisti najem, ima pa elemente obeh.

Evropska federacija združenj leasing podjetij Leaseurope je sprejela svojo definicijo, ki ne dela razlike med finančnim in operativnim leasingom in ki pravi:

Leasing je pogodbeni odnos, pri kateri jemalec leasinga vzame v leasing (kot specifično obliko najema) proizvodni obrat, kapitalne dobrine ali opremo (predmet leasinga) z namenom uporabe v poslovne namene, pri čemer je dajalec leasinga predmet leasinga proizvedel ali kupil z namenom, da ga na opisani način uporablja jemalec leasinga. Pri tem dajalec leasinga ostaja lastnik predmeta leasinga ves čas trajanja leasinga.

V Sloveniji Slovenski računovodski standardi (SRS), katerih vsebinska osnova so mednarodni računovodski standardi, opredeljujejo dve vrsti leasinga:

- finančni leasing, kjer je uporabnik leasinga ekonomski lastnik predmeta leasinga, dajalec leasinga pa pravni lastnik leasinga;
- operativni leasing, kjer je dajalec leasinga ekonomski in pravni lastnik predmeta leasinga, pri čemer ekonomsko lastništvo pomeni tisto stran, na katero so pretežno preneseni riziki in koristi, ki izhajajo iz lastništva.

Podjetja imajo torej na voljo možnost financiranja nakupa opreme ali nepremičnin z leasingom le teh. Običajno v praksi podjetja izberejo to možnost, kadar so po bančnih kriterijih dovolj zadolženi in ne morejo več pridobiti dodatnih kreditnih virov oz. ko nimajo dovolj kvalitetnega zavarovanja za najem kredita.

Poseben način pridobitve dolgoročnih finančnih virov, ki jih podjetje nameni refinanciranju obstoječega dolga ali za financiranje obratnih sredstev je »sale and lease back transakcija«, pri kateri bodoči leasingojemalec proda svojo opremo ali nepremičnino leasingodajalcu in jo nato vzame nazaj v leasing.

Leasing kot oblika financiranja podjetja je pomemben tudi z davčnega in računovodskega vidika, in sicer:

- pri finančnem leasingu vodi predmet leasinga v svojih knjigah leasingojemalec (kot osnovna sredstva v bilanci stanja),
- obrok leasinga se obračunava kot strošek, ki znižuje davčno osnovo,
- osnovno sredstvo pri finančnem leasingu amortizira leasingojemalec.

Prednosti financiranja z leasingom pred kreditom s strani podjetja:

1. daljše ročnosti in lažje možnosti pridobivanja virov financiranja,
2. reševanje likvidnostih težav (sale & lease back),
3. možnosti financiranja za podjetja z omejeno kreditno sposobnostjo pri poslovni banki,
4. možnost financiranja do 100% vrednosti projekta,
5. nižje zahtevano razmerje med zavarovanjem (predmet leasinga) in višino sredstev za leasing,
6. davčni vidik – obroki plačil leasinga kot davčno priznani strošek (pri kreditu le obresti),
7. možnost pridobivanja dolgoročnih virov za začetna podjetja.

Zakaj novo podjetje ali prezadolženo podjetje lažje pridobi leasing kot kredit:

- ker je dajalec leasinga lastnik samega predmeta leasinga, zaradi česar je v ugodnejšem položaju pred banko v primeru, če podjetje ni več sposobno odplačevati leasinga,

- ker je dajalec leasinga specializiran v poznavanju določenih tipov opreme in trga za to opremo v primeru prodaje le-te (Brigham, Daves, 2004, str. 655).

Iz letnega poročila Leaseurope za leto 2006 (priloga št. 1) je moč razbrati, da se obseg lease poslov v Evropi povečuje, in sicer je bilo v letu 2006 sklenjenih 287 mrd EUR leasing poslov, kar predstavlja 6,34% rast. Največ poslov je bilo sklenjenih v Angliji, Nemčiji in Italiji.

V Sloveniji je bilo sklenjenih 1.722 mio EUR poslov, obseg je glede na leto 2005 kar 16% višji (vir: <http://www.leaseurope.org/pages/Statistic>).

Leta 1993 je bilo za zagotavljanje ustrezne obravnave in ureditve leasinga v pravnem sistemu naše države ustanovljeno Združenje leasing podjetij Slovenije. Združenje deluje v okviru Gospodarske zbornice (GZS) in evropskega združenja Leaseurope, katerega član je. Od skupno 70 leasinskih podjetij v Sloveniji jih je v združenje včlanjenih 35.

6.7. Faktoring

Faktoring ali odkup terjatev je način financiranja poslovanja podjetij, s pomočjo katerega lahko podjetja uravnajajo denarni tok. Odkup terjatev tako podjetjem zagotavlja boljšo likvidnost in znižuje tveganje pred neplačili. Faktoring torej predstavlja ustrezno alternativo bančnim kreditom, saj je takšno financiranje poslovanje hitro in ne zahteva dodatnih varščin in ne bremeni limitov zadolževanja pri bankah.

Faktoring predstavlja pravno razmerje med finančno ustanovo (faktorjem) in podjetjem (komitentom), ki prodaja svojim poslovnim partnerjem (kupcem) blago ali storitve. Faktor odkupi komitentove knjižne terjatve bodisi z regresno pravico do komitenta ali brez nje in opravlja vodenje knjigovodstva komitentovih terjatev do različnih kupcev (Burgers, 1992, str. 100).

Glavne prednosti faktoringa

1. Likvidnost: podjetju ni potrebno čakati na negotova prihodnja plačila terjatev, ki jih ima do kupcev, saj lahko že takoj po izstavitvi računa prosto razpolaga z denarjem.
2. Varnost: preko odkupa terjatev ima podjetje zagotovljeno plačilo odstopljenih terjatev
3. Omogočanje rasti podjetja: odkup terjatev predstavlja prilagodljiv vir financiranja, ki ne bremeni zadolženosti podjetja pri bankah s čimer si podjetje zagotovi nemoteno rast poslovanja. Zaradi boljše likvidnosti se podjetju izboljša boniteta in kreditna sposobnost, kar podjetju lahko omogoča večje zadolževanje za investicijske kredite ali kredite za pripravo proizvodnje.
4. Rast prodaje – večja konkurenčnost: faktoring omogoča podjetju, da svojim kupcem doma in v tujini ponudi konkurenčne pogoje prodaje z odlogom plačila, kar vodi do povečane prodaje izdelkov ali storitev.

Potek faktoringa

1. Prodajalec proda blago ali storitev in kupcu izstavi račun.
2. Prodajalec odstopi terjatev banki ali specializirani faktoring hiši in ji izroči račun ter odstopno izjavo, ki sta jo podpisala prodajalec (kot odstopnik terjatev) in kupec (kot dolжник).
3. Banka ali faktor hiša nakaže na račun prodajalca znesek terjatev zmanjšanih za provizijo in diskontirane obresti.

4. Ob dospelosti kupec plača blago ali storitev z nakazilom na račun banke ali faktor hiše.

Prednost faktoringa je odstop terjatev, ki niso zapadle, niso sporne in se ne glasijo na fizične osebe, ki izhajajo iz posamičnih faktur, ki jih podjetje izda drugemu podjetju, svojemu praviloma stalnemu kupcu za dobavo blaga ali opravljeno storitev na odloženo plačilo. Je torej bolj predvidljivo poslovanje. Čeprav je to financiranje v povprečju nekoliko dražje od bančnega, številnim podjetjem prinaša edini izhod iz kratkoročnih likvidnostnih težav.

Za mala in srednje velika podjetja je faktoring zanimiv, saj niso v tako veliki meri odvisna od plačilne nediscipline. Zanje je to financiranje primerno tudi, ko jim ustavljeni viri financiranja niso dostopni, likvidnost pa jim omogoča točno plačevanje rednih ali občasnih obveznosti. Poleg tega je primeren tudi za hitro rastoča podjetja, ki za ohranjanje rasti potrebujejo hitro obračanje denarja.

V praksi se je pokazalo, da se za uporabo faktoringa odločajo podjetja, pri katerih velja vsaj ena ali več naštetih stvari (Bond, 1993, str. 192):

- podjetje ima že najeto posojilo za financiranje nakupa strojev, opreme in podobno ali pa je banka udeležena pri financiranju njihovega leasinga,
- kadar banka na podlagi analize denarnega toka zavrne prošnjo za odobritev novega kratkoročnega kredita,
- kadar banka zavrne vlogo za odobritev posojila, za katerega je podjetje v zavarovanje pripravljeno ponuditi (zastaviti) odprte kratkoročne terjatve do tretjih oseb.

Iz priloge št. 2, ki prikazuje promet preko faktoring poslov po državah v Evropi v letu 2006 je razvidno, da je uporaba faktoringa zelo razširjen način financiranja podjetij v evropskih deželah. Skupni promet faktor poslov v Evropi je bil v letu 2006 806 mrd EUR (največ v Angliji, Franciji in Italiji).

V Sloveniji število in obseg faktor poslov agresivno narašča. V letu 2006 je bilo realiziranih mio 340 mio EUR faktoring poslov, glede na leto 2000 je to kar 520% porast.

Tabela 5: Promet preko faktor poslov v Sloveniji po letih v mio EUR

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
65	71	75	170	185	230	340

Vir: <http://www.factors-chain.com>

6.8. Nepovratna sredstva

Kot posebna oblika vira financiranja MSP so tudi nepovratna sredstva. Ta del v nalogi omenjam predvsem zato, ker so slovenska podjetja z vstopom v EU dobila dodatno možnost za financiranje rasti, če ustrezajo zahtevanim kriterijem. Gre za namensko financiranje projektov različnih namenov, ki imajo skupni imenovalec, spodbujanje regionalnega razvoja in produktivnosti.

Pomoč strukturnih skladov je torej namenjena trem glavnim vidikom razvoja regij in območij: infrastrukturi, razvoju človeškega kapitala in podpori produktivnosti sektorjev. Strukturni

skladi bi naj pomagali gospodarsko šibkejšim in konkurenčno manj sposobnim evropskim regijam pri prilagajanju na enotno tržišče.

Strukturni skladi predstavljajo osnovni instrument izvajanja regionalne politike skozi financiranje investicij v posameznih regijah. V okvir strukturnih skladov spadajo predstavljeni skladi.

- Evropski sklad za regionalni razvoj (European Regional Development Fund – ERDF) je bil ustanovljen leta 1975 z namenom vzpodbujanja razvoja v najmanj razvitih regijah in korigiranja regionalnih neskladnosti. Deluje predvsem na področjih investicij v infrastrukturo, ustvarjanju novih delovnih mest, razvoju malih in srednje velikih podjetij ter razvojnim projektom lokalnih skupnosti.
- Evropski socialni sklad (European Social Fund – ESF) je bil ustanovljen leta 1958 in je namenjen premostitvi ekonomskih in socialnih razlik, razvoju socialne sfere, vseživljenjskemu izobraževanju in sistemu izpopolnjevanja, boju proti brezposelnosti ter boju za enakovredne možnosti zaposlovanja moških in žensk.
- Evropski kmetijski usmerjevalni in jamstveni sklad (European Agricultural Guidance Fund – EAGGF) je bil ustanovljen leta 1964. Kot že samo ime pove, je ta sklad sestavljen iz dveh delov, jamstvenega in usmerjevalnega dela, pri čemer se prvi del navezuje na skupno kmetijsko politiko EU. Ob sprejetju Agende 2000, ki je določila reformo v sistemu strukturnih skladov, pokriva ta del tudi razvoj ruralnih območij v obliki upokojitvenih shem, kmetijsko-okoljskih programov itd. Drugi del pa je usmerjen predvsem za krepitev in reorganizacijo kmetijstva, zagotavljanje preoblikovanja kmetijske proizvodnje in razvoja gozdarstva, zagotavljanje primernega življenjskega standarda kmetovalcem ter za pomoč pri razvoju struktur za zaščito okolja in podeželja.
- Finančni instrument za usmerjanje ribištva (Financial Instrument for Fisheries Guidance – FIFG), ki je namenjen prenovi in modernizaciji ribiške industrije. Njegov cilj je tudi preprečevanje monopola na področju ribištva in omogočanje lojalne konkurence, doseganje trajnega ravnovesja med ohranjanjem rib in njihovim izkoriščanjem, povečanje konkurenčnosti in oživitvev območij odvisnih od ribištva in marikulture. FIFG je sprva deloval v okviru Kmetijskega sklada, z letom 1993 pa je postal samostojni instrument. (European union 2003)

Slovenija je kot članica EU upravičena do koriščenja sredstev iz strukturnih skladov, vendar pa je seznanjenost podjetnikov s pogoji kandidiranja za nepovratna sredstva odvisna predvsem od aktivnosti podpornega okolja, bank in ostalih institucij, ki delujejo na področju financiranja ali svetovanja podjetnikom. Zato navajam nekaj preprostih nasvetov, kako se prijaviti na razpis za nepovratna sredstva:

1. Vnaprejšnje načrtovanje

Podjetja se morajo zaradi konkurence nenehno prilagajati tržnim spremembam. Te razmere jih silijo, da morajo svoje zamisli hitro oblikovati in ni nujno, da časovno sovpadajo z objavami za pridobitev nepovratnih sredstev. Podjetja bi morala spremljati mehanizem državnih spodbud, saj se v praksi pogosto zgodi, da zamudijo trenutno odprte razpise. Večkrat se zgodi, da ima podjetje zanimivo projektno zamisel, ki jo mora zaradi potrebe po ohranjanju

konkurenčnosti uresničiti takoj, ne da bi počakalo na primeren razpis. Javni razpisi temeljijo bodisi na:

- časovni omejitvi zbiranja prijav - ti roki so običajno dokaj kratki (običajno en mesec od objave razpisa), kjer podjetja v navedenem roku oddajajo vloge, izbrani so tisti, ki zberejo ustrezno število točk, glede na ocenjevalne kriterije,
- bodisi na odprtih javnih razpisih, ki so veljavni do porabe sredstev in pri njih velja načelo, kdor prej pride, prej melje (če seveda ustreza razpisnim pogojem).

Podjetja naj torej redno spremljajo napovedane in odprte javne razpise, ravno tako tudi pretekle razpise, saj je velik del razpisne dokumentacije podoben. Tako bodo dobila občutek, kaj vse morajo pripraviti za prijavo na razpis in bodo ob objavi razpisa dosti hitreje reagirala.

2. Prijavi se zaradi projekta in ne zaradi spodbude

Velika večina podjetij se na razpise prijavi le zaradi pridobitve nepovratnih sredstev in ne zaradi krepitev lastnih razvojnih potencialov. Pogosto podjetja menijo, da projekti brez javne finančne podpore (nepovratnih sredstev oziroma subvencij) niso izvedljivi. Kljub pozitivnemu sklepu o pridobitvi nepovratnih sredstev se morajo podjetja zavedati, da je treba stroške, ki nastajajo med izvajanjem projekta, sproti poravnati. Sredstva se izplačujejo šele po zaključku projekta in na podlagi potrdil o plačanih računih in še to le v določeni višini vseh upravičenih stroškov (40-70%, odvisno od razpisa). Zato morajo imeti podjetja jasno razdelano finančno konstrukcijo in se morajo o nameravani prijavi na razpis pravočasno posvetovati s svojo banko v primeru, če bodo potrebovali vmesno financiranje projekta do pridobitve nepovratnih sredstev ali celo financiranje razlike med celotno investicijo in deležem nepovratnih sredstev.

3. Kako najhitreje in najceneje poiskati pot do objavljenih razpisov

Glede na to, da ni enega skupnega vira, kjer bi sil lahko podjetja ogledala vse javne razpise (eden izmed razlogov je tudi ta, da so financerji različni: Ministrstvo za gospodarstvo, Ministrstvo za kmetijstvo, Ministrstvo za okolje in prostor, Slovenski podjetniški sklad ...), je najhitrejša in najcenejša pot do objave obiskati spletne strani financerjev. Na teh straneh je objavljena tako razpisna dokumentacija kot obrazci za prijavo. Podjetje naj si torej naredi svoj seznam morebitnih financerjev in naj ga redno spremlja, s čimer bo pravočasno dobil informacijo o razpisu ter pridobil čas za pripravo projektne dokumentacije.

Več o možnostih in vrstah nepovratnih sredstev, ki so namenjena predvsem financiranju MSP, predstavljam v poglavju o Ukrepih za spodbujanje podjetništva v Sloveniji.

6.9. Viri financiranja MSP v EU

V nadaljevanju sledi prikaz načina oziroma strukture financiranja MSP v državah EU.

Iz tabele št. 6, ki prikazuje uporabo virov financiranja po državah EU, je razvidno, da med podjetji v državah EU kot vir financiranja ravno tako kot v Sloveniji prevladuje uporaba kreditne linije (odlog dobavitelju), bančnih posojil in leasinga.

Pomemben partner pri zagotavljanju virov financiranja so tako še vedno banke, ne samo v Sloveniji temveč tudi v Evropi.

Tabela 6: Vir financiranja po državah EU v odstotkih podjetij, ki uporabljajo posamezen vir financiranja

	Kreditne linije	Leasing	Zunanji investitorji	Factoring	Bančna posojila	Subvencije
Belgija	37	25	12	4	56	14
Danska	73	25	13	7	24	7
Nemčija	47	43	5	2	66	7
Grčija	23	15	10	8	68	12
Španija	8	48	15	15	58	10
Francija	36	47	7	32	63	11
Irska	70	48	19	14	39	10
Italija	78	41	7	17	17	10
Luxemburg	22	33	15	11	44	15
Nizozemska	17	31	11	3	50	9
Avstrija	42	39	1	6	65	8
Portugalska	16	47	7	10	48	6
Finska	46	27	15	14	64	11
Švedska	70	29	10	3	37	6
Velika Britanija	59	42	11	7	34	10
Skupaj	50	39	9	11	46	9

Vir: The activities of the European Union for small and medim-sized enterprises (SMEs), 2001, str. 36.

7. Koliko se podjetje lahko zadolžuje in v kakšni kombinaciji virov

Po opredelitvi pogostejših vrst virov financiranja MSP se približamo osrednjemu delu naloge in sicer analizi primerne višine in strukture virov financiranja.

Podjetnik si mora ob tem odgovoriti na dve temeljni vprašanji (Tajnikar, 2000, str. 222-224):

- koliko finančnih sredstev si lahko privoščiti,
- kakšna naj bo njihova medsebojna kombinacija.

Razmerje med trajnim in dolžniškim kapitalom podjetja vpliva na kapitalsko strukturo podjetja. Podjetje torej lahko financira rast s povečevanjem trajnega kapitala (lastna sredstva, zunanji investitorji – novi partnerji, izdaja novih delnic) ali s povečevanjem dolžniškega kapitala (kreditni, leasingi ...). Povečanje prve ali druge vrste financiranja vpliva na strukturo virov financiranja.

Kriterija za ugotavljanje, kolikšna naj bo udeležba oz. razmerje med obema viroma sta:

1. strošek posameznega vira in
2. želeni lastniški odnosi.

Če podjetje poveča trajni kapital se bo povečalo tveganje investitorjev, kar bo povzročalo večanje pričakovanih donosov in stroškov tega kapitala, če pa podjetje poveča dolžniški kapital, se povečuje tveganje posojilodajalcev, za kar bodo zahtevali višje obrestne mere. Posamezno obliko finančnih sredstev je smiselno uporabiti do tiste mere, ko se njihovi stroški med seboj izenačijo. Na ta način dosežemo minimalne stroške kapitala.

Omejitve trajnega kapitala:

Na spremembo lastniških odnosov vpliva dodatni trajni kapital, kajti vstop novih investorjev vpliva na lastniške vloge dosedanjih investorjev. Tako je ena najpomembnejših omejitev pri angažiranju dodatnega trajnega kapitala za financiranje rasti podjetja prav sprememba lastniških odnosov.

Omejitve dolžniškega kapitala:

Pri angažiranju dodatnega dolžniškega kapitala je glavna omejitev ravno cena (oz. obrestna mera) dolžniškega kapitala. Pri tem se podjetje lahko zadolži do te mere, ko profiti še presegajo obresti za najeti kredit. Druga omejitev pri povečevanju dolžniškega kapitala je zagotavljanje denarnega toka, in sicer izdatki za plačevanje glavnice ne smejo preseči prejemkov, ki jih uporabimo za ta namen. Zaključimo lahko, da so prejemki, ki jih lahko uporabimo za odplačevanje glavnice, skupaj z razpoložljivim profitom za odplačevanje obresti, zgornja meja, ki določa, koliko dolžniškega kapitala si podjetje lahko privošči.

Ob opredelitvi, koliko se podjetje lahko zadolži in na kakšen način se bo podjetje zadolžilo (izbira vira financiranja), na tem mestu predstavljam kratek pregled upravljanja sredstev podjetja, ki je vsekakor tesno povezano z viri za financiranje teh sredstev.

Ob tem delimo upravljanje oz. »management« sredstev podjetja na:

- upravljanje kratkoročnih sredstev t.i. upravljanje obratnega kapitala (working capital policy) in
- upravljanje dolgoročnih sredstev (Long term assets decisions).

Glede na ta dva aspekta lahko pridemo do kreditne in investicijske sposobnosti podjetja, ki sta opredeljena v naslednjem poglavju.

8. Vidiki opredeljevanja kreditne in investicijske sposobnosti podjetja

8.1. Kreditna sposobnost

Dejstvo je, da je bistvo kredita upnikovo zaupanje v dolžnikovo pripravljenost in sposobnost, da plača svoj dolg (vrne kredit). Iz tega sledi, da lahko definiramo kreditno sposobnost podjetja kot sposobnost kreditojemalca, da se pred kreditodajalcem izkaže kot zaupanja vreden kreditojemalec ter kot sposobnost vrniti kredit v skladu z dogovorjenimi pogoji.

Gre za oceno sposobnosti iz dveh stališč:

- s stališča kreditodajalca, ki mora biti na podlagi ugotovljenih dejstev prepričan, da je kreditojemalec sposoben vrniti kredit in
- s stališča kreditojemalca, ki mora biti v fazi vračanja kredita sposoben izpolniti svoje obveznosti v skladu z dogovorom (pogodbo) iz rednega poslovanja podjetja brez negativnih vplivov na interese upnikov ter brez negativnih vplivov na obratovalno sposobnost podjetja na daljši rok.

Kreditno sposobnost z vidika kreditodajalca lahko zagotavljajo različna jamstva oziroma garancije, kot so: osebna jamstva, hipoteke, zaloge, garancija tretje osebe (pravne ali fizične), kot obljube, da bo poravnala dolg v primeru, če kreditojemalec tega ne bo sposoben.

Kreditodajalca lahko zadovolji tudi ustrezna boniteta trenutnega stanja in pričakovanega bodočega poslovanja kreditojemalca, ki naj bi bil sposoben ustvariti prihodke oziroma pritoke ter rezultate, iz katerih bo vrnil kredit. Takšna ocena izhaja analize trenutnih in bodočih odnosov in struktur naložb in virov financiranja podjetja (bilanca stanja), trenutnih in bodočih rezultatov poslovanja ter drugih finančnih in nefinančnih informacij.

V obnašanju finančnih ustanov, ki posojajo sredstva je primarno prisotna zahteva po vrnitvi kredita pod dogovorjenimi pogoji, ne glede na položaj podjetja po vrnitvi kredita. Vendar pa je ne glede na to zahtevo pomemben poudarek tudi na oceni kreditne sposobnosti podjetja z vidika zmožnosti kreditojemalca, da ohranja in izboljšuje svojo obratovalno sposobnost.

S tem se definicija kreditne sposobnosti opredeli kot definicija, kjer je primarno kreditojemalec tisti, ki zagotavlja primerno strukturo virov sredstev in naložb ter rezultatov poslovanja, ki iz naslova rednega poslovanja zagotavlja poravnavo dogovorjenih obveznosti. Šele sekundarno se vključi kreditodajalec, ki na podlagi ocene bodočega poslovanja oziroma bonitete podjetja skupaj z njo ugotavlja, ali so odločitve podjetja, ki vplivajo na kreditno sposobnost, v skladu z dogovorjenimi načeli.

Nasprotje kreditni sposobnosti je kreditno tveganje, ki je opredeljeno kot tveganje nesposobnosti vračila ali nepopolnega vračila dospelih kreditnih zneskov in obresti s strani dolžnika.

Večina malih podjetij se ob izbiri vira financiranja obrne na banke. Kot že rečeno, banke želijo imeti vrnjeno tako glavnico kot obresti za dani kredit. Zato banke ob odločitvi za kreditiranje primarno preverijo, ali je podjetje sposobno poravnati vse zapadle obveznosti in zahtevajo v primeru neplačila dodatna jamstva.

Banke ob ocenjevanju kreditne sposobnosti podjetja ocenjujejo 5 C-jev, ki skupaj določijo ali naj kredit odobrijo ali ne (Osteryoung et.al., 1997, str. 259):

1. Kapital (Capital): kolikšen kapital je že vložil podjetnik? Ali banka vlaga v posel več denarja kot lastnik (kar je gotov znak za večji riziko banke)? Ali so kazalci zadolženosti podjetja primerljivi s podobnimi podjetji v panogi?
2. Značilnost podjetnika in dosedanje izkušnje z njim (Character): Ali podjetje redno poravnava svoje ostale obveznosti in posojila? Ali mu banka lahko zaupa? Značilnost podjetnika banka oceni na podlagi preteklih dejanj podjetnika
3. Zavarovanje (Collateral): dodatno zavarovanje omogoča banki, da v primeru da podjetje iz poslovanja ne more odplačevati posojila, poravna terjatve z unovčenjem danega zavarovanja
4. Sposobnost podjetja da odplača dolgove (Capacity): Ali poslovanje podjetja omogoča odplačevanje posojila? Ali denarni tokovi zadoščajo za poplačilo vseh obveznosti? Ali prihodki podjetja rastejo? Ali se dobički ohranjajo v podjetju?
5. Pogoji (Conditions): Kakšni so pogoji in značilnosti panoge, v kateri podjetje deluje? Ali panoga raste? Ali je veliko konkurence?

8.2. Investicijska sposobnost

Pri opredeljevanju pojma investicijske sposobnosti podjetja izhajamo iz definicije investicijske naložbe. Investicijska naložba ali kratko investicija je naložba, od katere pričakujemo neke koristi skozi daljše časovno obdobje.

Investicija pomeni najpogosteje angažiranje likvidnih sredstev v določene nedenarne oblike aktive (osnovna sredstva, trajna obratna sredstva), kar povzroča odlive denarnih sredstev. Če se investicija financira le z notranjimi viri, potem pride že v fazi realizacije investicije do angažiranja likvidnih sredstev iz tekočega poslovanja, ki ga kasneje kompenzirajo uspešni rezultati poslovanja po aktiviranju investicije. Če je investicija financirana z zunanjimi viri, prihaja do angažiranja likvidnih sredstev v trenutku vračanja zunanjih virov, ko naj bi bili prisotni že tudi rezultati aktivirane investicije.

Torej bistveno je, da je podjetje sposobno izvesti načrtovano investicijsko naložbo, zagotoviti njeno aktiviranje in redno poslovanje ter poravnati vse finančne obveznosti, ki so nastale s tem.

Podjetje je investicijsko sposobno, če:

- v celotnem ciklusu realizacije investicije podjetje ohranja načrtovano obratovalno sposobnost,
- je poslovanje, ki obsega raven po njenem aktiviranju, uspešno in v skladu s planiranim ter brez negativnih vplivov na ostalo poslovanje podjetja,
- je po izteku življenjske dobe investicije in potem, ko so investicijski krediti in drugi zunanji viri v povezavi z investicijo vrnjeni, vzpostavljeno stanje, kakršno je bilo pred začetkom investicijskega ciklusa v podjetju.

Med kreditno in investicijsko sposobnostjo obstaja torej razlika v tem, da pri kreditni sposobnosti govorimo samo o sposobnosti najetja kredita, medtem ko pri investicijski sposobnosti dajemo poudarek naložbi, izločanju likvidnih sredstev iz tekočega poslovanja ter vključitvi rezultatov aktiviranja investicije, ki tudi definira investicijsko sposobnost.

Ko podjetje za financiranje investicije angažira zunanja sredstva, ki jih je treba vrniti, vključuje investicijska sposobnost tudi kreditno sposobnost podjetja. Tako je investicijska sposobnost podjetja širši pojem, ki lahko vključuje tudi kreditno sposobnost. Obe sposobnosti, kreditna in investicijska, vključujeta likvidno, solventno in rentabilno poslovanje podjetja, kot njune temeljne pogoje. Iz tega izhaja, da če želimo vplivati na kreditno in investicijsko sposobnost podjetja, moramo vplivati na tiste odločitve, ki oblikujejo te tri kategorije – gre za odločitve finančnega managementa, ki so že prikazane v poglavju 5.6.

9. Kriteriji ugotavljanja kreditne sposobnosti podjetja s strani bank v praksi

V tem poglavju je predstavljen pogled na financiranje malega podjetja z bančne strani. Kako banka gleda na podjetnika in kako oceni ter izračuna kreditno sposobnost podjetja.

Kot osnova za določanje kreditne sposobnosti in bonitete s strani bank so podatki o poslovanju podjetja, ki so razvidni iz:

- bilance stanja in izkaza poslovnega izida,
- prometa po transakcijskem računu podjetja (prekinitve likvidnostnega toka – blokade na računu),
- specifikacije kupcev podjetja,
- izkaza denarnih tokov (predvsem za dolgoročne naložbe),
- dosedanjega poslovanja z banko (tekoče poravnavanje obveznosti),
- v primeru večjih investicijskih projektov se opravi ogled nepremičnine na terenu, kjer je potrebna še priprava specifikacije investicije, popis že izvedenih in načrtovanih del, terminski plan investicije, struktura virov financiranja investicije in podobno.

V nadaljevanju opisujemo primer določanja kreditne sposobnosti s strani banke na podlagi bilančnih podatkov. Prvi pregled je pregled bilance stanja. V bilanci stanja se ugotavljajo predvsem spremembe v **strukturi posameznih postavk** glede na predhodno opazovano obdobje, medtem ko se v izkazu poslovnega izida, kot bomo kasneje videli, opazujejo predvsem **indeksi posameznih postavk** glede na predhodno opazovano obdobje.

Analiza bilance stanja:

Slika 4: Presek bilance stanja

Sredstva	Obveznosti do virov sredstev
Stalna sredstva	Kapital
Dolgoročne poslovne terjatve	Rezervacije
	Dolgoročne obveznosti
SKUPAJ DOLGOROČNA SREDSTVA	SKUPAJ DOLG. OBVEZNOSTI IN LASTNI VIRI
	Presežek oz. primanjkljaj dolg. virov
Gibljava sredstva	Kratkoročne obveznosti
Skupaj sredstva	Skupaj obveznosti

Bilanca stanja kaže premoženjsko finančni položaj podjetja. Horizontalni presek bilance stanja (kjer delimo bilanco na prvo in drugo podbilanco), pokaže kako podjetje financira svoja sredstva. Pravilno financiranje glede ročnosti virov financiranja je, ko podjetje izkazuje presežek dolgoročnih virov glede na dolgoročna sredstva, kajti pomembno je, da se dolgoročna sredstva (ki se naj ne bi odprodajala na kratek rok) financirajo z dolgoročnimi viri, kratkoročna sredstva pa s kratkoročnimi viri.

Sledi pregled kazalnikov, ki jih banka za ugotavljanje kreditne sposobnosti prioriteto ugotavlja:

Kazalniki iz bilance stanja:	izračun	kriterij
Količnik kreditne sposobnosti (dolgoročne obvez. / dolgoročna sredstva) >		1
Stopnja finančne varnosti (kapital / bilančno vsoto) >		50% ⁴
Količnik obratne likvidnosti (kratkoročna sredstva / kratkoročne obvez.) >		1,5
Količnik obratne fin.likvidnosti (kratk.sred.-zaloge/ kratk. obvez.) >		1

Ob analizi teh količnikov banka že lahko oceni prve možnosti kreditne sposobnosti. Če ima podjetje primanjkljaj dolgoročnih virov glede na dolgoročna sredstva, je boljše za podjetje, da

⁴ v praksi je na meji zadovoljivosti 25%

najame dolgoročni kredit. Tu pride v praksi velikokrat do težav, ker podjetja nimajo možnosti ponuditi ustreznih zavarovanj, ki jih banka zahteva za dolgoročno financiranje, zato jim banke dostikrat odobrijo kratkoročni kredit, s čimer se bilanca podjetja kvečjemu še poslabša (povečajo se kratkoročne obveznosti, kar vpliva poslabšanje količnika obratne likvidnosti).

Kot smo že omenili, se v bilanci stanja analizirajo spremembe v strukturi posameznih postavk glede na preteklo opazovano obdobje in na spremembe višine postavke. Npr. podatek, da so se zaloge povečale za 20% nam sam po sebi ne pove dovolj, če ga ne opazujemo skupaj z ostalimi premiki v bilanci, kajti lahko se je povečala celotna bilančna vsota za 20% in je porast zalog povsem pričakovana. Medtem ko podatek, da so zaloge v preteklem obdobju predstavljale npr. 20% bilančne vsote, v tekočem obdobju pa 40% bilančne vsote, pomeni, da je v poslovanju podjetja prišlo do nekaterih sprememb in banka v takšnem primeru iz pogovora s podjetnikom ugotovi razloge zanje – zakaj se kopičijo, so mogoče nekurantne ... Podobna situacija je s terjatvami – če se povečujejo hitreje kot prihodki je to mogoče alarm, da podjetje preslabo izterjuje, mogoče bi bilo v takem primeru terjatve boljše prodati.

Kapital podjetja, ki vpliva na stopnjo finančne varnosti, je naslednji kriterij za ugotavljanje kreditne sposobnosti, ker daje varnost za druge upnike podjetja. Če se podjetju zgodi najslabša možnost – stečaj, bodo upniki zavarovani s kapitalom. Ob stečaju so namreč ob unovčenju vsega premoženja (izterjava terjatev, prodaja zalog in osnovnih sredstev) najprej poplačani upniki in šele nato lastniki.

Pri določanju bonitete podjetja z vidika zavarovanja je pomemben tudi delež osnovnih sredstev v vseh sredstvih. Če ima podjetje v svoji bilanci nizek delež osnovnih sredstev, pomeni, da je premoženjsko šibko (oz. tako bilanco lahko imenujemo premoženjsko prazno). Težava z vidika banke je, da je v primeru takšne bilance težko vzeti v zavarovanje le menice podjetja, ki je sicer osnovni način zavarovanja vsake naložbe in je v primeru, da je poslovanje podjetja solidno, za kratkoročne naložbe dostikrat tudi edino zavarovanje.

Analiza izkaza poslovnega izida

Slika 5: Izkaz poslovnega izida

Izkaz poslovnega izida
Čisti prihodki od prodaje
Kosmati donos poslovanja
Poslovni odhodki
Dobiček / izguba iz poslovanja
Finančni prihodki
Finančni odhodki
Dobiček / izguba iz financiranja
Dobiček / izguba iz rednega delovanja
Izredni prihodki
Izredni odhodki
Dobiček / izguba iz izrednega delovanja
Celotni dobiček / izguba
Davki skupaj
Čisti dobiček / izguba

Izkaz poslovnega izida kaže uspešnost oz. ekonomičnost poslovanja podjetja. Če smo prej omenili, da nam v bilanci stanja sprememba v strukturi posamezne postavke da kvalitetnejši podatek o smeri poslovanja podjetja kot pa sam indeks, nam v izkazu poslovnega izida o smeri poslovanja podjetja pove indeks glede na predhodno opazovano obdobje. Kadar indeksi

rasti prihodkov presegajo vrednost 100, gre vsekakor za rast prihodkov⁵, s tem da je pomembno predvsem ali gre za rast prihodkov od prodaje ali pa gre za rast prihodkov, ki niso vezani na redno poslovanje podjetja. Rast podjetja torej merimo z rastjo čistih prihodkov od prodaje.

Osnovni kazalec uspešnosti podjetja je torej **dobiček / izguba iz poslovanja**, kajti ravno ta kazalec pove, ali je osnovna dejavnost podjetja uspešna ali ne. Če podjetje ustvarja lep celotni dobiček, iz poslovanja pa ustvarja izgubo, lahko to pomeni, da je podjetje doseglo dobiček iz izrednih prihodkov, katerih že samo ime pove, da so izredni, torej je vprašanje, če bodo nastopili tudi prihodnja leta. Zato je pomembno, da podjetje ustvarja dobiček iz poslovanja, saj to pomeni, da je osnovna dejavnost donosna.

Če podjetje ustvarja izgubo iz financiranja in je ta izguba večja od dobička iz poslovanja, vpliva na to, da podjetje ustvarja izgubo iz rednega delovanja, kar pomeni, da je podjetje preveč zadolženo.

Kazalniki iz izkaza poslovnega izida	izračun	kriterij
Celotna gospodarnost	celotni prihodki / celotne odhodki	>100
Gospodarnost poslovanja	prihodki od prodaje / odhodki od prodaje	>100
Gospodarnost financiranja	finančni prihodki / finančni odhodki	>100
Donosnost prihodkov	čisti dobiček / prihodki	> 0

Kazalniki iz bilance stanja in izkaza poslovnega izida

Donosnost sredstev
 Donosnost kapitala
 Količnik obračanja sredstev
 Dnevi povprečne vezave zalog
 Dnevi povprečne vezave kratkoročnih terjatev iz poslovanja
 Dnevi povprečne vezave kratkoročnih obveznosti iz poslovanja
 Finančno posredniški položaj podjetja (kratkoročni neto dolg / mesečni prihodek) < -2
 $\text{Kratkoročni neto dolg} = \frac{\text{kratkoročna sredstva} - \text{zaloge}}{\text{kratkoročne obveznosti}}$

Določanje **kratkoročne** kreditne sposobnosti

Ob pogoju, da so vse ostale razmere v bilanci stanja in izkazu poslovnega izida usklajene, se podjetje na kratek rok lahko zadolži v višini dveh mesečnih prihodkov.

Primer:

Povprečna mesečna realizacija podjetja je 50.000 EUR. Priporočljivo je, da se podjetje lahko na kratek rok zadolži v višini do 100.000 EUR. Če je neto upnik, lahko pridobi do 100.000 EUR kratkoročnega kredita, če je neto dolžnik pa razliko do obstoječe kratkoročne neto zadolženosti.

Določanje **dolgoročne** kreditne sposobnosti

⁵ Če je indeks rasti prihodkov od prodaje do 90 (torej padec prodaje za 10%) še ne pomeni, da je absolutno negativen trend, lahko gre le za izločitev slabih kupcev.

Dolgoročno naj bi se podjetje zadolžilo v višini:
sredstva za reprodukcijo (čisti dobiček + amortizacija) x število let kreditiranja

Primer:

Čisti dobiček podjetja znaša	15.000 EUR
Amortizacija znaša	20.000 EUR
Število let kreditiranja	5
Sredstva za reprodukcijo	$15.000 + 20.000 = 35.000$ EUR

Višina dolg. kredita $35.000 \times 5 \text{ let} = 175.000$ EUR

Dejstvo je, da banke še vedno posvečajo preveč pozornosti preteklemu dogajanju; torej analizirajo preteklo poslovanje podjetja na podlagi podatkov iz bilanc. Podjetje, ki je v preteklosti zašlo v težave iz enega ali več vzrokov, bodisi zaradi neprave ideje, bodisi zaradi nesposobnosti ali nezmožnosti zagotovitve virov financiranja bodisi zaradi spremenjenih razmer na trgu, na katere ni imelo vpliva bodisi zaradi spremembe v politiki svojega kupca ali dobavitelja ...je bilo v obdobju poslabšanja poslovanja pri banki razvrščeno v nižji bonitetni razred ...

Posledica tega je, da ima podjetje sedaj možnost dobiti vir financiranja po manj ugodnih pogojih oz. vira financiranja sploh ne more več dobiti, dokler se po »bančnih kriterijih« poslovanje podjetja ne izboljša.

S tem pridemo do paradoksa:

podjetje je zašlo v težave, iz napak iz preteklosti pripravi nov projekt, katerega tveganja, sedaj bistveno bolj obvladuje. Iz prej omenjenega razloga so podatki iz bilanc vsekakor še vedno neprimerni za financiranje. Gre za točko, kjer nobena stran ne more (oz. ne želi) biti »prva« - »banka čaka boljše bilance, podjetje pa čaka nove finance«.

Zadeva običajno ostane na mrtvi točki, kar pomeni da veliko dobrih projektov ostane nerealiziranih, veliko podjetij pa zaradi nezmožnosti pridobiti finančna sredstva za rešitev iz težav, propade, zaradi še vedno prisotne slovenske miselnosti, da kdor propade ali ne uspe, je neuspešen, medtem ko je v svetu že prisoten pogled, da je najboljši podjetnik ravno tisti, ki je največkrat propadel⁶.

Tukaj vidim razen težav financiranja začetnikov z bančnimi krediti tudi težavo, ki je celo večja, financiranje ponovnih začetnikov ravno zaradi pridobljenega žiga »slabe bonitete«.

Banke se danes predvsem zaradi velike konkurence trudijo plasirati denar in bolj iščejo realne možnosti za posojanje denarja kot v preteklosti. Tako vse pogosteje odločitve o financiranju temeljijo na subjektivni presoji podjetnika, torej na njegovi osebni angažiranosti, etiki in morali, da bo naredil vse, da bo izposojeni denar tudi vrnil. S tem da seveda banka preveri, ali je poslovni načrt realen in bo podjetnik dejansko sposoben sposojeni denar tudi vrniti.

Pri pogojih financiranja je zanimiva tudi ugotovitev, da velika podjetja zaradi svoje strateške pomembnosti za banko dobijo posojila po posebno ugodnih pogojih, ki se običajno sklepajo na najvišjih nivojih banke, medtem ko jih majhna podjetja, predvsem začetniki, dobijo po rednih pogojih in to v fazi, ko dejansko morajo paziti na vsak evro.

⁶ seveda pa zadeve ne smemo posploševati, in ne govorimo tukaj o tako imenovanih špekulantih ali prevarantih, ki podjetja iz malomarnosti dajejo v stečaj in se poskušajo izogniti vsem obveznostim plačil

Banke bi morale imeti posebne ponudbe za začetna in mlada podjetja (poleg subvencioniranih kreditov s strani države ali regionalnih institucij), ki bi jim omogočala lažje odplačevanje obresti (npr. krediti z izredno ugodno obrestno mero, katerih obrestna mera se nato postopoma zvišuje in v določenem času doseže nivo redne ponudbe). Na ta način bi bila podjetja precej manj likvidnostno obremenjena v prvem ali prvih letih, nato pa bi lažje odplačevala nekaj višje obresti.

Vendar pa je kljub gornji kritiki treba vedeti, da je banka institucija, ki nalaga oziroma posoja denar, ki ga vanjo vlagajo v obliki vlog fizične in pravne osebe (če izvzamemo kapital in ostale vire za financiranje svojih naložb). S tega vidika mora biti konservativna in nalagati denar preudarno, v projekte, za katere ocenjuje, da se bo denar vrnil. Posojen denar je potrebno zavarovati. Zato se prejšnje ugotovitve ne smejo razumeti kot željo po spreminjanju bank v sklade tveganega kapitala, ker to niso in ne morejo biti, temveč le to, da se morajo pri svojih ocenah plasiranja kreditov večkrat zanašati na subjektivno presojo podjetnika in ne le na podatke na papirju.

Na tem mestu bi bilo potrebno tesnejše sodelovanje bank bodisi s podpornim okoljem bodisi s ponudniki tveganega kapitala. Banka je tista, ki ima velikokrat prva informacijo o novem projektu podjetja. V primeru da ga iz kakršnihkoli razlogov ne more financirati, bi ga morala usmeriti bodisi na alternativno obliko dolžniškega financiranja (leasing in podobno) ali pa v primerih ko tudi to ni možno, na vlagatelje tveganega kapitala bodisi neposredno bodisi posredno preko podpornega okolja. Na tak način bi veliko več dobrih idej tudi dejansko zaživelo.

10. Podjetništvo v Sloveniji

Da bomo lažje analizirali podjetništvo v Spodnjeposavski regiji, najprej pogledjmo, kako je s podjetništvom v Sloveniji.

Na podlagi raziskav Global Entrepreneurship Monitor Slovenija (GEM), ki so bile narejene z namenom ugotovitve, kako podjetna je Slovenija. Zanimiva je ugotovitev, da se je Slovenija še leta 2001 uvrščala med države s skromno stopnjo podjetniške aktivnosti (na 25. mestu), torej je bila opredeljena kot dokaj nepodjetna družba, medtem ko se je v letu 2005 povzpela na 17. mesto (GEM, 2006, str. 20).

Večino podjetnikov lahko razvrstimo med tiste, ki so se podjetništva lotili zaradi nujnosti, ker ni bilo nobene boljše možnosti za delo, in tiste, ki so se na to pot podali, ker so zaznali dobro poslovno priložnost. Pri tem pa podjetnikov iz nuje ne smemo poenostavljeno razlagati, kot da gre le za posameznike, ki so bili nezaposleni. Velika večina ljudi se namreč poda v podjetništvo že v času, ko so zaposleni in je torej njihova percepcija nujnosti širše zastavljena kot zgolj zaposlenost. Najnižji delež podjetništva iz nujnosti izkazuje Danska, najvišjega pa Venezuela. Podjetnikov zaradi izkoriščanja priložnosti je največ v Novi Zelandiji in najmanj na Madžarskem. Med 35 državami se Slovenija po nujnosti uvršča na 31., po priložnosti pa na 26. mesto (GEM, 2006, str. 25).

Zanimiva je ugotovitev, da države, kjer prevladuje podjetništvo zaradi priložnosti, izkazujejo nižjo stopnjo propadanja novih podjetij. Obstaja možnost, da gre za sistematično povezavo med motivacijo za podjetniško kariero, dejavniki poklicne izbire in možnostmi, da se novo podjetje dolgoročno obdrži. V manj razvitih državah, kjer je zaradi nerazvitega gospodarstva

manjša socialna varnost in manj priložnosti za primerno zaposlitev v obstoječih podjetjih, je višja stopnja podjetništva zaradi nujnosti. V teh državah posamezniki morda ustanavljajo svoja podjetja, čeravno izgledi za njihovo uspešno poslovanje niso obetavni. V visoko razvitih državah z izgrajenim sistemom socialne varnosti ljudje manj tvegajo in ne ustanavljajo podjetij, ki nimajo močnih izgledov za uspeh. Zato so podjetja bolj obstojna.

Glede na to, da je v Sloveniji vedno več podjetij iz »priložnosti« (čeprav jih je še vedno veliko iz »nuje«), je mogoče pričakovati, da bodo ta podjetja bolj obstojna, in da se bo število ukinitvev (v prvem četrtletju leta 2007 je bilo 4710 novih ustanovitev in 2903 ukinitvev samostojnih dejavnosti) v prihodnosti zmanjšalo (slika 6).

V spodnji tabeli je prikazano število podjetij po panogah, glede na velikost podjetij (v prilogi št. 3 je pregled števila vseh podjetij in ostalih pravnih subjektov v Sloveniji).

Tabela 7: Število podjetij po velikosti glede na število oseb, ki delajo, ter po dejavnosti in pravnoorganizacijski obliki, Slovenija, 2006 (začasni podatki)

	Skupaj	Velikost podjetij glede na število oseb, ki delajo			
		mikro	majhna	srednja	velika
		0-9	10-49	50-249	250+
Skupaj - podjetja	98.440	91.306	5.597	1.254	283
C Rudarstvo	133	101	25	5	2
D Predelovalne dejavnosti	17.924	15.606	1.573	588	157
E Oskrba z elektriko, plinom, vodo	344	260	34	37	13
F Gradbeništvo	16.549	15.419	955	156	19
G Trgovina; popravila motornih vozil	23.197	21.721	1.251	200	25
H Gostinstvo	7.350	6.884	406	49	11
I Promet, skladiščenje, zveze	9.230	8.763	378	70	19
J Finančno posredništvo	1.301	1.177	84	22	18
K Nepremičnine, najem, posl. stor.	22.412	21.375	891	127	19
Podjetja - pravne osebe, skupaj	39.746	33.768	4.482	1.213	283
Podjetja - fizične osebe, skupaj	58.694	57.538	1.115	41	-

Vir: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=895

Ugotovitve:

- **Porast družb z omejeno odgovornostjo in samostojnih podjetnikov posameznikov**

V letu 2006 je bilo v področjih dejavnosti C-K Standardne klasifikacije dejavnosti (SKD) evidentiranih 98 440 podjetij, od tega 92,8 % mikro, 5,7 % majhnih, 1,3 % srednje velikih in 0,3 % velikih podjetij. Število podjetij se je na letni ravni povečalo za 3,2 %; najbolj je naraslo število družb z omejeno odgovornostjo, za 4,6 %, in samostojnih podjetnikov posameznikov, za 3 %.

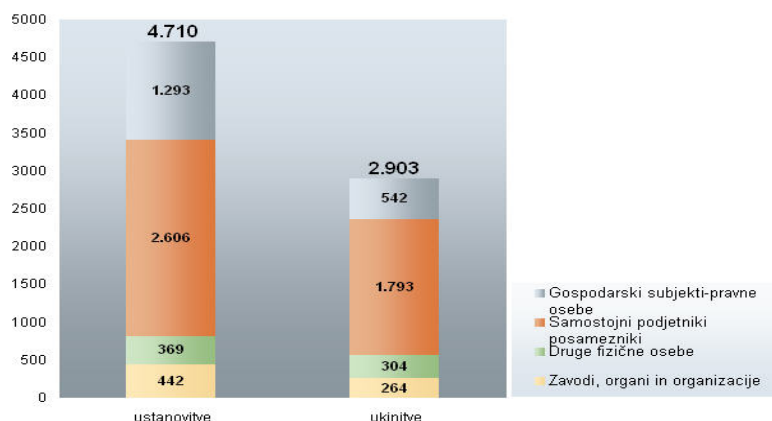
- **Vse več je podjetij v gradbeništvu in finančnem posredništvu**

Iz leta v leto se povečuje število podjetij v dejavnostih gradbeništva, finančnega posredništva in nepremičnin, najema in poslovnih storitev. V letu 2006 je bilo tako v dejavnosti gradbeništvo in finančno posredništvo evidentiranih za okrog 10% več podjetij kot v

preteklem letu. Drugače pa so še vedno najštevilnejša podjetja, ki so evidentirana v dejavnosti trgovina in popravila motornih vozil ter nepremičnine, najem in poslovne storitve (v vsaki od omenjenih dejavnosti je evidentiranih okrog 23% vseh opazovanih podjetij).

V prvem trimesečju leta 2007 se je nadaljeval trend povečevanja števil ustanovitev kot tudi števila ukinitvev poslovnih subjektov. Pri tem so bili najbolj »dejavni« samostojni podjetniki posamezniki in družbe z omejeno odgovornostjo. Navedeni poslovni subjekti so se najpogosteje ustanavljali na področjih poslovanja z nepremičninami, najema in poslovnih storitev in gradbeništva, medtem ko so se oboji ukinjali, ker jim niso cveteli posli predvsem v dejavnostih s področja trgovine, popravil motornih vozil in izdelkov široke porabe.

Slika 6: Število ustanovitev in ukinitvev poslovnih subjektov v Republiki Sloveniji po skupinah pravnootkaznijskih oblik v obdobju od 1. 1. do 31. 03.2007



Vir: <http://www.ajpes.si/dokumenti/dokument.asp?id=449>

Glede na **internacionalno usmerjenost** podjetij, je podjetij, ki imajo več kot tri četrtine svojih strank v tujini, v Sloveniji manj kot desetina. Najmanj izvozno usmerjena so nova podjetja, saj ima v povprečju kar 70% takih podjetij manj kot četrtino strank izven Slovenije. Ugotovitev je v skladu s tistimi teorijami internacionalizacije, ki izvozno usmerjenost razumejo kot evolucijski proces, v katerem igra pomembno vlogo učenje. Nova podjetja se na domačem trgu učijo, pridobivajo potrebne veščine in kontakte za internacionalizacijo, v katero vstopajo v naslednji fazi.

Povprečen slovenski podjetnik, ki pričakuje visoko rast svojega posla oziroma podjetja, se od povprečnega podjetnika v GEM državah, ki prav tako pričakuje visoko rast, v marsičem razlikuje. Med opazovanimi značilnostmi je najbolj očitna razlika v starosti ter v doseženi stopnji izobrazbe. Medtem ko je v GEM državah najverjetneje, da bo podjetnik, ki pričakuje visoko rast svojega posla oziroma podjetja moški, star od 18 do 24 let, je v Sloveniji izrazito težišče k starejšim starostnim skupinam, saj je nadpovprečno visok delež podjetnikov z visokimi pričakovanji med tistimi, ki so stari od 45 do 54 let. Poleg tega je slovenski podjetnik z visokimi pričakovanji o rasti najpogosteje srednješolsko izobražen, medtem ko v GEM državah dosega več kot srednješolsko, oziroma dosega višjo ali visokošolsko izobrazbo.

Da s starostjo podjetnikov v povprečju upadajo tudi njihova pričakovanja o rasti, velja v svetovnem merilu tako za nastajajoče kot tudi za nove podjetnike. V Sloveniji pa se glede starostne strukture podjetnikov z visokimi pričakovanji pojavljajo pomembne razlike. Medtem ko je v svetovnem merilu v povprečju med nastajajočimi podjetniki, ki izkazujejo visoka pričakovanja o rasti, le 11,5% starih od 45 do 54 let, je v Sloveniji takih kar 32,1%.

Podobna razlika je tudi med novimi podjetniki. V svetovnem merilu je med novimi podjetniki z visokimi pričakovanji o rasti v povprečju 7,3% starih od 45 do 54 let, v Sloveniji pa 30,8%. (GEM, 2006, str. 25).

Nacionalni izvedenci (35 slovenskih izvedencev, med katerimi so priznani profesorji, direktorji, predsedniki ipd) ocenjujejo, da nova in rastoča podjetja v Sloveniji relativno lahko dostopajo do komunikacij, da zmorejo kriti stroške osnovnih potrebščin (plina, elektrike ipd), jim je omogočena dobra infrastruktura ipd. Med desetimi trditvami z najvišjimi ocenami podjetniških okvirov v Sloveniji najdemo še: odnos do žensk v podjetništvu, zaznavanje poslovnih priložnosti, poslovno in strokovno infrastrukturo ter podjetniško motivacijo. Izvedenci menijo, da imajo ženske in moški v Sloveniji načeloma enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja ter enako možnost dostopa do števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja. Prav tako se načeloma strinjajo, da je za ustanovitev novih podjetij v Sloveniji več dobrih priložnosti, kot pa je ljudi, ki so jih sposobni izkoristiti, ter da lahko nova in rastoča podjetja z lahkoto pridobijo dobre bančne storitve.

Med desetimi trditvami z najnižjimi povprečnimi ocenami v Sloveniji so izvedenci najpogosteje izpostavili elemente vladne politike, prenos raziskav in razvoja ter finančno podporo, vladne programe in kulturne in družbene norme. Najbolj kritični so do trditev, da lahko nova podjetja v Sloveniji dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni, da spopadanje z državno birokracijo in regulativo ter pridobivanje potrebnih dovoljenj za poslovanje za nova in rastoča podjetja ni pretirano težavno, da višina davkov NE predstavlja bremena za ta podjetja ter da je zanje dovolj finančnih virov.

Po mnenju izvedencev višina davkov predstavlja breme predvsem za nova in rastoča podjetja. Davčni sistem, še posebej davki na plače in socialni transferji ne spodbujajo posameznikov, da bi ustanovili ali širili podjetje. Davčno breme v Sloveniji ni porazdeljeno med davčne zavezance v skladu z njihovo zmožnostjo plačila, kar med drugim zavira mlade, ki še nimajo lastnega premoženja, da bi ustanovili svoje podjetje. Višina davčnega bremena tudi ne podpira oblikovanja skladov tveganega kapitala.

Administrativna bremena pri ustanavljanju in upravljanju podjetij so še vedno previsoka. Namesto da bi podjetnik iskal organizacijske in druge rešitve oziroma inovacije, troši energijo za izpolnjevanje regulativnih in administrativnih zahtev državne uprave. Postopki za ustanovitev podjetij so še vedno prezapleteni in nepregledni, kar skupaj s stroški in časom, potrebnim za ureditev vseh administrativnih zahtev odvrta posameznika od namere, da bi ustanovil podjetje. Izvedenci so navedli, da je lažje ustanoviti podjetje v tujini kot v Sloveniji. Kot slabost izvedenci vidijo tudi delovno zakonodajo, ki je toga in nenaklonjena predvsem malim podjetjem. Kljub temu izvedenci opažajo pomemben pozitiven premik v vladnih politikah na področju podjetništva, saj nova politična oblast po njihovem mnenju daje večjo vlogo podjetništvu ter malim in srednje velikim podjetjem.

Izvedenci menijo, da v Sloveniji primanjkuje finančnih virov za financiranje ustanovitve in rasti podjetij. Med razlogi so izvedenci navedli:

- kapitalski trg je v Sloveniji nerazvit,
- skladov tveganega kapitala praktično ni, ali pa so redki,
- neposrednih investicij tujcev je relativno malo, ker Slovenija zanje ni atraktivna lokacija,
- bančni instrumenti niso prilagojeni financiranju ustanavljanja in rasti podjetij, ker njihov prvenstveni namen ni finančno podpiranje tovrstnih naložb,
- subvencij vlade za ustanovitev podjetij ni.

Raziskava GEM 2005 je pokazala razveseljiv napredek na nekaterih področjih: večjo vključenost odraslega prebivalstva v podjetniške aktivnosti, več podjetništva zaradi priložnosti, večje vključevanje žensk v podjetništvo, manjšo stopnjo smrtnosti nastajajočih podjetij in še kaj. Pokazala pa je tudi številne slabosti: nizko inovativnost ustaljenih podjetij, slabo izobrazbeno strukturo podjetnikov, podjetništvu nenaklonjene kulturne norme, manjko primernega izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo.

Predlogi nacionalnih izvedencev o tem, kako bi v Sloveniji lahko pospešili podjetništvo, se letos najpogosteje nanašajo na vladne politike. Izvedenci so v polovici vseh predlogov za pospeševanje podjetništva navedli, da je pospeševanje podjetniške aktivnosti predvsem v domeni vlade in njenih ukrepov ekonomske politike.

Ugotovitve izvedencev v celoti podpiram in v zaključnem delu naloge namenjam (na podlagi izvedene ankete) analizi podjetništva v Spodnjeoposavski regiji posebno poglavje, ki nam bo dalo odgovor, ali je vladna politika na področju pospeševanja podjetniških aktivnosti v izbrani regiji premalo aktivna ali ne.

Na koncu tega poglavja navajam še prednosti Slovenije kot članice EU, pred ostalimi državami, nečlanicami (Rojec et al, 2001, str. 12):

- uspešno že vpeljeno sodelovanje in tržne povezave z državami bivše Jugoslavije,
- visoka izvozna usmerjenost in dosežen tržni delež slovenskih podjetij na zahodno evropskih trgih,
- ugoden geografski položaj – meji na države EU, ima morsko luko, ki omogoča ustanovitve logističnih in distribucijskih centrov,
- nizki transportni stroški glede na velike države in dobre transportne povezave z vso Evropo,
- visoko izobražena, tehnološko orientirana delovna sila in dober management,
- tehnološko napredna industrija,
- nizek deželni riziko glede na ostale države Centralne in Vzhodne Evrope.

Pregled podjetništva po regijah

Ob pregledu statističnih podatkov (statistični urad RS) o porazdelitvi podjetij med slovenskimi regijami ugotovimo sledeče:

- **Gostota podjetij je največja v osrednjeslovenski regiji**

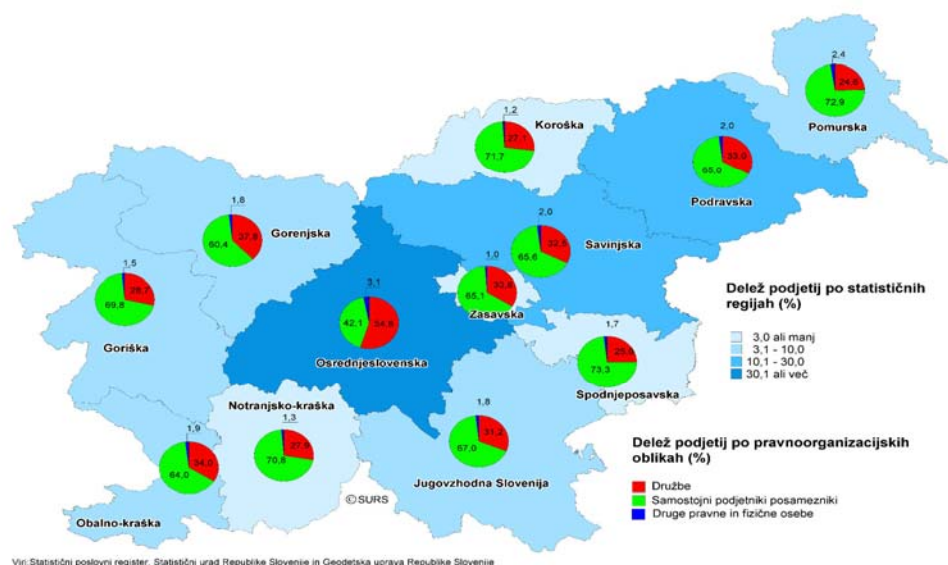
V osrednjeslovenski regiji je bilo v letu 2006 evidentiranih 33,1 % podjetij, to je za 4 % več podjetij kot v preteklem letu. S 13,8 in 11,0 % podjetij sta sledili podravska in savinjska regija, v ostalih regijah pa je bilo evidentiranih manj kot 10 % podjetij. Število podjetij se je v opazovanem letu najbolj povečalo v obalno-kraški (za 4,6 %) in gorenjski regiji (za 3,7 %).

- **Družbe prevladujejo v osrednjeslovenski regiji, drugod samostojni podjetniki**

Glede na pravnoorganizacijsko obliko prevladujejo v večini statističnih regij samostojni podjetniki posamezniki; le v osrednjeslovenski regiji so najštevilnejše družbe, in sicer jih je 54,8 %. Samostojnih podjetnikov posameznikov je v tej regiji 42,1 %, v večini regij pa jih je okrog 70 %.

Glede na delež podjetij po regijah v Sloveniji spada **Spodnjeposavska regija** med regije z najnižjim deležem podjetij, in sicer je v tej regiji manj kot 3 % vseh podjetij. Iz slike št. 3 je razvidno, da je v Spodnjeposavski regiji 73,3% samostojnih podjetnikov, 25% družb in 1,7% ostalih pravnih ali fizičnih oseb.

Slika 7 : Delež podjetij po statističnih regijah in pravnoorganizacijskih oblikah, Slovenija, 2006



Vir: statistični poslovni register, Statistični urad RS in geodetska uprava RS

11. Ukrepi za spodbujanje podjetništva Slovenije

Pomanjkanje podjetniške kulture, neučinkovito in nepopolno podporno okolje, nezadostna in nepopolna infrastruktura, pomanjkanje vlaganj v razvoj in s tem povezane naložbe, slabo povezovanje gospodarstva z znanostjo, pomanjkanje visoko usposobljenih kadrov v gospodarstvu, nezadostna podpora ter pomanjkanje trga na področju inovacij ter pomanjkanje ugodnih in posebnih finančnih so osnova štirih stebrov **programa za spodbujanje podjetništva** (RS Ministrstvo za gospodarstvo, Program Ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007 – 2013, Ljubljana, 19.06.2006)⁷. Ti stebri so:

1. spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja

Ti ukrepi so usmerjeni v promocijo podjetništva in izobraževanje za podjetništvo z namenom izboljšanja podjetniške kulture v Sloveniji in povečanja poznavanja ter koriščenja podpornih storitev za potencialne podjetnike in že delujoča podjetja. Gre za razvoj učinkovitega in

⁷ Program temelji na štirih strateških dokumentih:

- Strategija razvoja Slovenije za obdobje 2007 -2013, z dne 23.6.2005
- Program reform za izvajanje Lizbonske strategije, iz leta 2005
- Predlog konceptov ekonomskih in socialnih reform za povečanje konkurenčnosti slovenskega gospodarstva, z dne 3.11.2005
- Nacionalni raziskovalni in razvojni program za obdobje 2006-2010, z dne 15.9.2005

transparentnega podpornega okolja. Elementi ukrepov podpornega okolja so: delovanje sistema Vse na enem mestu (VEM), vavčersko svetovanje in usposabljanje, Euro info centri in usmeritev na posebne ciljne skupine (ženske, podjetniki na podeželju, socialno podjetništvo).

2. znanje za gospodarstvo

Ukrepi drugega stebra so namenjeni krepitvi notranjih sposobnosti podjetij za intenzivnejši, na znanju temelječ razvoj, predvsem na področju tehnologij, kar bo omogočilo bistveno hitrejši tehnološki napredek. Ukrepi so usmerjeni na stimuliranje povečanja deleža vrhunsko izobraženih kadrov v gospodarstvu (prioritetno razvijanje naravoslovno-tehničnih znanj), spodbujanje mednarodne mobilnosti razvojnih kadrov iz institucij znanja v gospodarstvo ter iz velikih v mala in srednja podjetja.

3. razvoj in inovacije v gospodarstvu

Ti ukrepi so usmerjeni v pospešena vlaganja v raziskave in razvoj ter gospodarsko infrastrukturo zasebnega in javnega sektorja. Gre za vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja, vzpostavitev ustrezne infrastrukture tako lokalnega kot tudi nacionalnega pomena ter krepitvi finančnih virov za razvoj, raziskave in inovacije. Znotraj tega stebra so ukrepi za načrtno večanje kakovosti poslovanja slovenskih podjetij in uvajanje evropskega modela odličnosti v slovenska podjetja (dvig števila podjetij, ki so prejemniki državne in evropske nagrade za kakovost).

4. spodbujanje malih in srednjih podjetij z lastniškimi in dolžniškimi viri

V okviru teh ukrepov naj bi se zagotavljal tvegani kapital preko skladov tveganega kapitala kot oblika lastniškega financiranja v okviru javno-zasebnega partnerstva. Ukrepi četrtega stebra so usmerjeni predvsem na jamstveno pomoč in pomoč z dolžniškimi viri, kot so garancije, krediti in leasingi.

Ukrepe za spodbujanje podjetništva z lastniškimi in dolžniškimi viri izvaja Slovenski podjetniški sklad. Finančna podpora Slovenskega podjetniškega sklada je del sistema, ki se povezuje z ostalimi oblikami podpore razvoja podjetništva. Tako se povezuje z evropskimi finančnimi institucijami (Evropski investicijski sklad, Evropska investicijska banka), s slovenskimi bankami in ostalimi potencialnimi investitorji.

Ob obstoječih oblikah financiranja se bodo izvajale garancije za podporo investicijam malih in srednjih podjetij, mikrogarancije in mikrokrediti.

Četrty steber ukrepov tako zajema:

a) spodbujanje rasti MSP z lastniškimi viri

Z namenom zagotovitve ugodnih lastniških finančnih virov se bo vzpostavil sklad tveganega kapitala, ki bo deloval po principu javno zasebnega partnerstva. Sklad bo financiran z javnimi sredstvi, naložbe tveganega kapitala v MSP-je pa se bodo izvajale v kombinaciji z ostalimi zasebnimi skladi in posameznimi investitorji. Tako so iz naslova tega ukrepa, do konca leta 2013, planirani trije skladi tveganega kapitala, 20 visoko tehnoloških gazeli in 1000 novih delovnih mest.

b) spodbujanje rasti MSP z dolžniškimi viri

Gre za odobravanje kreditov z nižjo obrestno mero od tržne obrestne mere, odobravanje ugodnih finančnih leasingov in odobravanje garancij z namenom povečati število MSP-jev, ki se odločajo za rast in razvoj in na ta način pospešiti prehod iz mikro v mala in srednja podjetja z večjo stopnjo konkurenčnosti.

Namen ukrepa je tudi zmanjševanje poslovnega tveganja z garancijami. Slovenski podjetniški sklad omogoča garancije za delno (do 80% kredita) zavarovanje bančnih kreditov, ki jih najemajo MSP-ji v Sloveniji za izvedbo razvojnih investicij. Na ta način se omogoči podjetju manjša obremenitev s hipotekami, nižji stroški zavarovanja kreditov in enostavnejše najemanje kreditov za razvojne investicije. Za te namene že deluje garancijski sklad.

Glede na pomen Slovenskega podjetniškega sklada za spodbujanje rasti in razvoja malih in srednjih podjetij predstavljam v naslednjem poglavju namen, vizijo in produkte Slovenskega podjetniškega sklada.

11.1. Slovenski podjetniški sklad

Slovenski podjetniški sklad (Sklad) je nacionalna finančna institucija, ustanovljena z namenom olajšanja dostopa malim in srednje velikim podjetjem do virov financiranja razvojnih naložb podjetij. Sklad zagotavlja ugodnejša finančna sredstva za investicijska vlaganja podjetij (vir <http://www.podjetniskisklad.si/Predstavitev.htm>).

Poslanstvo Sklada

Poslanstvo Sklada je s finančnimi produkti pomagati fizičnim osebam in malim ter srednje velikim podjetjem uresničiti poslovne ideje.

Vizija Sklada

Sklad želi postati močna osrednja nacionalna finančna institucija z najvišjo kvaliteto storitev, merjeno z zadovoljstvom odjemalcev, lastnikov in zaposlenih. To zahteva visoko strokovno delo, ki je usmerjeno v bolj servisno in manj uradniško delovanje. Sklad želi prevzeti osrednjo vlogo pri razvoju takšnih finančnih produktov, ki bodo omogočili MSP pridobiti ugodne finančne vire za nastanek, rast in razvoj.

Namen Sklada

Namen Sklada lahko opredelimo v šestih točkah:

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

Rezultati Sklada v letu 2006:

Sklad je v letu 2006 direktno podprl 265 projektov MSP v skupni višini 72,6 mio EUR, skupaj z regionalnimi garancijskimi shemami pa še dodatnih 31 projektov v skupni višini 2,96 mio EUR. Tako je bilo v letu 2006 odobrenih 12,48 mio EUR različnih kreditov in garancij Sklada in 21,71 mio SIT subvencij (nepovratnih sredstev). Na dan 31. 12. 2006 je imel Sklad 730 aktivnih pogodb s podjetji v Republiki Sloveniji v skupni višini 40 mio EUR.

Produkti Sklada v letu 2007 so razvidni v prilogi št. 4.

11.2. Predlog zakona o podpornem okolju za podjetništvo

V okviru programa za spodbujanje podjetništva, ki ga je pripravilo Ministrstvo za gospodarstvo v letu 2006 je Vlada Republike Slovenije dne 12.07.2007 sprejela **predlog zakona o podpornem okolju za podjetništvo**. Ta opredeljuje podjetniško, inovativno in finančno okolje, ki prek svojih mehanizmov ustvarja učinkovitejše podporno okolje in rešujejo konkretne probleme, predvsem mikro, malih in srednje velikih podjetij.

Predlagani zakon zato oblikuje celovito strukturo podpore malim in srednje velikim podjetjem v Sloveniji. Tako bo omogočena sistematična in integrirana podpora ciljnim skupinam malih in srednje velikih podjetij na celotnem območju Slovenije, kot je predvidena v strateških razvojnih dokumentih ter v programu ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007-2013.

V **podjetniškem okolju** se z zakonom o podpornem okolju za podjetništvo na nacionalni ravni oblikujejo razvojne naloge in programi za razvoj podjetništva, na lokalni in pokrajinski ravni pa se s sodobnim konceptom "vse na enem mestu" zagotavljajo podporne storitve potencialnim podjetnikom, delujočim podjetjem in raznim oblikam sodelovanja in povezovanja podjetij.

Podjetniško in inovativno okolje koordinira Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije (Japti), izvajajo pa ju subjekti podjetniškega in inovativnega okolja. Podjetniško okolje opredeljuje naloge in programe za oblikovanje podjetniškega okolja ter izvajanje nalog in programov na lokalni in pokrajinski ravni prek subjektov podjetniškega okolja.

Inovativno okolje omogoča nastajanje in razvoj oblik, kot so inovacijski centri, podjetniški in univerzitetni inkubatorji ter tehnološki parki, ki spodbujajo nastajanje novih podjetij. Poleg tega bo lahko država podprla z razpisi projektov tudi nove oblike, ki se razvijajo v EU (podjetniške mreže, tehnološke platforme ipd.). To bo po ocenah vlade omogočalo boljše povezovanje raziskovalnega in izobraževalnega področja z malimi in srednjimi podjetji.

Pri finančnem okolju predlagani zakon ohranja rešitve, ki so bile sprejete z novelo zakona o podpornem okolju za podjetništvo. Te rešitve omogočajo sodobne oblike financiranja prek skladov tveganega kapitala in finančnega zakupa kot tudi druge izvedene oblike financiranja.

Bistvo predloga zakona je (citiram mag. Andreja Vizjaka): da omogoča sodobno delitev nalog med ministrstvom za gospodarstvo ter izvajalskimi institucijami na nacionalni ravni ter vključevanjem subjektov podjetniškega in inovativnega okolja, ki podpirajo potencialne podjetnike in delujoča podjetja na lokalni in regionalni ravni.

Kako pa se bo zadeva odrazila v praksi, je seveda uganka. Kljub temu, da so jasno zapisani cilji in vizija razvoja slovenskega podjetništva, način in instrumenti za doseg te ciljev, ustanovljene institucije za podporo pri doseganju teh ciljev, pa vendar v praksi podjetniki še vedno nimajo dovolj podpore. Kje iskati vzroke? Upam, da nas bo nadaljnje obravnavanje problematike pripeljalo do ugotovitev in vzrokov za navedeno situacijo.

11.3. Strategija regionalnega razvoja

V Strategiji regionalnega razvoja Slovenije (2001) je opredeljena vizija regionalnega razvoja kot uravnoteženi gospodarski, socialni, zdravstveni, kulturni, prostorski in okoljski razvoj v vseh slovenskih regijah, kar naj bi zagotovilo visoko življenjsko raven in kakovost zdravja ter bivalnega okolja vseh prebivalcev Slovenije. Vizija stremi k trajnostnemu razvoju v najširšem pomenu, ki optimalno izrablja vse potencialne v regiji, pri tem pa ne zmanjšuje virov in možnosti razvoja prihodnjih generacij.

Na osnovi razpoložljivih podatkov iz **Poročila za regionalni razvoj za leto 2004** (VIR: Služba vlade za strukturno politiko in regionalni razvoj, poročilo o regionalnem razvoju - 2004 - Ljubljana, september 2005) je razvidno, da je potrebno v Sloveniji v regionalni politiki dati še večji poudarek potrebam gospodarstva. Ekonomska politika mora spodbuditi povezovanje podjetij v regijah, predvsem pa se bodo morale posamezne slovenske regije specializirati, v skladu s svojimi razvojnimi potenciali (še posebej človeškimi) in konkurenčnostjo posameznih programov na notranjem evropskem trgu.

Ekonomska politika bi morala s sredstvi državnega proračuna v manj razvitih regijah prednostno podpreti povečanje inovativnosti in s tem konkurenčnosti gospodarstva ter vlaganja v človeške vire. Mednarodne primerjave kažejo, da so se države, ki so šle po tej poti, tudi bistveno hitreje razvijale. Poleg tega bi morala ekonomska politika bolj dosledno prisluhniti konkretnim potrebam posameznih regij. Izvesti je potrebno neposredno sodelovanje državnih in regionalnih razvojnih prioritet na ravni konkretnih projektov, ter aktivnejše preiti na programsko dodeljevanje razvojnih spodbud iz državnega proračuna. Spodbude, ki se lahko dodeljujejo preko javnih razpisov bi morale dosledno vključevati regionalne cilje tako, da bi dobili pri izboru projektov prednost tisti, ki prihajajo iz manj razvitih okolij. To usmeritev bo mogoče uresničiti le, če se bo ustrezno povečala ponudba kvalitetnih projektov iz regij, ki zaostajajo v razvoju. Slabo pripravljene projekti, če tudi prihajajo iz manj razvitih okolij, ne bodo mogli biti financirani iz javnih sredstev. Regionalna politika bi morala spodbujati pripravo projektov z uporabo sredstev neposrednih regionalnih spodbud in v ta cilj usmerjati tudi delovanje mreže lokalnih podjetniških centrov.

11.4. Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja – ZSRR-1

Zakonska podlaga za izvajanje regionalne politike je v Zakonu o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja –ZSRR-1, ki ga je sprejela leta 2005 Vlada Republike Slovenije in je zamenjal prejšnji zakon - ZSRR. Izvajanje in usklajevanje nove regionalne razvojne politike je do 1.1.2006 izvajala Javna Agencija Republike Slovenije za regionalni razvoj .

S 1.1.2006 je Javna agencija RS za regionalni razvoj prenehala obstajati; vse zaposlene ter materialna in finančna sredstva, vključno z obstoječimi pravicami in obveznostmi, je prevzela **Služba Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko**.

Analiza institucij regionalnega razvoja na ravni regij je ugotovila sistemske pomanjkljivosti. Regionalne razvojne agencije so sicer bile vzpostavljene, vendar pa so v veliki večini regij kadrovske šibko zasedene, z večinoma neurejenimi sistemskimi viri financiranja in dejansko nezmožne opravljati vse predpisane naloge. V regijah so različna ministrstva zgradila svoje lokalne in regijske izvajalske mreže, ki večkrat delujejo neusklajeno. V različnih regionalnih institucijah je velik razvojni potencial, ki pa ga je treba povezati.

Regionalna politika mora (Uradni list RS, št. 93-4020/2005, stran 9655) :

- okrepiti vlogo regionalnih institucij z ustrežno zakonsko podlago ter jasno opredeliti medsebojna razmerja med razvojnimi institucijami na regionalni in območni ravni,
- odpraviti nepreglednost in ciljno naravnost regionalne politike zaradi velikega števila različnih vrst ciljnih območij regionalne politike,
- v pripravo in realizacijo regionalnih razvojnih programov še bolj pritegniti gospodarstvo.

Ključni cilj⁸ zakona je dvig konkurenčnosti, zaposlenosti in izboljšanje človeškega kapitala v slovenskih regijah ter ustrezna institucionalna organiziranost tako, da bo ustvarjena razvojna mreža organizacij na nacionalni, regionalni in lokalni ravni, ki bo s kombiniranjem državnih, zasebnih in civilno družbenih organizacijskih struktur sposobna:

- celovito, dolgoročno in strateško mobilizirati in usmerjati razvojne potenciale v regiji in
- povezati razvoj regij z nacionalnimi in mednarodnimi razvojnimi programi in projekti.

Po pregledu ciljev, strategije in programov regionalnega razvoja sledi pregled spodbujanja razvoja in analiza podpornega okolja v Spodnjeposavski regiji.

⁸ Cilji spodbujanja skladnega regionalnega razvoja so (3. člen ZSSR-1) :

- zmanjševanje razlik v gospodarski razvitosti in življenjskih možnostih prebivalstva med posameznimi območji v državi,
- preprečevanje nastajanja novih območij z večjimi razvojnimi problemi,
- spodbujanje policentričnega razvoja poselitve in policentričnega gospodarskega razvoja,
- razvoj in povečanje konkurenčnosti gospodarstva v vseh razvojnih regijah, ob upoštevanju njihovih posebnosti,
- zniževanje stopnje brezposelnosti v razvojnih regijah oziroma povečanje zaposlenosti in odprava strukturnih neskladij na trgu dela,
- povečanje blagostanja prebivalstva v razvojnih regijah, ob upoštevanju načel trajnostnega razvoja in njihovih posebnosti,
- krepitev socialnega kapitala in inovacijske sposobnosti v razvojnih regijah,
- ohranjanje in razvijanje kulturne identitete z ustvarjanjem pogojev za kulturno ustvarjalnost in raznolikost, trajnostni razvoj kulturne dediščine in dostopnost do kulturnih dobrin v razvojnih regijah,
- spodbujanje vseživljenjskega učenja v podporo zviševanja izobrazbene ravni prebivalstva in povečanja dostopa do izobraževanja in usposabljanja za vse,
- uveljavljanje celostnega pristopa pri razvoju podeželja,
- zmanjševanje razlik v kakovosti življenja ter ekonomski in socialni blaginji ob upoštevanju varstva okolja, varstva pred naravnimi in drugimi nesrečami in zmanjševanje razlik v zdravju,
- uveljavljanje integriranih regionalnih strategij informacijske družbe,
- razvoj območij obeh avtohtonih narodnih manjšin in naselij romske skupnosti v Republiki Sloveniji ter
- spodbujanje gospodarskega sodelovanja s Slovenci iz sveta.

11.5. Spodbujanje razvoja v Spodnjeposavski regiji - podporno okolje v regiji

Analiza stanja regije, ki je bila opravljena ob pripravi Regionalnega razvojnega programa regije Posavje, je pokazala nizko raven izobrazbene strukture ter visoko strukturno brezposelnost (pomanjkanje specifičnih kadrov v regiji). Opazna je tudi težnja zaposlovanja mladih strokovnjakov zunaj regije (t. i. beg možganov). Aktualna problematika regije je tako povezana z visoko stopnjo brezposelnosti, ki je posledica zapiranja podjetij iz tekstilne industrije (podrobnejši podatki so v prilogi št. 5).

Iz zgornjih ugotovitev je razvidno, da je oblikovanje učinkovitega podpornega okolja v regiji nujno potrebno za spodbujanje razvoja podjetništva, ki bo zadržalo strokovnjake v regiji, omogočalo večjo zaposlenost ter posledično izboljšalo socialni in gospodarski položaj regije. Problematiko razvoja regije rešujejo tudi na občinski ravni. Iz občinskega proračuna (primer občine Brežice) je bilo v letu 2006 dodeljenih 133 tisoč EUR sredstev za razvoj (priloga št. 6). Sredstva so bila razdeljena med 64 malih podjetij in samostojnih podjetnikov in so bila namenjena za sofinanciranje investicij in v nekaj primerih za odpiranje novih delovnih mest.

V nalogi se bom omejila na predstavitev podpornega okolja, ki ga predstavlja Spodnjeposavska mreža regionalnih in lokalnih podjetniških centrov, ki so ustanovljeni prvenstveno z namenom, da evropska, državna in občinska sredstva čimbolj učinkovito razdelijo podjetnikom ter hkrati podjetnikom pomagajo priti do teh sredstev. Ti centri so:

- **Regionalna razvojna agencija Posavje,**
- **Razvojni center Brežice,**
- **Podjetniški center Krško,**
- **KIN d.o.o. Sevnica.**

Podporno okolje v regiji, kot bomo videli v nadaljevanju, deluje, a pojavlja se vprašanje ali deluje učinkovito.

11.5.1. Regionalna razvojna agencija

Regionalna razvojna agencija Posavje (RRA Posavje) s sedežem v Krškem je ključni nosilec razvojne politike na nivoju regije. RRA Posavje je bila ustanovljena leta 1998 kot zavod (Dejavnost javnih ustanov za pospeševanje poslovnih dejavnosti) s prvotnim nazivom Regijski pospeševalni center Posavje. Ustanoviteljice so vse tri posavske občine: Občina Brežice, Občina Krško in Občina Sevnica (Odlok o ustanovitvi: Ur.l.RS, št.57/98, dne 14.08.1998).

RRA Posavje v sodelovanju s partnerji vzpostavlja razvojno-pospeševalno infrastrukturo na regionalnem in lokalnem nivoju. V okviru pospeševalne mreže za malo gospodarstvo Slovenije izvaja sistem podpornih aktivnosti za pospeševanje podjetništva v regiji, njegova širša funkcija pa zajema naloge regionalne razvojne agencije kot nosilke regionalne strukturne politike na regijskem nivoju. RRA Posavje s svojim delom zagotavlja uresničevanje razvojnih nalog in usmeritev regije na področju gospodarskega, socialnega, prostorskega in okoljskega razvoja. V tej vlogi je RRA Posavje stalni sogovornik ministrstev, vladnih organizacij, zbornic, občin, podjetij ter drugih institucij.

Vizija RRA Posavje:

Vzpostavitev celovite razvojne funkcije regije na enem mestu, kjer bo združeno znanje in kapital s ciljem povezovanja razvojnih iniciativ, motiviranja in spodbujanja razvojnih aktivnosti v regiji.

RAZVOJ ORGANIZACIJE IN PODROČJA DELOVANJA

Regijski pospeševalni center Posavje je v letu 2000 pridobil status nosilne organizacije regionalne razvojne agencije za občine Brežice, Krško in Sevnica. V letu 2003 se je preimenoval v Regionalno razvojno agencijo Posavje – RRA Posavje.

POGLAVITNE OPERATIVNE NALOGE:

- Koordiniranje aktivnosti in izdelava Regionalnega razvojnega programa Posavja,
- Izvajanje finančnih vzpodbud za podjetnike,
- Vzpodbujanje in razvoj lokalnih iniciativ, svetovanje zanje in njihovo koordiniranje,
- Vrednotenje, promocija in trženje neizkoriščenih razvojnih potencialov,
- Aktiviranje in razvoj kadrov za podjetništvo,
- Razvoj človeških virov, vodenje projekta Posavska štipendijska shema,
- Regionalna koordinacija programov tuje pomoči (programi EU in drugi),
- Promocijske aktivnosti pri vključevanju domačih organizacij v mednarodne organizacije in druge naloge.

V okviru izvajanja finančnih vzpodbud za podjetnike je bil **29.06.2007** objavljen javni razpis za **dolgoročne investicijske kredite pod ugodnejšimi pogoji in garancije garancijske sheme Posavje za leto 2007**. Krediti so namenjeni mikro, majhnim in srednjim podjetjem in samostojnim podjetnikom v skupni višini 528.778,00 EUR. Za kredite RRA odobrava garancije v višini 50-80% glavnice kredita brez obresti, vendar garancija ne more presegati 48.000,00 EUR. Dolgoročni investicijski kredit z garancijo RRA GSP se lahko odobri za upravičene stroške investicije, nastale od 01.01.-31.12.2007. Upravičeni stroški so: nakup nove ali popolnoma obnovljene opreme, nakup, gradnja ali adaptacija poslovnih prostorov, nakup, urejanje in opremljanje zemljišč in pridobivanje projektne dokumentacije za izgradnjo novih poslovnih prostorov.

Kreditni pogoji:

- maksimalna višina kredita je 60.000,00 EUR na podjetje vendar največ do 70% upravičenih stroškov (brez DDV),
- minimalna višina kredita je 5.000,00 EUR na podjetje vendar največ do 70% upravičenih stroškov (brez DDV),
- potrebni lastni viri minimalno 30% upravičenih stroškov (brez DDV),
- črpanje kredita je namensko,
- obrestna mera je 6mesečni euribor +0,9%,
- odplačilna doba kredita je 3-7 let,
- možnost 6 mesečnega moratorija na odplačilo glavnice,
- stroški kredita skladno s tarifo banke.

DOSEŽENI REZULTATI

1. Posavska štipendijska shema – štipendijska fundacija

Projekt Posavska štipendijska shema je tako prvi izvedbeni projekt uresničevanja zgoraj navedenih programov definiranih v regionalnem razvojnem programu in pomeni pozitiven razvojni impulz v smeri izboljševanja izobrazbene strukture regije.

V okviru projektnih predlogov iz izvedbenih delov regionalnih razvojnih programov se je takratni Regijski pospeševalni center Posavje, s soglasjem Občin Krško, Brežice in Sevnica, kot koordinator dela Ustanove Štipendijske fundacije Adama Bohoriča Krško, prijavil za pridobitev sredstev iz neposrednih regionalnih spodbud projekt Posavska štipendijska shema. V Posavju je občina Krško kot prva podprla projekt mladih o novem načinu kadrovskega štipendiranja in ustanovila Ustanovo Fundacija Adama Bohoriča Krško. Namen te fundacije je bil uskladiti razmerje med ponudbo in potrebami po kadrih v regiji in preprečevanje bega možganov v večja mesta (priloga št 6).

2. Aktiviranje lokalnih zaposlitvenih iniciativ v depresivnih regijah

Pilotski projekt, ki se je v okviru Phare programa odvijal v regiji od marca 1998, in sicer pod okriljem Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve ter ZRSZ s pomočjo neposrednega izvajalca - FAS International iz Irske je bil uvrščen v sprejet program ukrepov aktivne politike zaposlovanja v Republiki Sloveniji za leto 1999.

3. Pregled lokalnih razvojnih iniciativ in predlogov ukrepov na področju industrijskega razvoja

Ministrstvo za gospodarstvo je v okviru izvajanja Strategije za prilagajanje EU pripravljalo Operativni program za industrijski razvoj kot del Državnega razvojnega programa. Pripravo programa razvoja podjetniškega sektorja in oblikovanje ukrepov industrijske politike je želelo ministrstvo podpreti s celovitim pregledom lokalnih razvojnih iniciativ in programov. RRA (takrat RPC Posavje) je v projekt vključil lokalne partnerje: Razvojni center Brežice, Podjetniški center Krško, GZS-OZ Posavje, ZRSZ OE Sevnica ter druge.

4. Garancijska shema Posavje

Začetne aktivnosti projekta postavitve in začetka delovanja garancijske sheme so bile konec leta 1998, v letu 2000 pa je bila garancijska shema vzpostavljena in deluje. Vlagatelji sredstev v shemo so Ministrstvo za gospodarstvo (v prvem letu) Občina Brežice, Občina Krško, Občina Sevnica in Gospodarska zbornica Slovenije (v prvem letu). Pri izvajanju sheme sodelujejo sledeče banke: NLB d.d. Podružnica Posavje, Krško, SKB d.d. Poslovna enota Krško.

5. Vavčerski sistem svetovanja

Sistem subvencioniranega svetovanja na podlagi napatnic nudi posameznikom, ki bi radi uresničili svojo poslovno zamisel, in že ustanovljenim podjetjem obliko podpore, ki jo ob upoštevanju določenih pogojev lahko koristijo ciljne skupine na območju celotne Slovenije in katere hrbtenico predstavlja področje svetovanja. Svetovanje, splošno in specialistično, je torej osrednja dejavnost pospeševanja malega gospodarstva, vavčerski sistem pa nudi

njegovim uporabnikom tudi druge oblike podpore - informiranje, izobraževanje in usposabljanje ter usmerjanje. Pozabiti ne gre tudi na vzpostavitev oblik podpore, ki se nanašajo na financiranje ter dostop do poslovnih prostorov in lokacij.

6. Posavski kmetijski management

Projekt Posavski kmetijski management temelji na združevanju interesnih skupin kmetov v tako imenovani Posavski kmetijski management, ki bo pod enotno blagovno znamko organiziral pridelavo, predelavo, razvoj in trženje kmetijskih pridelkov in proizvodov, izdelkov domače obrti in turizma na kmetijah. Smisel projekta je, da se povežejo predvsem mali pridelovalci in v nadaljevanju ustanovijo podjetja za trženje in prodajo posameznih specializiranih proizvodov. S projektom se želi zainteresiranim kmetijam v Posavju zagotoviti dodaten vir dohodka in hkrati povečati prepoznavnost in privlačnost Posavja za slovenske in tuje gospodarstvenike ter turiste.

V skladu z načrtom aktivnosti pri projektu Posavski kmetijski management je bila izvedena registracija blagovne znamke »Zakladi vasi« pri Uradu RS za intelektualno lastnino.

7. Žensko podjetništvo

Projekt »Žensko podjetništvo« deluje v sklopu programa spodbujanja poklicnega uveljavljanja žensk, ki ga je Vlada Republike Slovenije sprejela v okviru Akcijskega programa zaposlovanja in ga izvaja Pospeševalni center za malo gospodarstvo skupaj s partnerji. Kot eden izmed partnerjev deluje v programu tudi Regionalna razvojna agencija Posavje s strokovno usposobljeno promotorko ženskega podjetništva. Opredeljeni sta dve ciljni skupini:

- bodoče in obstoječe podjetnice, ki se ukvarjajo s tekstilno industrijo in se odločajo za samostojno pot,
- kmečke žene, pri katerih je poudarek na trženju lastnih izdelkov in na trženju znanja kmečkih žena.

8. Podjetniški krožki za osnovnošolce

Projekt je že v letu 1994 zasnovalo podjetje »Sun« d.o.o. iz Gornje Radgone in v okviru programa razvoja podjetnosti in ustvarjalnosti mladih poteka pod okriljem Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo. Za koordinatorja podjetniških krožkov v Posavju je bila izbrana RRA Posavje, kot regionalna razvojna agencija vseh treh posavskih občin. Osnovni namen uvajanja podjetniških krožkov med učence sedmih in osmih razredov osnovnih šol je širjenje podjetniške kulture in podjetniške klime med mladimi.

9. Čezmejno sodelovanje s Hrvaško

V letu 2001 se je na nacionalnem nivoju (Ministrstvo za gospodarstvo) pripravljalo Strateški programski dokument o čezmejnem sodelovanju z Republiko Hrvaško. RRA Posavje je z izbranim izvajalcem za pripravo tega dokumenta, Podjetniškim centrom Novo mesto, sodeloval v obliki izvedbe regijske delavnice z izdelavo poročila za območje treh statističnih regij ob meji s Hrvaško: savinjska in posavska regija ter jugovzhodna Slovenija. Delavnica je bila izvedena 29.11.2001 v Krškem, udeležili pa so se je predstavniki obmejnih občin navedenih regij ter predstavniki razvojnih institucij v teh regijah (regionalne razvojne agencije, podjetniški centri, ipd.), ki že vodijo določene projekte čezmejnega sodelovanja ali načrtujejo čezmejno sodelovanje s partnerji na hrvaški strani meje.

10. Razvojni program podeželja regije Posavje

RRA Posavje je bila izbrana kot izvajalka izdelave razvojnega programa podeželja regije Posavje. RRA je ena izmed ustanoviteljev Centra za razvoj podeželja regije Posavje.

11. Strateške možnosti razvoja poslovnih con v Sloveniji

V okviru projekta Strateške možnosti razvoja poslovnih con v Sloveniji so bile v Sloveniji izvedene regionalne delavnice. Regionalna razvojna agencija Posavje se je v sodelovanju s posavskimi občinami intenzivno vključevala v celotno pripravo delavnic, tako da so uspeli zagotoviti, da se je projekt Poslovna cona Vrbinja vključil kot pilotna študija v ta projekt.

11.5.2. Zavod za podjetništvo in turizem Brežice

RAZVOJ ORGANIZACIJE IN PODROČJA DELOVANJA

Zavod za podjetništvo in turizem Brežice (ZPT Brežice) je nastal v letu 2006 in je prevzel dela in naloge bivšega Razvojnega centra Brežice (RCB)⁹.

ZPT Brežice izvaja poslovne raziskave in svetovanje in nudi poslovne storitve za privatni in javni sektor na lokalni, regionalni, državni ali mednarodni ravni.

Poslanstvo ZPT Brežice je podjetnikom in managerjem nuditi uporabne rešitve, poslovne informacije, usposabljanje ter specialistično individualno svetovanje.

Področja delovanja:

1. SVETOVANJE

- **posredovanje finančnih virov**

Nudenje neposredne in posredne finančne pomoči, identifikacijo finančnih virov za mala in srednje velika podjetja in razvoj finančno predstavitvenih paketov.

- **podjetniško svetovanje**

- Izdelava predstavitev podjetij oz. programov
- Svetovanje pri ustanavljanju in zagonu dejavnosti oz. podjetij (posredovanje informacij, pomoč pri ustanavljanju preko vavčerskega sistema svetovanja, postopki v zvezi z ustanovitvijo podjetja
- Posredovanje informacij različnih informacijskih virov (v sodelovanju JAPTI, EIC ...)
- Nasveti iz ekonomike podjetja, finančno svetovanje, svetovanje o načinih in možnostih trženja

- **projektno svetovanje**

- Podjetniški projekti
- Projekti lokalnega in regijskega značaja

- **analize in raziskave**

- Analize in raziskave za podjetja
- Analize in raziskave za institucije (lokalna skupnost, regijski centri, agencije ...)

⁹ Razvojni center Brežice je bil javni zavod, ki ga je občina Brežice leta 1998 ustanovila za potrebe pospeševanja in podporo podjetništvu (Odlok o ustanovitvi: Ur.l.RS, št.70/98, dne 16.10.1998, spremembe UL RS 3/03, dne 18.1.2003).

- izdelava poslovnih načrtov in investicijskih elaboratov
- posredovanje informacij
 - Za mala in srednja podjetja in splošne informacije za razvoj podjetništva

2. PROJEKTI IN RAZISKAVE

- Svetovanje in storitve povezane s pripravo projektov za najzahtevnejše projekte na področjih :

Razpisi EU in nacionalni razpisi, čezmejni projekti

- Svetovanje v procesu planiranja za pridobitev finančnih virov za prijavo razvojnih in raziskovalnih, inovativnih ter investicijskih projektov, financiranih s strani EU ali s strani nacionalnih programov
- Konceptijo, razvoj in realizacijo ter vodenje lokalnih in regionalnih projektov, inovacijskih strategij, posebno usmerjenih na tehnologije prihodnosti kot sta informatika in komunikacija
- Konceptijo, razvoj in realizacijo ter vodenje čezmejnih projektov

Priprava investicijskih projektov

- Izdelava, vodenje in koordinacija izdelave investicijske in projektne dokumentacije

Rast, vstop na nove trge, prestrukturiranje

- Izdelava raziskovalnih nalog in študij
- Izdelava podjetju prirojenih projektov in projektnih rešitev
- Vodenje in koordinacija ter spremljanje celovitega projekta dokumentacije
- Izdelava strateških komunikacijskih načrtov in njihovo izvajanje

DOSEŽENI REZULTATI

V letu 2004 je Razvojni center Brežice kot predhodnik ZPT Brežice aktivno deloval na naslednjih področjih (<http://rc-brežice.si/>) :

Področje 1: **Pospeševanje lokalnega in regionalnega razvoja**

Priprava vlog in investicijske dokumentacije, podeželsko razvojno jedro, prekomejna delovna skupina razvojnih centrov (podpisan sporazum o obmejni turistični coni), tehnična pomoč za izvajanje RRP Posavja v letu 2004 (pripravljen projekt center odličnosti), promocija občine s predstavitvijo na sejnih doma in tujini, lokalni zaposlitveni program, priprava predloga projektov za pridobitev sredstev iz Evropskega sklada za regionalni razvoj.

Področje 2: **Pospeševanje podjetništva**

Projekti: informiranje in promocija, izdajanje biltena, izvajanje aktivnosti informacijske točke za ženske iz ciljnih skupin, svetovanje, vavčerski sistem svetovanja, specialistično svetovanje, odobreni mikrokrediti, subvencioniranje obresti.

Področje 3: **Spodbujanje tehnološkega razvoja in poslovnih povezav**

Projekti: predstavitev grozdov izbranim podjetjem v sodelovanju z GZS-Posavje, priprava strategije za lokalni grozd, priprava prijave na javni razpis PCMG (sedaj Slovenski

podjetniški sklad) za inovativni podjetniški projekt s predhodnim informiranjem prek 1.000 podjetij ter predstavitev projekta v treh regijah.

RAZVOJ GROZDA GTR –gostinstvo-turizem-rekreacija

Projekt *Razvoj grozda GTR* se je prijavil na Javni razpis za spodbujanje nastajanja lokalnih grozdov mikro in malih podjetij v letu 2003 in pridobil s strani rapisovalca PCMG sofinanciranje projekta.

Razlogi podjetij za povezovanje v identificiran grozd izhajajo iz slabosti turistične dejavnosti v Posavju:

- turistična ponudba je razdrobljena in nepovezana
- naravne danosti in vinorodna območja so v ponudbo vključena posamično
- podeželje je v turistično ponudbo slabo vključeno
- infrastruktura podeželja je neurejena itd.

Prav te slabosti so botrovale združevanju podjetij, ki izvajajo aktivnosti za skupno turistično ponudbo in skupne promocije.

Strateški cilj grozda je bil izdelati celostno ponudbo na področju eko- in doživljajskega turizma v Posavju. Z novo blagovno znamko, kakovostno izdelano celostno podobo in modernim pristopom marketingu ter s čim manjšimi stroški nastopiti na domačem in tujem trgu.

Člani grozda GTR – gostinstvo-turizem-rekreacija:

- Gostilna pension Les, Les Nasta s.p. (nosilec projekta)
- ŠRC Grič, Mitja Oštrebenk s.p.
- KolorTisk Marjan Geršak s.p.
- Sameks NOVO MESTO d.o.o.

Prvi rezultat grozda GTR je razvoj skupnega turističnega produkta **AKTIVNE POČITNICE**. Obe podjetji Gostilna pension Les in ŠRC Grič že nekaj let na trgu nudita storitve gostom. Z združitvijo trgu ponujata tržno zanimiv in konkurenčen produkt. Nove smernice turizma se razvijajo dlje od klasične ponudbe (nočitev in prehrana) in narekujejo razvoj novih oblik ponudbe na področju aktivnega oddiha oziroma doživljajskega turizma.

11.5.3. Podjetniški center Krško

NASTANEK IN RAZVOJ ORGANIZACIJE

Lokalni pospeševalni center Podjetniški center Krško, javni zavod, je ustanovila Občina Krško s člani lokalne razvojne koalicije leta 1998 z namenom pospeševanja gospodarstva na območju občine Krško ter povezovanja podjetnikov in podjetij z območnimi zbornicami, občino ter državnimi in drugimi institucijami, ki vplivajo na gospodarski razvoj.

Cilji: razvoj okolja v regiji, zmanjševanje brezposelnosti, odpiranje novih delovnih mest, izkoriščanje poslovnih priložnosti, povečanje privlačnosti naših krajev in splošni dvig kvalitete življenja naših občanov, cilji vseh prebivalcev občine Krško in regije Posavje. Ciljne skupine Podjetniškega centra Krško so tako obstoječi kot tudi novi in potencialni podjetniki, mladi strokovnjaki, kmetje, institucije v lokalnem okolju in država. S skupnim in usklajenim delovanjem na konkretnih razvojnih aktivnostih bodo zastavljeni cilji tudi dosegljivi. Zato

Podjetniški center Krško sodeluje s člani lokalne razvojne koalicije Krško, Sevnica in Brežice, Regionalno razvojno agencijo Posavje, drugimi lokalnimi pospeševalnimi centri ter podjetji in podjetniki pri skupnih, skupinskih in individualnih razvojnih projektih (<http://www.pckrsko.si/>).

PODROČJE DELOVANJA

Na lokalni ravni izvaja Podjetniški center Krško lastne projekte in projekte občine Krško in njenih krajevnih skupnosti ter projekte vezane na regijo Posavje:

- Regionalni razvojni program Posavja,
- referenčni center za e-poslovanje,
- e-točka,
- poslovna cona Vrbinja,
- turistične informacije,
- program vavčerskega svetovanja,
- razvojni program podeželja regije Posavje,
- katalog gospodarskih in negospodarskih subjektov v Občini Krško,
- lokalni zaposlitveni program,
- info točka za strukturne sklade,

Na državni ravni izvaja Podjetniški center Krško predvsem projekte, ki jih koordinirajo različna ministrstva in njihove izvajalske organizacije

- državni razvojni program (za obdobje 2007-2013),
- protibirokratski program,
- razvoj e-dela in e-podjetništva,
- elektronsko poslovanje,
- euro info centri,
- pakt stabilnosti za JV Evropo,
- program spodbujanja invencij in inovacij,
- Slovenska podjetniška inovacijska mreža (SPIM),
- program razvoja podjetnosti in ustvarjalnosti mladih,
- program spodbujanja poklicnega uveljavljanja žensk,
- Klub poslovnih angelov (cilj projekta: v petih letih v klub vključiti okrog 150 poslovnih angelov ter 250 malih in srednje velikih podjetij ter ustvariti 1300 novih zaposlitev),
- SLEVCA (Slovensko združenje skladov tveganega kapitala),
- lokalna razvojna partnerstva in pospeševalna mreža za malo gospodarstvo.

Na ravni EU in drugega mednarodnega sodelovanja se Podjetniški center Krško vključuje v programe in projekte kot partner organizacije sodelujočih institucij

- Pomembnejši EU programi (okvirni program EU, PHARE, IST, EQUAL, NTERREG III, CULTURE 2000, ENLARGE,).

11.5.4. Podjetniški center KIN Sevnica

NASTANEK ORGANIZACIJE IN RAZVOJ ORGANIZACIJE

Podjetniški center KIN je bil ustanovljen z enim samim namenom: da obrtnikom, samostojnim podjetnikom, malim in srednjim podjetjem ter kmetom zagotavlja strokovno podporo, ki jo potrebujejo za doseganje svojih ciljev.

Lastnika podjetja, ki opravlja (koncesijsko) dejavnost lokalnega podjetniškega centra v Občini Sevnica sta podjetna in strokovno podkovanata zakonca Krošelj: Milena in Kamil, vsak do polovice. Direktor podjetja je Kamil Krošelj.

V več kot desetih letih obstoja je Podjetniški center KIN sodeloval pri razvoju številnih podjetniških idej in zagotovil strokovno podporo poslovanja mnogim podjetnikom in podjetjem. Med naročniki podjetniškega centra so tako različna podjetja kot tudi državne institucije. Sodelovali so tudi pri zasnovi in uvajanju programa PHARE v Posavju in pri zasnovi Regionalnega pospeševalnega centra (sedaj Regionalna razvojna agencija), pri eksperimentalnem uvajanju kooperativ v Sloveniji ter organiziranju različnih usposabljanj s področja podjetništva.

Podjetniški center KIN je tudi ustanovitelj Razvojno raziskovalnega zavoda Sevnica 2010, ter soustanovitelj raziskovalnega zavoda IPAK v Velenju.

PODROČJE DELOVANJA

1. Sistem subvencioniranega svetovanja na podlagi napotnic - vavčerski sistem

Dostop do vavčerjev je organiziran v okviru mreže lokalnih podjetniških centrov, izmed katerih je tudi podjetniški center KIN, kjer svetovalci sprejmejo podjetnika, proučijo njegovo zamisel in ga vključijo v sistem.

2. Pomoč začetnikom

- svetovanje pri razvoju in preverjanju podjetniških idej
- svetovanje pri ustanavljanju in zagonu podjetij
- svetovanje pri zasnovi, ustanovitvi in uvajanju kooperativ
- svetovanje pri izdelavi poslovnih načrtov
- svetovanje in posredovanje informacij iz različnih informacijskih virov

3. Pomoč pri podjetniškem ali finančnem poslovanju

- svetovanje pri oblikovanju strateških razvojnih programih podjetij
- izdelava investicijskih programov za namene pridobivanja finančnih sredstev
- izdelava finančnih in likvidnostnih planov
- zagotavljanje likvidnosti (dogovarjanje depozitov in posojil)
- svetovanje in pomoč pri priskrbi finančnih sredstev iz različnih bančnih virov, nacionalnih- meddržavnih finančnih skladov
- svetovanje pri izdelavi programov kadrovske, tehnološke in informacijske prenove podjetij
- izdelava sanacijskih programov podjetij
- izdelava programov finančne sanacije podjetij

4. Davčno svetovanje

- organizacija predavanj

5. Računovodski in knjigovodski servis

- Na sedežu podjetja, na sedežu stranke in na daljavo, z uporabo sodobnih komunikacijskih in informacijskih sredstev (internetna tehnologija)

6. Iskanje ustreznih kadrov

- namensko usposabljanje kadrov za posamezna podjetja

- posredovanje kadrov, tudi posoja

7. Posredovanje pri nakupu, prodaji, oddaji ali najemu poslovnih, kmetijskih, turističnih ali bivalnih objektov in parcel

Večji referenčni projekti podjetja KIN SEVNICA, izvedeni v zadnjih letih:

- Načrt omrežja tehnoloških parkov in podjetniških inkubatorjev Savinjske regije, RRA Celje, 2003
- Projekt ustanovitve tehnološkega centra Posavje, RRA Posavje, 2003
- Projekt povezovanja treh živilskopredelovalnih podjetij, 2003
- Invest programi za tehnološko prenovo živilskopredelovalnih podjetij, 2003
- Izdelava regionalnega razvojnega programa Posavje 2001-2006, Regijski pospeševalni center Posavje, 2001-2002
- Mednarodni projekt SCOPE, socialne in delavske kooperative, CECOP – EU, 2001
- Povezovanje in oblikovanje grozda lesnih predelovalcev v Občini Sevnica, Občina Sevnica, 2001
- Uvajanje kooperativ v Sloveniji – izdelava priročnika, Ministrstvo za kmetijstvo, november – januar 2001
- Delo na domu - Analiza podpornega okolja za delo na domu in predlogi za slovensko okolje, PCMG, 2000-2001
- Izvajanje specifičnih seminarjev s področja izdelave poslovnih načrtov, s področja marketinga, financ in vodenja projektov
- Davčno in podjetniško svetovanje podjetjem

V prilogi št. 7 so razvidni projekti, ki so bili financirani iz programa sofinanciranja regionalnih razvojnih programov 2005 – Spodnjeposavska regija.

Po podrobnejši predstavitvi podpornega okolja v regiji lahko relativno hitro ocenimo, da so njihovi cilji dobro zastavljeni. Vsi imajo dobro pripravljene spletne strani in reklamne brošure. Njihova področja dela so precej podobna, najširše področje delovanja lahko zasledimo pri Podjetniškem centru Kin Sevnica, ki pokriva celotno možnost podpore podjetju, torej ne samo ob ustanovitvi, temveč tudi v celotnem obdobju poslovanja podjetja (knjigovodstvo, računovodstvo, davčno, kadrovska, nepremičninsko svetovanje ...).

Kljub navedenemu v regiji ni opaznega gospodarskega razvoja, podjetja za ponujeno pomoč dostikrat ne vedo, veliko (tudi dobrih) idej ostane v predalih. Da bi lažje prišli do odgovorov na slednje, pogledjmo še analizo gospodarskega potenciala regije.

12. Gospodarski potencial Posavja in SWOT analiza regije

Regija Posavje leži v jugovzhodnem delu Slovenije ob meji s Hrvaško in meji na Savinjsko, Zasavsko in Dolenjsko regijo. Območje regije je geografsko zaključena celota, ki jo sestavljajo tri občine: Brežice, Krško in Sevnica. Geografsko zavzema Posavje 4,5% območja Slovenije in je po površini druga najmanjša regija v Sloveniji, kjer živi 3,5% celotnega prebivalstva Slovenije.

Po ekonomsko – geografskih kazalcih sodi Posavje med najmanj razvite regije v Sloveniji. Dolgoletna gospodarska recesija, ki še pogloblja regionalne disparitete Posavja nasproti

osrednji Sloveniji, je vzpodbudila določene razvojne iniciative v zadnjih letih, katerih namen je vzpodbuditi gospodarsko rast in dvigniti kvaliteto življenja celotnega prebivalstva regije.

Celotno območje regije, so vse tri posavske občine, je opredeljeno kot območje s posebnimi razvojnimi problemi, kamor naj bi se prednostno usmerjala sredstva države za spodbujanje regionalnega razvoja. Takšno opredelitev območja so narekovale obširne spremembe v gospodarstvu, kar je posledično negativno vplivalo na demografska gibanja, izobrazbeno strukturo in zaposlovanje prebivalstva ter povzročalo upočasnen in nekonkurenčen razvoj regije v celoti.

Nekaj kazalcev regije

- V zadnjih letih se ekonomska moč regije slabša
- Gospodarstvo regije že od leta 1995 posluje z izgubo
- Gospodarstvo regije je nadpovprečno izvozno usmerjeno, s prodajo na tuje trge ustvarja skoraj četrtno vseh čistih prihodkov, (to je skoraj 2 odstotni točki več od slovenskega povprečja).
- Za slovenskim povprečjem zaostaja regija tudi po višini plač na zaposlenega
- Vrednost čistega dobička na zaposlenega ne dosega niti 50% slovenskega povprečja

Gospodarski potencial Posavja:

- energetski bazen: nuklearna elektrarna, termoelektrarna, načrtovane HE na spodnji Savi,
- tradicija v kovinarsko-predelovalni, tekstilni, lesni in papirni industriji, prepoznavne blagovne znamke, predelava surovin v višje stopnje predelave,
- tradicija v obrti, razvoj domače in umetne obrti,
- vlaganje v sisteme kakovosti,
- skupno povezovanje družb pri regijskih projektih (veriga HE na sp. Savi) in drugi,
- bogata naravna in kulturna dediščina kot osnova za razvoj turizma,
- razpoložljivi izviri termalne vode (v turistične in kmetijske namene),
- zunanja meja EU na vzhodni slovenski meji s Hrvaško,
- čezmejno sodelovanje s Hrvaško,
- razvita razvojna infrastruktura (lokalne razvojne koalicije, podjetniški centri, regionalna razvojna agencija ...),
- oblikovanje obrtnih in industrijskih con, izkoriščanje razpoložljivih kapacitet prostora: obrtne in industrijske cone, poslovni prostori: proizvodne hale, pisarniški prostori ...
- oživitve degradiranih površin, dajanje novih vsebin tem površinam (rudnik, gramoznice, peskokopi ...),
- geoprometni položaj regije: prometne povezave, cestne povezave, železniške povezave in letalski promet.

Opravljen SWOT analiza regije kaže na specifičnost Spodnjeposavske regije, ki tako tvori logično, tradicionalno interesno celoto z bogatimi naravnimi danostmi in jo razlikuje od ostalih regij.

Slika 8: SWOT analiza Spodnjeposavske regije

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Naravne danosti in viri ⇒ Geo-strateška lega (obmejna lega, bližina Zagreba, prometni križ Lj-Zg, KK-CE-MB) ⇒ Tradicija v obrti, razvit energetska bazen ⇒ Razvite nekatere intenzivne in ekstenzivne kmetijske in dopolnilne dejavnosti (sadjarstvo, zelenjadarstvo) 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Visoka brezposelnost in odliv mladih ⇒ Območje s posebnimi razvojnimi problemi (ni razvojne in premalo podjetniške klime) ⇒ Premajhen pretok informacij in premajhna prepoznavnost okolja (ni skupne promocije in trženja regije) ⇒ Pomanjkanje tržnih in inovativnih programov ⇒ Neurejenost komunalnih odpadkov, ni čistilnih naprav
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Izkoristiti položaj območja s posebnimi razvojnimi problemi (koriščenje pomoči iz strukturnih skladov) ⇒ Izkoristiti trg 1,5 milijonskega mesta Zagreba ⇒ Inovativni pristopi na vseh področjih delovanja ⇒ Povezovanje podjetij v panogah ⇒ Prostor: izkoristiti obstoječe prostorske kapacitete v komunalno urejene poslovne prostore, izkoristiti letališče Cerklje za hitrejši dostop do regije ⇒ Kadri: preprečiti beg možganov v večje centre s štipendijsko in stanovanjsko shemo ⇒ Razvoj podpornega okolja, ki bo pospeševal razvoj Posavja ⇒ Razvoj turizma, različne oblike športa in kulturnih prireditev zaradi naravnih danosti v okolju 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Prepozno zavedanje ali nezavedanje pomembnosti vzpostavitve skupne razvojne strategije ⇒ Okolje se ne bo identificiralo s potrebo »razvoja po inovativnem pristopu«, neosveženost občinskih in upravnih struktur o pomenu vlaganja v podjetniško infrastrukturo in podporno okolje ⇒ Večanje stopnje brezposelnosti in staranje prebivalstva, preveč socialne podpore ⇒ Nedorečen pravni sistem in ravnanje – delovanje upravnih organov

VIR: Regionalni razvojni program regije Posavje 2001-2006

12.1. Poslovanje gospodarstva Posavja

Po podatkih Gospodarske zbornice Slovenije je bilo v letu 2005 v Posavju 930 družb, kar 919 družb (99 odstotkov) spada med majhne in srednje družbe. Kar 68 odstotkov vseh zaposlenih je zaposlenih v majhnih in srednjih družbah. Majhne in srednje družbe ustvarijo 531 mio EUR prihodkov letno, kar predstavlja 55 odstotkov vseh prihodkov gospodarstva v Posavju.

Tabela 8: Razvrstitev gospodarskih družb po velikosti v Spodnjeposavski regiji v letu 2005

	št. Družb	delež v %	zaposleni	delež v %	prihodki v mio €	delež v %
Velike	11	1	3.067	32	426	45
Srednje	18	2	1.849	20	193	20
Majhne	901	97	4.478	48	338	35
Skupaj	930	100	9.394	100	958	100

Vir : GZS SKEP

Po številu spada največ družb v dejavnost G-trgovina in popravila motornih vozil (kar 34 odstotkov), na drugem mestu so predelovalne dejavnosti (18 odstotkov) in poslovne storitve ter nepremičnine (18 odstotkov) sledi gradbeništvo z 10 odstotki.

Po številu zaposlenih jih je največ (kar 51 odstotkov) zaposlenih v predelovalni dejavnosti, sledi oskrba z elektriko, plinom in vodo, kar kaže da v teh dejavnostih prevladujejo velike družbe.

Tabela 9 Gospodarstvo v Spodnjeposavski regiji po panogah v letu 2005

	Dejavnost	št. Družb	delež	zaposleni	delež	prihodki v mio €	delež
			v %		v %		v %
A	kmetijstvo, lov, gozdarstvo	39	4	425	5	37	4
D	predelovalne dejavnosti	168	18	4.785	51	360	38
E	oskrba z elektriko, plinom, vodo	6	1	1.141	12	162	17
F	gradbeništvo	91	10	499	5	46	5
G	trgovina, poprav. mot. vozil	311	34	925	10	164	17
H	gostinstvo	41	4	522	6	30	3
I	promet, skladiščenje	50	5	264	3	21	2
K	poslovne storitve, nepremičnine	171	18	634	7	126	13
&	Ostalo	53	6	200	2	12	1
	skupaj:	930	100	9.395	100	958	100

Vir: GZS

Po realiziranih prihodkih ravno tako vodi predelovalna dejavnost (38 odstotkov vseh prihodkov), sledi ji oskrba z elektriko, plinom in vodo ter trgovina in popravila motornih vozil. Majhne družbe najdemo največ v kmetijski, gostinski, gradbeni in svetovalni panogi.

Po poslovnih rezultatih gospodarskih družb je čisti dobiček vseh družb v letu 2005 v primerjavi z letom 2004 porasel za 27,9 odstotkov, neto dodana vrednost na zaposlenega pa za 10,8 odstotkov. Čista izguba je padla za 57 odstotkov. Iz tega bi bilo mogoče sklepati, da se gospodarstvo v regiji počasi prebuja in krepi, kar je zagotovo rezultat nastanka in razvoja SMP.

Tabela 10 Poslovni rezultati gospodarskih družb v Posavju v letu 2005

	Posavje	indeks	Slovenija	delež
	2005	2005/2004		Posavja, slo=100
Prihodki v mio €	958	107,9	59.983	1,6
Odhodki v mio €	913	105	57.884	1,58
Čisti dobiček v mio €	44	127,9	2.568	1,71
Čista izguba v mio €	10	43,4	761	1,25
Povpr. št. zaposlenih po urah	9.395	100,1	474.601	1,98
Število družb skupaj	930	101,9	43.711	2,13
Dodana vrednost v mio EUR	290	110,9	13.794	2,11
Neto dodana vrednost na zaposl. v tisoč €	31	110,8	29	-

Vir: GZS

12.2. Internacionalizacija MSP v Spodnjeposavski regiji

Glede na rezultate SWOT analize, kjer ima regija prednost v geostrateški legi (bližina meje s Hrvaško) je za podjetja v regiji nujno potrebna internacionalizacija malih in srednjih podjetij. Internacionalizacija poslovanja postaja za večino malih in srednjih podjetij po celem svetu nujna za preživetje. Za podjetja v Regiji Posavje je le-ta še toliko nujnejša.

Iz razgovora z MSP v Posavju, podobno kot navaja teorija, podjetniki opredeljujejo najbolj pogoste ovire za vstop na tuje trge pomanjkanje informacij za analizo tujih trgov, tveganje neplačil, nepoznavanje zavarovanja izvoznih poslov.

Iz dejavnikov (opredeljenih v teoretičnem delu naloge), ki vplivajo na način vstopa na tuje trge so za MSP v Posavju izpostavljeni predvsem: MSP v Posavju imajo po večini izkušnje s poslovanjem s sosednjo Hrvaško, prednost za delovanje na tujih trgih je tudi poznavanje njihove mentalitete, ni bistvenih sociokulturnih razlik, ni bistvenih omejitev trgovanja, je pa zaradi še vedno slabše finančne discipline večje tveganje neplačil kot na domačem trgu.

Teoretične opredelitve o možnih načinih vstopa na tuje trge zopet lahko impliciramo v prakso MSP v Posavju. Tudi podjetja v Posavju se po veliki večini odločajo za izvozni način vstopa na tuje trge, in sicer je najpogostejši posredni način vstopa. Mala podjetja, ki so po večini nepoznana po blagovni znamki, se za franšizing in licenciranje ne odločajo, je pa nekaj primerov podpogodbene proizvodnje (podizvajalci na gradbenih objektih in podobno).

Zanimivo pa je, da se zaradi sprostitev možnosti nakupov nepremičnin v R Hrvaški s strani slovenskih podjetij in možnosti vpisa lastništva le-teh v zemljiško knjigo, pojavljajo MSP v Posavju ravno z investicijskim načinom vstopa. V večini primerov gre za nakup ali izgradnjo proizvodnih, skladiščnih ali trgovskih prostorov. Trenutno največja omejitev je po mnenju podjetnikov bistveno dražji vpis hipoteke na nepremičnini v tujini, ki je običajno zastavljena za zavarovanje investicijskega kredita (le redki pa imajo možnost za kredit za nakup nepremičnine v tujini zastaviti nepremičnino v Sloveniji).

Glede na še neizkoriščen potencial trgov bivše Jugoslavije, predvsem pa sosednje Hrvaške, navajam nekaj gospodarskih značilnosti in potencialnih možnosti poslovanja s Hrvaško.

12.3. Potencialne možnosti poslovanja s Hrvaško

Z vključevanjem v svetovne in evropske integracijske tokove, prilagajanjem zakonodaje evropski, uspešno privatizacijo, izvajanjem strukturnih reform, ter urejanjem razmer v regiji je postala Hrvaška privlačna destinacija za tuje naložbe (Poslovni priročnik: poslovati s Hrvaško, 2001). Danes je privatizacija že skoraj končana, bančni sektor saniran, primanjkljaj na tekočem računu pa se je močno zmanjšal. Hrvaška svoje gospodarstvo čedalje bolj odpira. Hrvaški trg je tako eden najzanimivejših za slovenske vlagatelje. Slovenija je na desetem mestu največjih tujih vlagateljic na Hrvaško, obstajajo pa še neizkoriščene možnosti za naložbe slovenskih podjetij, ki se kažejo predvsem v turističnem, finančnem in zavarovalniškem sektorju.

Tuji vlagatelji so glede pravic, obveznosti in pravnega položaja izenačeni z domačimi, hkrati pa imajo še pravico do dodatnih jamstev, ki jih domači vlagatelji nimajo. Tujim vlagateljem je omogočen prost prenos dobička in kapitala iz države.

Rast BDP je bila v letu 2006 visoka, saj je znašala 4,7 odstotka. BDP se bo v letu 2007 zaradi nižje gospodarske aktivnosti v EU nekoliko upočasnila in bo po ocenah znašala še vedno visokih 4,5 odstotka. Statistični podatki za Hrvaško so prikazani v prilogi št. 8.

Zaradi visokega domačega povpraševanja bo hitro naraščal tudi **uvoz**, zato zunanjetrgovinska bilanca ne bo prispevala k hitrejši gospodarski rasti. Obseg industrijske proizvodnje se je v letu 2006 v povprečju povečal za 4,5 odstotka, pri čemer je predelovalna industrija beležila 3,7-odstotno rast, rudarstvo 8,8-odstotno rast, oskrba z energijo, zemeljskim plinom in vodo pa 3-odstotno rast. V okviru predelovalne industrije se je proizvodnja strojev in opreme povečala za 33 odstotkov, kovinskih izdelkov za 33 odstotkov, nekovinskih mineralnih izdelkov za 10,3 odstotka ter hrane in pijač za 6 odstotkov. Gradbena dejavnost se je zaradi začetka večjih infrastrukturnih projektov začela krečiti že konec leta 2005, kar se je nadaljevalo tudi v letu 2006.

V letu 2007 bo zaradi višje produktivnosti hitro naraščal izvoz, visoko domače povpraševanje pa bo spodbujalo tudi rast uvoza (vir: <http://www.izvoznookno.si/podatki/hrv/>).

Tabela 11 Podatki o izvozu in uvozu v Hrvaško v mio EUR

Leto	izvoz	uvoz	saldo
2003	1.007,5	444,550	562,950
2004	1.166,669	514,178	652,491
2005	1.304,175	608,846	695,329
2006	1.464,172	735,676	728,496

Vir: Urad RS za statistiko

Iz gornjih podatkov je razvidno, da imajo MSP v Spodnjeposavski regiji objektivno možnost za vstop na hrvaški trg. Glede na to, da MSP ne morejo nastopati v dejavnostih, kjer zaradi bodisi doseganja ekonomij obsega bodisi zaradi prevelikega vstopnega kapitala lahko nastopajo le velike družbe (avtomobilska proizvodnja, zdravila, finančni sektor, zavarovalništvo ipd.) pa vsekakor je prostor zanje v rastočih dejavnostih na Hrvaškem kot so: stroji in oprema, kovinski izdelki, nekovinski mineralni izdelki, gradbeništvo, turizem ...

Tukaj bi morale regionalne in državne institucije pomagati in spodbujati podjetja, ki bi vstopala na te trge bodisi z neposrednim izvozom bodisi z neposrednimi investicijami. Spodbude bi morale biti v obliki ponudbe dodatnega zavarovanja (garancije) s strani teh institucij, za pridobitev bančnih kreditov in subvencioniranja obrestne mere (sedaj so razpisi omejeni le na investicije v domači regiji).

Kot velika možnost za mala podjetja v regiji je izvoz (v obliki prodaje tujim kupcem doma) v panogi turizma, kjer je zaradi bližine termalne riviere Terme Čatež veliko obiskovalcev iz sosednje Hrvaške, ki razen termalne ponudbe iščejo še ostala oblike sprostitve (jahanje, kmečki turizem, športne aktivnosti ob reki Krki in podobno).

Tukaj je še vedno premalo povezovanja domačega okolja s Termami, kjer bi lahko s združenjem ponudbe dosegli bistveno večjo rast prihodkov MSP v Spodnjeposavski regiji.

Na koncu tega poglavja navajam še nasvete Mateja Feguša (Podjetnik 2007, str. 38) podjetnikom, ki želijo poslovati s Hrvaško: najprej naj kako leto delujejo preko posrednikov, da v tem času temeljiteje spoznajo trg, če se odločijo da ustanovijo podjetje na Hrvaškem, ga

je pametno ustanoviti skupaj s hrvaškim partnerjem, ki bolje pozna lokalne posebnosti, poslovanje podjetja naj skrbno spremljajo (tudi fizično naj bodo vsaj en dan v tednu prisotni v podjetju).

13. Analiza vzorca izbranih MSP v Spodnjeposavski regiji

Sledi praktični del naloge, v katerem sem analizirala financiranje SMP, vpliv financiranja na poslovanje SMP in poznavanje virov financiranja SMP. Analizo sem pripravila s pomočjo ankete in s pomočjo izdelane analize poslovanja izbranih podjetij na podlagi letnih zaključnih računov (za obdobje od leta 2001 do 2006).

13.1. Značilnosti in vrste financiranja izbranega vzorca MSP

Analizo letnih zaključnih računov sem pripravila na podlagi IBON baze podatkov. V analizo je bilo izbranih **16 pravnih oseb**, od tega 5 samostojnih podjetnikov in 11 podjetij. Podjetja sem ločila na storitveno in proizvodno dejavnost. Tako je v analizo vključenih 11 storitvenih podjetij oziroma samostojnih podjetnikov in 5 proizvodnih podjetij oziroma samostojnih podjetnikov.

V analizi poslovanja izbranih poslovnih subjektov sem se še posebej osredotočila na naslednje kazalce:

- prihodki (iz poslovanja) podjetij,
- kapital podjetij,
- čisti dobiček podjetij,
- finančna varnost podjetij,
- kreditna sposobnost podjetij,
- donosnost kapitala,
- tuji viri,
- finančne obveznosti,
- finančne obveznosti / kapital.

V prilogi št. 9 je prikazana tabela s podatki za izbrane poslovne subjekte. Poslovni subjekti, označeni z zaporednimi št. od 1 do 8 so storitvena podjetja, od 8 do 11 so izbrani samostojni podjetniki – vsi iz storitvene dejavnosti, z zaporednimi št. od 12 do 16 so proizvodna podjetja. Vsi samostojni podjetniki so s krajšo dobo poslovanja (manj kot 5 let, dva sta začetnika s poslovanjem dveh let).

V analizo niso zajeta le uspešna ter hitro rastoča podjetja oz. podjetniki, ravno zaradi tega, da nam analiza pokaže, da tako kot učinkovita struktura financiranja vodi podjetja v uspeh, lahko neučinkovita struktura financiranja vodi podjetja v neuspeh. Seveda pa moramo ves čas vedeti in se zavedati, da je učinkovita struktura financiranja le EDEN izmed pogojev za uspešno poslovanje in rast podjetja in niti slučajno ni in ne more biti edini pogoj.

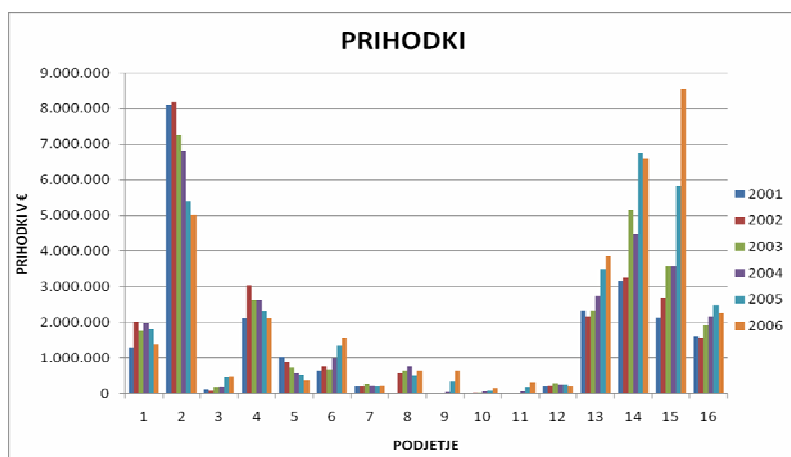
Vsekakor tu ne smemo pozabiti na pogoje trga, primernost oblikovanja cen, privlačnost in posebnost proizvoda oz. storitve, poznavanje konkurence in pripravljenost na obstoječo in potencialno bodočo konkurenco, poznavanje tehnik prodaje ter še mnogih nekaterih tudi nemerljivih faktorjev, ki vplivajo na uspešnost podjetij. Vendar pa je kljub temu učinkovita struktura financiranja, ki s sabo potegne denarni tok podjetja (vsak podjetnik bi moral

obvezno poznati in planirati svoj denarni tok, saj le tako lahko izbere pravi način financiranja), eden izmed nepogrešljivih pogojev za uspeh in rast podjetja, na katerega mnogi podjetniki pogosto ravno zaradi usmerjenosti na izdelek oz. storitev, ki je kot njihov »dojenček«, kateremu posvečajo vso svojo pozornost.

- *Analiza prihodkov*

Ob analizi prvega kazalca – PRIHODKOV (slika 9) poslovnih subjektov v letih od 2001 do 2006 ugotavljam, da rastejo podjetja pod zap. št. 3, 6, 9, 10, 11, 13, 14, 15 in 16. Tukaj ugotovim že prvo zanimivost, in sicer so **podjetja z največjo stopnjo rasti prihodkov iz proizvodne dejavnosti**. Te hitro rastoče dejavnosti so podjetja iz gradbene ter kovinske dejavnosti in dejavnosti informacijske tehnologije (pod zap. št. 13 je hitro rastoče in zelo uspešno podjetje, ki proizvaja industrijske robote – podjetje).

Slika 9



Vir: lastna analiza

- *Analiza kapitala*

Kot kapital je bila opazovana kategorija CELOTNEGA KAPITALA.

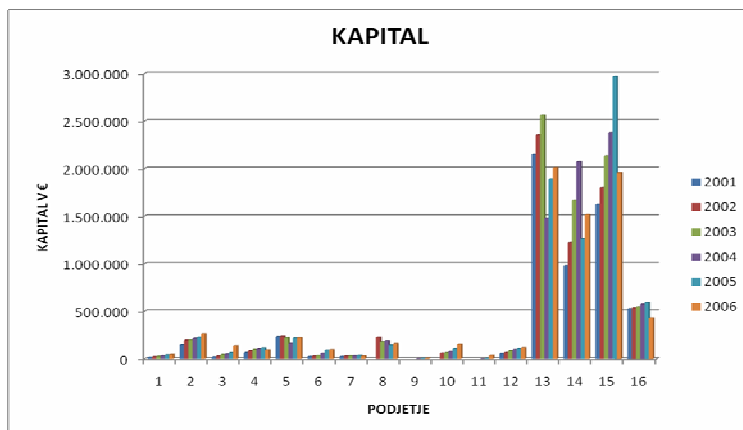
V primerjavi z analizo rasti prihodkov je iz slike št. 10 razvidno, da so **vsa, prej naštetá podjetja, opredeljena kot rastoča podjetja, rasla tudi po kapitalu**. Iz razgovora s podjetjem 13, 14 in 15, sem ugotovila, da je padec kapitala (v enem izmed opazovanih let) v bilanci le posledica izplačila dela kapitala lastnikom podjetja. Zanimivo je tudi, da so se kapitalsko krepila tudi podjetja s padajočimi prihodki, in sicer predvsem na račun preteklih in tekočih dobičkov.

Iz slike št. 10 je tudi razvidna višina kapitala, in sicer so proizvodne dejavnosti bistveno močnejše po kapitalu, kar je bolj posledica tako imenovanih »polnih« bilanc (več osnovnih sredstev, več zalog ...) glede na storitveno dejavnost (desni del slike, kjer so proizvodna podjetja in zasebniki).

Ugotovila sem tudi, da je gibanje osnovnega (vpoklicanega) kapitala precej manj vezano na rast prihodkov, oziroma da se podjetja odločajo za dokapitalizacijo predvsem zaradi sprememb zakonskih zahtev oziroma določil o minimalnem znesku kapitala kapitalskih družb, kar posledično vpliva na to, da je delež osnovnega kapitala v bilanci dokaj skromen,

kar je s stališča podjetja tudi povsem razumno, saj je lastni vloženi kapital najdražji vir financiranja podjetij.

Slika 10



Vir: lastna analiza

- **Analiza dobička**

Kot dobiček je opazovana kategorija ČISTEGA DOBIČKA, torej dobiček po obdavčenju.

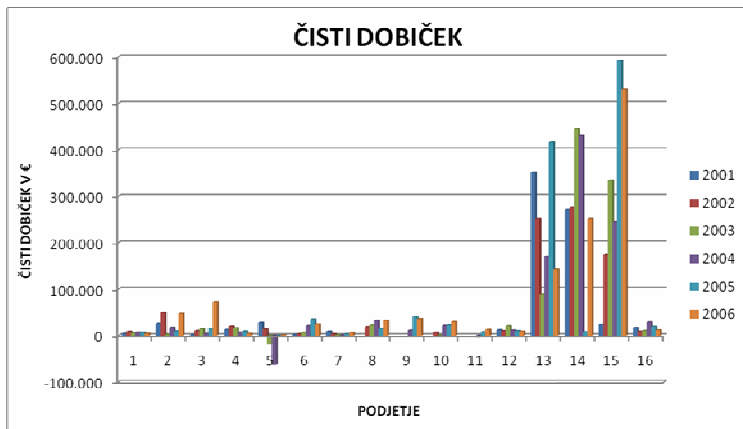
Analiza rasti oziroma nerasti dobička je prav zanimiva zgodba, saj je v večini primerov, še posebej pri majhnih podjetjih ta vrednost odvisna v veliki meri od iznajdljivosti računovodij, ki prikažejo dobiček s ciljem čim manjše obdavčitve. Ravno tako vpliva na **prikazano** vrednost dobička tudi dejstvo oz. namen podjetja ali bo v kratkem najemalo kredit, saj v takšnih primerih »prilagodijo« dobiček tudi za banko. Tako iz slike št. 11 vidimo, da **dobiček zelo variira in ga težko spravimo v korelacijo s katerokoli obravnavano količino.**

Na oblikovanje dobička po drugi strani vpliva tudi interes lastnikov po izplačilu dobička. Iz prakse in razgovora s podjetji torej ugotovimo, da je prikazan dobiček kategorija, ki se le redko ujema z dejanskim stanjem in da je »oblikovan« bodisi za davčno upravo, banko ali interes lastnikov.

Kot smo že ugotovili ob analizi kapitala pri podjetjih 13, 14 in 15, so navedena podjetja izplačala dobiček lastnikom, kar je razvidno tudi iz slike št. 11.

Glede na dejavnost lahko ugotovimo, da so najvišje dobičke dosegala podjetja iz proizvodnih dejavnosti. Od opazovanih podjetij je z izgubo poslovalo le podjetje 5. Gre za podjetje, ki se ukvarja z vulkanizersko dejavnostjo, in ima skozi celotno opazovano obdobje izkazan padec prihodkov. Podjetje je trenutno v hudih finančnih težavah, zato ga bomo posebej opazovali skozi analizo vseh kazalcev.

Slika 11



Vir: lastna analiza

- **Analiza finančne varnosti**

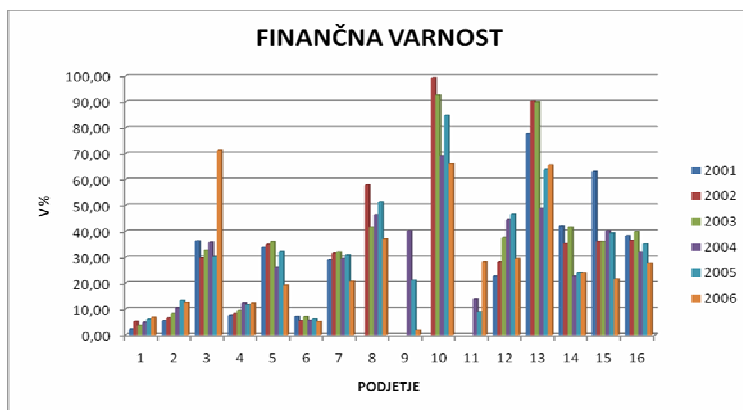
Ob analizi finančne varnosti (kot deleža kapitala v bilančni vsoti podjetja) je neposredno povezavo z rastjo prihodkov podjetij težko opredeliti, saj v nekaterih primerih le-ta raste, medtem ko v drugih pada.

Če pa primerjavo finančne varnosti z rastjo prihodkov primerjamo še z gibanjem dobička, je povezava nekaj jasnejša. **Podjetja, ki so imela rast prihodkov in dobička so izkazovala tudi rast finančne varnosti** (slika 12). Finančna varnost podjetij je rasla (2, 3, 11) predvsem na račun povečevanja dobička (redko pa na račun vplačil osnovnega kapitala). Podjetju pod zap. št. 5 finančna varnost skozi celotno opazovano obdobje pada.

Finančna varnost je običajno obratno sorazmerna s tujimi viri, kar je logična posledica večjega zadolževanja podjetij, ki so za svojo hitrejšo rast najemala zunanje vire.

Finančna varnost je kategorija, za katero imajo na eni strani ponudniki financiranja (npr. banke) na drugi strani pa podjetja nasprotujoča si stališča. Banke najraje financirajo podjetja z visoko stopnjo finančne varnosti, podjetja pa imajo z vidika cene kapitala najraje nizko finančno varnost. Tukaj vidimo razen kategorije dobička zopet kategorijo, ki bi jo morali ponudniki financiranja obravnavati bolj življenjsko.

Slika 12



Vir: lastna analiza

- **Analiza tujih virov**

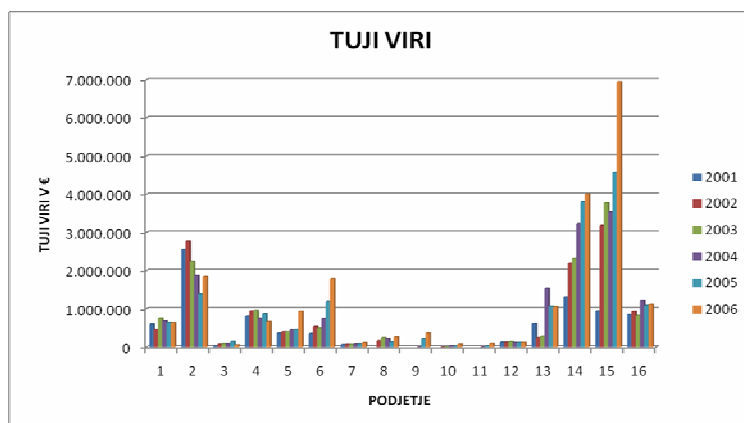
Naslednja opazovana količina je višina tujih virov financiranja in kako le ta vpliva na rast podjetij. Med tuje vire so šteti vsi viri, ki niso lastni in niso ustvarjeni v samem podjetju in ki imajo lastnost vračila v določenem obdobju. To so obveznosti do dobaviteljev, do države, prejeti avansi, vse vrste kreditov, leasingi ipd.

Tukaj lahko vidimo, kot smo že prej omenili obratno sorazmernost s finančno varnostjo. Na primer podjetja št. 3, 10, 13, ki imajo rastočo finančno varnost se zelo malo zadolžujejo oziroma se zadolžujejo v čedalje manjši meri. Ravno tako je izrazita povezava pri podjetju št. 15, kateremu finančna varnost pada na račun porasta tujih virov (slika 13).

Če torej pogledamo podjetja, katerih tuji viri se povečujejo (5, 6, 8, 9, 14, 15, 16) v primerjavi z rastjo prihodkov ugotovimo, da so **vsaj podjetja, katerih tuji viri rastejo imela tendenco rasti prihodkov** (z izjemo podjetja 5, ki smo ga že večkrat izpostavili). Torej bi lahko zaključili, da rast tujih virov vpliva na rast prihodkov.

Tukaj vidimo, da lahko tuji viri podjetjem in zasebnikom nudijo pomemben vir financiranja in posledično rasti. Vendar pa tudi tukaj ne smemo gledati le »črno – belo« sliki, saj se lahko v prihodkih (kjer vemo da gre za fakturirano realizacijo) skrivajo tudi slabe terjatve, ki lahko ne bodo nikoli plačane. Torej sama rast prihodkov ni dovolj, prihodke je potrebno vedno primerjati tudi s stanjem terjatev do kupcev. Če terjatve rastejo bolj kot prihodki, je že potrebna pozornost s strani podjetnika, da ugotovi katere terjatve so slabe, jih poskušati hitreje izterjati, prodati, kompenzirati ali pa celo zamenjati obstoječe kupce z novimi kupci.

Slika 13



Vir: lastna analiza

- **Analiza kreditne sposobnosti**

Kreditna sposobnost kot razmerje med dolgoročnimi obveznostmi glede na dolgoročna sredstva je kriterij, ki je pomemben z vidika ustrezne strukture financiranja po načelu: dolgoročna sredstva financirati z dolgoročnimi viri. Kazalec bi naj bil za ustrezno financiranje najmanj 1.

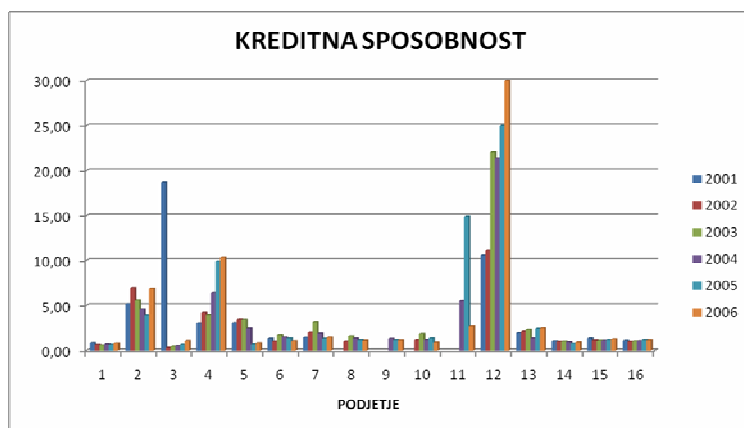
Večina podjetij se financira primerno (razvidno iz slike št. 14), saj so razen pri podjetjih 1, 3 in 14 ti kazalci nad mejno vrednostjo - 1. A tudi ta podjetja kljub neustreznemu kazalcu, ne

moremo šteti med neuspešna. Vzrok za kazalec pod mejno vrednostjo je velikokrat ravno **kratkoročni** kredit banke za financiranje **trajnih obratnih sredstev**, ki se nato obnavlja in je vsebinsko ustrezen dolgoročnemu kreditu, saj se bo dejansko izplačal šele v nekaj letih. Banka torej zaradi hitrejšega in cenejšega postopka odobritve in zavarovanja kredita odobri kratkoročni kredit namesto ustreznjšega, dolgoročnega.

Tukaj bi banke morale »olajšati« in razširiti pogosto preozke okvire pogojev kreditiranj in zavarovanj kreditov, kar bi posledično v določeni meri vplivalo tudi na boljše kazalnike poslovanja podjetij. V zadnjih letih so tudi na tem področju vidni napredki, saj banke odpravljajo tako imenovane dolgoročne mikro kredite, ki so lahko brez dodatnega zavarovanja, vendar so omejeni tako z ročnostjo kot z višino.

Kreditno sposobnost visoko nad mejno vrednostjo ima podjetje z zap. št. 12. To je podjetje, ki ima nizko rast prihodkov, relativno majhen dobiček, malo tujih virov in dokaj visoko finančno varnost. Iz analize kreditne sposobnosti ugotavljam, da **visoka vrednost tega kazalca nima nobenega pomena za rast podjetja, pomembno je le, da je nad 1** in je s tem zagotovljena ustreznost ročnosti financiranja.

Slika 14



Vir: lastna analiza

- **Analiza finančnih obveznosti**

Ob analizi finančnih obveznosti (od zap. št. 8 do 11 so samostojni podjetniki, pri katerih tuji viri niso razdeljeni med finančne in poslovne obveznosti, zato tega podatka ni v tabeli) je le te najprej smotno primerjati z zunanjimi viri. Podjetja z visoko rastjo zunanjih virov (5, 6, 8, 9, 14, 15, 16) se kot je razvidno iz slike št. 15, med tujimi viri pretežno financirajo s finančnimi viri - krediti ali leasingi.

Med temi je največje povečanje finančne zadolženosti izkazano pri podjetjih 5 (že omenjeno vulkanizersko podjetje, ki se je v letu 2006 dolgoročno zadolžilo pri banki, z namenom zagona obstoječe dejavnosti na novi lokaciji), 6, 14 in 15.

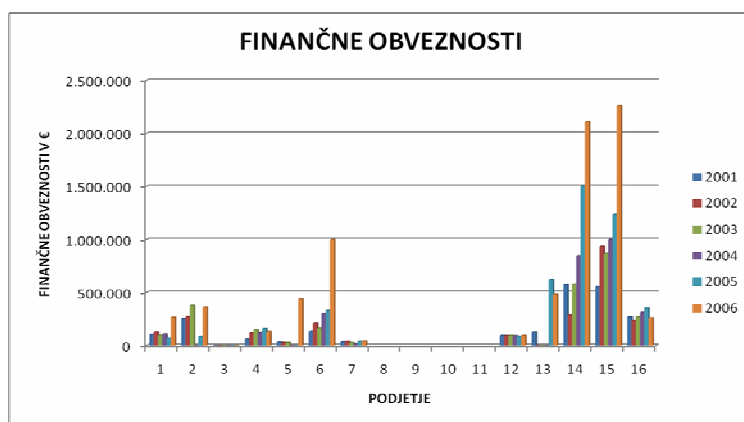
Z izjemo 5. podjetja so ostala tri zelo hitro rastoča podjetja in uspešna podjetja, ki rastejo tudi po dobičku in z akumulacijo dobičkov tudi po kapitalu, torej lahko sklepamo, da **rast finančnih obveznosti vpliva na rast podjetij.**

Podjetje pod zap. št. 3 ni popolnoma nič zadolženo. Zanimivo je, da to podjetje sicer izkazuje rast, vendar je ta rast relativno počasna, kar še dodatno potrjuje prejšnjo ugotovitev.

Tukaj smo prišli do ene pomembnejših ugotovitev, ki potrjuje teoretične trditve opredeljene v uvodnem delu naloge in sicer: ponudniki finančnih virov so lahko eden glavnih pospeševalcev rasti in razvoja malih in srednjih podjetij (tudi v regiji).

Zanimiva je tudi ugotovitev, da so se zadnje leto skoraj vsa podjetja dosti bolj zadolževala kot pretekla leta. Kot smo že v teoretičnem delu ugotovili, je to posledica ugodne gospodarske rasti, aktivne kreditne politike bank in ugodnih cen kreditov.

Slika 15

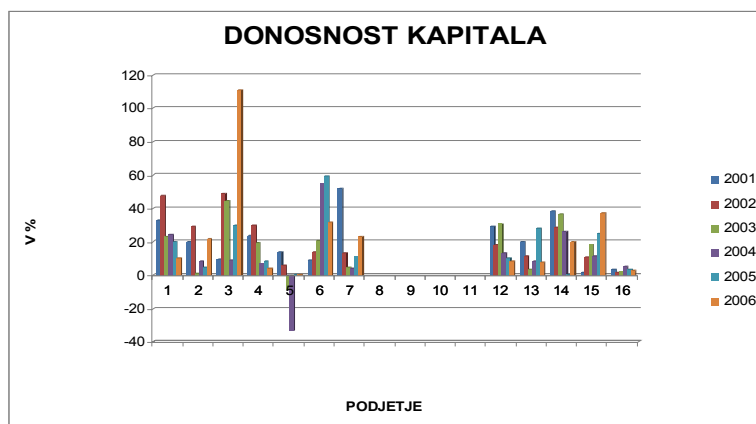


Vir: lastna analiza

- *Analiza donosnosti kapitala*

Podobno kot smo ugotovili za gibanje dobička, ki je kot vemo velikokrat bilančno prikazan (lahko bi rekli prilagojen) skladno z interesom podjetnika, tudi donosnost kapitala zaradi variiranja dobička zelo variira. Podjetje št. 3 je imelo v letu 2006 največjo porast donosnosti kapitala, ker je imelo relativno največjo rast dobička glede na rast kapitala. V praksi gre za podjetje, ki skorajda ne raste, medtem ko je porast donosnosti kapitala pri podjetju 15 posledica zmanjšanja kapitala zaradi izplačila dobička lastnikom. Donosnost kapitala bi torej težko opredelili kot kategorijo, ki vpliva na rast podjetij iz že prej omenjenega razloga »prilaganja« dobička.

Slika 16

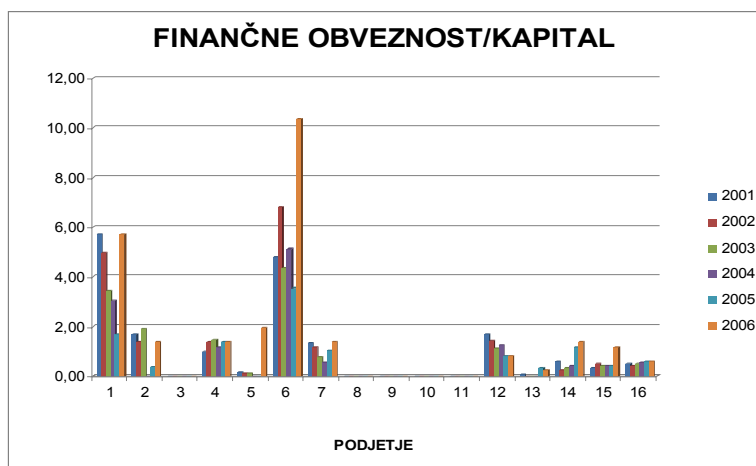


Vir: lastna analiza

- **Analiza finančnih obveznosti / kapital**

Če pogledamo razmerje med finančnimi obveznostmi in kapitalom (tako imenovano finančno vzvodje), ugotovimo, da je delež finančnih obveznosti glede na kapital podjetij večji pri storitvenih podjetjih kot pri proizvodnih podjetjih, kar je logično, saj imajo ta podjetja manj kapitala. Če pogledamo podjetja, ki smo jih opredelili kot rastoča, lahko ugotovimo, da je pri vseh izkazana tendenca rasti finančnega vzvodja, kar je posledica že ugotovljene povezave med rastjo finančnih obveznosti in rastjo podjetij (slika 17).

Slika 17



Vir: lastna analiza

13.2. Izvedba ankete izbranega vzorca MSP

Anketne vprašalnike (priloga št. 10) sem poslala 40 malim in srednjim podjetjem v Spodnjeposavski regiji. Podjetja sem izbrala iz IBON baze podatkov. Izbrala sem podjetja, ki imajo minimalno 50 tisoč EUR letnih prihodkov. Od tega je bilo vrnjenih in izpolnjenih 24 vprašalnikov.

- **Starost podjetnikov**

Med vrnjenimi vprašalniki je bilo 71% moških in 29% žensk, po starosti pa je bilo 46% anketirancev starih nad 50 let, 25% starih od 40 do 50 let, 25% od 30 do 40 let in le 4% starih do 30 let. Prva ugotovitev, ki se nam ponuja je, da so podjetniki v Spodnjeposavski regiji v povprečju starejši, kot so v povprečju evropski podjetniki (enako velja za slovensko povprečje).

- **Doba opravljanja samostojne dejavnosti**

Med izbranimi anketiranci je bilo največ podjetnikov (kar 46%), ki opravljajo dejavnost več kot 15 let (gre za nastajajoča majhna podjetja, ki so nastajala iz propadajočih velikih podjetij predvsem iz kovinsko predelovalne dejavnosti), le 8% anketirancev opravljajo dejavnost manj kot 5 let. Relativno veliko je tudi podjetij, ki so nastajala po osamosvojitvi Slovenije in izkoriščanju prednosti bližine Hrvaške meje (devetdeseta leta – predvsem trgovska dejavnost).

Slika 18

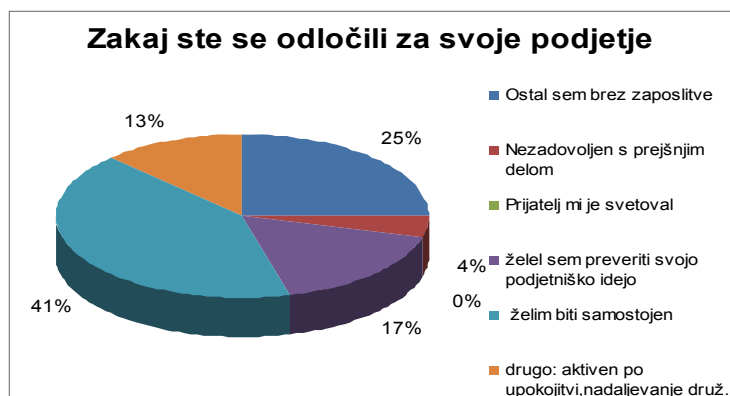


Vir: lastna analiza

- **Razlogi za ustanovitev lastnega podjetja**

Med razlogi za nastanek svojega podjetja je največ podjetnikov (41%) odgovorilo, da so želeli biti samostojni, kar 25% jih je ostalo brez zaposlitve in so zato šli na svoje, na tretjem mestu pa so podjetniki, ki so želeli preveriti svojo podjetniško idejo. Če povežemo ugotovitve z ugotovitvami iz uvodnih poglavij naloge, je torej tudi v Posavju vse več podjetnikov iz priložnosti in ne iz nuje, kar je zagotovo pozitivno za dolgoročni obstoj teh podjetij.

Slika 19

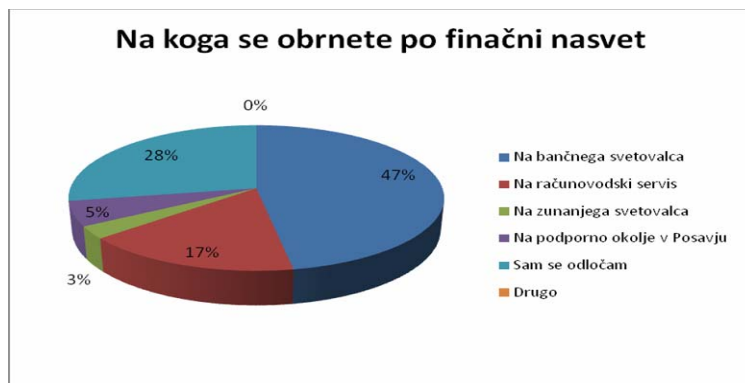


Vir: lastna analiza

- **Na koga se obrnejo po finančni nasvet**

Izbrani anketiranci se najpogosteje obrnejo po finančni nasvet na bančnega svetovalca (kar 47%), zanimivo je, da se jih kar 28% odloča samih, medtem ko se 17% vseh anketirancev obrne na računovodski servis. Tukaj znova zaznamo pomembnost finančne institucije – banke, torej ne samo v vlogi ponudnika finančnih virov, temveč tudi kot svetovalno vlogo, ki lahko v veliki meri vpliva na uspešnost podjetij.

Slika 20



Vir: lastna analiza

- **Seznanjenost z vlogo podpornega okolja v Posavju**

Glede na seznanjenost z vlogo podpornega okolja je presenetljiv podatek, da je kar 58% vseh vprašanih odgovorilo, da z njeno vlogo sploh niso seznanjeni, 25% delno pozna njihovo ponudbo in vlogo, le 17% zelo dobro pozna njeno delovanje in večina teh tudi uporablja njihove storitve. Tukajšnji odgovori dokaj dober pokazatelj, da podporno okolje v regiji ni dovolj učinkovito povezano s MSP v posavju.

Slika 21

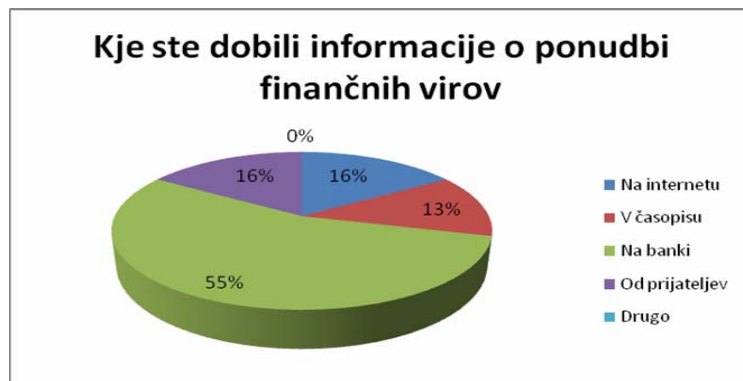


Vir: lastna analiza

- **Informacije o ponudbi finančnih virov**

Največ vprašanih informacije o ponudbi finančnih virov pridobi na banki (55%), ostali na internetu, v časopisu in od znancev. Torej lahko bančni komercialist, ki ponudbo in raznolikost možnosti financiranja dobro pozna, bistveno vpliva na nadaljnje korake in celo razvoj podjetnika. Pomembno je, da komercialist pozna alternative kreditu (odkup terjatev, leasing in podobno) in jih tudi svetuje, če je alternativna rešitev za podjetje boljša ali včasih celo edina rešitev.

Slika 22



Vir: lastna analiza

- **Ali imajo podjetniki več podpore kot v v preteklosti**

Podjetniki so v večini (75%) mnenja, da je v Posavju več podpore malim podjetnikom, kot v preteklosti. Kot razloge za to so naštevali predvsem v bistveno večji konkurenci med bankami, ki jih sili v agresivnejše trženje in večjo »zagretost« za svoje komitente.

Slika 23



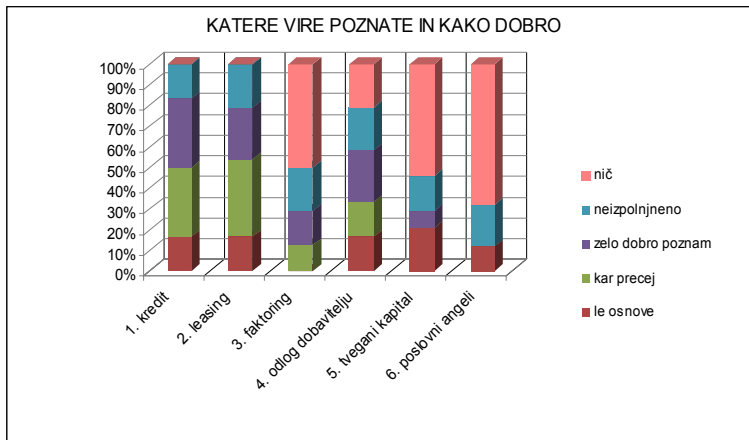
Vir: lastna analiza

- **Poznavanje virov financiranja dejavnosti**

Glede na poznavanje virov financiranja podjetniki **zelo dobro** poznajo kredit (30%), leasing (22%) in odlog dobavitelju (20%). Kot **kar precejšnje poznavanje** se jih je opredelilo 33% za kredit, 40% za leasing, 8% za faktoring in 18% za odlog dobavitelju.

Bolj zanimiva je ugotovitev, da kar polovica vseh vprašanih sploh ne pozna faktoringa, 60% jih ne pozna tveganega kapitala in 70% jih ne pozna poslovnih angelov. Kar precej vprašalnikov je bilo v tem delu celo neizpoljenih.

Slika 24



Vir: lastna analiza

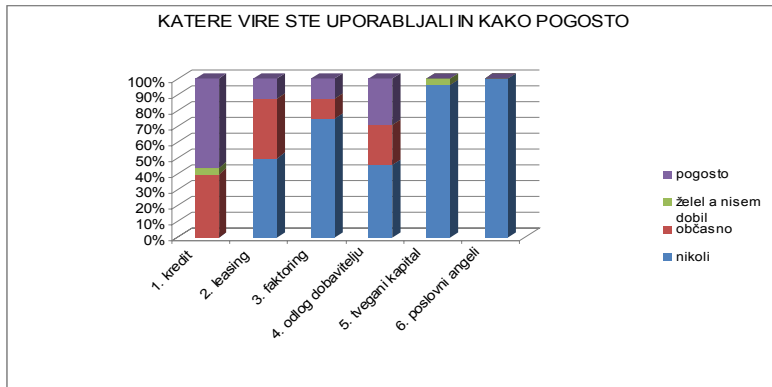
- **Uporaba virov financiranja**

Iz zgornjih ugotovitev je vidno, da najbolj pogosto uporabljajo kot vir financiranja bančne kredite (60%), 37% pogosto financira svojo rast z leasingom, 32% pogosto z odlogom dobavitelju, 18% pa se jih pogosto poslužuje tudi faktoringa. Tisti, ki so se opredelili, da se financirajo občasno, ravno tako uporabljajo navedene vire.

Kot odgovor na: želel – a, nisem dobil sta se opredelila le dva podjetnika, in sicer eden za kredit, drugi pa za sklad tveganega.

Nikoli ni nobeno podjetje uporabilo poslovnega angela, tveganega kapitala, večina (70%) niti faktoringa in skoraj polovica vprašanih ne najema leasinga.

Slika 25



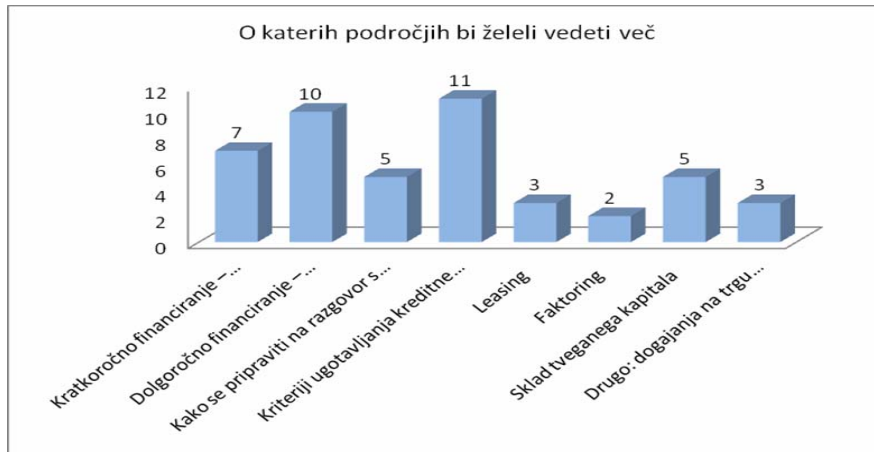
Vir: lastna analiza

- **O katerih področjih bi želeli vedeti več**

Glede zanimanja za spoznavanje novih področij, vezanih na finance so se podjetniki opredelili na sledeč način.

Največ vprašanih (11) bi želelo vedeti več o kriterijih ugotavljanja kreditne sposobnosti, nato o dolgoročnem financiranju (10), sledi kratkoročno financiranje (7), po 5 anketirancev se je opredelilo za sklad tveganega kapitala in za pripravo na razgovor z banko, najmanj so bili zainteresirani za leasing in faktoring.

Slika 26



Vir: lastna analiza

13.3. Predlogi in pripombe anketiranih MSP

Glede predlogov oz. pripomb, ki so bile kot ena izmed postavk na vprašalniku podjetnikov za izboljšanje možnosti financiranja v MSP v Posavju so podjetniki pripisali:

- pri bankah prezahtevnost realizacije financiranja,
- premalo posluha pri podjetniških idejah,
- podjetja so premalo neposredno seznanjena z možnostmi in oblikami financiranja,
- nepravočasno obveščanje o novostih,
- bolj konkurenčne obrestne mere in bolj aktivne svetovalne institucije, več stikov s podjetji,
- spremeniti kriterije bank za določanje bonitete podjetij,
- večja povezanost med nosilci financiranja, občino in podjetji,
- hitrejši, bolj prožen tok informacij med investitorjem in finančnimi institucijami.

14. Sklepne ugotovitve analize korelacije med uspešnostjo izbranega vzorca podjetij in načinom financiranja

Če sedaj povzamemo rezultate gornje analize je nekaj povezav v očitni korelaciji. Ugotovitve analize so:

- podjetja z največjo stopnjo rasti prihodkov so iz proizvodne dejavnosti,
- vsa podjetja opredeljena kot rastoča podjetja, so rasla tudi po kapitalu,
- dobiček zelo variira in ga težko spravimo v korelacijo s katerokoli obravnavano količino,
- podjetja, ki so imela rast prihodkov in dobička so izkazovala tudi rast finančne varnosti,
- vsa podjetja, katerih tuji viri rastejo, imajo tendenco rasti prihodkov.

Podjetja iz izbranega vzorca, ki smo jih po stopnji rasti in dobičkonosnosti opredelili kot uspešna, so:

- za svojo rast najemala zunanje vire,

- med zunanjimi viri jih je večina uporabljala odlog dobaviteljem in finančne vire,
- med finančnimi viri so opazovana podjetja najemala večinoma le kredite in leasinge,
- večina podjetij se je financirala primerno glede izbire ročnosti financiranja,
- med povečevanjem zadolženosti in rastjo podjetja je zelo močna povezava,
- zanimiv je pojav, da se je zadnje leto povečala zadolženost skoraj vseh podjetij, tudi tistih, ki niso imeli rasti prihodkov v tem letu.

Učinek te povečane zadolženosti bo zanimivo videti v prihodkih in zaključnih računih podjetij za leto 2007 in v nekaj nadaljnjih letih. Iz zgornje analize in ugotovljene korelacije med zadolženostjo in rastjo podjetij je mogoče celo pričakovati precejšnjo gospodarsko rast v Spodnjeposavski regiji.

Niti eno podjetje za svojo rast ni uporabilo poslovnega angela ali sklad tveganega kapitala. Porodi se vprašanje ali res v Posavju ni niti institucij niti posameznikov, ki bi vlagala v razvoj dobrih podjetniških idej in projektov.

Zgornje ugotovitve ter ugotovitve, do katerih smo prišli tekom celotne naloge, nam odpirajo razmišljanje o predlogih za izboljšanje položaja malih podjetij v regiji.

15. Predlogi za izboljšanje položaja MSP v Spodnjeposavski regiji

Glede na rezultate, ki sem jih potegnila iz študije, analize in lastne prakse navajam nekaj predlogov, kako izboljšati položaj podjetnikov v Spodnjeposavski regiji, katere dejavnosti spodbuditi in katere institucije.

- Glede na geografski položaj (bližina državne meje, bližina letališča Cerklje) Spodnjeposavske regije je vsekakor ena izmed priložnosti za MSP v izgradnji logističnih, transportnih ali skladiščnih centrov ter subvencioniranje in financiranje teh projektov preko instrumentov podpornega okolja in finančnih institucij.
- Proizvodnja in usmeritev v izvoz in naložbe v sosednjo Hrvaško ter subvencioniranje in financiranje teh projektov preko instrumentov podpornega okolja in finančnih institucij.
- Turizem – povezovanje ponudnikov turističnih storitev med seboj (spodbuditev oblikovanja turističnih mrež ali grozdov), odpiranje novih turističnih kapacitet, izboljšanje ter razširitev turistične ponudbe in s tem privabiti hrvaške in tudi ostale tuje in domače goste, vzpostaviti sistem podpore organizatorjem turističnih in spremljevalnih prireditev.
- Gradbeništvo – zaenkrat je povpraševanje po nepremičninah v Sloveniji in spodnjeposavski regiji še v porastu, vendar pa je dolgoročno gledano zaradi upadanja prebivalstva (napovedan je še večji padec delovnega prebivalstva kot skupnega števila prebivalstva) in povečevanja deleža starejše populacije prebivalstva, smiselno načrtovati izgradnjo domov za ostarele, in sicer varovana stanovanja ali manjše varovane hiše. Prebivalci bodo namreč zaradi zviševanja starostne meje čedalje bolj aktivni in bodo drugačni porabniki kot sedanje starejše prebivalstvo.

- Temu odgovarjajoče bodo vse bolj iskane tudi storitvene dejavnosti, naj je povsod najti primanjkljaj (pomoč na domu, opravljanje nakupov, spremljanje k zdravniku, zabava za starejše, a še vedno aktivne ljudi in podobno).

Vse te dejavnosti bi morale podpreti podporno okolje v regiji, in sicer tako s subvencijami, garancijami kot tudi z aktivnejšim svetovanjem in povezovanjem s ponudniki kapitala kot tudi s samimi podjetniki.

Ob vseh navedenih teoretičnih in empiričnih ugotovitvah se je odprlo vprašanje o smotrnosti ustanovitve zasebnega podjetja, ki bi omogočalo novim podjetjem, podjetjem, ki želijo rasti, ki imajo dobre ideje, ki so dobičkonosne, da te svoje ideje uresničijo.

Na voljo je res precej podpornih institucij, preko katerih imajo podjetja možnost priti do državne, evropske ali občinske pomoči. Vendar pa kljub temu, da ti centri obstajajo, podjetja v precejšnji meri ostajajo prepuščena sama sebi.

Primer iz prakse

Podjetje X je želelo kupiti nov stroj in se prijaviti na razpis za pridobitev nepovratnih sredstev za nakup nove tehnološke opreme. Predstavniki podjetja se oglasi na banki, kjer mu nudijo osnovne informacije o razpisnih pogojih. Podjetje ugotovi, da njegova investicija ustreza pogojem za pridobitev nepovratnih sredstev. Napoti se v eno izmed institucij podpornega okolja v Spodnjeposavski regiji z namenom, da mu pomagajo pri izdelavi poslovnega načrta in prijavi na razpis. Ob prvem obisku, je bila oseba, ki bi ga lahko informirala o razpisnih pogojih na bolniški, nadomeščal je ni nihče. Ob drugem obisku je bila oseba na dopustu, odgovor nadomestnih ljudi je bil naj pride čez dva tedna (naj poudarim, da je bil rok za prijavo na razpis tik pred vrati). Podjetje X se je obrnilo po pomoč pri prijavi na razpis na zasebno podjetje. Predstavniki tega podjetja se je v nekaj dneh osebno oglašil pri podjetju X, kjer sta skupaj zastavila cilje in strategijo prijave na razpis ter samo prijavo tudi izvedla.

Vprašamo se torej: podpirne institucije imajo dobro in pregledno urejene spletne strani, pripravljene letake in oglase, pripravljajo razne delavnice za mala podjetja, a podjetja kljub temu niso seznanjena z njihovo vlogo. Ali so te institucije res še vedno same sebi namen? Je problem v ljudeh? Ali pa se kot na vseh ostalih področjih tudi tu pokaže značilnost delovanja državnih institucij, kjer ni osnovnega interesa, ki ga ima zasebna lastnina?

Te institucije bi bilo potrebno povezati z zasebnim kapitalom, ki bi imel interes plasirati denar podjetjem, z namenom doseganja pričakovanega donosa, hkrati pa bi preko države bil ta denar dodatno subvencioniran in zavarovan z garancijami države. Zasebno/državna institucija, ki bi bila profitno orientirana s strani privatnih vlagateljev in socialno, razvojno, zaposlitveno motivirana s strani države bi bil nekakšen »hibriden sklad državno zasebnih angelov«.

16. Zaključek

Najbolj ranljivi podjetniki, ki potrebujejo največ spodbudnega okolja so nastajajoči podjetniki. Analize in statistični podatki kažejo, da se število novih podjetnikov iz leta v leto povečuje. To velja tako za Evropo kot za Slovenijo. Žal se precej podjetniških aktivnosti zaključijo že v prvih dveh letih. Teorija je razvila mnogo vzrokov. V analizirani regiji, pa so vzroki predvsem: slaba pripravljenost na trg in nepoznavanje konkurence (po sistemu: če gre

sosedu, zakaj ne bi šlo tudi meni), nezmožnost pridobiti vire financiranja, ne spremljanje likvidnostnega toka, neorganiziran trg tveganega kapitala in poslovnih angelov, bančni instrumenti niso prilagojeni financiranju ustanavljanja in rasti podjetij, ter premalo državnih subvencij.

Potrebe podjetniškega okolja torej več kot očitno kažejo na povpraševanje po tveganih virih financiranja. Tako v Sloveniji kot v Spodnjeposavski regiji primanjkuje tveganih virov za financiranje ustanovitve in rasti podjetij.

Le redko se izkaže da je bila sama podjetniška ideja slaba. Tukaj je razvidna ogromna potreba po aktivni ponudbi tveganega kapitala. Raziskave kažejo na največjo razvitost ponudbe tveganega kapitala v ZDA, kar je posledica dejstva, da je v ZDA mnogo premožnih posameznikov, ki vlagajo svoj denar v nova podjetja. Ali se tukaj ne odpre dvom, da mnogi Slovenci raje vlagamo v jahte, vile in avtomobile, kot pa v nastajanje novih priložnosti za rast bruto domačega proizvoda? Skladi tveganega kapitala v Sloveniji pa so kljub vsem kazalcem prebujanja podjetniške aktivnosti v Sloveniji še vedno v povojih.

Na podlagi raziskav, ki so bile narejene z namenom ugotovitve, kako podjetna je Slovenija je zanimiva ugotovitev, da se je Slovenija še leta 2001 uvrščala med države s skromno stopnjo podjetniške aktivnosti, torej je bila opredeljena kot dokaj nepodjetna družba, medtem ko se je v letu 2005 povzpela bistveno višje, kar kaže na to, da se podjetništvo prebuja. To potrjuje tudi raziskava podjetniške motivacije v Spodnjeposavski regiji, ki kaže da se posamezniki po večini odločajo za podjetništvo, ker želijo biti samostojni in ker želijo preveriti svojo podjetniško idejo in ne zato, ker bi bili prisiljeni iti na svoje.

Na nek način se podjetniki »iz priložnosti« lahko štejejo kot bolj »kakovostni« podjetniki, kot podjetniki »iz nuje«, ker so motivirani z vizijo zelenih rezultatov in izkoriščanjem tržnih priložnosti, kar pomeni, da imamo v Posavju veliko kvalitetnih podjetnikov, ki so zagotovo eni izmed pomembnih nosilcev gospodarske rasti v regiji in kateri so, kljub zastavljenim državnim in regionalnim ciljem še vedno brez učinkovite in pravočasne podpore, in sicer tako finančne kot svetovalne podpore.

Zakaj jih večina že prvem letu propade? Ali je uspeh oz. propad posledica slabe ideje, posledica slabe preverbe ideje, (ne)sposobnosti prodati svoje blago/storitev, ali je posledica (ne)sposobnosti zagotoviti/zavarovati si plačilo ali pa je posledica (ne)sposobnosti obvladovanja, preskrbe in upravljanja svojih financ? Dobro vemo, da jih velika večina kljub vsem ostalim izpolnjenim pogojem pade ravno na slednjem, zato smo se še podrobneje ukvarjali s slednjim.

V hitri rasti podjetij lahko in morajo ključno vlogo odigrati banke, leasing hiše, skladi tveganega kapitala ter poslovni angeli. Zaradi nefunkcioniranja, prekompliciranih postopkov in nevetosti v lokalna okolja, predvsem zadnjih dveh, ostajata regionalnim malim in srednjim podjetjem na rapolago predvsem banke in leasing hiše, ki še vedno zelo pogosto delujejo v skladu s predpisanimi merili in postopki kreditiranja, zaradi česar marsikatera podjetniška ideja ne ugleda sonca.

Za vlagatelje v majhna podjetja je poleg ocenjene realne možnosti za doseganje visokih donosov pomembno tudi to, kakšni ljudje stojijo za projektom. Če so to sposobni, trdni ljudje, ki imajo zdrav odnos do projekta, bo odločitev za vlagatelja toliko lažja.

Subjektivne kriterije pri ocenjevanju kreditne sposobnosti bi morale na nek način vpeljati tudi banke. Te so (ravno zaradi nepovezanosti in neprisotnosti skladov tveganega kapitala kot tudi poslovnih angelov), najmnogičnejši ponudnik finančnih virov in sicer v vseh fazah razvoja podjetja. Banke sicer uveljavljajo posebne vprašalnike o subjektivni oceni vodstva in poslovanja podjetja, vendar so le ti namenjeni bolj samim sebi, kot pa dejanski implementaciji v ocenjevanju kreditne sposobnosti in določanju bonitete podjetja. Dejstvo je, da bilančni podatki, likvidnost podjetja in točnost plačil bančnih obveznosti, ki so kriterij za določanje bonitete podjetja, niso vedno dovolj.

Glede na geografski položaj regije je očitno, da podjetja, ki ne bodo vstopila v proces internacionalizacije, ne bodo dosegala ekonomij obsega, ne povečevala učinkovitosti poslovanja in bodo izgubljala pri mednarodni konkurenčnosti. Prav tako lahko zaostanejo tista, ki so v procesu internacionalizacije prepočasna. To velja posebej tako za Slovenijo kot Spodnjeposavsko regijo, kjer bo brez preboja preko nacionalnih meja težko dosegati in obdržati učinkovitost ter konkurenčnost, ki sta z odprtjem trga Evropske unije ter soočenjem s tujimi podjetji razvitih tržnih gospodarstev ključnega pomena. Internacionalizacija je torej za mnogo podjetij tudi v Spodnjeposavski regiji le vprašanje časa.

Ukrepi ekonomske politike bi morali upoštevati, da vsi podjetniki ne prispevajo enako h gospodarskemu razvoju. Redkost podjetnikov, ki imajo visoka pričakovanja glede širjenja svojega podjetja ter njihov velik potencialni vpliv na zaposlovanje in ekonomsko rast, opozarja na pomen pravilnega vodenja ekonomske politike, ki se mora aktivno vključiti v podporo podjetnikov, ki imajo visoke ambicije po rasti. Podpora podjetništvu mora biti bolj selektivna in načrtno usmerjena na tisti del podjetniške populacije, ki je pripravljena zaposlovati in širiti svoje poslovanje. Država bi morala pospešeno odstranjevati ovire, ki preprečujejo, da bi nastajajoči in novi podjetniki uresničili svoje razvojne ambicije. Podjetniki, ki nameravajo rasti, imajo namreč bistveno drugačne potrebe, zato jim je treba prilagoditi podpirne mehanizme in ukrepe ekonomske politike. Le-ti so neprimerno bolj zahtevni in prefinjeni kot v primeru samozaposlitvenih podjetij brez ambicije po rasti. Hitro rastoča podjetja se soočajo z naraščajočo kompleksnostjo poslovanja, ki zahteva nenehno reorganiziranje, menjavo in dopolnjevanje managerskih veščin, fleksibilnost zaposlovanja, primerne finančne vire, internacionalizacijo in drugo.

Zaključni sklepi:

- organom odločanja v bankah dati večjo možnost za financiranje nekaj bolj tveganih projektov na podlagi subjektivne presoje podjetnika – razširiti pogosto preozke okvire poslovne politike bank,
- preko vladnih in drugih instrumentov spodbuditi vlaganja investorjev v nova podjetja (davčne olajšave, investicijske olajšave, državne garancije, ki bi znižale tveganje investorjev ...),
- ustanoviti državno – zasebne institucije v katere bi vlagali premožni podjetniki in država. Poimenovala sem jih kot hibridne poslovne angele, ki bi imeli tako profitni interes preko zasebne lastnine (česar državne institucije podpornega okolja nimajo, zaradi česar so posledično manj učinkovite) kot makro interes hitrejšega socialnega in gospodarskega razvoja preko državne lastnine, ki bi hkrati imela dostop do ugodnih in tudi nepovratnih sredstev, kot tudi možnosti zavarovanja tveganih naložb preko državnih garancij, s čimer bodo premožni posamezniki dodatno spodbujeni za vlaganja v podjetniške ideje drugih.

Za konec navajam misel Viljem Pšeničny-a, s katero zaključujem svoje delo:

Za uspeh podjetništva v Sloveniji in tudi v Spodnjeposavski regiji se bomo morali znebiti značilnega slovenskega razmišljanja in sicer:

- *da ni nič slabega, če kdo zasluži milijon – potrudimo se, da bo takšnih Slovencev vse več*
- *da so inovativnost, kreativnost in uspešnost, predznak podjetništva in ne predmet zavisti in zatiranja.*

17. Literatura in viri

1. Acetto Matej, Izgradnja Evrope: Od razvoja ideje Evrope do njene ustavne prihodnosti, Ljubljana, Založba Uradni list RS, 2006, 309 str.
2. Adams Bob, Začetek in rast malega podjetja, Radovljica, Skripta KA, 1999, 333 str.
3. Antončič Boštjan, D. Hisrich Robert, Petrin Tea, Vahčič Aleš: Podjetništvo. Ljubljana, GV Založba, 2002, 485 str.
4. Benko Riana, Djalil Bachtiar, Javornik Štefka, Jokić Tonka, Kavčič Matej, Maurovič Ljiljana, Pfeifer Jelka, Šeperič Renata, Wiemers Špela, Žlogar darja, Poslovati s Hrvaško, priročnik, Ljubljana, Center za mednarodno sodelovanje in razvoj in Gospodarska zbornica Slovenije, 2002, 80 str.
5. Berginc Jordan, Pšeničny Viljem, Glas Miroslav, Hribar Milič Samo, Vidic Franci, Hočevnar Marko, Puharič Krešimir, Peklar Leonardo, Juhart Miha, Mohorič Darja, Razvijanje podjetniških idej, Ljubljana, Gea College, 1994, 191 str.
6. Berk Aleš, Peterlin Jožko, Ribarič Anton, Obvladovanje tveganja, Ljubljana, GV založba, 2005, 270-280 str.
7. Blas Šef Janja: Podjetništvo v hitro rastočih podjetjih v Sloveniji. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2007, 40 str.
8. Brigham F. Eugene, Daves R. Philip, Intermediate Financial Management, Ohio, Elm Street Publishing Services, 2004, 1038 str.
9. Brigham F. Eugene, Houston F. Joel, Fundamentals of financial management, The Dryden Press, Orlando USA, 1998, 898 str.
10. Černetič Brina, Balkanski kotel je še vedno poln presenečenj in priložnosti, Ljubljana, Manager, 3, 2007, 56 str.
11. Dimovski Vlado, Penger Sanda, Žnidaršič Jana: Sodobni management. Ljubljana, Ekonomska fakulteta, 2003, 328 str.
12. Drnovšek Mateja, Merjenje prispevka podjetniških inovacij k rasti v mladih tehnoloških podjetjih. Doktorska disertacija. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2002, 234 str.
13. Filipič Drago, Mlinarič Franjo, Temelji podjetniških financ, Maribor, Ekonomsko – poslovna fakulteta, 1999, 199 str.
14. Gladstone David, Venture Capital Handbook, New Yersey, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 2006, 336-35 str.
15. Glas Miroslav, Pšeničny Viljem, Rebernik Miroslav, Tominc Polona, Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2002: Kako podjetna je Slovenija, Univerza v Mariboru, EPF Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Maribor, 2003, 56 str.
16. Glas Miroslav: Svetovanje - dodatna gradiva k predmetu, Ljubljana, Ekonomska fakulteta, 2001, xxx str.
17. Gomper A. Paul, Sahlman William, Enerpreneurial finance a case book, John Wiley & Sons, Inc., USA, 2002, 683-692 str.
18. Humar Bojana, Poslovni angeli: idejam dajo krila, Ljubljana, Manager, 4, 2007, 92 str.
19. Jančar Matekovič Tina: Financiranje inovacij v malih in srednjih podjetjih. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2006, 87 str.
20. Juha Tine, Financiranje podjetja – pogled z bančne strani, Ljubljana, Podjetnik, 5, 2007, 84 str.
21. Kaluža Vojko: Možnosti razvoja podjetništva v turizmu. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2006, 143 str.
22. Kaučič Primož, Gremo na tuje trge, Ljubljana, Podjetnik, 1, 2007, 84 str.

23. Keasey Kevin, Watson Robert, Small firm management, Oxford, Blackwell Publishers, 1993, 262 str.
24. Kilholm Smith Janet ,Smith L. Richard, Entrepreneurial finance, Leyh Publishing LLC, USA, 2004, 624.str
25. Konečnik Maja, Ruzzier Mitja, Internacionalizacija malih in srednjih podjetij integrativni konceptualni model, Organizacija, letnik 40, številka 1, 2007, xx str.
26. Kotar Saša: Slovenski podjetniki in njihove zmožnosti. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2006, 152 str.
27. Kraljič Jožica, Politika Evropske unije do podjetniškega sektorja s poudarkom na financiranju malih in srednje velikih podjetij. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2003, 103 str.
28. Letonja Marina, Poslovni načrt in dialog z vlagatelji, Ljubljana, Podjetnik, 2007, 6, 84 str.
29. Miroslav Rebernik, Polona Tominc, Ksenja Pušnik, Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2005: Podjetništvo med željami in stvarnostjo, Univerza v Mariboru, EPF Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Maribor, 2006, 56 str.
30. Napolitano Matteo, Pogled iz Londona: Kaj nas čaka v letu 2008?, Ljubljana, Manager, 3, 2007, 56 str.
31. Pahor Nives, Vplivajte na sprejetje zakonodaje v Bruslju, Ljubljana, Podjetnik, 7, 2007, 84 str.
32. Peterlin Jožko, Repovž Leon: Financiranje, Koper, Visoka šola za management, 2000, 114 str.
33. Pinterič Jan, Na poti do poslovnega angela, Ljubljana, Manager, 5, 2003, 82 str.
34. Pumpin Cuno, Prange Jurgen, Usmerjanje Razvoja podjetij, Ljubljana, Gospodarski vestnik, 1995, 266 str.
35. Rebernik Miroslav, Podjetništvo in management malih podjetij, Maribor, Ekonomsko-poslovna fakulteta in Fakulteta za strojništvo, 1997, 594 str.
36. Rebernik Miroslav, Repovž Leon, Od ideje do denarja, Ljubljana, Gospodarski vestnik, 2000, 254 str.
37. Rojec Natalija et al., Investing in Slovenia, Ljubljana, Centre for International Cooperation and Development and the Chamber of Commerce and Industry of Slovenia, 2001, 84 str.
38. S. Osteryoung Jerome, L. Newman Derek, G. Davies Leslie: Small firm finance and entrepreneurial perspective. USA, The Dryden Press, 1997, 394 str.
39. Stupica Mateja: Denar, denar, denar Priročnik za zadolževanje malih in srednjih podjetij ter samostojnih podjetnikov. Lesce, Legat, 2005, 294 str.
40. Šinkovec Janez, Temelji podjetništva, Ljubljana, Gospodarski vestnik, 1992, 277 str.
41. Špilak Štefan, Podjetniški priročnik, Murska Sobota, Pomurska založba, 1999, 249 str.
42. Šuler Tatjana, Kreditna aktivnost slovenskih bank in njeno financiranje, Ljubljana, Ekonomska fakulteta, 2007, 82 str.
43. Tajnikar Maks: Tvegano poslovanje. Portorož, Visoka strokovna šola za podjetništvo, 2000, 308 str.
44. Vodeb Larisa, Kako do evropskega denarja prek države? Ljubljana, Podjetnik, 1, 2007, 84 str.
45. Žnidar Tina: Viri financiranja malih podjetij v Sloveniji. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2003, 94 str.

Viri:

1. <http://www.ajpes.si/dokumenti/dokument.asp?id=449>
2. <http://www.eban.org/>
3. <http://www.evca.com/html/home.asp>
4. http://www.factors-chain.com/?p=ich&uli=AMGATE_7101-2_1_TICH_L773120274
5. <http://www.gzs.si>
6. <http://www.infosvet.si>
7. http://www.izvoznookno.si/podatki/hrv/gospodarska_rast_proizvodnja/
8. <http://www.japti.si/>
9. <http://www.leaseurope.org/>
10. <http://www.nvca.org/pdf/Q107VCPerformanceFINAL.pdf>
11. <http://www.pckrsko.si/>
12. <http://www.podjetnik.com/default.asp?KatID=309&ClanekID=3109>
13. <http://www.podjetniskisklad.si/>
14. http://www.rra-posavje.si/center/datoteke/razv_prog_posavje2003-2010.pdf
15. <http://www.svlr.gov.si>
16. <http://www.vcfodder.com/>
17. Uradni list RS, št. 110-4605/2004, stran 13129
18. Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (Uradni list RS, 93/05-prečiščeno besedilo)

18. Priloge

Priloga št. 1: Promet preko leasing poslov po državah (v mio €)

Evropa	2006	2005	%
Avstrija	7.111,62	6.712,11	5,95
Belgija	3.963,15	3.844,88	3,08
Bolgarija	818,16	484,55	68,85
BIH	210,86	157,09	34,23
Češka	4.442,95	3.992,41	11,28
Danska	4.278,80	4.289,52	-0,25
Estonija	1.262,45	962,25	31,2
Finska	3.377,00	3.200,00	5,53
Francija	30.023,00	28.776,00	4,33
Nemčija	9.500,00	49.270,00	0,47
Grčija	38,00	n.a.	
Madžarska	3.982,61	3.488,03	14,18
Italija	48.109,00	44.160,00	8,94
Latvija	1.279,81	n.a.	
Litvanija	1.799,12	n.a.	
Luksemburg	228,51	n.a.	
Malta	/	/	
Nizozemska	5.037,00	4.539,00	10,97
Norveška	3.968,09	3.535,56	12,23
Poljska	6.676,51	5.047,48	64,95
Portugalska	5.676,00	4.889,00	16,10
Romunija	842,33	1.101,52	-23,53
Rusija	5.618,81	2.579,49	103,62
Srbija	402,13	4,91	8094,93
Slovaška	1.947,17	1.485,45	31,08
Slovenija	1.722,31	1.478,17	16,52
Španija	18.672,90	16.542,56	12,88
Švedska	6.475,08	6.450,09	0,39
Švica	5.124,02	5.291,85	-3,17
Turčija	/	/	
Ukrajina	107,02	n.a.	
Anglija	54.298,62	55.776,54	-2,65
Skupaj	286.971,73	257.238,46	11,56

Vir: <http://www.leaseurope.org/>

Priloga št. 2: Promet preko faktor poslov po državah v letu 2006 (v mio €)

Št. podjetij	Evropa	Domači	Tuji	Skupaj
3	Avstrija	3,805	928	4,733
6	Belgija	12,200	4,500	16,700
2	Bolgarija	30	5	35
5	Hrvaška	285	55	340
3	Ciper	2,500	46	2,546
10	Češka	3,325	700	4,025
9	Danska	4,785	2,900	7,685
3	Estonija	2,500	400	2,900
4	Finska	10,500	600	11,100
25	Francija	90,190	9,819	100,009
50	Nemčija	52,700	19,300	72,000
10	Grčija	4,800	430	5,230
25	Madžarska	2,740	140	2,880
1	Islandija	0	25	25
6	Irska	29,393	300	29,693
40	Italija	113,035	7,400	120,435
6	Latvija	150	126	276
9	Litvanija	1,292	604	1,896
1	Luksemburg	225	81	306
5	Malta	1	0	1
5	Nizozemska	19,550	5,950	25,500
8	Norveška	9,530	1,935	11,465
10	Poljska	3,850	575	4,425
10	Portugalska	15,846	1,040	16,886
8	Romunija	500	250	750
20	Rusija	8,395	160	8,555
2	Srbija	100	50	150
8	Slovaška	898	413	1,311
3	Slovenija	270	70	340
21	Španija	63,048	3,724	66,772
60	Švedska	18,000	3,700	21,700
5	Švica	1,600	400	2,000
88	Turčija	12,285	2,640	14,925
30	Ukrajina	600	20	620
100	Anglija	243,838	4,931	248,769
601	Skupaj	732,766	74,217	806,983

Vir: http://www.factors-chain.com/?p=ich&uli=AMGATE_7101-2_1_TICH_L773120274

Priloga št. 3: Poročilo poslovnega registra Slovenije o poslovnih subjektih v Sloveniji (po stanju na dan 31. 3. 2007)

Na dan 31. 3. 2007 vsebuje Poslovni register Slovenije (PRS) podatke 156.712 poslovnih subjektov, od tega 323 glavnih podružnic tujih poslovnih subjektov. Od 31. 12. 2006 se je skupno število povečalo za 1.669 poslovnih subjektov ali za 1,1%. Na to je relativno in absolutno najbolj vplivalo povečanje števila poslovnih subjektov v skupini gospodarskih pravnih oseb, kjer je število presešlo magično mejo 50.000 in se je ustavilo pri 50.314. Če jim prištejemo še 75.433 poslovnih subjektov, ki so fizične osebe, ugotovimo, da je gospodarskih subjektov v PRS štiri petine vseh poslovnih subjektov. Sicer pa pravne osebe številčno presegajo fizične osebe za 7,7%.

V 10 mestnih občinah v Republiki Sloveniji je imelo sedež več kot 2.000 poslovnih subjektov.

Število poslovnih subjektov po skupinah pravnoorganizacijskih oblik v Republiki Sloveniji, po četrletjih

Stanje na dan	Skupaj	Gospodarski subjekti					
		Skupaj	Pravne osebe	Skupaj	Fizične osebe	Zavodi, organi in organizacije	
					Samostojni podjetniki posamezniki	Druge fizične osebe	
1	2 (3+8)	3 (4+5)	4	5 (6+7)	6	7	8
30. 6. 2006	151.832	121.372	48.374	72.998	63.005	9.993	30.460
30. 9. 2006	153.297	122.701	48.880	73.821	63.649	10.172	30.596
31. 12. 2006	155.043	124.254	49.534	74.720	64.297	10.423	30.789
31. 3. 2007	156.712	125.747	50.314	75.433	64.946	10.487	30.965

Vir: Poslovni register Slovenije , datum objave 25.05.2007

Priloga št. 4: Javni razpisi produktov Sklada v letu 2007:

PRODUKT	Naziv	Namen razpisa
UGODNI KREDITI IN GARANCIJE ZA MSP		
P1/3	Posredni dolgoročni investicijski krediti z garancijami sklada	Namenjen je financiranju materialnih in nematerialnih investicij za nova, rastoča in zrela podjetja, ki jih podjetje lahko najame v eni od sodelujočih bank, Sklad pa za bančni kredit zagotavlja nižjo obrestno mero in delno zavarovanje kredita z garancijo Sklada.
P2	Neposredni dolgoročni investicijski krediti za nova podjetja	Namenjen je podjetjem v fazi zagona brez predhodnih večletnih rezultatov poslovanja, ki praviloma pri bankah ne dobijo kredita za investicije. Ugodnost kredita je izražena v obrestni meri, ročnosti kredita, možnosti koriščenja moratorija in nižjih zavarovalnih zahtevah (jamstvi).
P2A	Mikrokrediti za mala podjetja	Dolgoročni kredit je namenjen za mala podjetja s poudarkom na nastajajočih in novih podjetjih. Kredit je namenjen za nemoteno poslovanja tudi v primerih, ko podjetje nima zadostnih likvidnih sredstev. Ugodnost kredita je izražena v obrestni meri, ročnosti kredita, možnosti koriščenja moratorija in zavarovanju kredita
P3	Garancije Za leasing za MSP	Garancije za leasing so namenjene povečanju možnosti pridobitve leasinga za nova, nastajajoča in zrela podjetja, ki nimajo zadostnih denarnih sredstev za plačilo osnovnega pologa pri finančnem najemu tehnološke opreme
R4	Ugodni krediti za raziskovalno razvojne aktivnosti MSP	Namenjeni so spodbujanju hitrejšega tehnološkega razvoja v poslovanju malih in srednjih podjetij v povezavi z institucijami znanja kot so univerze, raziskovalni inštituti in drugi.
Posebni Projekt	Pogarancije za regionalne garancijske sheme	Prevzemanje dela kreditnega rizika regijskih garancijskih shem (pogarancija Sklada)
SOFINANCIRANJE (SUBVENCije) PROJEKTOV ZA MSP		
P4	Sofinanciranje (subvencije) nakupa nove tehnološke opreme v MSP	Omogočiti MSP-jem pridobitev od 40% do 50% subvencij za financiranje nakupa nove tehnološke opreme, Namenjene so sofinanciranju nove tehnološke opreme z nepovratnimi sredstvi v malih in srednjih podjetjih z namenom povečati njihovo konkurenčnost na globalnem trgu. Uveljavitev na globalnem trgu bo povezana z novimi, tehnološko zahtevnimi produkti/storitvami z večjo dodano vrednostjo.
P5	Sofinanciranje (subvencije) turističnih projektov v MSP	Namenjene so sofinanciranju z nepovratnimi viri investicijskih vlaganj malih in srednje velikih podjetij v turistično infrastrukturo. Subvencije se dodeljuje v skladu z Uredbo o podrobnejših pogojih, kriterijih, merilih in vrstah razvojnih spodbud za turizem, z namenom spodbuditi skladnejši regionalni razvoj Slovenije v območju EU.
R1A/07	Sofinanciranje (subvencije) zagona inovativnih podjetij	Namenjen je sofinanciranju z nepovratnimi viri ustanovitve in zagona nastajajočih podjetij v tehnoloških parkih, podjetniških inkubatorjih in univerzitetni inkubatorjih.
R1B/06	Sofinanciranje (subvencije) zagona inovativnih podjetij, ki so prejela subvencije v letu 2006	Produkt R 1B/06 je nadaljevanje sofinanciranja z nepovratnimi viri podjetij v institucijah inovativnega okolja v naslednjem poslovnem letu po programu produkta R 1A/06 (predhodna oznaka produkta P4A) iz leta 2006.
R2	Sofinanciranje (subvencije) raziskovalno razvojnih projektov v MSP	Omogočiti MSP-jem pridobiti subvencije za financiranje razvojnih aplikativnih projektov, Namenjen je sofinanciranju z nepovratnimi viri aplikativnih razvojno raziskovalnih projektov v MSP za pridobivanje novih znanj ter za nove, spremenjene ali izboljšane izdelke, postopke ali storitve.

Vir: www.podjetniskisklad.si

Priloga št. 5: Pregled statističnih kazalnikov Spodnjeposavske regije

SPODNJEPOSAVSKA statistična regija	Vrednost	V % SLO=100	Indeks SLO=100	V % regija=100	Rang	SLOVENIJA Vrednost
Površina (km ²)	885	4,4			11	20 273
Območja z razvojnimi problemi (km ²)	885			100	1/2/3	12 129
Prebivalstvo	70 117	3,5			10	1 997 004
Gostota naseljenosti	79				8	98,5
BDP na prebivalca (SKM)	55		84		7/8	66
Bruto plača na zaposlenega	1 005		90		9	1 116
Stopnja brezposelnosti (%)	13,0				4	10,6
Stopnja zaposlenosti (%)	53,8				8	55,7

Vir: Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko, poročilo o regionalnem razvoju 2004, september 2005

Regija po podatkih iz leta 2004 pokriva 4 % površine Slovenije, kar jo po velikosti primerjalno uvršča na predzadnje mesto. V regiji so tri občine, kar jo **po številu občin skupaj z Zasavsko regijo uvršča na zadnje mesto**. V regiji spada **100 % površin med območja s posebnimi razvojnimi problemi** (SLO 60). 54 % regije pokriva gozd, 41 % kmetijska zemljišča, 3,0 % pozidane površine in 1,1 % ceste. Za slovenske razmere ima podpovprečen delež gozdnih površin in nadpovprečen delež kmetijskih površin. 8 % površin regije ima status zavarovanih območij (SLO 11), 18 % pa status območij Natura 2000 (SLO 35). Po deležu zavarovanih območij se primerjalno uvršča na sedmo mesto, po deležu območij Natura 2000 pa na predzadnje mesto.

V regiji po podatkih iz leta 2004 živi 3,5 % prebivalcev Slovenije, kar jo uvršča na deseto mesto, gostota naseljenosti je 79 prebivalcev na km², kar je pod slovenskim povprečjem (SLO 98,5) in jo uvršča med redkeje poseljene. Delež prebivalstva, mlajšega od 14 let, se od leta 1981 zmanjšuje in je leta 2004 dosegel 14 % (SLO 14,5). Delež starejših od 64 let narašča in znaša 16 % (SLO 15,2), narašča pa tudi delež delovno sposobne populacije med 15 in 64 leti, ki znaša 70 % (SLO 70,4). Indeks staranja prebivalstva je leta 2004 v tej regiji 105,0 (SLO=100), kar regijo skupaj s Pomursko uvršča na šesto do sedmo mesto. Povprečna starost prebivalstva je bila po podatkih iz leta 2004 v tej regiji nad slovenskim povprečjem (40,3, SLO 40,1). Naravni prirast je bil leta 2003 -170, kar regijo uvršča na sedmo mesto. Neto medregijski selitveni saldo je v tej regiji primerjalno med srednjimi (-0,3 maks., Obalno-kraška regija 1,9).

Starostno specifična stopnja umrljivosti prebivalcev pod 65 let po podatkih iz leta 2003 je v regiji nad slovenskim povprečjem (3,1, SLO 2,9), tudi stopnja umrljivosti prebivalcev nad 65 let je nadpovprečna (51,4, SLO 49,0). Med vzroki za smrt je v regiji delež rakastih novotvorb primerjalno med nižjimi (23,6 %, SLO 24,4), **primerjalno najvišji pa je delež bolezni obtočil** (53,8 %, SLO 43,5), **delež poškodb je primerjalno najnižji** (3,1 %, SLO 4,7). Stopnja samomorilnosti na 100.000 prebivalcev je bila leta 2003 v regiji nadpovprečna (indeks 136,5, SLO 100), k temu največ prispeva samomorilnost med moškimi (indeks 152,8, SLO 100), saj je samomorilnost med ženskami za slovenske razmere podpovprečna (indeks 70,8, SLO 100).

Po številu osebnih avtomobilov na prebivalca je bila po podatkih iz leta 2003 regija na šestem mestu (0,43, SLO 0,45). Po deležu izdanih gradbenih dovoljenj na ravni Slovenije je bila

regija s 4 % na osmem mestu. **Od vseh izdanih gradbenih dovoljenj je bilo 50 % izdanih za stanovanjski namen, kar je primerjalno najnižji delež (SLO 64), 50 % pa za nestanovanjski namen, kar je primerjalno največ (SLO 36).**

V regiji ima po podatkih iz leta 2003 32 % prebivalstva nad 15 let največ osnovnošolsko izobrazbo (SLO 30 %), 60 % srednješolsko (SLO 56 %), 3 % višješolsko (SLO 5 %) in 5 % visokošolsko ali podiplomsko izobrazbo (SLO 8 %). **Po deležu študentov s stalnim prebivališčem po podatkih 2003/04 je regija po študentih višjih strokovnih šol med regijami primerjalno na prvem mestu (20 %, SLO 11 %), po deležu dodiplomskih študentov z visokošolskih zavodov pa na zadnjem mestu (77 %, SLO 84 %), na zadnjem mestu je tudi po deležu podiplomskih študentov (4 %, SLO 6 %).**

Regija je po študentih višjih strokovnih šol primerjalno na prvem mestu (20 %, SLO 11 %), po deležu dodiplomskih študentov na zadnjem mestu, na zadnjem mestu je tudi po deležu podiplomskih študentov.

Po podatkih za leto 2004 (SLO 10,6) je stopnja prijavljene brezposelnosti 13,0 %, kar regijo uvršča na četrto mesto po najvišji stopnji brezposelnosti. V regiji je primerjalno **najvišji delež dolgotrajno brezposelnih** (50,5 %, SLO 48,9), za slovenske razmere nadpovprečen je tudi delež žensk med brezposelnimi (56,2 %, SLO 53,1), **delež brezposelnih mladih pa je primerjalno najnižji** (18,2 %, SLO 22,5). Za regijo je značilen visok delež brezposelnih z najnižjo stopnjo izobrazbe (45,3 %, SLO 41,6), razmeroma nizek pa je delež brezposelnih z najvišjo izobrazbo (5,8 %, SLO 7,2). Delež starejših od 40 let je v regiji visoko nadpovprečen (48,7 %, SLO 42,8), visoko nadpovprečen je tudi delež iskalcev prve zaposlitve med brezposelnimi (29,7 %, SLO 25,2). V primerjavi z EU je po podatkih za leto 2003 v regiji najugodnejši delež brezposelnih med mladimi (indeks 95,7, EU-25 100), stopnja brezposelnosti žensk je nad evropskim povprečjem (indeks 103,0), skupna stopnja brezposelnosti pa malo pod evropskim povprečjem (indeks 96,7). Stopnja prijavljene ali formalne zaposlenosti je v regiji pod slovenskim povprečjem (53,8 %, SLO 55,7), prav tako stopnja prijavljene ali formalne aktivnosti (61,9 %, SLO 62,3 %). Delež delovnih mest za formalno delovno aktivno prebivalstvo, ki se imenuje tudi indeks dnevne migracije, je v regiji 86,1 (SLO 100), kar regijo uvršča na deseto mesto. Primanjkljaj delovnih mest nad aktivnim prebivalstvom je v Spodnjeposavski regiji primerjalno med najvišjimi in znaša -25,1 % (SLO -10,6).

***Nadpovprečen delež žensk med brezposelnimi.
Najnižji delež med mladimi brezposelnimi v Sloveniji.***

71 % zaposlenih po podatkih za leto 2003 dela v podjetjih, družbah in drugih organizacijah (SLO 81), **13,6 % zaposlenih dela pri samozaposlenih, kar je primerjalno najvišji delež (SLO 8)**, 6,8 % zaposlenih je samostojnih podjetnikov posameznikov (SLO 5,6), 8,3 % zaposlenih je kmetov (SLO 3,6).

Pregled bruto dodane vrednosti v osnovnih cenah po podatkih iz leta 2002 po dejavnostih v regiji pokaže, da so nadpovprečni prispevki primerjalno po regijah pri oskrbi z elektriko, plinom in vodo 19,9 % (SLO 3,1), v kmetijstvu, lov, gozdarstvu in ribištvo 6,5 % (SLO 3,1), gradbeništvo 6,2 % (SLO 5,6 %) in gostinstvu 2,6 % (SLO 2,2). Indeks bruto domačega proizvoda na prebivalca po regijah je po podatkih za leto 2002 v tej regiji 84 (SLO 100), 58 (EU-15 100) in 63 (EU-25 100). Relativen položaj regije po primerljivih podatkih iz leta 1995 se je po vseh treh primerjavah izboljšal. V primerjavi z EU-25 se je v tem času izboljšal za 7

indeksnih točk. Osnova za dohodnino na prebivalca po podatkih za leto 2003 je izražena z indeksom 85,9 (SLO 100). Indeks bruto plače na zaposlenega v letu 2004 je 90,1 (SLO 100).

***Dodana vrednost na zaposlenega v letu 2004 je malo pod slovenskim povprečjem
Regija je bila v letu 2004 investicijsko najmanj aktivna.***

Po velikosti gospodarskih družb, izraženo s sredstvi na podjetje, spada regija v letu 2004 na drugo mesto

(444.120.000 SIT, SLO 384.313.000 SIT), po številu zaposlenih na podjetje pa na deseto mesto (11, SLO 12). Po povprečnih sredstvih na zaposlenega se regija v letu 2004 uvršča na tretje mesto (41.744.000 SIT, SLO 32.654.000 SIT). Kazalniki poslovnega izida v letu 2004 kažejo, da je primerjalno seštevek neto čistega dobička in neto čiste izgube v tej regiji med najnižjimi, regija je po deležu čiste izgube poslovnega leta v celotnih prihodkih na drugem mestu (2,4 %, SLO 1,4). Gospodarnost poslovanja, izražena s poslovnimi prihodki glede na poslovne odhodke, je bila v regiji leta 2004 nadpovprečna (1,041, SLO 1,040), po donosnosti sredstev pa podpovprečna in se primerjalno uvršča na predzadnje mesto (0,008, SLO 0,026). Podobno velja tudi za donosnost prihodkov (0,015, SLO 0,029) in donosnost kapitala (0,012, SLO 0,056). Dodana vrednost na zaposlenega je bila leta 2004 v regiji primerjalno med višjimi (5. mesto), a malo pod slovenskim povprečjem (27.507 EUR, SLO 27.854 EUR). Stroški dela na zaposlenega so bili leta 2004 v regiji pod slovenskim povprečjem, delež stroškov dela v dodani vrednosti pa je bil primerjalno med najnižjimi (58,3 %, SLO 61,6). **Za regijo je značilen primerjalno najnižji delež dolga v virih sredstev (36,9 %, SLO 55,3), najnižji je tudi delež kratkoročnih obveznosti v virih sredstev**, kapitalska pokritost stalnih sredstev je v regiji nadpovprečna (83,1 %, SLO 71,4), kar jo primerjalno uvršča na šesto mesto. Med višjimi je tudi dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev in zalog (95,9 %, SLO 96,4). Regija je primerjalno nadpovprečno izvozno usmerjena (delež čistih prihodkov od prodaje na tujem trgu v celotnem čistem prihodku od prodaje je 33,3 %, SLO 28,3). Po deležu stalnih sredstev se regija uvršča na drugo mesto (75,9 %, SLO 62,7), **po deležu proizvodnih strojev, naprav in druge opreme v stalnih sredstvih pa na prvo mesto (42,9 %, SLO 16,5). Regija je bila v letu 2004 investicijsko najmanj aktivna** (investicijski izdatki 5,9 %, SLO 14,4), po bruto dodani vrednosti na prebivalca se uvršča na predzadnje mesto (3.776 EUR, SLO 6.526 EUR, indeks 57,8). V Spodnjeposavski regiji je bil leta 2004 neto čisti dobiček poslovnega leta med najnižjimi (10. mesto, 13.129.423 EUR), prispevek regije k neto čistemu dobičku Slovenije je bil le 0,8 %.

Priloga št. 6: Seznam dodeljenih sredstev na podlagi Javnega razpisa za dodelitev sredstev za razvoj iz občinskega proračuna občine Brežice

Zap.št.	Naziv podjetja	Namen (polni naziv namena)	Višina dodeljenih sredstev v €
1	Kovis d.o.o.	Sofinanciranje investicij	5.710
2	Kovis d.o.o.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	1.976
3	KOP Bežice d.d.	Sofinanciranje investicij	5.710
4	KOP Bežice d.d.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	3.205
5	KOOP trgovina d.o.o.	Sofinanciranje investicij	5.710
6	Robert Baškovič s.p.	Sofinanciranje investicij	1.449
7	Cerjak Brod Polona s.p.	Sofinanciranje investicij	1.678
8	Cetin Jože s.p.	Sofinanciranje investicij	250
9	Slavko Derenda s.p.	Sofinanciranje investicij	1.277
10	Slavko Derenda s.p.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	1.149
11	Keber Damjan s.p.	Sofinanciranje investicij	303
12	Lubšina Jožica s.p.	Sofinanciranje investicij	2.228
13	Oštir Johanes s.p.	Sofinanciranje investicij	278
14	Škaler Dejan s.p.	Sofinanciranje investicij	189
15	Vukovič Miroslav s.p.	Sofinanciranje investicij	322
16	Vukovič Miroslav s.p.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	575
17	Kocjan Stane s.p.	Sofinanciranje investicij	1.514
18	BLAS-TIP Blažinč Srečko s.p.	Sofinanciranje investicij	2.072
19	Cizl Zvonko s.p.	Sofinanciranje investicij	5.652
20	Univerzal d.o.o.	Sofinanciranje investicij	1.437
21	Jože Glogovič s.p.	Sofinanciranje investicij	738

22	Gradbena mehanizacija Robert Zorko s.p.	Sofinanciranje investicij	5.515
23	Kovinocrom d.o.o.	Sofinanciranje investicij	3.784
24	Koving Bizjak Marjan s.p.	Sofinanciranje investicij	1.445
25	Region d.o.o.	Sofinanciranje investicij	225
26	Region d.o.o.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	1.215
27	Gemis d.o.o.	Sofinanciranje investicij	4.943
28	Reklame Žarn Franci Žarn s.p.	Sofinanciranje investicij	478
29	Reklame Žarn Franci Žarn s.p.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	2.251
30	Posavc d.o.o.	Sofinanciranje investicij	1.614
31	Fomes gradbeništvo d.o.o.	Sofinanciranje investicij	2.370
32	TA-regulator d.o.o.	Sofinanciranje investicij	5.710
33	Antares Evald Rožman s.p.	Sofinanciranje investicij	1.812
34	Škvarč Jožica s.p.	Sofinanciranje investicij	727
35	Furlan Melita s.p.	Sofinanciranje investicij	5.710
36	Furlan Melita s.p.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	1.532
37	Slobodan Olič s.p.	Sofinanciranje investicij	834
38	Edita Trebušak s.p.	Sofinanciranje investicij	291
39	Mihael Tomše s.p.	Sofinanciranje investicij	249
40	Rožman Toma s.p.	Sofinanciranje investicij	182
41	Roštohar Suzana s.p.	Sofinanciranje investicij	298
42	Ogorelc Ana s.p.	Sofinanciranje investicij	208
43	Novosel Darko s.p.	Sofinanciranje investicij	1.410
44	Damjan Racman s.p.	Sofinanciranje investicij	1.383
45	Dejan Levak s.p.	Sofinanciranje investicij	2.797

46	Dejan Levak s.p.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	11.932
47	Komočar Anton s.p.	Sofinanciranje investicij	1.698
48	Energoservis d.o.o.	Sofinanciranje investicij	4.095
49	Blažević Damir s.p.	Sofinanciranje investicij	655
50	Keržan Franc s.p.	Sofinanciranje investicij	1.497
51	Oštir d.o.o.	Sofinanciranje investicij	519
52	Stane Štefanič s.p.	Sofinanciranje investicij	379
53	Mlakar Primož s.p.	Sofinanciranje investicij	1.341
54	"Obzorje" Štrucl s.p.	Sofinanciranje investicij	5.710
55	Mraak Djukić in partnerji oblikovanje d.n.o.	Sofinanciranje investicij	144
56	Kus Marjan s.p.	Sofinanciranje investicij	2.318
57	Vino Brežice d.d.	Sofinanciranje investicij	5.710
58	Les Nasta s.p.	Sofinanciranje investicij	640
59	Črpalka d.o.o.	Sofinanciranje investicij	1.330
60	Črpalka d.o.o.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	866
61	Pekarstvo Suban s.p.	Sofinanciranje investicij	1.133
62	TMS Brežice d.o.o.	Sofinanciranje investicij	925
63	TMS Brežice d.o.o.	Sofinanciranje stroškov odpiranja novih delovnih mest, povezanih z investicijo	2.450
64	Čižmek Nataša s.p.	Sofinanciranje investicij	184
Skupaj:			133.934

Vir: Uradni list RS št.: 98, z dne 22.09.2006

PRILOGA št. 7: Projekti, sofinancirani iz Programa sofinanciranja regionalnih razvojnih programov 2005 – Spodnjeposavska regija

Zap. št.	Naslov projekta	Predvidena vrednost sofinanciranja SVLR v €	Cilji
1.	Ureditev poslovne cone Brezina	271.462	Izdelana projektna dokumentacija (idejni projekt, PGD za vodovodno, kanalizacijsko, elektro, plinsko, PTT- in ITC- ter cestno omrežje ter železniški tir) in investicijska dokumentacija (investicijski program).
2.	Poslovna cona Vrbina	486.229	Skupaj 27 ha kupljenih zemljišč, v letu 2005 6,5 hektarja novoopremljenih zemljišč, 13,1 ha v letu 2006, nova delovna mesta.
3.	Športni dom TVD Partizan Sevnica	316.049	Pridobljena nova površina za rekreacijo (1545 m ² v letu 2007), število vseh udeležencev rekreacijskih programov (3500 udeležencev v letu 2007).
4.	Celovita promocija regije Posavje	52.161	Izdelano promocijsko gradivo regije (2 publikaciji v letu 2005, 6 v letu 2006), izdelan spletni portal regije, število "obiskov" na spletnem portalu (750 v letu 2005, 4500 v letu 2006), število promocijskih dogodkov (6 v letu 2005, 14 v letu 2006).
5.	Posavska štipendijska shema	187.781	Število podeljenih štipendij (37 v letu 2005, 47 v letu 2006), število vključenih podjetij (20 v letu 2005, 25 v letu 2006).
Skupaj		1.313.684	

Vir: http://www.gzs.si/slo/regije/oz_posavje/gospodarstvo_regije/gospodarski_potencial_posavja

Priloga št. 8: Statistični indikatorji za Hrvaško

	2007	2006	2005
Število prebivalcev (v mio):	4,6	4,6	4,6
BDP (v mlrd USD po tekočih cenah):	49,183	42,788	39,015
BDP per capita (v USD):	10.692	9.302	8.481
Rast BDP (v %):	4,5	4,7	4,3
Rast industrijske proizvodnje (v %):	4,8	4,5	5,1
Stopnja nezaposlenosti (v %):	16,6	17,2	18,0
Stopnja inflacije (letno povprečje, v %):	2,3	3,2	3,3
Primarni proračunski primanjkljaj / presežek (v % BDP):	-3,2	-2,8	-4,2
Kratkoročna medbančna obrestna mera (v %):	9,4	10,1	11,2
Uvoz blaga (v mlrd USD):	24,7	21,5	18,3
Izvoz blaga (v mlrd USD):	12,2	10,4	9,0
Realna stopnja rasti izvoza blaga in storitev (v %):	7,4	7,0	4,6
Realna stopnja rasti uvoza blaga in storitev (v %):	5,9	5,7	3,5
Saldo tekočega računa (v % BDP):	-7,6	-8,1	-6,6
Povprečni menjalni tečaj (domača valuta za USD):	5,45	5,86	5,95
Povprečni menjalni tečaj (domača valuta za EURO):	7,37	7,32	7,40
Devizne rezerve (v mlrd USD):	12,6	11,2	8,8
Slovenski izvoz (v mio EUR):	-	1.464,2	1.304,2
Slovenski uvoz (v mio EUR):	-	735,7	608,9
Stopnja rizičnosti države (0-100; 0-maksimalna, 100-minimalna rizičnost):	58	58	57
Rizičnostni razred (A-E; A-minimalna, E-maksimalna rizičnost):	C	C	C

OPOMBE(2007): Podatki za leto 2007 so projekcija.

OPOMBE(2006): Podatki za leto 2006 so ocena.

vir: <http://www.izvoznookno.si>

Priloga št. 9: Podatki o poslovanju izbranih 16 malih in srednjih podjetij v Spodnjeposavski regiji v EUR

	1	2	3	4	5	6	7	8
Prihodki								
2001	1.300.092	8.102.103	127.099	2.119.225	1.016.333	652.779	211.588	
2002	2.028.630	8.192.021	105.366	3.039.856	883.563	768.444	218.978	584.996
2003	1.774.691	7.256.264	170.084	2.634.160	741.199	685.119	267.151	638.654
2004	1.983.296	6.808.817	189.701	2.637.227	580.992	1.006.647	227.683	759.287
2005	1.833.797	5.391.337	478.034	2.314.634	521.478	1.355.133	216.091	512.943
2006	1.400.830	5.027.124	483.275	2.115.164	378.639	1.572.062	242.868	637.935
Kapital								
2001	18.202	148.373	21.107	65.999	232.349	27.308	27.525	
2002	25.638	197.734	31.518	85.704	235.841	31.176	32.349	226.218
2003	28.647	199.791	45.764	99.904	223.585	37.744	33.930	178.314
2004	35.704	216.879	49.912	106.773	160.345	58.688	35.332	190.812
2005	42.167	226.632	64.860	115.966	220.748	93.640	39.276	144.954
2006	46.582	263.595	136.851	94.930	222.275	96.607	30.704	159.378
Fin.varnost								
2001	2,09	5,47	36,19	7,47	33,92	7,10	29,00	
2002	5,16	6,65	29,76	8,18	34,99	5,44	31,60	57,90
2003	3,65	8,18	32,67	9,38	35,93	7,02	32,00	41,60
2004	4,90	10,38	35,73	12,36	26,04	5,63	29,40	46,40
2005	6,13	13,35	30,20	11,72	32,17	6,25	30,80	51,30
2006	6,80	12,50	71,30	12,30	19,20	5,10	20,70	37,10
Kreditna sposobnost								
2001	0,86	5,18	18,70	3,02	3,05	1,32	1,45	
2002	0,66	6,96	0,33	4,23	3,46	1,01	2,02	1,01
2003	0,60	5,58	0,45	3,94	3,44	1,73	3,14	1,61
2004	0,71	4,58	0,52	6,41	2,48	1,47	1,91	1,34
2005	0,67	3,91	0,68	9,91	0,71	1,36	1,32	1,16
2006	0,82	6,89	1,06	10,33	0,83	1,05	1,46	1,10
Čisti dobiček								
2001	4.386	26.085	1.803	12.414	27.971	2.195	8.826	
2002	8.467	49.362	10.411	19.705	13.975	3.868	3.693	18.529
2003	5.671	2.057	14.242	16.283	-19.016	6.564	1.582	22.142
2004	7.056	17.088	4.148	6.869	-63.200	20.948	1.406	31.997
2005	6.464	9.752	14.947	9.189	371	34.952	3.943	14.982
2006	4.419	47.359	71.991	4.215	1.523	24.299	6.255	32.086
Tuji viri								
2001	602.345	2.558.905	37.223	808.851	370.243	357.248	67.238	
2002	463.254	2.775.367	74.374	945.627	397.684	541.720	70.035	164.777
2003	755.379	2.241.425	94.329	951.782	398.640	499.829	72.258	250.802
2004	689.142	1.871.332	89.781	752.608	455.333	747.838	84.481	220.452
2005	645.940	1.392.685	149.270	869.354	465.465	1.191.838	88.149	137.863
2006	635.725	1.842.522	55.095	674.253	936.622	1.789.701	117.639	270.611
Finančne obveznosti								
2001	104.102	252.650	0	64.680	34.218	131.272	36.571	
2002	127.266	273.360	0	118.711	27.909	212.076	37.790	
2003	98.014	379.415	0	147.267	27.971	164.205	26.898	
2004	108.597	0	0	122.475	0	300.822	19.341	
2005	71.074	86.204	0	160.315	0	332.540	40.143	
2006	266.054	361.680	0	129.966	438.712	999.745	41.955	
Donosnost kapitala								
2001	32,82	19,87	9,65	23,64	14,15	9,02	52,16	
2002	47,87	29,14	48,73	29,86	6,15	14,12	13,10	
2003	23,2	1,04	44,81	19,23	-8,28	20,94	4,88	
2004	24,48	8,53	9,04	6,85	-33,29	54,74	4,14	
2005	19,88	4,49	29,72	8,56	0,20	59,56	11,13	
2006	10,45	21,78	111,00	4,08	0,69	31,84	23,30	
Fin.obv/kapital								
2001	5,72	1,70	0,00	0,98	0,15	4,81	1,33	0,00
2002	4,96	1,38	0,00	1,39	0,12	6,80	1,17	0,00
2003	3,42	1,90	0,00	1,47	0,13	4,35	0,79	0,00
2004	3,04	0,00	0,00	1,15	0,00	5,13	0,55	0,00
2005	1,69	0,38	0,00	1,38	0,00	3,55	1,02	0,00
2006	5,71	1,37	0,00	1,37	1,97	10,35	1,37	0,00

	9	10	11	12	13	14	15	16
Prihodki								
2001				218.110	2.335.958	3.152.804	2.139.764	1.612.631
2002		40.639		226.168	2.154.807	3.264.997	2.696.340	1.576.092
2003		40.200		300.467	2.342.581	5.163.704	3.573.539	1.919.033
2004	50.716	77.799	71.317	249.111	2.755.625	4.476.419	3.565.444	2.163.003
2005	350.201	98.958	170.426	262.185	3.492.656	6.750.100	5.837.949	2.499.182
2006	656.855	154.921	310.936	219.984	3.859.143	6.603.234	8.564.972	2.275.451
Kapital								
2001				55.892	2.151.102	979.824	1.626.911	526.740
2002		60.398		66.057	2.354.156	1.222.772	1.801.185	535.749
2003		65.568		86.546	2.564.163	1.667.510	2.134.998	546.144
2004	4.338	78.749	1.199	98.005	1.478.514	2.073.940	2.379.252	574.992
2005	5.944	108.777	5.248	108.033	1.891.049	1.264.630	2.970.840	594.195
2006	6.850	151.378	38.399	117.059	2.010.608	1.516.333	1.956.568	431.360
fin.varnost								
2001				22,73	77,78	41,96	63,10	38,20
2002		99,30		28,15	90,33	35,31	36,00	36,40
2003		92,70		37,58	89,93	41,59	36,00	39,80
2004	40,20	69,10	13,80	44,50	48,98	22,72	40,20	32,00
2005	21,10	84,80	8,80	46,63	63,81	24,07	39,30	35,20
2006	1,80	66,10	28,20	29,40	56,60	23,90	21,60	27,70
kreditna sposobnost								
2001				10,60	1,97	1,03	1,35	1,09
2002		1,17		11,13	2,11	0,99	1,13	0,99
2003		1,85		22,08	2,34	1,02	1,09	1,03
2004	1,31	1,18	5,54	21,38	1,35	0,96	1,09	1,05
2005	1,16	1,36	14,91	25,00	2,45	0,80	1,17	1,16
2006	1,13	0,92	2,71	30,00	2,51	0,93	1,25	1,14
Čisti dobiček								
2001				12.331	351.390	270.723	23.577	16.600
2002		6.568		10.174	251.573	275.726	174.278	9.005
2003		192		20.489	88.541	444.738	333.813	10.395
2004	11.252	21.378	-3.583	11.455	170.184	431.076	244.258	28.847
2005	40.187	22.761	7.862	10.023	416.496	7.774	591.587	19.204
2006	35.565	29.575	12.432	9.026	142.263	251.703	529.711	11.693
Tuji viri								
2001				131.623	614.447	1.313.641	942.722	853.251
2002		406		130.095	251.907	2.198.080	3.186.284	936.287
2003		5.189		143.757	287.114	2.328.000	3.776.644	826.544
2004	4.999	35.159	7.494	122.245	1.539.831	3.232.357	3.538.153	1.220.264
2005	222.571	19.513	33.333	123.665	1.072.688	3.810.120	4.571.820	1.093.524
2006	368.697	77.690	97.534	120.105	1.053.034	4.010.971	6.947.429	1.123.135
Finančne obveznosti								
2001				95.314	127.692	574.896	556.535	271.390
2002				94.304	0	288.349	937.043	236.676
2003				95.898	0	576.611	866.583	271.240
2004				92.288	0	846.316	1.001.598	313.558
2005				87.377	620.835	1.503.510	1.237.072	352.503
2006				95.314	483.000	2.111.088	2.264.046	260.829
donosnost kapitala								
2001				29,27	20,19	38,73	1,52	3,36
2002				18,12	11,67	28,57	10,71	1,71
2003				30,78	3,66	36,37	18,53	1,94
2004				13,19	8,47	26,04	11,44	5,28
2005				10,21	28,21	0,47	24,86	3,34
2006				8,35	7,57	19,90	37,10	2,78
Fin.obv/kapital								
2001	0,00	0,00	0,00	1,71	0,06	0,59	0,34	0,52
2002	0,00	0,00	0,00	1,43	0,00	0,24	0,52	0,44
2003	0,00	0,00	0,00	1,11	0,00	0,35	0,41	0,50
2004	0,00	0,00	0,00	1,25	0,00	0,41	0,42	0,55
2005	0,00	0,00	0,00	0,81	0,33	1,19	0,42	0,59
2006	0,00	0,00	0,00	0,81	0,24	1,39	1,16	0,60

Vir: lastna analiza

Priloga št. 10: Anketa

Spoštovani podjetnik, spoštovana podjetnica!

Pred vami je vprašalnik, ki ga pripravljam za svojo magistrsko nalogo z naslovom Vpliv učinkovite strukture financiranja na uspešnost malih in srednjih podjetij v Posavju. Prosim vas, če obkrožite številko pred vsakim odgovorom, ki vam najbolj ustreza. Predviden čas za izpolnjevanje vprašalnika je približno 2-3 minute.

Za sodelovanje se vam vnaprej zahvaljujem in vas prav lepo pozdravljam.

Jožica Kos

1. Kako dolgo opravljate samostojno dejavnost?

1. Več kot 15 let
2. 10-15 let
3. 5-10 let
4. manj kot 5 let

2. Zakaj ste se odločili za svoje podjetje:

1. Ostal sem brez zaposlitve
2. Nezadovoljen s prejšnjim delom
3. Prijatelj mi je svetoval
4. želel sem preveriti svojo podjetniško idejo
5. želim biti samostojen
6. drugo _____ -

3. Koliko zaposlenih imate?

1. Nad 20
2. 10-20
3. 5-10
4. do 5

4. Kakšna je vaša dejavnost?

1. storitvena (opišite, trgovina, gostinstvo, svetovanje...) _____
2. proizvodna (tekstilna, kovinska, prehrabena...) _____

5. Na koga se v primeru, ko potrebujete finančni nasvet obrnete (možnih je tudi več odgovorov)?

1. Na bančnega svetovalca
2. Na računovodski servis
3. Na zunanega svetovalca
4. Na podporno okolje v Posavju (RRA, Zavod za podjetništvo in turizem...)
5. Sam se odločam
6. Drugo _____

6. Ali ste seznanjeni z vlogo podpornega okolja v Posavju?

1. da
2. ne
3. delno

7. Ali ste seznanjeni s ponudbo finančnih virov za vašo dejavnost?

1. da
2. ne
3. delno

Če ste odgovorili z **da**, vas prosim da nadaljujete tu:

7.a. Kje ste dobili informacije o ponudbi finančnih virov (možnih je tudi več odgovorov):

1. Na internetu
2. V časopisu
3. Na banki
4. Od prijateljev
5. drugo: _____

8. Katere od navedenih virov financiranja poznate in kako dobro?

	nič	le osnove	kar precej	zelo dobro poznam
1. kredit	1	2	3	4
2. leasing	1	2	3	4
3. faktoring	1	2	3	4
4. odlog dobavitelju	1	2	3	4
5. tvegani kapital	1	2	3	4
6. poslovni angeli	1	2	3	4
7. drugo _____	1	2	3	4

9. Katere od navedenih virov financiranja ste uporabljali za svoje poslovanje in rast?

	Nikoli	občasno	Želel pa nisem dobil	pogosto
1. kredit	1	2	3	4
2. leasing	1	2	3	4
3. faktoring	1	2	3	4
4. odlog dobavitelju	1	2	3	4
5. tvegani kapital	1	2	3	4
6. poslovni angeli	1	2	3	4
7. drugo _____	1	2	3	4

10. Ali je po vašem mnenju v Posavju več pomoči in podpore podjetnikom s strani finančnih in svetovalnih institucij kot v preteklih letih?

1. Da – kratko navedite razlog

2. Ne – kratko navedite razlog

11. Če bi imeli možnost vsaj enkrat letno brezplačno poslušati naslednja predavanja na temo financiranja vašega podjetja, katero temo bi izbrali (možnih je tudi več odgovorov):

1. Kratkoročno financiranje – financiranje obratnega kapitala?
2. Dolgoročno financiranje – financiranje investicijskih projektov?
3. Kako se pripraviti na razgovor s ponudnikom financiranja?
4. Kriteriji ugotavljanja kreditne sposobnosti podjetnika z vidika ponudnika financiranja?
5. Leasing
6. Faktoring
7. Sklad tveganega kapitala
8. Drugo: _____

12. Vaš spol:

1. M
2. Ž

13. Vaša starost:

1. Nad 50
2. 40-50
3. 30-40
4. do 30

Vaše pripombe oz. predlogi za izboljšanje možnosti financiranja malih in srednjih podjetij v Posavju:
