

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

MAGISTRSKO DELO

**POLITIKA POSPEŠEVANJA PODJETNIŠTVA V MALIH IN
SREDNJIH PODJETJIH S Poudarkom NA PODPORNih
STORITVAH**

Ljubljana, januar 2004

Alojzija Sever

IZJAVA

Študentka Alojzija Sever izjavljam, da sem avtorica tega magistrskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom doc. dr. Boštjana Antončiča in skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 9. februarja 2004

Podpis:

KAZALO

UVOD.....	1
1 VLOGA DRŽAVE PRI SPODBUJANJU GOSPODARSKEGA RAZVOJA.....	3
1.1 OPREDELITEV POJMA PODJETNIŠTVO IN PODJETNIK	6
1.1.1 Vloga podjetništva v gospodarskem razvoju.....	8
1.2 OPREDELITEV POJMA MALO IN SREDNJE PODJETJE	8
2 POMEN MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ ZA GOSPODARSKI RAZVOJ.....	9
2.1 VPLIV MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ	9
2.1.1 Vpliv na zaposlovanje	10
2.1.2 Vpliv na učinkovitost gospodarstva	10
2.1.3 Vpliv na regionalno strukturo gospodarstva.....	10
2.1.4 Prispevek na področju inovacij.....	10
2.1.5 Povečanje dohodka v regiji.....	11
2.1.6 Gojišče novih velikih podjetij.....	11
2.2 DRŽAVNA PODPORA MALIM IN SREDNJIM PODJETJEM	11
3 POLITIKA EVROPSKE UNIJE DO MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ.....	14
3.1 PRAVNI IN POLITIČNI OKVIR ZA POSPEŠEVANJE RAZVOJA MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ	15
3.2 OKOLJE ZA POSLOVANJE MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ	16
3.2.1 Promocija podjetništva	16
3.2.2 Zakonodaja in predpisi	16
3.2.3 Izobraževanje za podjetništvo	17
3.2.4 Administrativni postopki	17
3.2.5 Informiranje in on-line dostop.....	17
3.2.6 Davčna politika.....	18
3.2.7 Viri financiranja.....	18
3.3 PODPORNE STORITVE V EVROPSKI UNIJI.....	18
3.4 POLITIKA POSPEŠEVANJA PODJETNIŠTVA NA IRSKEM	21
3.4.1 Podporne storitve na Irskem.....	25
3.5 POLITIKA POSPEŠEVANJA PODJETNIŠTVA NA FINSKEM	27
3.5.1 Podporne storitve na Finskem	32
3.6 POLITIKA POSPEŠEVANJA PODJETNIŠTVA V AVSTRIJI.....	33
3.6.1 Podporne storitve v Avstriji.....	37
3.7 POLITIKA POSPEŠEVANJA PODJETNIŠTVA V NEMČIJI.....	38
3.7.1 Podporne storitve v Nemčiji.....	41
4 POLITIKA POSPEŠEVANJA RAZVOJA MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ V SLOVENIJI	43
4.1 STRATEGIJA RAZVOJA MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ V SLOVENIJI	44
4.1.1 Okolje za poslovanje malih in srednjih podjetij	46
4.2 POLOŽAJ MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ V SLOVENIJI	46
4.3 MSP IN VSTOP SLOVENIJE V EU	52
4.3.1 Možnost sodelovanja malih in srednjih podjetij v programih EU	53
4.4 OBLIKE PODPORE RAZVOJU MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ.....	53
4.4.1 Pospeševalna mreža za mala in srednja podjetja	53
4.4.1.1 Mreža lokalnih in regionalnih podjetniških centrov Slovenije.....	54
4.4.1.2 Sekcija podjetniških svetovalcev Slovenije	55
4.4.1.3 Mreža Evro Info Centrov Slovenije	55
4.4.1.4 Partnerji pospeševalne mreže za malo gospodarstvo in drugi ponudniki podpornih storitev	55
4.4.1.5 Podjetniški center za malo gospodarstvo	58

4.5 DRUGI PROGRAMI V PODPORO RAZVOJU PODJETNIŠTVA	58
4.5.1 Vavčerski sistem svetovanja in usposabljanja	58
4.5.2 Antibirokratski program in projekt Vse na enem mestu	59
4.5.3 Podpore razvoju inovativnosti	59
4.5.4 Nove oblike financiranja malih podjetij	60
4.5.5 Razvoj podjetniške kulture	60
4.5.5.1 Razvoj podjetnosti in ustvarjalnosti mladih	60
4.5.5.2 Uvajanje dela na domu in dela na daljavo	61
4.5.5.3 Poklicno uveljavljanje žensk	61
4.5.5.4 Razvoj podjetniške prenove podeželja	61
4.5.5.5 Promocija podjetništva	61
4.5.6 Mednarodno sodelovanje	61
4.6 POVPRASEVANJE PO PODPORNIM STORITVAH	62
4.6.1 Sodelovanje s podpornimi službami	62
4.6.2 Zavest o prisotnosti podpornih storitev	65
4.6.3 Vsebina podpornih storitev	67
4.6.4 Pogoji in izvajanje podpornih storitev	68
4.6.5 Prihodnji potencial na tržišču podpornih storitev	71
4.7 PRIMERJAVA MED SLOVENIJO, AVSTRIJO, FINSKO, IRSKO IN NEMČIJO	72
4.7.1 Povpraševanje po podpornih storitvah	74
4.7.1.1 Sodelovanje s podpornimi službami	74
4.7.1.2 Zavest o prisotnosti podpornih storitev	76
4.7.1.3 Vsebina podpornih storitev	77
4.7.1.4 Pogoji in izvajanje podpornih storitev	79
4.8 PRIPOROČILA ZA NADALJNI RAZVOJ	80
SKLEP	82
LITERATURA	85
VIRI	87

KAZALO SLIK

Slika 1: Vpliv države na razvoj	4
Slika 2: Podjetniški odločitveni proces	7
Slika 3: Sestavine uspešne državne podpore podjetjem	12
Slika 4: Organizacije, ki imajo določene oblike pomoči oz. programe storitev za MSP	13
Slika 5: Ustanovitve in prenehanja poslovnih subjektov od leta 1990 do 2002	47
Slika 6: Ovire na poti rasti	47
Slika 7: Ovire, ki preprečujejo ali ovirajo poslovanje s tujino	51
Slika 8: Razlogi za izbiro podjetniške kariere	52
Slika 9: Stopnja sodelovanja podjetij s podpornimi službami	63
Slika 10: Stopnja sodelovanja podjetij po velikosti s podpornimi službami	63
Slika 11: Glavni razlogi, da podjetja ne uporabljajo podpornih storitev	64
Slika 12: Glavne težave pri uporabi podpornih storitev	64
Slika 13: Stopnja informiranosti podjetij	65
Slika 14: Stopnja informiranosti najmanjših podjetij o podpornih storitvah	65
Slika 15: Vrste promocijskih aktivnosti, ki so priljubljene v podjetjih	66
Slika 16: Ravni, na katerih si podjetja želijo prisotnost podpornih storitev	66
Slika 17: Potreba po različnih vrstah podpornih storitev	67
Slika 18: Potrebe po zunanji podpori po poslovnih področjih	68
Slika 19: Stopnja zadovoljstva podjetij	69
Slika 20: Zadovoljstvo pri uporabi podpornih storitev po različnih vidikih	69
Slika 21: Oblika komunikacije s ponudnikom storitev, ki jo imajo podjetja najraje	70
Slika 22: Način plačila, ki ga imajo podjetja najraje	70
Slika 23: Kriteriji, ki za podjetja pomenijo zagotovilo visoke kvalitete	71
Slika 24: Shema potenciala na tržišču podpornih storitev v Sloveniji	71
Slika 25: Stopnja sodelovanja podjetij po velikosti s podpornimi službami	75
Slika 26: Najpomembnejši razlogi, da podjetja ne uporabljajo podpornih storitev	75
Slika 27: Največje težave pri uporabi podpornih storitev	76
Slika 28: Stopnja informiranosti podjetij	76
Slika 29: Stopnja informiranosti podjetij o podpornih storitvah glede na velikost podjetij	77
Slika 30: Potreba podjetij po različnih vrstah podpornih storitev	78
Slika 31: Potreba podjetij po zunanji podpori na poslovnih področjih	78
Slika 32: Stopnja zadovoljstva podjetij	79
Slika 33: Zadovoljstvo pri uporabi podpornih storitev po različnih vidikih	80

KAZALO TABEL

Tabela 1: Opredelitev mikro, malih in srednjih podjetij v EU	8
Tabela 2: Število gospodarskih subjektov glede na število zaposlenih v njih v letu 2002	46
Tabela 3: Problemi pri poslovanju malih in srednjih podjetij	49
Tabela 4: Najbolj potrebne oblike pomoči	50
Tabela 5: Oblika poslovanja s tujimi partnerji	51
Tabela 6: Število anketiranih podjetij po velikosti	62
Tabela 7: Pomembnejši makroekonomski kazalci EU-15, Avstrije, Finske, Irske, Nemčije in Slovenije	73
Tabela 8: Stopnja sodelovanja podjetij po državah	74
Tabela 9: Stopnja informiranosti o podpornih storitvah po državah	77
Tabela 10: Stopnja zadovoljstva podjetij po državah	80

UVOD

Globalizacija povzroča povečano dinamiko sprememb in s tem za podjetja nepredvidljivo okolje poslovanja. Podjetja se ne znajdejo, zaidejo v težave ali celo propadejo. Posledica je nezadovoljiva gospodarska rast in porast brezposelnosti. Koncept spodbujanja gospodarstva v obliki pomoči velikim podjetjem ne zadošča, zato usmerja tudi Slovenija pospeševalno politiko podjetništva v mala in srednja podjetja, in sicer na državni, regionalni in lokalni ravni.

Mala in srednja podjetja (v nadaljevanju: MSP) so temelj zdravega gospodarstva. S svojo prilagodljivostjo, inovativnostjo in specializacijo pomembno prispevajo k ekonomskemu razvoju, pomembna pa je tudi njihova vloga pri skladnem regionalnem razvoju.

V času priključevanja Evropski uniji (v nadaljevanju: EU) mora država s posebnimi ukrepi spodbujati nastajanje in rast malih podjetij in ustvarjati podjetnikom prijazno okolje, v katerem poslujejo. Vključevanje Slovenije v EU prinaša malim podjetjem nove zahteve, pa tudi nove možnosti širitve na evropske trge in možnosti koriščenja evropske pomoči podjetnikom. Nujno je sodelovanje vseh podpornih struktur na državni, regionalni in lokalni ravni. Z obveščanjem, svetovanjem in raznimi oblikami pomoči morajo z združenimi močmi pripraviti zlasti mala podjetja na vstop v EU. Uspešna bodo na vstop pripravljena podjetja, ki bodo sposobna konkurirati na skupnem trgu. Druga bodo imela težave.

Ustvarjanje primerne okolja za razcvet podjetništva in razvoj podjetij je tudi v Evropi osrednji element javne politike pospeševanja podjetništva. Podporne storitve predstavljajo vse pomembnejši del gospodarske politike.

Namen magistrskega dela je pripraviti pregled ponudbe podpornih storitev, predvsem pa ugotoviti, kakšne so potrebe slovenskih MSP po zunanji podpori, v kolikšni meri uporabljajo razpoložljive podporne storitve in kako jih vodilni delavci oz. lastniki zaznavajo kot možen vir uspeha podjetja. Pri tem sem zasledovala naslednje cilje:

- definirati pojem podjetništva, malih in srednjih podjetij in izpostaviti njihov pomen za gospodarski razvoj države,
- zagotoviti pregled obstoječih državnih in lokalnih podpornih služb,
- s pomočjo raziskave med slovenskimi MSP ugotoviti njihove dejanske potrebe ter jih analizirati glede organizacije, promocije, vsebine in ponudbe podpornih storitev,
- primerjati politiko pospeševanja podjetništva med različnimi državami EU in Slovenijo s poudarkom na podpornih storitvah in
- ugotoviti, katere elemente podpornih storitev, ki so na voljo MSP, je potrebno izboljšati.

Cilji izhajajo iz hipoteze, da so ukrepi podpore podjetništvu povezani z razvojem podjetništva.

Pri preučevanju teme in pisanju magistrskega dela sem uporabila naslednje metode raziskovanja:

- deduktivna metoda, s katero sem spoznala dejstva iz literature,
- uporaba in analiza statističnih podatkov,
- metoda sklepanja o ključnih dilemah in metoda primarne analize, ki temeljita na anketi, izvedeni med 118 podjetji v Sloveniji,
- metoda primerjave med politikami različnih držav in
- metoda sinteze pri združevanju teoretičnih dejstev, praktičnih spoznanj in lastnih sklepanj o ustreznosti državne politike pri pospeševanju nastajanja in rasti podjetij v Sloveniji.

Magistrsko delo je razdeljeno na štiri dele. V prvem sem opredelila pojme podjetništvo, podjetnik, malo in srednje podjetje ter izpostavila vlogo države pri spodbujanju gospodarskega razvoja. V drugem delu sem izpostavila pomen MSP za gospodarski razvoj ter pomen državne podpore pri tem. Tretji del prikazuje politiko EU do MSP in je poudarek na politiki pospeševanja podjetništva, predvsem razvoju podpornih storitev na Irskem, Finskem, v Avstriji in Nemčiji. V četrtem delu sem poskušala prikazati stanje podjetništva in politiko pospeševanja v Sloveniji. Pripravila sem pregled obstoječih podpornih služb in prikazala dejanske potrebe MSP po podpornih storitvah. Zadnji del magistrskega dela je namenjen oblikovanju glavnih sklepov.

Ugotovitve, povezane s povpraševanjem po podpornih storitvah, izhajajo iz empirične analize potreb podjetij in njihovih izkušenj pri uporabi podpornih storitev. Na osnovi vprašalnika (glej Prilogo 1) sem izvedla raziskavo med slovenskimi MSP. Ugotovitve za mala podjetja z 1 do 9 zaposlenih (v nadaljevanju: mikro podjetja), mala podjetja z 10 do 49 zaposlenih (v nadaljevanju: MP (10-49)) ter samostojne podjetnike sem primerjala z rezultati raziskave na Irskem, Finskem, v Nemčiji in v Avstriji, ki jo je za potrebe Evropske komisije v letu 2002 izvedel Avstrijski inštitut za raziskave na področju malega podjetništva, po kateri sem povzela tudi del vprašalnika (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: Final Report, 2002, Priloga 2).

Dvesto podjetij, ki so bila zajeta v vzorec, sem izbrala iz registra članov Gospodarske zbornice Slovenije, med podjetji, s katerimi poslovno sodelujem, in med podjetji, v katerih so zaposleni moji prijatelji in znanci. Podjetja sem najprej poklicala po telefonu, jih seznanila z namenom in vsebino raziskave, jih prosila za sodelovanje in jim kasneje posredovala vprašalnik. Vrnjenih je bilo 118 popolno odgovorjenih anketnih vprašalnikov. Odziv je bil torej 59 %.

1 VLOGA DRŽAVE PRI SPODBUJANJU GOSPODARSKEGA RAZVOJA

Ključni ekonomski cilji, ki se med državami malo razlikujejo, so (Mramor, 1993, str. 45-47):

- gospodarska rast, ki jo merimo z rastjo bruto domačega proizvoda (v nadaljevanju: BDP),
- nizka stopnja nezaposlenosti in
- nizka stopnja inflacije.

Ekonomski cilji so med seboj močno povezani. Nizka nezaposlenost zagotavlja produktivno izkoriščenost človeških zmogljivosti, visoka pa povzroča socialne napetosti, ki privedejo do politične nestabilnosti in neoptimalnega upravljanja z državo. Posledica je nizka gospodarska rast in še večja nezaposlenost. Višja stopnja inflacije lahko na kratek rok stimulatивно vpliva na gospodarstvo, na daljši rok pa povzroča neučinkovitost v gospodarstvu, kar povečuje inflacijo. Končen rezultat je lahko negativna gospodarska rast.

Kvalitetna gospodarska rast nove ekonomije temelji na znanju, inovativnosti, informacijah in novi tehnologiji (Petrin, B. I., str. 5). Osnova je inovacija v najširšem pomenu besede, ki omogoča hiter tehnološki razvoj in od katere je odvisna sposobnost naroda, da ustvarja visoko kakovostne izdelke ob nizkih stroških. Dejavnike konkurenčnosti pa povezuje podjetništvo.

Izkušnje v okoliščinah globalne konkurence uspešnih držav kažejo, da je visoka gospodarska rast odvisna od pripravljenosti posameznikov in podjetij za tvegana vlaganja v inventivne projekte, pripravljenosti podjetij povečati učinkovitost z zmanjšanimi stroški in povečano proizvodno in zaposlitveno fleksibilnostjo in nastajanjem ustanov, ki prenašajo znanje z univerz in raziskovalnih inštitutov v proizvodnjo, ter razvojem finančnih institucij, za financiranje tveganih investicij (Petrin, 2001, str. 11). Konkurenčnost, inovativnost in podjetništvo so odvisni torej od iniciative podjetij, njihova poslovna uspešnost pa je vendarle v veliki meri odvisna od državne politike, ki s svojimi ukrepi vpliva na pogoje gospodarjenja (Petrin, B. I., str. 4, 5). Vladni ukrepi morajo biti usmerjeni v spodbujanje različnih oblik financiranja podjetij, razvoj semenskega in tvegane kapitala, oblikovanje davčne zakonodaje, ki spodbuja nove investicije, izboljšanje zaščite intelektualne lastnine, izobraževanje za podjetništvo na vseh ravneh izobraževalnega sistema, svetovanje, prilagojeno velikosti podjetja in njegovi fazi razvoja, nastajanje agencij, prilagojenih potrebam podjetništva, posebno za podjetja v težavah in novo nastala podjetja, zbiranje in analize podatkov za pomoč snovalcem podjetniške politike in nagrajevanje izjemnih dosežkov na lokalnem, regionalnem in državnem nivoju (Tyson, Petrin, Hasley, 1994, str. 178).

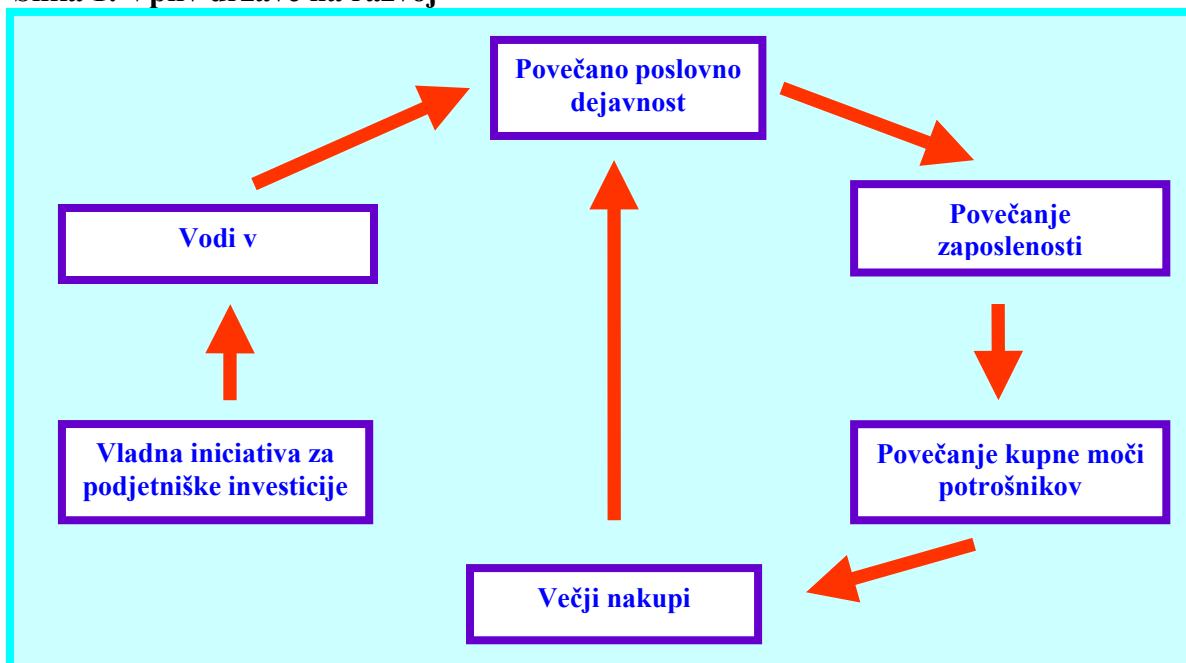
Naloge države pri ustvarjanju gospodarske rasti so (Glas, 2000, str. 3):

- spodbujanje sinteze znanja (nastaja predvsem na univerzah, inštitutih) in podjetništva,
- spodbujanje tehnološkega razvoja, ki je nosilec gospodarske rasti in pomemben dejavnik konkurenčnosti gospodarstva,

- spodbujanje sprememb gospodarske strukture, ki jo mora država z neposrednim delovanjem pospešiti.

Na razvoj vpliva tako, da z močnim impulzom sproži proces poslovne dejavnosti (glej Sliko 1), ki se nato reproducira ter širi z lastno dinamiko (Glas, 2000, str. 3).

Slika 1: Vpliv države na razvoj



r: Glas, 2000, str. 4.

Pri tem procesu so bistvene inovacije, ki se razvijejo in komercializirajo s pomočjo podjetništva, in ustanavljanje novih dinamičnih podjetij, ki kasneje preraščajo v večje.

Država mora pospeševati razvoj intelektualne infrastrukture, modernizacijo industrije, razvoj človeškega kapitala, podjetništvu prijazno okolje, ponudbo tvegane kapitala, ustvarjanje privlačne kvalitete življenja, razvoj trga za nove produkte in storitve, razvoj nove industrijske kulture in zagotavljanje boljše socialne organizacije (Glas, 2000a, str. 5, 6).

Intelektualno infrastrukturo država spodbuja z raziskovalnimi parki, raziskovalnimi konzorciji podjetij in univerz, s sofinanciranjem raziskav ter celovitimi programi, ki za uspešen razvoj potrebujejo raziskovalno univerzo, tvegani kapital, inkubatorje, svetovanje za menedžment in usposobljeno delovno silo. Pri uvajanju novih tehnologij je vloga države zlasti pomembna v malih podjetjih. S svetovanjem in prešolanjem delavcev se izboljšujejo tudi pomanjkljiva znanja o sodobni organizaciji in tehnologiji.

Izobrazba, usposobljenost in ustvarjalnost zaposlenih so lahko največje konkurenčne prednosti podjetja. Razvoj človeškega kapitala pogojuje sodobna tehnologija in nujnost, da so zaposleni motivirani. Posamezniki v organizacijah morajo postati fleksibilni, sposobni sprememb in opravljanja novih nalog. Upravljanje in izobraževanje človeških virov sta

postala bistvena za preživetje in učinkovitost organizacije. Potreba po učenju in razvoju ni zgolj stvar posameznikov in njihovih delodajalcev. Postati moramo učeča se družba, v kateri obstajajo kultura učenja in možnosti za doživljenjsko učenje (Beardwell, Holden, 2001, str. 273). Pri tem pa ima država veliko vlogo. Spodbujati mora vlaganja podjetij v izobraževanje in financirati izobraževanje tistih, ki jih podjetja ne usposablajo (revne, neizobražene, odpuščene delavce) (Glas, 2000a, str. 5, 6).

Za razvoj podjetniškega okolja so pomembne podporne mreže, tvegani kapital, tehnične pomoči, inkubatorji, tehnološki parki in druge oblike podjetniške infrastrukture. Pozornost je namenjena predvsem malim podjetjem, še vedno pa je podcenjeno notranje podjetništvo v srednjih in velikih podjetjih.

Za različne oblike financiranja (semenski kapital, tvegani kapital, posojila za mala podjetja, dolgoročne oblike kreditov za rastoča podjetja, domiselne kombinacije zadolženosti in trajnih sredstev za zrela podjetja) je poleg bank, zavarovalnic, pokojninskih in investicijskih skladov ter kvazi državnih skladov bistveno pritegniti tudi privatni kapital. Doseganje hitre rasti je odvisno od partnerjev, ki nudijo kapital in pomoč pri vodenju, pri tem pa za svoje naložbe pričakujejo visoke donose (Vahčič, 2001, str. 17).

Za privabljanje podjetnikov v okolje je pomembna privlačna kvaliteta življenja v njem (kulturna razvitost, naravno okolje, posebnosti itd.). Za ohranitev privlačnosti pa je potrebno posebno pozornost nameniti tudi zaščiti okolja (Glas, 2000a, str. 5, 6).

Za nova inovativna podjetja je bistveno, da najdejo trg za nove produkte in storitve. Država jim pri tem pomaga z iskanjem trga (v državnih institucijah, vojski itd.), pri pogodbenih povezavah z večjimi podjetji in pri izvozu in prodaji v tujino (predstavitve na poslovnih konferencah, sofinanciranje nastopov na sejmih itd.).

V podjetjih se uveljavlja nova industrijska kultura, ki uveljavlja sistem sodelovanja. Delavci so vključeni v procese odločanja, omogočena je večja komunikacija, s tem pa je spodbujena delovna morala.

Boljša socialna organizacija zaradi uvedbe nove tehnologije omogoča delavcem prešolanje in jim zagotavlja dostojne plače. Država mora preko programov socialnega prilagajanja zagotavljati svetovanje pri preusmerjanju, preusposabljanju ob zapiranju podjetij ter pomoči družinam, ki so prizadete zaradi razvoja nove tehnologije.

Denarna politika je pomemben instrument za doseganje ekonomskih ciljev gospodarstva. Vpliva na različne ekonomske faktorje (obrestne mere, devizne tečaje, ekonomsko aktivnost, stopnjo inflacije ...). Spreminjanje količine denarja v obtoku mora biti ravno pravšnje, da omogoča gospodarsko rast in ne povzroča inflacije (Mramor, 1993, str. 54 in 61). Država poskuša dosežati ekonomske cilje tudi s fiskalno politiko – upravljanjem z davki, državnimi izdatki in državnim dolgom. Obe politiki imata velik medsebojen vpliv. Če sta vodeni

neusklajeno, povzročata nestabilnost v gospodarstvu (pospeševanju sledi zaviranje, pojavi se inflacija, sprememba deviznih tečajev ...).

V sodobni državi davki niso le instrument za doseg finančnih ciljev. So tudi sredstvo ekonomske, socialne in demografske politike (Ivanjko, 1999, str. 6). Država z davki vpliva na narodnogospodarsko ravnotežje in pospeševanje podjetništva. Davki so pomemben instrument politike pospeševanja podjetništva. Z davčnimi oprostitvami, olajšavami in različnimi davčnimi stopnjami, s pavšalnim plačilom davkov itd. posredno vpliva na strukturo podjetništva, z zaščitnimi carinami in različnimi davčnimi oprostitvami pa pospešuje ali zavira mednarodno menjavo. Pomembne so tudi davčne olajšave tujim investitorjem. Države, ki imajo represivne davčne stopnje za podjetja ali za fizične osebe, zatirajo nastanek novih podjetij (Antončič et. al., 2002, str. 33).

1.1 Opredelitev pojma podjetništvo in podjetnik

Podjetništvo je ustvarjanje nečesa novega, vrednega za podjetnika in javnosti, čemur podjetniki namenjajo svoj čas in prizadevanja, pri tem prevzemajo finančna, psihična in družbena tveganja in prejmejo pripadajoče nagrade v obliki denarja, osebnega zadovoljstva in neodvisnosti (Antončič et al. 2002, str. 29). Bistvo podjetništva je povečanje dodane vrednosti, ki omogoča visoke dobičke, dobro plačevanje in motiviranje zaposlenih ter plačevanje davkov, s pomočjo katerih država zagotavlja podjetju potrebno infrastrukturo (Vahčič, 2000, str. 3).

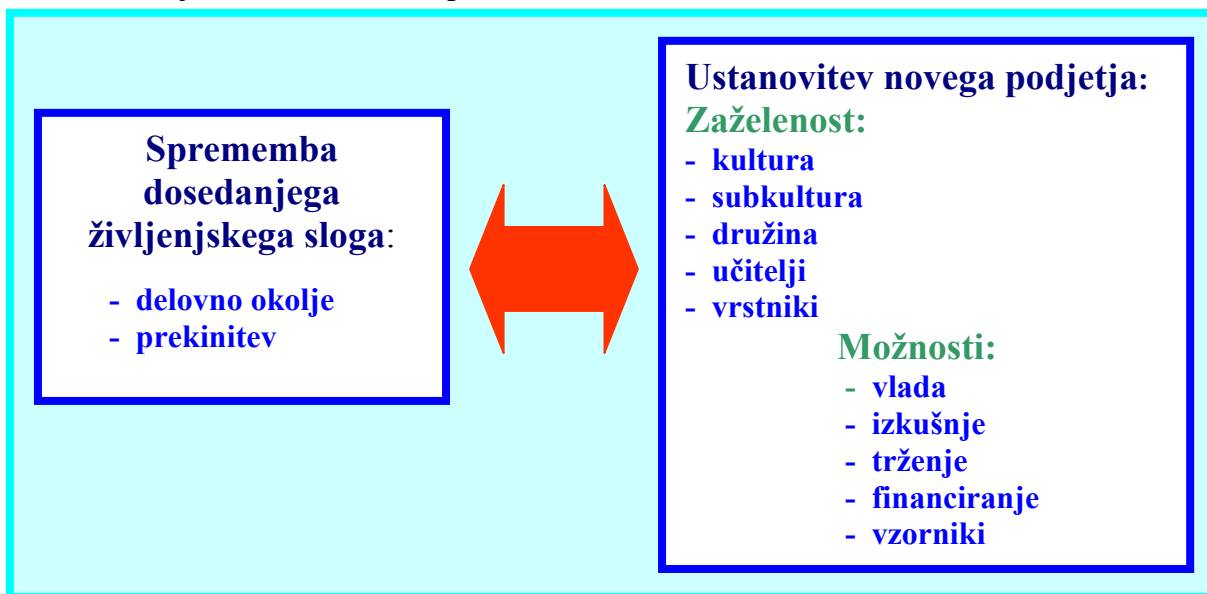
Podjetništvo je način razmišljanja in sposobnost posameznika, da neodvisno ali znotraj organizacije prepozna priložnost in jo izkoristi z namenom, da bi ustvaril novo vrednost ali ekonomski uspeh (Green Paper, 2003, str. 6). Za vstop na obstoječi trg in konkurenčnost na njem ali celo za ustvarjanje novega trga je potrebna ustvarjalnost ali inovativnost. To je potrebno povezati z dobrim vodenjem novega ali že obstoječega podjetja.

Podjetništvo je povezano z ljudmi, njihovimi odločitvami in dejanji pri odpiranju, prevzemu ali vodenju podjetja ali z njihovim sodelovanjem pri strateškem odločanju v podjetju. Podjetniki so raznolika skupina ljudi, ki prihajajo iz različnih okolij. Vendar imajo neke skupne lastnosti, kot so obnašanje, pripravljenost na tveganje, želijo biti samostojni in se samouresničiti. So gibalno tržnega gospodarstva, njihovi dosežki pa zagotavljajo blaginjo, delovna mesta in raznolikost potrošniške izbire.

Pri ustanavljanju novega podjetja in uvajanju ideje na trg se posamezniki pogosto srečujejo z različnimi ovirami (inflacija, visoke obrestne mere, slaba infrastruktura, birokratski sistemi itd.), kljub temu pa smo priča neprestanemu nastajanju novih podjetij (Antončič et al. 2002, str. 31-34). Bolj uspešne pa so tiste države, ki s hitrim odpravljanjem ovir in izboljševanjem pogojev za nastajanje novih podjetij, odpirajo možnosti za hitro uresničevanje podjetniških idej in izkoriščanje zaznanih priložnosti.

Podjetniški odločitveni proces vsebuje gibanje od sedanjega življenjskega sloga k ustanovitvi novega podjetja (glej Sliko 2). Posameznik ustanovi podjetje, ko spozna, da je ustanovitev novega podjetja zaželena in možna. Zaželenost ustanovitve novega podjetja je višja v kulturi, ki ceni ljudi, ki so uspešno ustvarili nov posel, kot v kulturi, ki tega ne ceni in v kateri je propad podjetja celo sramota. Nobena kultura pa ni povsem za ali proti podjetništvu. Na sisteme vrednot vplivajo tudi subkulture, družina, učitelji, prijatelji ... Možnost ustanovitve podjetja pa je odvisna od vlade, izobrazbe in izkušenj podjetnika, trženjskega znanja in trga, vzornikov in razpoložljivih finančnih sredstev.

Slika 2: Podjetniški odločitveni proces



Vir: Antončič et al., 2002, str. 31.

Vlada odpira možnosti za ustanovitev podjetja z ustrežno infrastrukturo. Ceste, transportni in komunikacijski sistemi, javne službe, gospodarska stabilnost, celo davčna stopnja vplivajo na ustanovitev in rast podjetij.

Mala podjetja, ki so si uspela na trgu zagotoviti ustrezen položaj, se morajo v nekem trenutku odločiti, ali bodo ohranila obstoječi obseg poslovanja ali ga bodo ob ustrezni strategiji razširila (Thompson, Strickland, 1999, str. 14). Prave podjetniške enote so tiste, ki rastejo. Rast jih razlikuje od največjega števila malih enot, ki ostajajo na ravni samozaposlovanja, in od velikih okostenelih podjetij (Glas, 2000a, str. 7). Sposobnost gospodarstva, da raste in zaposluje, je torej odvisna od sposobnosti gospodarstva, da ustvarja podjetja, ki so v začetku majhna, vendar zelo hitro rastejo in ustvarjajo večino delovnih mest (Vahčič, 1995, str. 17).

Podjetništvo je pomembno za podjetja v vseh sektorjih, tehnološko razvitih in tradicionalnih, za mala, srednja in velika podjetja in za podjetja različnih lastniških struktur (družinska podjetja, delniške družbe, javna podjetja, neprofitne organizacije ...).

1.1.1 Vloga podjetništva v gospodarskem razvoju

Obstaja tesna povezava med razvitostjo podjetništva in gospodarskim razvojem. Povečanje proizvodnje in prihodka, uvajanje sprememb v strukturo poslovanja in družbe, inovacije kot ključni dejavniki razvoja novih izdelkov ali storitev za trg in naložbe imajo velik pomen za gospodarski razvoj nekega območja. Inovacije se razvijajo in komercializirajo s pomočjo podjetniških aktivnosti, kar spodbuja gospodarsko rast (Antončič et al., 2002, str. 35, 36).

Podjetništvo je najuspešnejši način za premostitev vrzeli med znanostjo in trgom, za ustanavljanje novih podjetij in uvajanje novih izdelkov ali storitev na trg. Pri tem podjetnike pogosto ovira pomanjkanje menedžerskih znanj, trženjskih sposobnosti, finančnih sredstev in vedenja, kako navezati stike z bankami, dobavitelji, kupci, tveganimi kapitalisti, distributerji ... (Antončič et al., 2002, str. 38). Podjetništvo pomembno vpliva na celotno gospodarstvo in zagotavljanje delovnih mest.

Podjetništvo in inovativnost sta ključni gonilni sili nove ekonomije, ki spreminjata ekonomsko strukturo vodilnih držav, pa tudi ključna dejavnika njihove konkurenčne prednosti. Znatno povečujeta hitrost, s katero proizvodi višje kvalitete, proizvedeni po nižjih stroških, nadomeščajo obstoječe (Petrin, B. I., str. 4). Podjetništvo je nosilec gospodarskega razvoja, konkurenčnosti gospodarstva in zagotavljanja novih delovnih mest.

1.2 Opredelitev pojma malo in srednje podjetje

Komisija Evropske skupnosti je izdala priporočilo o enotni definiciji EU. Za mikro, mala in srednja podjetja se upoštevajo merila, navedena v Tabeli 1.

Tabela 1: Opredelitev mikro, malih in srednjih podjetij v EU

KRITERIJ	MIKRO PODJETJE		MALO PODJETJE		SREDNJE PODJETJE	
	Do 31. 12. 04	Od 1. 1. 05	Do 31. 12. 04	Od 1. 1. 05	Do 31. 12. 04	Od 1. 1. 05
Št. zaposlenih	< 10	< 10	< 50	< 50	< 250	< 250
Letni promet ali bilančna vsota	/	≤ 2 mio €	≤ 7 mio €	≤ 10 mio €	≤ 40 mio €	≤ 50 mio €
	/	≤ 2 mio €	≤ 5 mio €	≤ 10 mio €	≤ 27 mio €	≤ 43 mio €

Vir: Commission Recommendation 96/280/EC in 2003/361/EC.

Temeljno merilo je tudi merilo neodvisnosti. Lastniški delež ali glasovalne pravice enega ali več velikih podjetij mora biti manjši od 25 %, da zadosti merilu neodvisnosti (Coronna, 2002, str. 745).

S 1. januarjem 2005 bo stopil v veljavo novi predlog Evropske komisije, da se spremeni definicija malih in srednjih podjetij, in sicer se bosta zvišali zgornja meja dovoljenega letnega

prometa in bilančna vsota, opredelitev glede števila zaposlenih pa bo ostala nespremenjena, kot je razvidno iz Tabele 1.

V EU morajo splošno veljavno definicijo uporabljati vsa telesa skupnosti (npr. Evropska investicijska banka, Evropski investicijski sklad ...) v vseh programih in zakonodaji. Evropska komisija priporoča uporabo definicije tudi državam kandidatkam.

V Sloveniji se za definicijo malih in srednjih podjetij upoštevajo merila, določena v Zakonu o gospodarskih družbah. Pred spremembami in dopolnitvami so med prihodke spadali vsi poslovni, finančni in izredni prihodki, aktiva pa se je upoštevala kot povprečno stanje v poslovnem letu. Po novem pa spadajo med prihodke samo čisti prihodki iz prodaje, aktiva pa se upošteva po stanju ob koncu poslovnega leta.

Malo podjetje je podjetje, ki izpolnjuje dve od naslednjih meril:

- povprečno število zaposlenih v zadnjem poslovnem letu ne presega 50,
- čisti prihodki od prodaje v zadnjem poslovnem letu so manjši od 1.000 mio SIT,
- vrednost aktive ob koncu poslovnega leta ne presega 500 mio SIT.

Srednje podjetje je tisto, ki izpolnjuje dve od naslednjih meril:

- povprečno število zaposlenih v zadnjem poslovnem letu je večje od 50 in ne presega 250,
- čisti prihodki od prodaje v zadnjem poslovnem letu so manjši od 4.000 mio SIT,
- vrednost aktive ob koncu poslovnega leta ne presega 2.000 mio SIT.

Zakonska definicija ne omenja pogoja neodvisnosti. V tem delu se ne ujema z definicijo EU, vendar popolna skladnost niti ni zahtevana (Coronna, 2002, str. 745).

2 POMEN MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ ZA GOSPODARSKI RAZVOJ

Rast v gospodarstvu lahko dosežemo s povečevanjem števila malih podjetij ali pa na način, da mala podjetja rastejo, njihovo število pa ostane nespremenjeno. MSP predstavljajo pomemben vir delovnih mest, zaradi večje fleksibilnosti pa se hitreje prilagajajo spreminjajočemu se, konkurenčnemu okolju. S svojo prilagodljivostjo, inovativnostjo in specializacijo pomembno prispevajo k ekonomskemu razvoju, pomembna pa je tudi njihova vloga pri pospeševanju regionalnega razvoja, zlasti v regijah, ki so ekonomsko manj razvite in imajo visoko stopnjo brezposelnosti.

2.1 Vpliv malih in srednjih podjetij

Povečevanje števila malih podjetij zagotavlja konkurenčno strukturo in ustrezno fleksibilnost ter učinkovitost gospodarstva (Tajnikar, 2000, str. 11). Omogoča hitrejše prilagajanje ponudbe povpraševanju, zniževanje stroškov, večanje proizvodov in storitev, večjo

zaposlenost in proizvodnjo. Tudi rast malih podjetij povečuje zaposlenost in proizvodnjo, omogoča pa tudi tehnološke preboje in povečuje mednarodno konkurenčnost gospodarstva. Rast malega podjetja vodi do večje proizvodnje po delavcu, inovacij, tehničnih zmožnosti, organizacijskih oblik, uveljavljanja sposobnejšega menedžmenta, večje produktivnosti dela in učinkovitejše izrabe proizvodjalnih sredstev, uvajanja novih inovacij in ustvarjanja nove motivacije.

2.1.1 Vpliv na zaposlovanje

Novoustanovljena in rastoča MSP ustvarjajo veliko novih delovnih mest. Veliko jih žal tudi propade, kljub temu pa je njihov prispevek k zaposlovanju izrazit (Glas, 2000, str. 7). V državah, v katerih se je višala stopnja podjetništva, se je občutno zmanjševala tudi stopnja brezposelnosti. Na Nizozemskem je v letih 1994-1998 8 % hitro rastočih podjetij ustvarilo 60 % rasti stopnje zaposlenosti (Green Paper, 2003, str. 6)

2.1.2 Vpliv na učinkovitost gospodarstva

Razvoj MSP izboljšuje učinkovitost gospodarstva. Daje ustrezno fleksibilnost in zaokroženost in vodi do nastajanja svetovno konkurenčnih podjetij (Tajnikar, 2000, str. 14). Učinkovitost gospodarstva je v veliki meri odvisna od množice malih podjetij, ki vsak dan nastajajo in vsak dan tudi propadajo. Z nastajanjem in odmiranjem zagotavljajo gospodarstvu ustrezno fleksibilnost in prilagodljivost ponudbe naglim spremembam na strani povpraševanja (Tajnikar, 2000, str. 10).

Nove podjetniške iniciative (odpiranje novega podjetja ali preusmeritev dejavnosti že obstoječega) vzpodbudno delujejo na produktivnost in povečujejo konkurenčnost, saj prisilijo druga podjetja, da izboljšajo svojo učinkovitost ali vpeljejo inovacije (Green Paper, 2003, str. 7).

2.1.3 Vpliv na regionalno strukturo gospodarstva

Mala podjetja so geografsko razpršena in veliko prispevajo k enakomernemu regionalnemu razvoju. So pomembno dopolnilo ponudbe na regionalnem področju. Pojavljajo se kot (Glas, 2000, str. 8):

- dobavitelji večjih podjetij, in sicer kot specializirani proizvajalci delov, sklopov, proizvodnih storitev z nižjimi fiksnimi stroški kot velika podjetja,
- povezana skupina malih specializiranih podjetij in skupno razvojno in raziskovalno dejavnostjo (v nadaljevanju: R&R) in s trženjem zagotavljajo tudi zahtevne proizvode na visoki tehnološki ravni ali pa na nekem območju (npr. turističnem) pod skupno marketinško podobo zagotavljajo široko, raznovrstno ponudbo,
- ponudniki proizvodov in storitev, ki niso zanimivi za velika podjetja (tržne niše).

2.1.4 Prispevek na področju inovacij

MSP so tudi inovativna. Marsikje so dinamična, visoko tehnološka mala podjetja ključni nosilec inovacij, zlasti v obrtniški dejavnosti. Mala podjetja veliko vlagajo v diferenciacijo proizvodov, inovativne oblike distribucije in prodaje, v prilagajanje proizvodov in storitev

povpraševanju. S svojo fleksibilnostjo pospešujejo uporabo raznih novosti. Na področju raziskav in razvoja so omejena s finančnimi sredstvi in kadrovskim potencialom, kar pa zlasti ob državnih spodbudah premagujejo z mrežnim povezovanjem in ustanavljanjem R&R konzorcijev večjega števila podjetij (Glas, 2000, str. 7 in 8).

2.1.5 Povečanje dohodka v regiji

Prodor malih podjetij na tuje trge je otežen zaradi pomanjkanja finančnih sredstev, znanja, zmožnosti in izkušenj podjetnikov. Pri tem jim lahko država nudi učinkovito podporo s spodbujanjem skupnega nastopa na tujih trgih, z informacijsko podporo, z organizacijo predstavništev in poslovnih stikov itd. (Glas, 2000, str. 8).

2.1.6 Gojišče novih velikih podjetij

Mala podjetja omogočajo preizkus sposobnosti podjetnikov in privabljajo nove generacije podjetnikov, posamezna mala podjetja pa zrastejo v velika.

2.2 Državna podpora malim in srednjim podjetjem

Država mora pospeševati nastajanje podjetij in spodbujati rast MSP, s posebnimi ukrepi pa mora ustvarjati prijazno okolje, v katerem poslujejo. Politika pospeševanja podjetništva se mora izvajati na državni, regionalni in lokalni ravni.

Na razvoj MSP lahko država vpliva z:

- makroekonomske politike, predvsem s stabilnim gospodarskim okoljem,
- zakonodajo, ki ustvarja ugodne razmere za MSP,
- oblikami podpore, ki so naravnane na probleme MSP,
- promocijo podjetij in podjetništva ter razvojem podjetniške kulture (Glas, 2000, str. 11).

Gibb meni, da državna politika lahko oblikuje zdravo okolje za razvoj malega gospodarstva s spodbujanjem (Glas, 2000, str. 12):

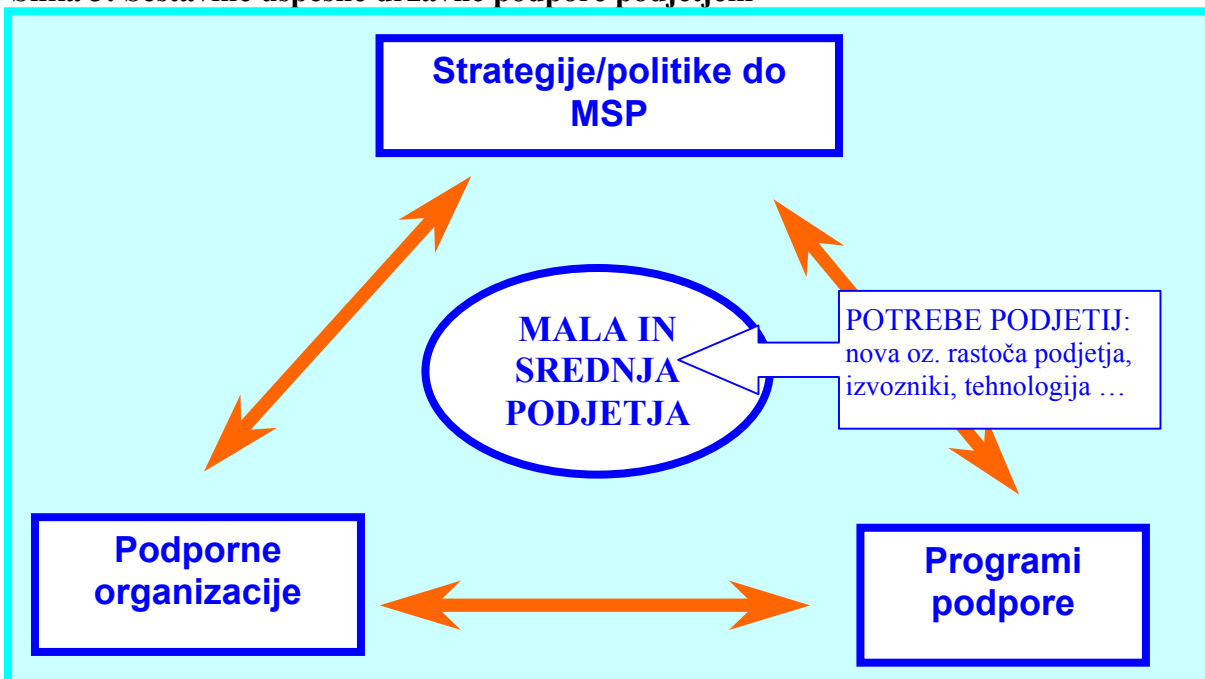
- kulture v družbi, ki podpira podjetništvo v izobraževanju, poslovnem svetu, zakonodaji itd.,
- nastajanja malih podjetij, ki naj presega število ukinitiv,
- močne rasti malih podjetij na temelju prizadevanja podjetnikov in programov prestrukturiranja in internacionalizacije,
- razvoja mreže, ki zastopa interese podjetništva pri pripravi zakonodaje, poslovnih storitvah in podpornih organizacijah.

Ker so MSP pri svojem poslovanju občutljiva, za razvoj gospodarstva pa zelo pomembna, potrebujejo poseben pristop. V ta namen imajo države posebne institucije, ki MSP nudijo svetovanje, izobraževanje, tehnično pomoč itd.

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

doseženo ustrezno razmerje med stroški pomoči in njeno učinkovitostjo, mora država postaviti jasne cilje svoje politike, identificirati ustrezne programe, s katerimi bo zastavljene cilje v ustreznem času dosegla, in določiti učinkovite mehanizme (podporne organizacije) za izvajanje teh programov (glej Sliko 3).

Slika 3: Sestavine uspešne državne podpore podjetjem



Vir: Glas, 2000, str. 12.

Država lahko nudi podporo podjetjem na nacionalni, regionalni in lokalni ravni, in sicer:

- **s podporo posameznim podjetjem v obliki ugodnih posojil** (subvencioniranje obrestne mere, manjše garancije, daljši roki odplačil), davčnih olajšav, ugodnega obračunavanja amortizacije, nepovratne pomoči pri zaposlovanju, ugodne prodaje ali najema prostorov in opreme,
- **z razvojem poslovne infrastrukture** - posebnih finančnih institucij (skladov), zbornic, tehnoloških centrov, inkubatorjev, poslovnih con itd.

Oblike podpor pa lahko delimo tudi na:

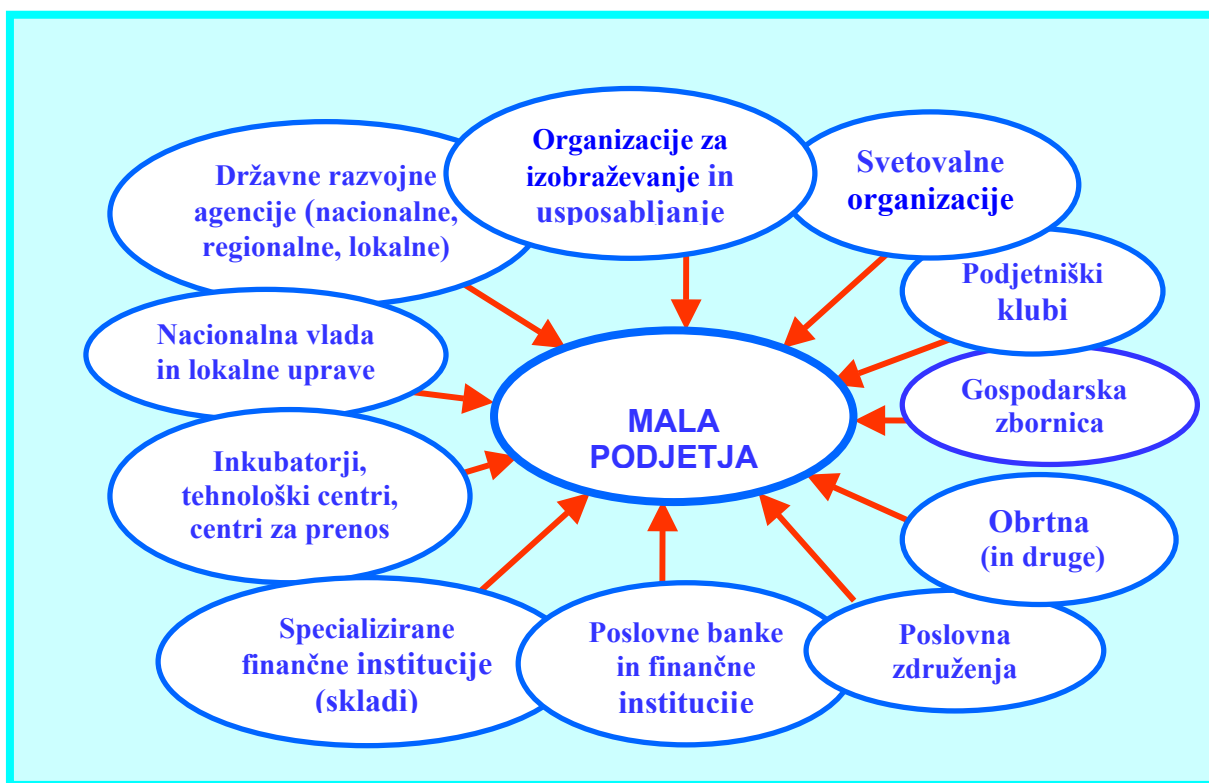
- **trde oblike podpore** (finančne podpore po ugodnejših pogojih, dostop do prostorov oz. lokacij po ugodni ceni ...) in
- **mehke oblike podpore** (informiranje, usmerjanje, svetovanje, usposabljanje).

Za mala podjetja v fazi nastajanja in rasti, predvsem v kritičnih trenutkih njihovega razvoja so mehke oblike podpore zelo pomembne. Nadomeščajo manjkajoče izkušnje podjetnikov in zmanjšujejo tveganja, porabo sredstev in časa. Institucionalna mreža, ki z mehкими oblikami pomoči usposablja podjetja za učinkovitejše preživetje, s svojim delovanjem povzroča dokaj visoke fiksne stroške, zaradi katerih so pogosto tarče kritike politikov in podjetnikov, ki menijo, da bi bile bolj učinkovite neposredne oblike pomoči podjetnikom.

Pri podpornih storitvah se proizvajajo neotipljivi izdelki oz. storitve. Produkt je dejansko nasvet, ponujen stranki. Končni izdelek je neka sprememba v poslovanju, ki jo je težko definirati, izmeriti ali ovrednotiti. Pred odločitvijo stranka produkta ne more videti, okusiti ali preizkusiti. Iskati si morajo nadomestna zagotovila pri ocenjevanju, ali bo svetovalec opravil obljubljeni delo. Pogosto se zgodi, da ima svetovalec določeno predstavo o produktu, strankina predstava o resnični vrednosti produkta pa je povsem drugačna. Mnogokrat je svetovalec edina oseba, ki je sposobna oceniti, kakšne storitve stranka pravzaprav potrebuje. Razmišljati mora o stvareh, ki se jih stranka morda ne zaveda, in tako pomaga odkrivati njene možnosti in potrebe (Kubr, 1996, str. 487, 488).

Podjetja običajno posežejo po podpornih storitvah v kritičnih trenutkih svojega razvoja (ko se podjetja ustanovlja, ko se pojavi možnost rasti, ko nastopijo težave, ko se prvič razmišlja o izvozu, ko se podjetje pripravlja na predajo ...). Takrat je pomoč podpornih služb odločilnega pomena.

Slika 4: Organizacije, ki imajo določene oblike pomoči oz. programe storitev za MSP



Vir: Glas, 2000a, str. 36.

Številne institucije imajo dolgo tradicijo (gospodarske zbornice, obrtne zbornice ...), mnoge pa nastajajo na novo. Potrebna je njihova koordinacija in organizacija. V tržnih gospodarstvih se pojavljajo komercialni ponudniki storitev in institucije, ki zagotavljajo državno podporo (Glas, 2000a, str. 35). Vse so vsaj deloma povezane z državo (glej Sliko 4).

Koristno je, da država organizira oblike podpore, ki zagotavljajo (Glas, 2000a, str. 40):

- razvoj poslovnega okolja, ki spodbuja podjetništvo,

- poenostavljanje postopkov, davčne olajšave,
- spodbujanje nastajanja novih enot,
- dostop do finančnih virov,
- informacije, svetovanje, usmerjanje,
- pomoč pri reševanju tehničnih in tehnoloških problemov,
- povezovanje MSP in večjih podjetij,
- razvoj distribucijskih mrež in podpora pri internacionalizaciji poslovanja.

V času naraščajoče konkurence in moderne ekonomije podporne storitve pridobivajo pomen, njihovo spreminjanje pa narekujejo številni faktorji (Creating Top-Class Business Support Services, 2001, str. 4, 5):

- razvoj informacijske in komunikacijske tehnologije, proces globalizacije in nove poslovne strategije,
- spoznanje, da so dotacije in subvencije v mnogih primerih neprimerne oblike podpore,
- zavedanje soodvisnosti različnih oblik podpor (npr. finančna podpora gre lahko v nič, če je ne spremlja napredek v upravljanju, ki se ga lahko zagotovi s pomočjo podpornih storitev) in
- zahteve po vrednotenju učinkov porabljenih javnih sredstev (ali so bila uporabljena uspešno in učinkovito).

Država je bolj podjetniška, če ima razvitejšo infrastrukturo, ugodnejše demografske pogoje, razvitejši sistem izobraževanja, ugodnejšo podjetniško kulturo, več podjetniških priložnosti, ljudje pa več podjetniških lastnosti in sposobnosti (Pšeničny, Glas, 2001, str. 8).

3 POLITIKA EVROPSKE UNIJE DO MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ

V sredini prejšnjega stoletja so v večini evropskih držav prevladovala velika podjetja, sredi šestdesetih pa se je gibanje obrnilo v obratno smer. Velika podjetja so morala racionalizirati poslovanje s prestrukturiranjem, vključevanjem zunanjih sodelavcev ali z zmanjševanjem velikosti podjetja. V državah OECD je število podjetij naraslo iz 29 milijonov v letu 1972 na 45 milijonov v letu 1998 (Green Paper, 2003, str. 2).

Zaradi strukturnih sprememb v gospodarstvu so postajale vedno večja prednost Evrope dejavnosti, temelječe na znanju. Z globalizacijo se je povečal pritisk konkurence, kar je pripeljalo do selitve proizvodnje v nizko stroškovne dežele, predvsem pa povečanja proizvodnje z uvajanjem tehnoloških novosti. Oblikovanje notranjega trga EU je omogočilo trgovanje na 380 milijonskem trgu, ki se bo po pridružitvi novih članic razširil na 450 milijonskega. S tem nastaja prostor za nove podjetniške iniciative, še posebej na področju storitev. Odpiranje trga omogoča podjetjem, ki poslujejo v tržnih nišah, širitev na bolj evropski in globalni trg. Zmožnost prilagajanja na gospodarske spremembe je ključnega pomena za konkurenčnost MSP.

Evropa intenzivno pospešuje podjetništvo. Potrebuje več novih in uspešnih podjetij, ki bi bila pripravljena izkoristiti ugodnosti odpirajočega se trga in sprejemati kreativne in inovativne poslovne odločitve. Potrebuje nove podjetniške iniciative, predvsem na področju storitev.

3.1 Pravni in politični okvir za pospeševanje razvoja malih in srednjih podjetij

Leta 1986 je bila sprejeta Enotna evropska listina (Single European Act), s katero je bil postavljen temelj skupnemu trgu in razvoju podjetništva. Načrten razvoj podjetništva pa se je pričel šele v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, ko je EU spoznala, da brez ustrezno razvitega podjetništva ne bo mogla konkurirati ZDA in nekaterim azijskim državam (Hribernik, 2003, str. 30-31).

Leta 2000 je Evropski svet v Lisboni določil cilje na področju zaposlovanja, gospodarske reforme in socialne kohezije (Green Paper, 2003, str. 2). Splet instrumentov in ukrepov gospodarske in raziskovalno-razvojne ter inovacijske politike mora omogočiti, da postane Evropa do konca leta 2010 najbolj konkurenčno in dinamično, na znanju temelječe gospodarstvo na svetu, ki bo zmožno trajnostne gospodarske rasti z večjim številom boljših delovnih mest in boljšo socialno kohezijo. Leta 2001 je Svet Evrope sprejel strategijo trajnostnega razvoja in lizbonsko strategijo dopolnil z okoljsko dimenzijo. Spodbudno okolje za odpiranje in razvoj podjetij je za doseg zastavljenih ciljev najpomembnejše.

Leta 2000 je Evropski svet sprejel tudi Evropsko listino za mala podjetja (European Charter for Small Enterprises), namenjeno malim podjetjem, da bi znala izkoristiti vse prednosti na znanju temelječega gospodarstva. Mala podjetja predstavljajo hrbtenico evropskega gospodarstva (Green Paper, 2003, str. 1). So vir zaposlovanja in poslovnih idej. Le s podporo malim podjetjem Evropa lahko doseže v lizbonski strategiji ambiciozno zastavljene cilje. Zaveda se, da mora ustvariti najboljše možno okolje za razvoj malih podjetij in podjetništva. Dinamična mala podjetja se lažje prilagajajo novim tržnim potrebam in možnostim zaposlovanja in so pomemben dejavnik socialnega in regionalnega razvoja. Podjetništvo se mora prepoznavati kot vredno in produktivno življenjsko veščino, pozdravljati je potrebno uspešna podjetja, sprejemati neuspeh ter ga razumeti kot priložnost za učenje.

Lizbonsko strategijo dopolnjujejo barcelonski sklepi iz leta 2002, ki še posebej poudarjajo vzpodbujanje investicij, odpiranje novih delovnih mest ter rasti s pomočjo znanja, inovacij in poslovne dinamike.

MSP občutno prispevajo k oblikovanju delovnih mest, konkurenčnosti in gospodarski rasti EU, zato so aktivnosti, ki bi ustrezale MSP, prioriteta naloga Evropske komisije. Ta od njih pričakuje velike razvojne učinke, zato do njih vodi posebno politiko s ciljem spodbujanja ugodnega okolja, izboljšanja konkurenčnosti podjetij in internacionalizacije. Za doseg ciljev je Evropska komisija pripravila Globalni program in Večletni programi za MSP, ki sta med seboj povezana.

Globalni program je Evropska komisija sprejela leta 1994 in zajema celoten okvir podjetniške politike EU, s ciljem tesnejšega sodelovanja in partnerstva med vsemi, ki so vključeni v razvoj MSP (Sedmak, 2000). Vsebuje skupne ukrepe z državami članicami in programe Evropske komisije. Skupni ukrepi z državami članicami so namenjeni spodbujanju medsebojnega sodelovanja za poenostavitev poslovnega okolja in izboljšanja podpornih ukrepov. Programi Evropske komisije pa v okviru Večletnega programa za MSP dajejo podlago za posebne ukrepe EU za MSP. Namenjeni so neposredni in posredni podpori MSP, ne glede na njihovo dejavnost, pravno obliko ali lokacijo znotraj EU. Večletni program za mala in srednja podjetja (2001-2005) je osredotočen na izzive globalizacije in na znanju temelječe nove ekonomije in predstavlja za države članice in pristopnice orodje za doseg v Lizboni zastavljenih ciljev.

V okviru Direkcije za podjetništvo pri Evropski komisiji se izvaja politika spodbujanja podjetništva in konkurenčnosti. Dostop do finančnih sredstev, izobraževanje in usposabljanje za potrebe podjetništva, razvoj podpornih storitev za podjetja in zboljšanje poslovnega okolja in javne uprave pa so najpomembnejši cilji te politike.

Podjetniška politika je usmerjena v stopnjevanje podjetništva, podporno okolje pa je ključ do tega, da se podjetja ustanavljajo, zapirajo, prevzemajo, razcvetajo in preživijo.

3.2 Okolje za poslovanje malih in srednjih podjetij

Osrednji element javne politike spodbujanja podjetij in podjetništva je ustvarjanje ugodnega okolja za poslovanje MSP. Politika izboljševanja poslovnega okolja zajema izboljšanje interakcije med vlado in podjetji na področju predpisov, administrativnih postopkov in davkov ter neposredno zagotavljanje različnih oblik podpore. Podporni ukrepi so naravnani na potrebe MSP in uravnavanje regionalnega neravnovesja (Creating Top-Class Business Support Services, 2001, str. 3).

Pomembno vrsto podpore predstavljajo finančni ukrepi, ki vključujejo direktne subvencije, subvencionirana posojila, jamstva za posojila in čedalje več pobud, da postane tvegani kapital lažje dosegljiv. Drugo vrsto podpore, ki tudi že dolgo obstaja v evropskem prostoru, pa nudijo podporne službe v obliki različnih oblik izobraževanja, informacij, nasvetov in drugih oblik praktične pomoči.

3.2.1 Promocija podjetništva

Podjetništvo bi morali promovirati širše, s posebnim poudarkom na manj zastopanih skupinah populacije (ženske, etnične manjšine, mladi podjetniki ...). Obstoječe podporne službe ne odgovarjajo prav dobro njihovim specifičnim potrebam (Green Paper, 2003, str. 14).

3.2.2 Zakonodaja in predpisi

Ob sprejemanju novih predpisov na nacionalni ravni in ravni unije je potrebno oceniti njihov vpliv na podjetja in podjetnike in jih poenostaviti, kjer je le mogoče. Povečati je potrebno

konkurenčnost malih podjetij tudi z razbremenitvijo davčnih obveznosti. Stečajne zakone je potrebno spremeniti tako, da bo manj ovir za ponoven začetek poštenih podjetnikov, kar pa ne bi smelo vplivati na zmanjšanje interesa investorjev za investicije v nova in mala podjetja (Green Paper, 2003, str. 12).

3.2.3 Izobraževanje za podjetništvo

Evropa pospešuje podjetništvo in podpira pridobivanje znanja na vseh nivojih šolanja, podpira in promovira podjetniške pobude mladih in izobraževanje za menedžerje v malih podjetjih (European Charter for small Enterprises, 2000, str. 2). Svetovalne in izobraževalne ustanove morajo zagotavljati primerno ponudbo, prilagojeno potrebam malih podjetij v posameznih fazah razvoja. Države članice v različnih obsegi poučujejo podjetništvo v svojih izobraževalnih sistemih (Green Paper, 2003, str. 12-14). Raziskava Eurobarometra je pokazala, da 37 % Evropejcev razmišlja o tem, da bi postali podjetniki, le 15 % pa se jih odloči za uresničitev te ideje. Več verjetnosti, da nekdo postane podjetnik, je, če ima na voljo dovolj informacij o tem, kako se podjetje ustanovi, in če zaupa v svoje znanje in izkušnje. Izobraževanje naj bi prispevalo k pospeševanju podjetništva, vzpodbujanju pozitivnega razmišljanja in zavedanju o možnostih podjetniške kariere.

V sklopu univerz komisija priporoča, da je izobraževanje za podjetništvo namenjeno študentom na vseh področjih študija. Na tehničnih šolah, na primer, bi lahko z izobraževanjem za podjetništvo povezali podjetniški in tehnološki potencial. S povezovanjem izobraževanja za podjetništvo z raziskovalnimi programi bi lahko dosegli komercializacijo znanstvenih dosežkov. Inkubatorji v univerzitetnem okolju so zelo učinkoviti pri nujenju podpore novim podjetnikom. Podjetja v inkubatorjih imajo več možnosti preživetja kot tista, ki so zunaj njih. V EU jih je že več kot 850.

3.2.4 Administrativni postopki

EU spodbuja poenostavitev postopkov in zniževanje stroškov pri ustanavljanju podjetij in pri njihovem poslovanju. Podpira poenostavitev registracije preko interneta (European Charter for small Enterprises, 2000, str. 2). Po raziskavi Eurobarometra iz leta 2002, kar 69 % vprašanih Evropejcev še vedno meni, da so obstoječi administrativni postopki zelo zapleteni in predstavljajo oviro tudi pri odpiranju podjetja. Med državami članicami obstajajo velike razlike glede časa in stroškov, povezanih z odpiranjem podjetja (Green Paper, 2003, str. 11).

Predpisi so običajno enaki za podjetja vseh velikosti, zato bistveno bolj prizadenejo mala podjetja. Javni organi bi morali predpise poenostaviti, MSP pa ponuditi ustrezno administrativno pomoč (Green Paper, 2003, str. 15).

3.2.5 Informiranje in on-line dostop

Javna podjetja morajo izboljšati elektronsko komunikacijo s sektorjem malih podjetij, jim omogočiti hiter in cenejši dostop do nasvetov, oddajanja vlog, izpolnjevanja davčnih napovedi ali pridobivanja preprostih informacij preko medmrežja (European Charter for small Enterprises, 2000, str. 3).

3.2.6 Davčna politika

Sistem obdavčevanja mora nagrajevati uspeh, spodbujati ustanavljanje podjetij, njihovo rast in odpiranje novih delovnih mest. Države članice naj posebno na področju obdavčevanja upoštevajo dobro prakso. V EU je opazen trend zmanjševanja davčnih stopenj za samozaposlene in mala podjetja, uvajajo pa se tudi ukrepi za zmanjšanje davčnih obremenitev potencialno samozaposlenih. V nekaterih državah članicah ostajajo davčne stopnje visoke, kar zmanjšuje možnost podjetnikov. Tudi sistem socialne varnosti bi bil lahko bolj prilagojen potrebam podjetnikov (Green Paper, 2003, str. 12). Da bi se povečal interes zasebnih investorjev v tvegana podjetja, jim je potrebno ponuditi različne iniciative, tudi davčne olajšave.

3.2.7 Viri financiranja

Podjetniki potrebujejo denar za uresničevanje svojih idej, zato jim je potrebno omogočiti dostop do finančnih storitev:

- poiskati in odstraniti ovire za oblikovanje vseevropskega trga kapitala in uvajanje akcijskega načrta finančnih storitev in rizičnega kapitala,
- izboljšati odnos med bančnim sistemom in malimi podjetji in jim ponuditi najboljše pogoje pri pridobivanju kreditov in tveganega kapitala,
- izboljšati dostop do strukturnih skladov in izkoristiti pripravljenost Evropske investicijske banke, da poveča sredstva, dostopna podjetjem v času ustanavljanja in visokotehnološkim podjetjem (European Charter for small Enterprises, 2000, str. 3)

Dostopnost financ še vedno ostaja največja ovira za nove podjetnike. Težave nastajajo tako pri pridobivanju bančnih posojil kot pri iskanju tveganega kapitala. Banke zahtevajo pozitivno predhodno bilanco in dodatne garancije, ki jih nova podjetja običajno nimajo. V začetku poslovanja se soočajo z resnimi težavami že pri zagotavljanju sredstev za tekoče poslovanje (Green Paper, 2003, str. 10, 11). Poleg bančnih posojil bi morala nova podjetja imeti tudi boljši dostop do alternativnih virov financiranja, kot so družinski člani, prijatelji, poslovni angeli ...

Porazdelitev tveganja med banke, investitorje iz zasebnega sektorja in javne finančne institucije, specializirane za MSP ali preko vzajemnih garancijskih družb, je učinkovit način izravnavanja majhnega obsega javnih sredstev in se je izkazala za učinkovit način pridobivanja večjega obsega sredstev za podjetja v nastajanju.

3.3 Podporne storitve v Evropski uniji

Podporne storitve imajo v Evropi pestro zgodovino (Creating top-class Business Support Services, 2001, str. 6, 7). Preskrba s podobnimi storitvami je bila ena izmed funkcij trgovinskih zbornic, ki so se začele ustanovljati v začetku 19. stoletja, spodbujanje izvoza pa je bila naloga konzularnih in diplomatskih predstavništev. V drugi polovici 20. stoletja so se začele širiti različne agencije, ki so zagotavljale podporne storitve. Zaradi različne zgodovine in različnih nacionalnih ali celo lokalnih okoliščin imajo podporne službe celo vrsto

institucionalnih in funkcionalnih oblik. Pogosto je preskrba s podpornimi storitvami le del njihovih dolžnosti. Razlike v njihovem izvoru in naravi se odražajo tudi v njihovem pravnem položaju. Nekatere podporne storitve zagotavljajo vladne službe ali vladne agencije z različnimi stopnjami neodvisnosti od vlade same. Vse bolj pa podporne storitve nudijo zasebniki, ki pa morajo delovati v skladu s cilji javne politike.

Osrednji element politike pospeševanja podjetništva v Evropi je ustvarjanje primerne okolja za razvoj podjetij. Podporne storitve predstavljajo vedno pomembnejši del podjetniške politike oz. politike do MSP. Podporne storitve so se močno razširile in tako se je povečalo število agencij, ki te storitve ponujajo. Te pa imajo tudi druge cilje, npr. regijski razvoj, odpiranje delovnih mest, socialno vključevanje ... V mnogih državah je nastala zapletena množica podpornih služb, kar je potencialne uporabnike zmedlo. Potrebno je zagotoviti več skladnosti pri zagotavljanju podpornih služb. V ta namen EU s pomočjo strukturnih skladov sponzorira npr. službe Vse na enem mestu (one-stop shop).

V Evropi se veliko denarja namenja zagotavljanju podpornih služb, zato je pod drobnogledom njihova stroškovna učinkovitost. Vrednotenja učinkovitosti, ki se izvajajo na različnih ravneh in na različnih stopnjah, so še razmeroma redka in se spopadajo s celo vrsto metodoloških problemov.

Evropska komisija podpira promocijo in razvoj poslovnih inkubatorjev, ki potencialnim podjetnikom pomagajo pri ustanavljanju podjetij in jim zagotavljajo lažje preživetje in rast. Spodbuja mreženje in benchmarking med inkubatorji na evropskem nivoju. Raziskave kažejo, da 90 % podjetij, ustanovljenih v okviru inkubatorjev, posluje najmanj tri leta, stroški ustvarjanja delovnih mest pa so nižji kot pri ostalih programih. 850 evropskih inkubatorjev vsako leto ustvari 29.000 delovnih mest (Creating an entrepreneurial Europe, 2003, str. 73-77).

The Gate2Growth Incubator Forum je vseevropska mreža menedžerjev tehnoloških inkubatorjev, povezanih z raziskovalnimi inštituti in univerzami. Namenjena je doseganju visokih standardov in izmenjavi izkušenj in dobrih praks med inkubatorji in podpornimi organizacijami na evropskem nivoju.

Mrežo Euro-Info-Centrov (EIC) sestavlja 300 članov iz 38 držav. Geografska pokritost je velika, upravljajo jih javne, privatne in delno privatne organizacije, ki so namenjene potrebam MSP (gospodarske zbornice, lokalne razvojne agencije in banke). Izključno so namenjeni podjetjem. V skladu s programi in politiko skupnosti podjetja informirajo, jim svetujejo in pomagajo. So hrbtenica podpore za MSP. Vse bolj sodeluje tudi z ostalimi podpornimi mrežami, kot so Business Innovation Centres - BIG, Innovation Relay Centres -IRC in Nacional Contact Points – NCP.

Da bi ugotovila, ali obstoječe podporne storitve ustrezajo specifičnim potrebam malega podjetništva, je Evropska komisija izvedla raziskavo v vseh državah članicah in na

Norveškem (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: Final Report, 2002, str. 2, 3) in prišla do zanimivih ugotovitev.

Mala podjetja ne sodelujejo veliko s podpornimi službami. Le 20 % malih podjetij v EU in na Norveškem je v zadnjih petih letih uporabilo podporne storitve. Delež se manjša sorazmerno z velikostjo podjetja.

Ženske ter visoko izobraženi in v rast usmerjeni podjetniki znajo najbolje uporabiti podporne storitve. Stopnja sodelovanja podjetij s podpornimi službami se razlikuje glede na lastnosti lastnika ali vodilnega delavca v podjetju. Ženske podjetnice raje uporabljajo podporne storitve kot moški. Prav tako so podjetniki z višjo ali visoko izobrazbo pogosteje uporabili podporne storitve kot podjetniki z osnovno izobrazbo. Uporaba podpornih storitev je povezana tudi z rastjo števila zaposlenih. Do 30 % podjetij, ki so povečala število zaposlenih za več kot 10 %, je sodelovalo s podpornimi službami.

Oceno o potrebah po pomoči mora podati zunanji opazovalec. Večina mikro in malih podjetij ter samostojnih podjetnikov ni uporabilo podpornih storitev, ker niso čutili potrebe po zunanji podpori. Zunanji opazovalec je torej ključen pri ocenjevanju potreb po podpori malim podjetjem.

Mali podjetniki se premalo zavedajo prisotnosti podpornih storitev. Več kot tri četrtine podjetij nima dovolj informacij o prisotnosti in dostopnosti podpore v njihovem sektorju poslovanja. Evropski podjetniki so slabo informirani o podpornih storitvah.

Mala podjetja imajo raje neposreden stik s ponudniki storitev. Mali podjetniki želijo, da ponudniki storitev z njimi stopijo v neposreden stik ali jih celo osebno obišejo. Vendar pa ponudniki storitev le redko kdaj uporabijo takšne promocijske (in tudi drage) prijeme. Podporne storitve se večinoma promovira preko interneta (na ponudnikovih spletnih straneh) in v časopisih, revijah in zbornikih ali pa so predstavljene na podjetniških sejmih, razstavah in seminarjih.

Mala podjetja morda mislijo globalno, vendar delujejo lokalno. Podjetja bi najraje iskala podporne storitve na lokalni ali regionalni ravni, kar se sklada tudi z načinom trenutne organiziranosti podpornih služb. Kontaktna točka podpornih služb so decentralizirane in so dostopne na regionalni ali lokalni ravni. Pomembna je usklajenost med posameznimi službami, še posebej na regionalni ravni.

Potrebe po posameznih vrstah storitev se razlikujejo tudi zaradi lokacije podjetja. Potreba po pisarni Vse na enem mestu je večja na podeželju kot v urbanih predelih. Pristojni organi morajo zagotoviti, da imajo podjetja lahek dostop do vseh podpornih služb, ki jih potrebujejo, ne glede na geografsko lokacijo podjetja.

Mala podjetja potrebujejo več prilagojene podpore (tailor-made) in bolj usmerjene storitve. Večina podjetij izraža močno potrebo po njim prilagojeni podpori, ki bi upoštevala njihovo velikost, fazo razvoja ali področje dejavnosti. Podporne službe so večinoma usmerjene v pomoč MSP na splošno in so običajno v enaki meri namenjene vsem razvojnim fazam, s posebnim poudarkom le na podjetjih v začetni in v zgodnji fazi razvoja.

Mala podjetja niso preveč zadovoljna s stopnjo razumevanja, ki ga imajo zanje ponudniki storitev. Velika večina mikro in malih podjetij ter samostojnih podjetnikov, ki so uporabili storitve podpornih služb, je bila kar zadovoljna s svojo zadnjo izkušnjo, ni pa bila preveč zadovoljna z razumevanjem za njihovo poslovanje, ki ga je pokazal ponudnik storitev ter z učinkom podpore na njihovo podjetje.

3.4 Politika pospeševanja podjetništva na Irskem

Irška je postala članica Evropske gospodarske skupnosti v času prve širitve, leta 1973, skupaj z Veliko Britanijo in Dansko. Ko je postala članica, je bila še med najrevnejšimi evropskimi državami, danes pa predstavlja eno najhitreje rastočih gospodarstev v EU. V zadnjih petnajstih letih je doživela silovit razcvet, ki pa se pod vplivom sedanjega globalnega gospodarskega zastoja umirja. Brezposelnost je že tradicionalno na nizki ravni, vendar se tudi na Irskem zaustavlja število zaposlenih. Zaradi povečevanja irskih plač, visokih cen nepremičnin in vpliva nizkih evropskih obrestnih mer se je inflacija konec devetdesetih let hitro povečevala. V zadnjih letih pa se je začela zmanjševati.

Sredstva za prestrukturiranje gospodarstva, pridobljena iz EU, pomoč irskih izseljencev v ZDA in vladna politika privabljanja neposrednega tujega kapitala so močno vplivala na okrevanje gospodarstva. Gospodarski preporod je rezultat premišljenega vladnega programa, ki temelji na konsenzu vseh interesnih skupin v državi in na zaupanju v vlado, da bo temeljnim usmeritvam tudi sledila (Kovačič, Kapital). Načrtna politika dolgoročnega privabljanja neposrednih tujih investicij in pospeševanje izvoza je bila osnova za izboljšanje konkurenčnih prednosti države in njenega gospodarstva. Že v 80-ih letih so pospešeno vlagali v infrastrukturo in izobraževanje. Tudi v kriznem času je država pristala na zmanjšanje obdavčitve, kar je ugodno vplivalo na razvoj. Izvajajo dolgoročni program zniževanja davkov (davek na izvoz so povsem ukinili, zmanjšujejo pa tudi davek na dobiček) in skromno povišujejo plače. Najpomembnejša industrijska veja je visoka tehnologija, pomembnejši veji sta še farmacevtska in prehrabena industrija, velik delež pa prispeva k nacionalnemu dohodku tudi kmetijstvo. Z načrtnim razvojem ključnih gospodarskih panog privabljajo tuje korporacije iz teh panog in v teh smereh izobražujejo mlade.

Irška ima visoko razvito tehnologijo in obsežno raziskovalno dejavnost. Razvili so vrsto institucij za prenos znanja v gospodarstvo. Agencije skrbijo predvsem za razvoj novih tehnologij, zbirajo poslovne informacije, svetujejo in sodelujejo v mednarodnih programih, izdatno financirajo raziskovalne projekte, na strateških področjih celo v celoti, sofinancirajo štipendije mladih raziskovalcev ... V zadnjih desetih letih pospešeno vlagajo v tehnološka

področja, v katera je bilo tako na univerzah kot v podjetjih premalo vlaganj (Barovec, 2002). Z razvojem novih tehnologij omogočajo konkurenčnost podjetjem in privabljajo domače in tuje investitorje.

Irske visokošolske ustanove in univerze dve tretjini potrebnega denarja pridobijo iz državnih virov, eno tretjino pa s sodelovanjem s podjetji in iz projektov EU. V njihovem okviru uspešno delujejo inkubatorji novih podjetij. Tu so nastala tudi nekatera mednarodna podjetja, ki tudi po osamosvojitvi tesno sodelujejo z raziskovalci.

Izobraževanje za podjetništvo

Irska se zaveda pomembnega vpliva izobraževanja na razvoj podjetništva (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 37, 38). Izobraževanju za podjetništvo daje velik poudarek na vseh treh izobraževalnih nivojih. Program Bí Gnóthach je namenjen podjetniškemu izobraževanju v osnovnih šolah za 10-12-letne učence. Vzpodbuja otroke k razvijanju lastnih sposobnosti in podjetniškemu razmišljanju. Projekt za mlade podjetnike (Young Entrepreneurs Scheme) je namenjen pospeševanju podjetništva in inovativnosti med učenci višjih razredov osnovne šole in srednješolci (v starosti 12-18 let) na Irskem. Tudi irske institucije drugega in tretjega nivoja ponujajo širok spekter poslovnih izobraževalnih programov. V srednjih šolah je Irska uvedla nove predmete o podjetništvu, pri katerih poučujejo podjetniške večšine in pomagajo študentom pri upravljanju mini podjetij. Program povezovanja gospodarskega in izobraževalnega sektorja temelji na povezovanju šol in podjetij na lokalni ravni. Organizirajo usmerjene obiske v podjetjih, mentorstvo za študente, ki odpirajo in vodijo svoje podjetje v okviru šole, in izobraževanje učiteljev v podjetjih.

Nacionalne nagrade za podjetništvo so namenjene promociji podjetništva, kar je pomembno pri prepoznavanju podjetništva kot možnosti za kariero.

Program mrež za izobraževanje na delovnem mestu promovira upravljanje s človeškimi viri v podjetjih. Irski inštitut za menedžment (Irish Management Institute - IMI) nudi velik spekter kratkoročnih in dolgoročnih izobraževalnih programov za vse vidike posloводства.

FÁS, državni izobraževalni organ, je razvil program za razvoj grozdov, s katerim pomagajo lastnikom in menedžerjem malih podjetij. Program je usmerjen v podjetja v prvih letih razvoja. Omogoča jim pomoč pri financiranju, trženju, proizvodnji in nadzoru kvalitete. Pri tem upošteva posebne izobraževalne potrebe posameznega podjetja. FÁS vodi tudi podelitev irskega standarda Odličnost preko ljudi (Excellence Through People), katerega cilj je vzpodbujati organizacije k razvoju celotnega potenciala svojih uslužbencev in spodbujati okolje, da visoko ceni tiste, ki ta cilj dosežejo.

Fond za izobraževanje (National Training Fund) je financiran z državnim prispevkom za izobraževanje, ki ga plačujejo delodajalci. Namenjen je izobraževalnim ukrepom za izboljšanje kvalifikacij uslužbencev v skladu s potrebami določenega podjetja.

Program STEPS je namenjen dvigu zavesti o prednostih kariere v znanosti, tehnologiji in inženirstvu. Sklad za razvoj veščin v informacijski tehnologiji je namenjen študentom na podiplomskem nivoju.

Dostopnost financiranja za zgodnjo fazo poslovanja ter financiranje širitve in visoko tehnoloških podjetij

V zadnjih letih se je občutno povečal delež tveganega kapitala. Podjetništvo Irske (Enterprise Ireland) zagotavlja finančno pomoč za podjetja v ustanavljanju. Rizični semenski kapital je na voljo za financiranje visoko kvalificiranih posameznikov ali delovnih skupin z veliko mednarodnimi izkušnjami in poslovnimi priložnostmi z visokim potencialom rasti (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 39, 40).

Na Irskem deluje kar nekaj Centrov za poslovne inovacije (Business Innovation Centres - BIC), katerih naloga je pospeševanje ustanavljanja in razvoja MSP. Cork BIC center vodi program za poslovni razvoj in finančno podporo študentom, ki so zaposleni in želijo odpreti svoje lastno podjetje. Ključna značilnost tega programa je, da tistim, ki prekinejo delovno razmerje zaradi sodelovanja v programu, od centra prejemajo 50 % svoje prvotne plače. Podjetja morajo biti tehnološka, inovativna, s potencialom za ustvarjanje delovnih mest in izvoznim potencialom.

Program Campus Companies Programme, ki ga vodi Podjetništvo Irske, podpira razvoj obstoječih in ustanavljanje novih podjetij v okviru univerze. Finančna podpora je na voljo tudi v okviru programa Komercializacija raziskav in razvoja (Commercialisation of R&D – CORD), ki zagotavlja nepovratna sredstva za ocenjevanje komercialne možnosti preživetja inovativnih tehnologij.

Podjetništvo Irske je v sodelovanju z zasebnim sektorjem ustanovilo 12 skladov tveganega kapitala. Nekateri so usmerjeni v podjetja v sektorju visoke tehnologije in zagotavljajo kapital za ustanovitveno in zgodnjo fazo podjetij. Cilj Irske je, da bi leta 2006 investicije v tvegani kapital dosegle 0,8 % BDP.

Na Irskem deluje centralna mreža poslovnih angelov. Podjetništvo Irske vodi podatkovno bazo poslovnih angelov, ki so pripravljene investirati v MSP, v novoustanovljena podjetja in podjetja v fazi prestrukturiranja z dobrimi možnostmi uspeha.

Dostopnost raziskav in inovacij in boljši izkoristek patentov za MSP

Inovacije vpeljuje vedno več irskih MSP. Namen sklada Technology Foresight Fund je uveljaviti Irsko kot deželo raziskav in inovacij svetovnega formata. Inicijativa Raziskovalna tehnologija in inovacije (Research Technology and Innovation) je namenjena zviševanju kvalitete raziskav v irskih podjetjih (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 40, 41).

Projekti irskih MSP, ki se ukvarjajo s programsko opremo, se financirajo v okviru sheme Internacionalizacija programske opreme (Software Internationalisation). Namenjena je pospeševanju vstopa teh podjetij na nove geografske in produktne trge. Program za prenos tehnologije (Technology Transfer Initiative programme) pospešuje prenos in komercializacijo tehnologije med številnimi irskimi univerzami in irskimi MSP.

Podjetništvo Irske vodi Program za prenos tehnologije in poslovna partnerstva (Technology Transfer/Business Partnership Programme), katerega cilj je povečanje mednarodne prodaje s pomočjo prenosa tehnologij in posredovanjem pri poslovnih partnerstvih. Programi za tehnološki napredek (Programmes in Advanced Technology - PAT) predstavljajo partnerstva med Podjetništvom Irske, industrijo in šolami. Ustanovljeni so bili za potrebe ključnih tehnologij, za podporo industriji pri dostopu do novih tehnologij in izboljšanje konkurenčnosti obstoječe proizvodnje. Pokrivajo področje biotehnologije, optične elektronike, napredne proizvodnje, hidravlične in analogne elektronike, telekomunikacij, programske opreme in materialov. Podjetništvo Irske podpira tudi Program vodenja raziskav in razvoja (R&D Management Programme), ki si prizadeva za izboljšanje vodenja raziskav in razvoja v industriji, krepitev interakcije med izobraževalnimi ustanovami in industrijo in za podporo visoko strokovnim raziskovalcem. Program tehnoloških centrov (Technology Centres Programme) v okviru Podjetništva Irske, podpira razvoj centrov v sklopu univerz, usmerjenih na specifična tehnološka področja. Storitve teh centrov vključujejo raziskave in razvoj, tehnično svetovanje, testiranje, industrijsko izobraževanje in demonstracije.

Mentorska mreža (Mentor Network) podjetjem omogoča dostop do nasvetov izkušenih podjetnikov. Mentorji nudijo informacije v zvezi s financiranjem, proizvodnjo, trženjem in sistemi kvalitete, pomagajo pri ugotavljanju težav ter predlagajo rešitve. Storitve so brezplačne in temeljijo na zaupnosti podatkov. Na voljo pa je tudi poseben forum mentorjev za ustanavljanje podjetij, kjer se lahko poišče pomoč pri ustanavljanju in vodenju podjetja.

Program za krepitev zavesti o prisotnosti znanosti, tehnologije in inovacij (Science, Technology and Innovation (STI) Awareness Programme) si prizadeva usmeriti pozornost na dejavnosti in možnosti zaposlitve v tem sektorju. Vključuje shemo Nacionalne nagrade za inovativnost, s katero spodbujajo zavest o pomembnosti inovacij in priznavajo dosežke podjetij na teh področjih. Nacionalni program (National Skills Awareness Programme) se ukvarja s podobnimi dejavnostmi glede možnosti zaposlitve v sektorju elektronike, programske opreme in telestoritev.

Shema za pomoč pri varovanju intelektualne lastnine (Intellectual Property Assistance Scheme) nudi svetovanje pri zaščiti, razvoju in komercializaciji tehnologije, ki jo je možno patentirati. Zagotavlja tudi finančna sredstva za pokrivanje stroškov prijave patenta. Shema nudi svetovanje pri uporabi pravic za zaščito intelektualne lastnine, pri sporazumih o zaupnosti podatkov, licenciranju in tehničnem razvoju. Patentni urad v sodelovanju z Evropskim patentnim uradom na spletni strani nudi brezplačen dostop do več kot 30

milijonov patentnih dokumentov iz najbolj industrializiranih držav sveta in iskalno bazo podatkov.

Izboljšanje vidnosti podpornih služb

Leta 1998 je bila ustanovljena agencija Podjetništvo Irske, ki je namenjena domači industriji. Prevezela je vire prej treh ločenih organov (Forbairt, Irskega trgovinskega urada in FÁS-ov Oddelek za izobraževanje na delovnem mestu). Danes Podjetništvo Irske predstavlja bolj prirejen pristop k podpiranju malih podjetij na področju proizvodnje in mednarodno trženjskih storitev. Podjetništvo Irske deluje kot pisarna Vse na enem mestu in nudi informacije in svetovanje iz vseh vidikov poslovnih dejavnosti in organizacije.

Podjetniška povezava (Enterprise Link) je telefonska linija in internetna storitev, ki deluje kot enoten vir informacij o vseh vrstah podpore za ustanavljanje in širitev malih podjetij na Irskem. On-line storitev ponuja tudi iskalno bazo podatkov (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 41).

Izboljšanje javne uprave

S pomočjo iniciative Strategic Management Initiative - SMI naj bi uporabnikom v okviru irskih vladnih uradov in agencij zagotovili prvovrstne storitve. Zato je vlada oblikovala akcijski načrt za poenostavitev administracije, ki obsega poenostavitev interakcije z vlado, svetovanja ter pripravo bolj skladne zakonodaje. Zakonodajne predloge mora spremljati tudi standardna Kontrolna lista kvalitete uredb (Quality Regulation Checklist).

Z akcijskim načrtom uvajanja informacijske družbe na Irskem so se vladni uradi obvezali, da bodo v elektronski obliki nudili aktualne informacije in za stike s strankami uporabljali najnovejšo informacijsko tehnologijo. Urad za registracijo podjetij (Companies Registration Office - CRO) v Dublinu na svoji spletni strani nudi vse podrobnosti o svojih aktivnostih in o dokumentaciji, ki jo potrebujejo podjetja (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 42).

Irska si močno prizadeva za izboljšanje učinkovitosti administracije in storitev javne uprave. Vladni model z imenom eBroker model je namenjen integriranemu izvajanju on-line storitev za podjetja in fizične osebe. Posebno prijazna do uporabnikov je irska internetna stran BASIS, ki omogoča dostop do vseh vladnih storitev, namenjenih podjetništvu (ustanovitev podjetja, zaposlovanje, plačevanje davkov, dostop do sredstev in inovacij).

3.4.1 Podporne storitve na Irskem

Irsko gospodarstvo že od devetdesetih let naprej doživlja obsežno rast, kar je pripomoglo k ustvarjanju ugodnega okolja za mala pa tudi za večja, mednarodna podjetja. Z ustanovitvijo Podjetništva Irske leta 1998 so na irskem Uradu za podjetništvo, trgovino in zaposlovanje poskusili prilagoditi podpore storitve malim podjetjem (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: County Fishe - Ireland, 2002, str. 2, 3).

Na Irskem deluje veliko število podpornih služb. Večinoma ponujajo finančno podporo, kot npr. posojila, garancije in vse vrste denarnih nadomestil ... Zelo poudarjajo pomen zagotavljanja finančne pomoči tudi za najmanjša podjetja. Najpomembnejši javni podporni organizaciji sta Podjetništvo Irske in Mestni in občinski uradi za podjetništvo (City and County Enterprise Board).

Na Irskem prevladujejo javni ponudniki podpornih storitev, medtem ko je delež delno javnih in zasebnih ponudnikov podpornih storitev za mikro in mala podjetja ter samostojne podjetnike manjši. Službe zasebnih organizacij, ki delujejo v skladu z dogovorjeno vladno politiko, so večinoma tiste, ki so bile ustanovljene na evropski ravni, tj. Mreža evropskih poslovnih angelov (European Business Angels Network EBAN) in iniciativa Mlada poslovna Evropa (Young Enterprise Europe). Na nacionalni ravni sta znani še dve zasebni službi (The Powerhouse in Microelectronics Application Centre). Pri podporni politiki za podjetja imajo pomembno vlogo vladne agencije, kot sta Podjetništvo Irske in FAS. Med delno javne ponudnike spadata, na primer, Univerza Limerick in Center za razvoj projektov na Dublinskem tehnološkem inštitutu. Te organizacije prejemajo javna sredstva, vendar pa lahko delujejo bolj avtonomno kot podobne javne organizacije.

Podjetništvo Irske je najpomembnejši izvajalec podpornih storitev, ki se še posebej osredotoča na domača mala podjetja. Na enem mestu najdemo ponudbo širokega razvojnega paketa za marketing, tehnologijo, razvoj podjetja, izobraževanje podjetnikov, znanost in inovacije. Podjetništvo Irske svojim strankam nudi tudi storitve Vse na enem mestu. Programi, ki jih vodi in podpira Podjetništvo Irske, so večinoma na voljo centralizirano na nacionalni ravni.

Podporne službe za podjetnike najdemo večinoma na regionalni ravni, nekatere celo na lokalni ravni.

Mestni in občinski uradi za podjetništvo na regionalni in lokalni ravni nudijo podporo mikro in malim podjetjem z 10 ali manj zaposlenimi. Finančno podporo dobijo tudi od Evropske komisije. Ukvarjajo se z zagotavljanjem finančne pomoči podjetjem in nudijo podporne storitve v zvezi z vodenjem podjetja, izobraževanjem, mentorstvom in svetovanjem.

Mikro in mala podjetja so pogosto pojmovana kot podskupina MSP in so le redkokdaj predmet ločene podporne politike. Irska je veliko truda vložila v oblikovanje bolj prilagojenega in usmerjenega pristopa k pomoči za mala podjetja in zagotavljanje podpornih storitev na bolj integriran in v stranko usmerjen način. Kontaktne točke podpornih služb so večinoma organizirane decentralizirano na regionalni ravni, na nacionalni ravni pa so večinoma centralizirane, nekaj pa jih je tudi decentraliziranih na lokalni ravni. Le nekaj storitev je specifično usmerjenih v mikro in mala podjetja ter samostojne podjetnike. Večina je namenjena inovativnim, tehnološkim podjetjem ali podjetjem v začetni fazi poslovanja. Čeprav večina podpornih storitev na Irskem ni specifično usmerjena po sektorjih, je poseben poudarek dan na proizvodni sektor. Veliko število podpornih storitev je namenjenih podjetjem

v začetni fazi poslovanja ali v zgodnji fazi razvoja (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: County Fishe - Ireland, 2002, str. 27).

Podporne službe za mala podjetja na Irskem večinoma ponujajo zunanje svetovanje, nekatere pa tudi profesionalne informacije ali pa storitve na področju nepremičnin in delovnega okolja. Irski ponudniki podpornih storitev za obveščanje o svojih storitvah največkrat uporabljajo internet, zelo pogosto pa tudi oglaševanje v časopisih, preko agentov ali pa predstavitve na poslovnih sejmih. Uporaba mehanizmov za zagotavljanje kvalitete se v zadnjih letih precej promovira, in kaže, da jih irski ponudniki podpornih storitev kar pogosto uporabljajo. Cenovna politika ponudnikov storitev je še vedno precej nepregledna, sicer pa je večina uslug ponujenih brezplačno. Ponujene podporne storitve so večinoma usmerjene v podpiranje podjetništva in zagotavljanje dostopa do raziskovanja in inovacij ter izobraževanja.

Velik delež mikro in malih podjetij ter samostojnih podjetnikov na Irskem uporablja podporne storitve. V primerjavi z drugimi evropskimi državami je stopnja sodelovanja na Irskem (32 %) med najvišjimi (višja je le na Nizozemskem). Glavni razlog, da irska podjetja ne uporabljajo podpornih storitev, je, da ne vidijo potrebe po zunanji pomoči, pomemben razlog pa je tudi pomanjkanje zavesti o prisotnosti in dostopnosti ustrezne zunanje podpore. V povprečju je stopnja informiranosti irskih podjetij precej nizka, vendar še vedno nad evropskim povprečjem. Podjetja so dobro obveščena o prisotnosti in dostopnosti podpornih storitev.

90% mikro in malih podjetij ter samostojnih podjetnikov, ki so v zadnjih petih letih uporabili storitve podpornih služb, je precej zadovoljnih z opravljenimi storitvami. Stopnja zadovoljstva je višja le na Portugalskem. Irska podjetja so še posebej zadovoljna s komunikacijo s ponudnikom storitev in s profesionalnostjo osebja.

Povpraševanje in ponudba podpornih storitev na irskem tržišču se dobro ujemata. Razhajanja nastajajo na področju razvidnosti oz. zavesti o prisotnosti podpornih storitev. Ponudniki bi lahko bolje promovirali prednosti storitev, ki jih ponujajo svojim potencialnim strankam. Promocija podpornih storitev ni usmerjena le v ustvarjanje zavesti o prisotnosti podpornih storitev, temveč tudi v promoviranje koristnosti zunanje podpore.

3.5 Politika pospeševanja podjetništva na Finskem

Finska je postala članica EU leta 1995. Razmere za gospodarstvo niso bile nikoli ravno ugodne. Finska je najbolj znana po izvozu kartona in papirja, zelo pomembna pa je tudi kovinska industrija. Svojo prihodnost so Fini našli na področju visoke tehnologije in telekomunikacij. Narodni dohodek se povečuje, pa tudi investicije v razvoj se nadaljujejo.

Finska se je začela mednarodno odpirati šele konec 80-ih let. Postali so odprti za tuje naložbe in inovacije ter povečevali vlaganja v raziskave, razvoj in izobraževanje. Konkurenčno

prednost Finske predstavljata znanje in tehnologija, za njeno izboljšanje pa so uspešno uvajali koncept grozdenja.

Raziskovanje na Finskem je zadnja leta v razcvetu, predvsem pod okriljem tehnološkega razvojnega centra Tekes. Raziskovalni inštituti, univerze pa tudi podjetja dobijo velik del denarja za raziskave iz EU. Večina večjih podjetij ima v Bruslju zaposlene svoje ljudi, ki iščejo možne skupne vire financiranja raziskovalnih projektov (Barovec, 2002). Tudi za univerze so pomemben vir financiranja podjetja in EU. Največja finska univerza Univerza Helsinki pridobiva iz teh virov kar 40 % potrebnega denarja.

Finska aktivno spodbuja domača mala podjetja. Čedalje boljša je ponudba tveganega kapitala, predvsem preko skladov, kar je pri podjetnikih dobro sprejeto. Veliko vlogo imajo tudi banke in zavarovalnice. Finska zagotavlja zavarovanje izvoznih kreditov, kar močno spodbuja izvozne dejavnosti finških podjetij.

Izobraževanje za podjetništvo

Finska se zaveda pomena pospeševanja podjetništva preko izobraževanja, zato ima veliko iniciativ na tem področju (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 70). Od osnovne šole do univerz je podjetniškemu izobraževanju namenjeno precej pozornosti. Na osnovnem nivoju so v učni načrt vključili predmet o državljanstvu in podjetništvu. Na nivoju srednješolskega izobraževanja imajo dve stopnji podjetniškega izobraževanja. Mogoče je opravljati tudi pripravništvo za podjetnika.

Uradi regionalnih Centrov za zaposlovanje in gospodarstvo nudijo različne izobraževalne programe za vodstveni kader in osebe, ki nameravajo postati podjetniki. Programi vključujejo izobraževanje za ustanavljanje podjetja, reševanje problemov, analizo podjetja, razvoj ter urjenje vodstvenih sposobnosti itd..

Na Finskem podeljujejo veliko nagrad za promocijo podjetništva na nacionalni, regionalni in lokalni ravni. Podeljujejo jih državni, regionalni in občinski organi, javne uprave ter različne druge organizacije. Primer takšne nagrade je nagrada predsednika republike za internacionalizacijo.

Dostopnost financiranja za zgodnjo fazo razvoja, za širitve in visoko tehnološka podjetja

Glede na rezultate ankete o financiranju, izvedene med finskimi podjetji decembra 1999, jim dostopnost financiranja ne predstavlja velikega problema. Stroški financiranja so se zmanjšali zaradi nižjih režijskih stroškov za posojila. Še vedno pa obstaja potreba po razvoju financiranja, še posebej za MSP v času odpiranja in ob širitvi. Finska MSP niso odvisna od kratkoročnih posojil, pa tudi dostopnost kapitala za odpiranje podjetja je manj težavna kot v večini drugih evropskih držav. Večino investicij tveganega kapitala izvedejo zasebni skladi, vendar so na tržišču dejavne tudi javne organizacije tveganega kapitala. Na Finskem je nekaj zasebnih mrež evropskih poslovnih angelov. Podobne storitve opravlja tudi Sintra, finski

nacionalni sklad za raziskovanje in razvoj (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 71).

Finnvera je specializirano finančno podjetje, v celoti v vladni lasti, ki vzpodbuja finski izvoz. Nudi izvozne kreditne garancije in pomoč za poslovanje MSP na domačem trgu tudi v primerih, ko je premoženje podjetja premajhno, da bi zadostilo zahtevam drugih posojilodajalcev. Nudi tudi posebne kredite, kamor spadajo posojila za odpiranje podjetij, mikro posojila (poseben finančni inštrument za odpiranje malih podjetij, ki nudijo zaposlitev manj kot petim osebam) in posojila za ženske podjetnice. Finnvera tesno sodeluje z bankami in drugimi finančnimi inštitucijami.

Zavod za zaposlovanje krije stroške odpiranja podjetja tistim brezposelnim osebam, ki želijo ustanoviti svoje lastno podjetje. Donacija je namenjena zagotavljanju finančnih sredstev za pokrivanje plače podjetnika v času, ko se podjetje šele uveljavlja.

Podjetje Finnish Industrial Investment Ltd. je v vladni lasti, ki ga upravlja Ministrstvo za trgovino in industrijo. Investicijski kapital se pridobiva iz privatizacijskih postopkov podjetij v vladni lasti in se namenja izboljševanju ponudbe tveganega kapitala, vzpodbujanju zasebnih investitorjev in promociji komercializacije inovacij.

Na Finskem ustanavljajo sklade za financiranje začetne faze, faze rasti tehnoloških podjetij in promocijo investicij regionalnega tveganega kapitala. Javni sektor zagotavlja 50-80 % vsega tveganega kapitala za semensko in začetno fazo delovanja tehnoloških podjetij. Sitra, finski nacionalni sklad za raziskave in razvoj, je najbolj pomemben investitor za podjetja v tej fazi razvoja. Investira v tehnološka podjetja in sklade tveganega kapitala na Finskem in v tujini. S pomočjo statusa manjšinskega delničarja lahko razvija podjetja od znotraj in prispeva k boljšemu delovanju nadzornih svetov teh podjetij. Poleg lastnih investicij upravlja tudi z regionalnimi fondi, ki investirajo v semensko fazo podjetij in v tradicionalna proizvodna podjetja.

Dostopnost raziskav in inovacij in boljši izkoristek patentov za MSP

Javno financiranje R&R se na Finskem stalno povečuje. Finska nacionalna agencija za tehnologijo (Tekes) je vodilna finančna organizacija za raziskave in razvoj. Njen glavni cilj je promocija finske industrije in storitvenega sektorja. Poleg financiranja nudi tudi strokovna mnenja in skrbi za povezave med finskimi podjetji, univerzami in raziskovalnimi inštituti ter mrežo tehnoloških svetovalcev iz različnih držav. Tekes je vodilni organ za izvajanje nacionalne tehnološke politike, nudi pa tudi storitve za finska in tuja podjetja, katera imajo proizvodnjo ali R&R na Finskem. Več kot polovico sredstev namenja financiranju MSP (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 72, 73).

Fundacija za finske invencije pomaga posameznikom in podjetjem razviti predloge za patentiranje invencij na Finskem in v mednarodnem okviru, zagotavlja brezplačne storitve in

tevano financiranje, pomoč pri razvijanju invencij in patentiranju ter strategijah marketinga in licenciranja. Fundacija vodi mrežo invencijskih menedžerjev v okviru regijskih Centrov za zaposlovanje in gospodarski razvoj in na večini finskih univerz.

Projekt Innosuomi (Innofinland) je bil ustanovljen za promocijo finskih inovacijskih dejavnosti. Projekt poudarja ustvarjalnost, inovativnost in podjetništvo in podeljuje nagrade finskiim podjetjem, skupnostim in posameznikom za inovativno podjetništvo. Dobitniki na nacionalni ravni prejmejo nagrado od finskega predsednika.

Na Finskem je veliko znanstvenih parkov in tehnoloških centrov, ki so locirani v univerzitetnih mestih in na hitro razvijajočih se območjih. Promovirajo poslovne aktivnosti, ki temeljijo na visoki strokovnosti in tehnologiji. Nudijo nepremičnine, objekte, poslovne storitve za nova tehnološko usmerjena podjetja. V sklopu tehnoloških centrov in znanstvenih parkov so tudi tehnološki inkubatorji, v katerih letno nastane okrog 350 novih podjetij. Mednje spada tudi največji inkubator v nordijskih deželah, znanstveni park Otaniemi v mestu Espoo, ki je v celoti v zasebni lasti.

Program Strokovnih centrov (The Centre of Expertise Programme) je namenjen vzpodbujanju sodelovanja med raziskovalnimi centri in lokalnimi podjetji. Osredotočen je na področja, ki naj bi bila mednarodno konkurenčna. Cilj programa je posredovati najnovejše informacije in strokovno znanje MSP. Aktivnosti centrov temeljijo na storitvah, ki jih nudijo tehnološki centri, vključno s projektnim menedžmentom, trženjem, prenosom tehnologije, poslovnimi inkubatorji, patentiranjem itd.

Spinno (Spin-off program) je skupen projekt znanstvenih institucij, tehničnih raziskovalnih centrov, organov javne uprave in podjetij na območju mesta Helsinki. Namenjen je pospeševanju ustanavljanja in rasti inovativnih visoko tehnoloških podjetij v tesnem sodelovanju z raziskovalnimi organizacijami in razvoju učinkovitega sistema za vrednotenje, razvoj in internacionalizacijo. Ciljne skupine programa so raziskovalci, diplomirani študentje in diplomanti poklicnih šol, ki so zaposleni na znanstvenih in tehnoloških področjih. Spinno pomaga novim podjetnikom razviti ideje v podjetje ali jih licencirati, identificirati potrebne vire ter oceniti donosnost projekta.

Izboljšanje vidnosti podpornih služb

Vlada želi razviti regionalno in lokalno upravo in jasno opredeliti njune dolžnosti, da bi odpravila prekrivanja in zmanjšala število organizacij na tej ravni. Z reformo regionalnih organov javne uprave so ustanovili Centre za zaposlovanje in gospodarski razvoj. Takrat so več različnih služb združili v pisarne Vse na enem mestu. Naloge centrov so: podpora in svetovanje MSP v različnih fazah razvoja, podpora in svetovanje na področju delodajalskih obveznosti, še posebej socialnega varstva, promocija tehnološkega razvoja podjetij, ki uporabljajo njihove usluge, pomoč pri izvozu in internacionalizaciji, izvajanje regionalne politike zaposlovanja in industrijske politike, načrtovanje in organizacija izobraževanja za odrasle, promocija kmetovanja in podeželske industrije, razvoj ribištva in prispevek k

vsesplošnemu razvoju regije. Centri svojim strankam nudijo razne formularje, informacije o naslovih in storitvah, ki jih nudijo Nacionalna agencija za tehnologijo (Tekes), Finpro, Nacionalni urad za patente in registracijo ipd. V pisarnah za poslovne storitve je zaposlen tudi patentni uradnik, ki nudi svetovalne storitve na področju patentov. Centri so zelo pomembni tudi za usmerjanje evropskih finančnih sredstev in omogočajo boljše povezave z EU (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 73, 74).

Dejavnosti Centrov za zaposlovanje in gospodarski razvoj dopolnjujejo lokalni organi oblasti, ki imajo dolgo tradicijo pri razvijanju lokalnega podjetništva. Glavne storitve, ki so na voljo podjetnikom, so svetovanje pri ustanavljanju podjetja, razvoj obstoječih podjetij, informacije o možnostih, ki so na voljo na nacionalnem nivoju, izgradnja industrijskih objektov ter oddajanje v najem podjetjem. Lokalni organi oblasti nudijo posojila, garancije in semenski kapital. Občine so aktivne tudi v mentorstvu. Pri projektu Poslovni mentor sodelujejo z mentorji, večinoma upokojenimi vodstvenimi delavci, ki so pripravljene s svojimi poslovnimi izkušnjami in strokovnim znanjem pomagati malim lokalnim podjetjem. Sodelovanje med mentorji in podjetji temelji na zaupnosti podatkov in je brezplačno.

Finpro, finska organizacija za promocijo poslovnih dejavnosti, je svetovalna in storitvena organizacija, namenjena pospeševanju internacionalizacije finskih podjetij, še posebej MSP in zmanjševanju tveganja. Nudi pomoč vsem, ki želijo začeti izvažati. Podjetja si izmenjujejo izkušnje in delijo stroške.

Na Finskem delujejo tudi Podjetniške agencije za podjetnike in nova podjetja. Svetujejo potencialnim bodočim podjetnikom pri oceni njihove poslovne ideje, izračunu donosnosti, oceni stroškov ipd. Poslovna agencija za ženske promovira ter vzpodbuja podjetništvo in samozaposlovanje žensk v mestih in na podeželju, in sicer z ustvarjanjem novih, perspektivnih aktivnosti in delovnih mest.

Izboljšanje javne uprave

V zadnjih letih so bili postopki v javni upravi precej poenostavljeni. Različni sektorji javne uprave so vpeljali ukrepe za skrajševanje postopkov pri pridobivanju dovoljenj in obveščanje MSP. Februarja 1998 je Državni svet sprejel načelno odločitev o elektronskem poslovanju, razvoju storitev in zmanjševanju obsega zbiranja podatkov. Vse enote javne uprave so izvedle ukrepe in odprle svoje spletne strani s formularji, navodili, nasveti ipd. Postopek registracije podjetja se nenehno skrajšuje in se lahko v okviru pospešenega postopka izvede v enem tednu (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 74, 75).

Velik napredek je bil narejen pri projektu TYVI, ki je namenjen zniževanju administrativnih stroškov za podjetja in elektronskemu prenosu podatkov o proizvodnji in izpolnjevanju poročil, ki jih morajo podjetja dajati upravnim organom.

3.5.1 Podporne storitve na Finskem

Finsko tržišče podpornih storitev je v zadnjih nekaj letih doživelo hiter razmah in razvoj (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: County Fishe - Finland, 2002, str. 2, 3). Ministrstvo za trgovino in industrijo je odgovorno za politiko do MSP in v sodelovanju z drugimi pristojnimi ministrstvi in organizacijami ustanavlja in podpira širok spekter podpornih storitev. Leta 1997 so Ministrstvo za trgovino in industrijo, Ministrstvo za kmetijstvo in gozdarstvo ter Ministrstvo za delo združili svoje regionalne službe in skupaj ustanovili petnajst Centrov za razvoj zaposlovanja in gospodarstva (Employment and Economic Development Centres – EEDC), ki nudijo široko paleto svetovalnih in razvojnih storitev za podjetja. Vsak od petnajstih centrov ima točko za poslovne storitve in deluje tudi kot pisarna Vse na enem mestu. Cilj teh regionalno vodenih centrov je izboljšati razvoj podjetij in njihovega delovnega okolja, poskrbeti za zaposlovanje in poenotiti regionalno sprejemanje odločitev na področju politike dela in podjetništva. Njihove naloge vključujejo tudi zagotavljanje regionalnega svetovanja, informiranja, financiranja in izobraževanja. Finska je lansirala tudi projekt regionalnih poslovnih storitev (Regional Business Services Project) za izgradnjo 50 regionalnih točk do leta 2007. Te bodo zagotavljale standardizirane storitve in storitve po meri za mala podjetja in ustanavljanje podjetij na regionalnem nivoju.

Na Finskem deluje veliko število podpornih služb, ki so na voljo MSP. Večinoma ponujajo finančno podporo, kot npr. posojila, garancije in vse vrste denarnih nadomestil. Te vrste finančne pomoči ponuja Finnvera, specializirano finančno podjetje v državni lasti. Promovira finski izvoz, tako da nudi izvozno kreditno garancijo, in podpira tudi delovanje MSP na domačem trgu. Ponuja financiranje v tveganih situacijah in garancije. Finnvera ima svojo lastno mrežo regionalnih uradov, ki jih obiščejo podjetniki, ko potrebujejo določeno posojilo. Podjetja lahko uporabijo storitve javnega financiranja tudi preko Centrov za razvoj zaposlovanja in gospodarstva. Finnvera je bila leta 1999 izbrana kot primer dobre prakse, ker uspešno nudi posojila z majhnimi obrestnimi merami, namenjena mikro in malim podjetjem v nastajanju.

Največja organizacija za financiranje uporabnega in industrijskega R&R na Finskem je Tekes, ki deluje pod okriljem Ministrstva za trgovino in industrijo. Tekes, na primer, financira nacionalne tehnološke programe, uporabno tehnično raziskovanje ter industrijsko R&R v visoko tveganih pogojih.

Finsko tržišče podpornih storitev, na katerem krepko prevladujejo javni ponudniki, je v zadnjih letih doživelo velik razmah. Zunanja podpora je organizirana regionalno in osredotočena predvsem na svetovanje, organiziranje izobraževalnih tečajev ter posredovanje informacij. Podobno kot v drugih evropskih državah, je na Finskem malo storitev, usmerjenih specifično v mikro in mala podjetja ter samostojne podjetnike. Podporne storitve običajno niso specifične za določen sektor niti niso specializirane za določene razvojne faze podjetij (npr. za prehodno fazo), čeprav je precejšen del podpornih storitev usmerjen v podjetja v

začetni fazi poslovanja (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: County Fishe - Finland, 2002, str. 28).

Cenovna politika ponudnikov storitev na Finskem je precej pregledna. Veliko storitev se ponuja brezplačno, za ostale se plača pavšalen znesek, nekaj pa jih zaračunajo po veljavnem ceniku.

Mikro in mala podjetja ter samostojni podjetniki na Finskem dokaj malo uporabljajo ponujene podporne storitve. V primerjavi z drugimi evropskimi državami je na Finskem stopnja sodelovanja s podpornimi službami 25 %, kar je nekaj nad evropskim povprečjem. Glavni razlog, da kar 60 % finskih podjetij ne uporablja podpornih storitev, je, da ne vidijo nobene potrebe po zunanji pomoči. Poleg tega je stopnja informiranja med mikro in malimi podjetji ter samostojnimi podjetniki na Finskem precej nizka. Le 35 % malih podjetij meni, da so dobro ali vsaj precej dobro obveščena o prisotnosti in dostopnosti podpornih storitev.

Finski podjetniki večinoma izražajo srednjo potrebo po podpornih storitvah. Največje je povpraševanje po storitvah s področja ponudbe finančnih in profesionalnih informacij ter posebnih izobraževalnih tečajev. Kar se tiče specifičnih področij poslovanja, najmanjša podjetja največkrat potrebujejo pomoč pri računovodstvu in pravnih zadevah. Najpomembnejši razlog za neuporabo podpornih storitev je dejstvo, da so podporne storitve premalo orientirane v ciljne skupine po velikosti podjetij, sektorju poslovanja ali po fazi razvoja podjetja.

Velika večina mikro in malih podjetij ter samostojnih podjetnikov na Finskem, ki so v zadnjih petih letih uporabili podporne storitve, je bila kar zadovoljnih z njimi. V primerjavi z drugimi evropskimi državami in Norveško je stopnja zadovoljstva s storitvami na Finskem (80 %) precej povprečna.

3.6 Politika pospeševanja podjetništva v Avstriji

Avstrija je ena mlajših članic EU. Pridružila se ji je leta 1995, skupaj s Finsko in Švedsko. Avstrija je razvita država s tržnim gospodarstvom. Predstavlja pomembno vez med zahodno, srednjo in vzhodno Evropo. Kmetijstvo in gozdarstvo sta tradicionalni gospodarski panogi. Delovna sila je visoko kvalificirana, produktivnost pa dohaja nemško. Ker je avstrijski trg relativno majhen, je gospodarstvo izvozno usmerjeno. V zadnjih letih si vlada preko privatizacije prizadeva zmanjšati svojo vlogo v gospodarstvu ter spodbuditi zasebni sektor. Le-ta je zelo fleksibilen, saj kar 80 odstotkov vseh podjetij predstavljajo majhna podjetja z manj kot 10 zaposlenimi delavci. Povprečna letna gospodarska rast je v obdobju 1997-2002 znašala 2,3 odstotka, kar je pod povprečjem ostalih držav članic EU. Avstrija ima bistveno nižjo stopnjo nezaposlenosti od povprečja držav članic EU. Tuje naložbe so bile v devetdesetih letih relativno skromne, po letu 2000 pa so se bistveno povečale. Med tujimi vlagatelji je na prvem mestu Nemčija, sledita pa ji Velika Britanija in Italija (TIPO, 2004).

Vlada je sprejela stabilizacijski program za obdobje 2003-2007, ukrepi pa so usmerjeni predvsem v pokojninsko reformo zdravstvenega sistema, reformo javne administracije ter zmanjševanje vloge države v gospodarstvu preko privatizacije.

Izobraževanje za podjetništvo

V Avstriji posebno pozornost namenjajo vzpodbujanju podjetništva v šolah in na univerzah, vzpodbujajo pa tudi nadaljnje izobraževanje v podjetjih, predvsem v MSP (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 58, 59).

Dijaki med 15. in 19. letom starosti razvijajo poslovni načrt in v okviru šole za eno leto ustanovijo "JUNIOR podjetje". Virtualno podjetje je obvezen učni prostor v vseh avstrijskih ekonomskih srednjih in poslovnih šolah in se priporoča pri ekonomskem izobraževanju v vseh poklicnih šolah. Nazorno prikazuje, kako poteka poslovanje resničnega podjetja, kako se lahko eno podjetje poveže z drugim in kakšne so razlike v podjetniški kulturi. Katedra za odpiranje podjetij in inovativno vodenje (IUG) na Univerzi v Celovcu je katedra za podjetništvo v Avstriji. Predmetnik pokriva izobraževanje in raziskovanje na dveh glavnih področjih - odpiranju podjetij in inovativnem vodenju.

Inovativna, iniciativa na Zveznem pedagoškem inštitutu na Dunaju, je bila ustanovljena z namenom pospeševanja podjetništva. Včasih je bilo podjetništvo v šolah predstavljeno le kot enakovredna ali celo slabša poklicna možnost. Kadar pa je bilo podjetništvo v učnem načrtu tehničnih ali poklicnih šol, je bil bolj teoretični kot praktični predmet. Center za podjetniško izobraževanje, ki je del Inovativne, zagotavlja učni material (npr. študijske primere odpiranja podjetja), nadaljnje izobraževanje za učitelje (npr. razvijanje študijskih primerov, projektno vodenje, podjetniški seminarji), sodelovanje pri razvoju tečajev za podjetniško izobraževanje učiteljev (za učitelje na poklicnih šolah), poslovne povezave, organizacije specializiranih predavanj za študente, podjetniške dneve v šolah ...

Na trgovski akademiji (Schumpeter Handelsakademie) dijake učijo, kako deluje podjetje, jih podpirajo pri kreativnosti, reševanju problemov in sprejemanju odločitev in pri tem vzpodbujajo samozavest in samostojnost, sodelovanje pri skupnih projektih med podjetji in šolami, vzpostavljanje mrež med podjetji, univerzami, lobisti, ministrstvi ipd.

Zvezno ministrstvo za gospodarstvo in delo vsako leto podeli državne nagrade za inovativno delo na gospodarsko najpomembnejših področjih. Nagrade podeljuje za inovacije, zaposlovanje, turizem itd. Dobi jo podjetje, ki je s svojimi izrednimi dosežki prevzelo vodilno vlogo in si prislužilo ugled v svojem sektorju. Nagrada dovoljuje podjetju pri poslovnih aktivnostih ob navedbi nagrade uporabljati barve in grb Republike Avstrije.

Projekt TechnoKontakte je namenjen posredovanju organizacijskega in tehnološkega strokovnega znanja. Zvezno ministrstvo za gospodarstvo in delo s finančno pomočjo spodbuja nov tip izobraževalnih programov, znan po imenu Obiski od podjetja do podjetja.

Zainteresiranim podjetnikom nudi možnost učenja pri uspešnih podjetjih. Na osnovi sporazumov o sodelovanju lahko avstrijski podjetniki sodelujejo pri podobnih izobraževalnih programih tudi v Nemčiji.

Program Kultura učenja od razvoja veščin (Lernkultur Kompetenzentwicklung) zagotavlja malim podjetjem v obrti, storitvah in industrijskem sektorju tako izobraževalni tečaj kot praktično delo.

Z davčno reformo 2000 je bila uvedena olajšava za izobraževanje, ki znaša do 9 % stroškov za usposabljanje in izobraževanje zaposlenih. S tem se postavlja investiranje v človeški kapital v enak položaj kot investiranje v fizično premoženje, vsaj kar se tiče obdavčenja. Olajšava je namenjena spodbujanju podjetnikov za investiranje v poklicno in nadaljevalno izobraževanje zaposlenih.

Dostopnost financiranja za zgodnjo fazo poslovanja, financiranje širitve in visoko tehnoloških podjetij

Z amandmajem k Zakonu o promociji malih in srednje velikih podjetij so se pri garancijski banki za mala podjetja Bürges in Avstrijski banki za hotelirstvo in turizem (Österreichische Hotel und Tourismus Bank - ÖHT) finančna sredstva za ta namen bistveno povečala (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 60).

Delnice z udeležbo pri dobičku so finančni inštrument, ki ga je uvedla banka Bürges, da bi omogočila MSP pridobivanje poslovnega kapitala. Delnice z udeležbo pri dobičku so posojilne delnice, veljajo najmanj za obdobje desetih let. Obresti se odplačujejo v obliki deleža dobička. V posebnih primerih banka prevzame garancijo z lastnim kapitalom.

Program i2-borza za poslovne angele je namenjen povezovanju podjetij v fazi širitve, ki iščejo kapital in investitorje, ki imajo kapital in vodstvene izkušnje. V Avstriji deluje tudi mreža poslovnih angelov.

Program semenskega financiranja je namenjen odpiranju novih podjetij in podpori obstoječih, z nadpovprečnim tržnim potencialom in možnostjo rasti. Omogoča financiranje semenskega in začetnega kapitala in svetovanje ob pripravi projektov. Večina projektov je s tehnološkega področja (mikroelektronika in informacijska tehnologija, medicina in medicinska tehnologija, biotehnologija ...). Promocijski program za ustanavljanje podjetij (Start up Förderung) je namenjen financiranju malih tehnoloških podjetij.

Dostopnost raziskav in inovacij in boljši izkoristek patentov za MSP

Dostopnost raziskav in inovacij je ključnega pomena za konkurenčnost podjetij. Za stroške razvijanja in izboljševanja inovacij, ki so koristne z vidika nacionalnega gospodarstva, so na voljo subvencije. Če želi določeno podjetje zaprositi za te subvencije, mora Ministrstvo za gospodarstvo in delo s posebnim certifikatom potrditi pomen načrtovane ali izpeljane

inovacije za nacionalno gospodarstvo. Program K plus je namenjen izboljšanju sodelovanja med znanstvenimi institucijami in podjetji pri izvajanju raziskav, ki bodo mednarodno konkurenčne (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 61). Inicijativa za izkoriščanje patentov Tecma (Tehnološki Marketing Avstrije) trži rezultate raziskovanja in razvoja, ki ga izvajajo avstrijske univerze, podjetja in zasebniki, in sicer tako, da daje licence, prodaja patente in strokovno znanje.

Izboljšanje vidnosti podpornih služb

Mreža mladih podjetnikov (Young Enterprise Network) je ustanovil inštitut WIFI (Inštitut za promocijo podjetništva) dunajske Gospodarske in industrijske zbornice, da bi ponudil pomoč ustanoviteljem podjetij, mladim podjetnikom in najemnikom franšiz. Mreža je povezana s ponudbo informacij dodatnih podpornih ukrepov, svetovalnih služb, publikacij ipd., ki so že na voljo na tržišču. Nudi informacije o poslovnem vodenju, pravnih in administrativnih zadevah, posreduje imena in elektronske naslove kontaktnih oseb. Mreža mladih podjetnikov ne nudi samo informacij glede administrativnih zahtev pri odpiranju podjetja, ampak tudi pri vseh drugih administrativnih postopkih. Dostop do mreže je brezplačen (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 62).

EU-Info-Broker je brezplačna evropska programska baza podatkov o pomoči. Razvil jo je Euro Info Center Avstrijskega industrijskega združenja (Vereinigung der Österreichischen Industrie) in je namenjena iskanju razpoložljive podpore (raziskovanje, mladi, mala in srednja podjetja itd.) in iskanju vrst pomoči (npr. donacije, posojila ...). Spletna stran Startup@nachfolgeboerse je bila ustanovljena v začetku leta 1998 za promocijo neposrednih stikov med ponudniki in iskalci. Startup-Partnerbörse pomaga pri iskanju partnerjev na področju storitev ali financiranja, Startup@rent a rentner pa povezuje upokojene menedžerje z mladimi podjetniki.

Izboljšanje javne uprave

Zakon o pomoči pri odpiranju podjetij (Neufög) omogoča oprostitev različnih davkov, pristojbin in prispevkov (kolkov, davkov na prenos lastnine, sodnih taks, davkov na investicije kapitala) za podjetja v odpiranju. Odpravljene so bile mnoge obveznosti sporočanja podatkov za podjetja z manj kot 20 zaposlenimi. Zelo majhnim podjetjem (manj kot 10 zaposlenih) ni treba več oddajati mesečnih poročil, prav tako pa so se obveznosti za podjetja z 10-19 zaposlenimi precej zmanjšale. Tudi postopki za ustanavljanje podjetij se poenostavljajo. On-line registracija je možna tudi v Avstriji (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 63).

WIFI primerjalni centri (WIFI Benchmarking Centres) nudijo dokumentacijo, informacije, seminarje o benchmarkingu, pomoč pri načrtovanju in izvajanju.

3.6.1 Podporne storitve v Avstriji

Tržišče podpornih storitev v Avstriji se je v zadnjih nekaj letih razvilo, in sicer v smislu kvantitete in kvalitete. Tudi število zasebnih svetovalcev v Avstriji, ki ponujajo svetovanje za mala podjetja, se je povečalo. Kot posledica tega razvoja se je, podobno kot v drugih evropskih državah, zmanjšala preglednost sistema storitev, ki so namenjene promociji in podpiranju malih podjetij (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: County Fishe - Avstrija, 2002, str. 2).

V Avstriji deluje veliko število podpornih služb, ki so na voljo MSP. Večinoma ponujajo finančno podporo, kot so posojila, garancije, vse vrste denarnih nadomestil, ... Širok spekter finančne pomoči ponuja Banka za male podjetnike (Bürges Förderungsbank), pa tudi druge finančne inštitucije. Na voljo je tudi široka paleta storitev, ki ponujajo povračilo stroškov za izobraževanje zaposlenih ali za uporabo zunanje pomoči na specifičnih poslovnih področjih (npr. Zavod za zaposlovanje (Arbeitsmarktservice)). Veliko je tudi improviziranih iniciativ, ki so osredotočene na specifične dogodke (npr. ob uvedbi evra so jih organizirali pri Državni gospodarski zbornici in pri Ministrstvu za gospodarstvo in delo).

V zadnjih nekaj letih je tržišče podpornih storitev v Avstriji doživelo hiter razvoj. Pojavili so se številni novi ponudniki storitev. Prevladujejo javni ali delno javni ponudniki, ki večinoma ponujajo kontaktne točke v vseh avstrijskih federalnih provincah. Podporne storitve večinoma niso usmerjene v specifične sektorje, temveč so namenjene vsem sektorjem. Velik del podpornih storitev je namenjen podjetjem v začetni in prehodni fazi razvoja (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: County Fishe - Avstrija, 2002, str. 27).

V Avstriji podporne storitve za mala podjetja ponujajo predvsem svetovanje in storitve s področja profesionalnih informacij, objektov in osnovnih informacij. Cenovna politika ponudnikov storitev je precej pregledna. Večina storitev je na voljo brezplačno ali pa se zaračunavajo po veljavnem ceniku. Večina podpornih storitev je usmerjena v podpiranje podjetništva in vzpodbujanje ljudi k ekonomski samostojnosti.

Podjetja v Avstriji malo uporabljajo ponujene podporne storitve. Delež sodelovanja s podpornimi službami se manjša sorazmerno z velikostjo podjetja. V primerjavi z drugimi državami članicami EU in na Norveškem je delež sodelovanja avstrijskih podjetij s podpornimi službami srednje vrednosti (16 %).

Stopnja zadovoljstva avstrijskih malih podjetij s podpornimi storitvami je precej visoka, še posebej s tistimi, ki jih nudi Avstrijska gospodarska zbornica. Prisotna je precejšnja potreba po poenostavitvi administrativnih postopkov. Za ohranjanje stika s ponudniki storitev imajo podjetja najraje komuniciranje na sedežu svojega podjetja, čemur sledi uporaba moderne komunikacijske tehnologije (internet ali e-mail). Ko želijo mikro in mala podjetja ter samostojni podjetniki oceniti kvaliteto določenega ponudnika storitev, najbolj zaupajo kriteriju rednih preverjanj zadovoljstva strank (follow-up).

3.7 Politika pospeševanja podjetništva v Nemčiji

Glede na gospodarske kazalce je Nemčija za ZDA in Japonsko tretja svetovna gospodarska velesila in je pomembna članica EU že od ustanovitve Evropske skupnosti za premog in jeklo. Po združitvi obeh Nemčij leta 1990 je gospodarstvo naletelo na težave. Model tržnega gospodarstva z razvito tehnologijo ni bil združljiv z nekonkurenčnim centralno planiranim gospodarstvom nekdanje Vzhodne Nemčije. Stopnje gospodarske rasti so se prepolovile, proračunski primanjkljaji pa naraščajo (TIPO, 2004).

Nemška vlada si močno prizadeva povečati učinkovitost gospodarstva, zmanjšati davčne in socialne obremenitve ter pospešiti prestrukturiranje v regijah, kjer še prevladuje težka industrija, predvsem v vzhodnih deželah. Stopnja gospodarske rasti je bila leta 2002 najnižja po letu 1993. Zmanjševanje proračunskega primanjkljaja in zmanjševanje brezposelnosti sta najpomembnejša ekonomska cilja vlade.

Nemčija je v preteklih letih privatizirala večino velikih državnih podjetij. Še pred kratkim je bila za tuje vlagatelje nepriljubljena država, predvsem zaradi močne vloge države v gospodarstvu. Reforma davčnega sistema skupaj z liberalizacijo trgov energije in telekomunikacij pa je naredila državo bolj privlačno za tuje vlagatelje in od leta 2000 tuje naložbe hitro naraščajo. Država spodbuja predvsem naložbe, ki prinašajo nova delovna mesta.

Nemčija se sooča z gospodarsko in politično krizo, ki se kaže na negativni gospodarski rasti v letih od 2001 dalje. Neustrezna davčna politika, visoka stopnja brezposelnosti in neprepričljive gospodarske reforme povečujejo nezadovoljstvo prebivalstva. Zaključna ocena evropske komisije za leto 2002 jo uvršča na zadnje mesto med državami območja evra. Vlada je v letu 2003 predstavila program reform, ki predvideva močno zmanjšanje pomoči brezposelnim, zmanjšanje prispevkov za zdravstveno varstvo, nadaljevanje pokojninske reforme, liberalizacijo obrtnega sektorja in sproščanje zakonodaje o varstvu delavcev. Spremembe so nujne za izboljšanje slabega gospodarskega položaja države.

Nemčija ima okrog 3,3 milijona MSP, ki pomembno prispevajo h gospodarski moči države. Zaposlujejo 20 milijonov ljudi, kar pomeni skoraj 70 % vseh zaposlenih. MSP imajo ključno vlogo v gospodarski politiki države, ki poskuša gospodarsko učinkovitost povezati s socialno varnostjo in okoljsko odgovornostjo. V razvoju MSP, predvsem v pospeševanju ustanavljanja novih podjetij, vidijo možnost odpiranja novih delovnih mest. Razvoj malega gospodarstva je pomemben del gospodarske politike. Državne subvencije so omejene, ne smejo rušiti konkurence med raznimi udeleženci na trgu in morajo ustrezati zahtevam EU do državnih pomoči (Schlegel, 2000, str. 15-19).

Osrednji element nemške gospodarske politike je pospeševanje ustanavljanja podjetij in razvoja malega gospodarstva s strani Deutsche Ausgleichsbank (v nadaljevanju: DtA), ki je tudi vzgled uspešnega družbeno-privatnega partnerstva. Je institucija javnega prava s sedežem v Bonnu in dvema podružnicama. DtA nima regionalnih podružnic, zato pri postopkih vlog in

pri dajanju posojil sodeluje z lokalnimi hranilnicami zadružnih kreditnih bank in komercialnih bank.

Nemčija se sooča z velikim problemom nasledstva podjetij. Po drugi svetovni vojni so ustanovili veliko podjetij, žal pa mnogi podjetniki nimajo potomcev, ki bi prevzeli podjetje, drugih kupcev pa ni.

Izobraževanje za podjetništvo

Zvezna vlada vzpodbuja izobraževanje in ustvarjanje ugodnega okolja za samozaposlovanje tako v okviru zveznih dežel kot tudi na zveznem in deželnem nivoju (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 15-17).

V okviru projekta JUNIOR, ki spada pod okrilje Young Enterprise Europe učenci 9. razreda OŠ in dijaki srednjih šol ustanavljajo mini podjetja in se tako spoznavajo s podjetniškimi posli. Zvezna vlada je v sodelovanju z DtA odprla univerzitetne katedre za ustanavljanje podjetij. Dostop do znanja o podjetništvu je omogočen študentom vseh smeri, da se po študiju lažje odločijo za kariero v sektorju samozaposlenih.

Program EXIST preko univerz spodbuja odpiranje v tehnologijo usmerjenih podjetij, promoviranje inovativnih poslovnih idej in motiviranje mladih za odpiranje podjetij.

Univerza sodeluje s partnerji na znanstvenih, gospodarskih in političnih področjih. Številne regionalne delovne skupine šola-gospodarstvo promovirajo osnovno znanje ekonomije v šolah, upoštevaje zahteve industrije in podjetništva kot dobre življenjske priložnosti. Promovirajo tudi izmenjavo informacij in podpirajo nadaljevalno izobraževanje za učitelje ter praktično delo v podjetjih za učence in učitelje.

Princip dualnega poklicnega izobraževanja (preko gospodarstva in šole) predstavlja hrbtenico nemškega poklicnega izobraževanja. Sistem dvojnega izobraževanja neprestano izboljšujejo in prilagajajo novim zahtevam, ki jih imajo podjetja po novih in moderniziranih poklicih.

V okviru Federacije za zaposlovanje, izobraževanje in konkurenčnost se delovna skupina za izobraževanje in nadaljnje izobraževanje nenehno ukvarja z vprašanji povečevanja fleksibilnosti in nadaljnega izobraževanja, predvsem z razvojem dualnega izobraževalnega sistema. MSP morajo imeti lažji dostop do izobraževalnih ukrepov, izobraževanje mora biti bolj dinamično, izobraževalni tečaji pa prilagojeni zahtevam MSP. Mladim nudijo možnost dodatnih kvalifikacij med in takoj po zaključku poklicnega izobraževanja, da bi si pridobili bolj specialno znanje in/ali kvalifikacije.

Učni načrt v poklicnih in poslovnih šolah v Nemčiji daje prostor poučevanju o možnostih odpiranja podjetja, izobraževanje pa je usmerjeno v zahteve trga delovne sile, s tem pa odpirajo zaposlitvene možnosti študentom. Izobraževanje daje prednost obvladovanju

modernih delovnih metod in modernemu poslovnemu vodenju, kar omogoča obvladovanje spreminjajočih se tehničnih, gospodarskih in socialnih problemov.

Dostopnost financiranja za zgodnjo fazo poslovanja ter financiranje širitve in visoko tehnoloških podjetij

Glavna značilnost financiranja podjetij v Nemčiji je tradicionalna prisotnost podjetniških bank. Podjetja običajno dolgoročno sodelujejo z eno banko pri vseh svojih finančnih transakcijah. Ta jim zagotavlja potreben dodatni kapital in večinoma deluje kot posrednik za javne subvencije (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 18).

Glavna programa za pomoč pri ustanavljanju novih podjetij v Nemčiji sta Program pomoči pri ustvarjanju lastnega kapitala (ERP-Eigenkapitalhilfeprogramm) in Program posojil za odpiranje podjetij (ERP-Existenzgründungskreditprogramm), ki ju vodi banka DtA.

Program za semenski kapital v okviru DtA je namenjen relativno majhnim projektom. V primerjavi s tradicionalnimi programi za pomoč pri ustanavljanju novih podjetij ima ta program dve pomembni izboljšavi. Ponuja standardiziran finančni paket, ki vključuje posojilo in garancije, kar zmanjšuje delo in tveganje banke. Pomembno je, da podjetniška banka prejme fiksen honorar za vodenje postopka, tako da se z veseljem ukvarja tudi z manjšimi projekti. Pomoč je na voljo tudi za ustanavljanje »podjetja za polovični delovni čas«, kar je še posebej koristno za ženske z družino, ki želijo postopoma postati samozaposlene. DtA je lansirala tudi mikro kreditni program (DtA-Mikrodarlehensprogramm) za ustanovitveno fazo in mikro podjetja.

V okviru programa Trajni kapital za tehnološka podjetja (BTU-Beteiligungskapital für Technologieunternehmen) organi javne uprave v sodelovanju z zasebnimi podjetji za financiranje trajnega kapitala nudijo trajna finančna sredstva mladim tehnološkim podjetjem. Ta program je pomagal pri ustanavljanju mnogih dinamičnih, hitro rastočih podjetij.

Financiranje podjetij v sektorju visoke tehnologije s pomočjo tveganega kapitala postaja vedno bolj razširjeno. Poleg investicij v rast se vedno bolj investira v semensko fazo in začetek poslovanja novega podjetja.

Dostopnost raziskav in inovacij in boljši izkoristek patentov za MSP

Inovativnost je ključnega pomena za konkurenčnost podjetij. Že od leta 1997 skupen znesek, porabljen za R&R v Nemčiji nenehno narašča, pri čemer imajo MSP vedno bolj pomembno vlogo (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 19).

Pomemben cilj Zvezne vlade je izboljšanje prenosa tehnologij in rezultatov raziskav na MSP. Oblikovana sta programa pomoči Pro inno, ki povečuje inovativno sposobnost MSP in

Innonet, ki promovira inovativne mreže. Namenjena sta krepitvi sodelovanja med MSP ter med MSP in raziskovalnimi inštituti, da bi se raziskovalno delo usmerjalo v potrebe tržišča.

Zvezna vlada si z različnimi programi prizadeva, da raziskovalni inštituti razvijajo bolj tržno usmerjene ponudbe proizvodov, procesov in storitev. Pospešuje tudi tesno povezavo med raziskovalnimi centri in podjetji.

Inovativna podjetja se soočajo z vprašanjem, kako obvarovati konkurenčno prednost, ki so si jo pridobile s pomočjo inovacij. Mnoga podjetja raje zaščitijo svojo inovacijo tako, da jo skrivajo. Menijo, da se jim ne splača patentirati inovacije, ker bi jo morali objaviti, ali pa, ker je življenjska doba proizvoda prekratka. V okviru projekta Insti je MSP na voljo mreža svetovalnih in storitvenih uradov za pomoč pri iskanju in pridobivanju patentov. Finančna pomoč se dodeljuje MSP in tistim, ki odpirajo nova podjetja in prvič prijavljajo patent. Poleg patentnega urada tudi patentni informacijski centri in uradi na državni ravni pomagajo MSP pri dostopu do znanstvenih in tehničnih informacij. Patentni informacijski uradi nudijo tudi nasvete patentnih odvetnikov.

Izboljšanje vidnosti podpornih služb

Zvezna vlada podpira prizadevanja zveznih dežel pri ustanavljanju pisarn Vse na enem mestu. Prepričani so, da se birokratske ovire lahko odpravijo le, če sodelujejo vsi organi javne uprave, ki so vpleteni pri odpiranju podjetja. Zvezno ministrstvo za gospodarstvo in tehnologijo vzdržuje podatkovno bazo podpornih programov, ki je dostopna po internetu. Vsakomur, ki si želi ustanoviti podjetje, omogoči iskanje pomoči, za katere lahko zaprosi. Program naredi seznam podpornih shem, ki so na voljo na ravni EU, Zvezne vlade in zveznih dežel, in vsebuje tudi informacije o postopku prijave in kontaktnih osebah (Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness, 2000, str. 20).

Izboljšanje javne uprave

Za odpravljanje nepotrebnih birokratskih obremenitev za podjetja je bila oblikovana projektna skupina za zmanjševanje birokracije, ki je pri podjetjih zbrala predloge za odstranjevanje administrativnih ovir in jim sledila v smeri zmanjšanja števila in večje učinkovitosti pravilnikov in poenostavitve postopkov. Namenjena je pomoči MSP in ustanoviteljem novih podjetij, ki jih birokratske ovire še posebej prizadenejo.

3.7.1 Podporne storitve v Nemčiji

Tržišče podpornih storitev v Nemčiji je v prvih letih po ponovni združitvi doživelo hiter razmah in razvoj, in sicer v smislu kvantitete in kvalitete. V Nemčiji deluje veliko število podpornih služb, ki so na voljo MSP. Veliko od njih jih nudi finančno podporo, kot npr. posojila, garancije in vse vrste denarnih nadomestil.

V Nemčiji širok spekter finančne pomoči ponujajo DtA in druge finančne institucije. Po ponovni združitvi je bilo zelo veliko povpraševanje po finančni podpori na področju bivših

vzhodnonemških dežel, zato se je nemška gospodarska politika osredotočila na finančno podporo za nove podjetnike. V novih deželah je bilo tudi veliko podjetniškega duha in samozaposlovanje je veljalo kot inštrument za zmanjševanje stopnje brezposelnosti ter za pospeševanje gospodarskega razvoja (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: County Fishe - Germany, 2002, str. 29). Za vzpodbujanje podjetništva je bilo ustanovljeno veliko novih ponudnikov storitev, ki ponujajo široko paleto zunanje pomoči.

V Nemčiji prevladujejo zasebni in javni ponudniki podpornih storitev, ki večinoma ponujajo kontaktne točke v vseh deželah. Mnogo je služb, ki pokrivajo le eno deželo, vendar jih lahko najdemo v vsaki deželi. Večina se jih osredotoča na potrebe MSP in so namenjene vsem sektorjem. Čeprav je večina storitev na voljo podjetjem v vseh fazah razvoja, je poseben poudarek namenjen podpori podjetjem v začetni in zgodnji fazi poslovanja.

Podporne službe v Nemčiji večinoma ponujajo svetovanje in zagotavljanje osnovnih informacij. V promocijske namene uporabljajo internet in storitve predstavljajo na poslovnih sejmih ter razstavah. Večina podpornih služb je razvila mehanizme za zagotavljanje kvalitete ponujenih storitev, med katerimi so najbolj pogosto uporabljani inštrumenti za zagotavljanje kvalitete, redno ocenjevanje in kasnejše preverjanje zadovoljstva strank. Večina storitev je brezplačnih. V primeru, da je treba za določeno storitev plačati, je najbolj pogosto storitev zaračunana po veljavnem ceniku za različne vrste storitev ali pa se plača pavšalen znesek.

Mikro in mala podjetja ter samostojni podjetniki v Nemčiji precej malo uporabljajo ponujene podporne storitve. V primerjavi z ostalimi evropskimi državami je stopnja sodelovanja nemških podjetij s ponudniki podpornih storitev v okviru povprečja (20 %).

Nemška podjetja izražajo precej veliko potrebo po podpornih storitvah, predvsem po storitvah s področja finančnih in profesionalnih informacij in svetovanja. Glede na specifična poslovna področja, najmanjša podjetja potrebujejo pomoč pri finančnih zadevah, v marketingu, pri kvalifikacijah osebja in v pravnih zadevah. Nemškim podjetjem se zdi pomembno, da so podporne službe usmerjene v ciljne skupine podjetij glede na velikost, sektor in še posebej glede na fazo razvoja določenega podjetja.

Več kot tri četrtine mikro in malih podjetij ter samostojnih podjetnikov v Nemčiji, ki so v zadnjih petih letih uporabili podporne storitve, je zadovoljnih z njimi. V primerjavi z drugimi evropskimi državami je stopnja zadovoljstva v mejah povprečja. Podjetja so predvsem nezadovoljna z dostopom do storitev. Raje imajo komunikacijo iz oči v oči s ponudnikom na sedežu podjetja ali ponudnika ter tradicionalno obliko komunikacije preko telefona ali faksa. Nemška podjetja izražajo visoko stopnjo zadovoljstva s ponudnikovim razumevanjem podjetja, profesionalnostjo ponudnikovega osebja in kvaliteto storitev.

4 POLITIKA POSPEŠEVANJA RAZVOJA MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ V SLOVENIJI

S prehodom na tržno gospodarstvo je postalo podjetništvo pomemben dejavnik gospodarskega razvoja tudi v Sloveniji (Antončič et al., str. 38-42). Majhno število velikih podjetij, usmerjenih na notranji trg in predimenzioniranost industrijskega sektorja so bile značilnosti stare gospodarske strukture, ki zaradi prevelikih stroškov, neokretnosti in slabe kakovosti proizvodov in storitev ni ustrezala novim zahtevam konkurence odprtega trga. Velika podjetja so razpadala, zmanjševala zaposlenost, opuščala številne proizvodnje in se preusmerjala na zunanje trge. Istočasno pa je nastalo veliko število malih podjetij, ki so izkoristila priložnosti v nastalih razmerah. Ustanavljati so jih začeli k podjetništvu usmerjeni ljudje, da bi uresničili poslovne zamisli, ki jih v prejšnjem sistemu niso mogli, in ljudje, ki so se za ustanovitev podjetja odločili, ker so izgubili zaposlitev. Že v nekaj letih po prehodu na nov gospodarski sistem je hitra rast malih podjetij ustavila rast brezposelnosti. Mala podjetja so vplivala tudi na povečanje učinkovitosti in poslovno stabilizacijo velikih podjetij. Na prehodu v novo tisočletje se je sektor srednjih in velikih podjetij že stabiliziral in začel povečevati zaposlenost.

Slovenija je v zadnjih desetih letih dosegla vidne makroekonomske rezultate, ki jo uvrščajo med najuspešnejše tranzicijske države, vse bolj pa se približuje tudi državam članicam EU. Ima stabilno gospodarsko rast, uravnotežene stabilne javne finance, odprto gospodarstvo, uspešno monetarno politiko, padajočo brezposelnost in veliko možnosti, da svoj razvoj še bolj pospeši (Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2002-2006, str. 5). Konkurenčne sposobnosti slovenskega gospodarstva pa vendarle zaostajajo za številnimi državami na svetu, kar narekuje spreminjanje gospodarstva v smeri višje dodane vrednosti, kvalitete, inovativnosti in podjetništva.

Podjetništvo in inovativnost sta ključni gonilni sili nove ekonomije in ključna dejavnika konkurenčne prednosti v svetovnem merilu. Prav na teh področjih pa Slovenija zaostaja za gospodarsko uspešnejšimi državami, zato mora postati bolj inovativna in bolj podjetniška. Čeprav so konkurenčnost, inovativnost in podjetništvo domena privatnega sektorja, pa je poslovna uspešnost odvisna od državne politike, ki s svojimi ukrepi vpliva na pogoje gospodarjenja. Spodbujati mora razvoj znanja, inovativnosti, informacij in nove tehnologije (Petrin, B. I., str. 5).

Ministrstvo za gospodarstvo izvaja politiko podjetništva in konkurenčnosti, ki je usmerjena v:

- krepitev ključnih faktorjev poslovne uspešnosti podjetij - znanja, inovativnosti, tehnologije in podjetništva,
- oblikovanje regulative, ki zagotavlja trajen in enakomeren razvoj vseh udeležencev na trgu,
- krepitev konkurenčnih sposobnosti slovenskih podjetij z izvozom in direktnimi investicijami v druge države in s pritokom kvalitetnih neposrednih tujih investicij in

- izboljšanje gospodarske vitalnosti vseh regij s spodbujanjem skladnejšega regionalnega razvoja.

Koncept kvalitetne gospodarske rasti, ki temelji na idejah, znanju, informacijah, novi tehnologiji in skladnem regionalnem razvoju, vključujeta tudi strateška dokumenta Vlade Republike Slovenije, in sicer Strategija gospodarskega razvoja Slovenije in Državni razvojni program do leta 2006. Ukrepi politike so usmerjeni v razvoj poslovne kulture in družbenih norm, ki pospešujejo inovativnost, vlaganje v znanje, tehnološki razvoj in podjetništvo, v oblikovanje regulative, spodbudne za podjetništvo in konkurenčnost podjetij, in zmanjševanje razlik med regijami.

Ministrstvo za gospodarstvo je oblikovalo gospodarsko politiko, ki vsebuje programe, namenjene pospeševanju dejavnikov gospodarske rasti. Večina programov je namenjena pospeševanju konkurenčnih sposobnosti podjetij ne glede na velikost, lastništvo in dejavnost, del pa jih je namenjenih za pospeševanje podjetništva v malih in srednjih podjetjih - programi za promocijo podjetništva in razvoj podpornega okolja ter programi za spodbujanje razvoja MSP (Antončič et al., str. 41).

Program Spodbujanje podjetništva in izkoriščanje podjetniških priložnosti, predstavlja ukrepe za implementacijo Politike podjetništva in konkurenčnosti. Usmerjen je v odpravljanje ključnih problemov in ovir za razvoj podjetništva, nastajanje in rast malih podjetij. S tem programom se želi povečati raven podjetniške kulture v Sloveniji, oblikovati podjetništvu naklonjeno okolje in doseči rast inovativnih mikro in malih podjetij. Naloga programa je tudi zagotavljanje posebnih razvojnih spodbud za MSP, posebej tudi za mikro podjetja. Ukrepi se izvajajo preko Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo in Javnega sklada RS za razvoj malega gospodarstva.

Da bi se pospeševalo nastajanje in razvoj malih podjetij in spodbujalo hitrejšo rast in razvoj MSP, Ministrstvo za gospodarstvo spodbuja nastajanje novih delovnih mest, materialne in nematerialne investicije MSP ter svetovanje in razširjanje njihovega znanja.

4.1 Strategija razvoja malih in srednjih podjetij v Sloveniji

Slovenija mora postati eno najbolj razvitih evropskih gospodarstev, v katerem bodo nova podjetja neovirano nastajala, obstoječa pa se bodo sposobna prilagajati globalni konkurenci (Vahčič, Glas, Drnovšek, 2000, str. 2-7). Nova inovativna in hitro rastoča podjetja bodo v prihodnje nosilci gospodarske dinamike. Potrebno je uveljaviti zavest o pomenu MSP in podjetništva in pri tem doseči širše družbeno soglasje. Zagotoviti je potrebno koordinirano delovanje vladnih in nevladnih organizacij pri razvoju ustreznih programov in projektov, pri zagotavljanju potrebnih finančnih sredstev in razvoju organizacijske podpore.

Temeljni cilj strategije razvoja MSP je, da se Slovenija v deležu dodane vrednosti, zaposlenosti, inovacijah in razvojno raziskovalni dejavnosti približa podjetniško razvitim

manjšim državam EU. Za uresničitev tega cilja pa je potrebno izboljšati upravno, zakonsko, finančno in davčno okolje za MSP, spodbujati k ustanavljanju novih enot in napredku obstoječih podjetij, povečevati število dinamičnih podjetij, spodbujati povezovanja podjetij za skupni razvoj, trženje, izvoz in skupne naložbe, vključevati različne družbene skupine, usposabljanje MSP za vedno nove zahteve poslovanja in tesneje vključiti MSP v lokalni in regionalni gospodarski razvoj.

Nujno je pospeševati MSP z večjim razvojnim potencialom, predvsem manjša podjetja, ki so se že uveljavila na trgu in so zmožna za rast, zaposlovanje in izboljšanje kvalitete poslovanja, in podjetniške skupine, ki so sposobne razviti nove organizacijske oblike. Vključiti je potrebno tudi strokovnjake, ki so sposobni ob ustrezni podpori razviti tehnološko zahtevna podjetja v tržnih nišah. Pomembno je tudi tehnološko usposabljanje obrtniških enot, ki so pomembne za kakovostno lokalno preskrbo z izdelki in storitvami.

Strategija za MSP podpira razvoj posebnih oblik podpore za ženske podjetnice, družinska podjetja, mlade, ki se odločajo za podjetništvo po dokončanem šolanju, podjetnike na podeželju z namenom ohranjanja poseljenosti in invalidov, ki se odločajo za podjetništvo zaradi težjih pogojev za zaposlovanje.

Slovenija mora zmanjšati razliko v dodani vrednosti na zaposlenega ter izboljšati kvaliteto in organiziran nastop na tujih trgih. Za izboljšanje konkurenčnosti mora Slovenija:

- spodbujati rast MSP, jim zagotoviti poslovne lokacije, najem prostorov in nove oblike promocije rasti,
- podpirati zaposlovanje na delovnih mestih z visoko dodano vrednostjo, izobraževati in usposabljanje podjetnike in zaposlene,
- pospeševati internacionalizacijo podjetij, jim nuditi informacije, podporo trženju na tujih trgih ...,
- podpirati povezovanja MSP med seboj in z večjimi podjetji pri skupnih razvojno raziskovalnih projektih, trženju v tujini, skupnih vlaganjih ...,
- spodbujati inovacije in tehnološko prenavo MSP zaradi večje konkurenčnosti,
- podpirati razvoj skupnih poslovnih storitev za izboljšanje poslovanja MSP in
- podpirati sodelovanje slovenskih MSP z MSP iz drugih evropskih držav pri skupnih evropskih programih.

MSP bodo imela pomemben vpliv na socialno preoblikovanje slovenske družbe, zato je potrebno razvijati bolj pozitiven odnos do podjetništva, do uspešnih in neuspešnih podjetnikov, spodbujati večjo gibljivost in prilagodljivost zaposlenih, izobraževati zaposlene za sodobno poslovno kulturo in uveljaviti višjo raven podjetniške etike lastnikov in menedžerjev do poslovnih partnerjev (dobaviteljev in kupcev) in zaposlenih.

Za uresničevanju strategije razvoja malega gospodarstva je nujno usklajeno delovanje vlade, posameznih ministrstev, zbornic in bank. Svoje aktivnosti pospeševanja razvoja podjetništva in malih podjetij naj bi usmerili predvsem na regionalno in lokalno raven.

4.1.1 Okolje za poslovanje malih in srednjih podjetij

Da bi se kar največji del aktivnega prebivalstva odločil za podjetniško kariero in bi uspeli doseči hitrejšo rast, je potrebno omogočiti podjetjem, da bodo hitro reagirala na spremenjene razmere v okolju in ponudila celovite rešitve za potrošnike, tako na nacionalni kot na lokalni ravni. V ta namen je potrebno izboljšati okolje za poslovanje MSP z (Vahčić, Glas, Drnovšek, 2000, str. 7):

- administrativnimi poenostavitvami in izboljšanjem pravnega okolja,
- izboljšanjem finančnega okolja,
- ugodnejšim davčnim okoljem,
- bolj odprto prostorsko politiko in lažjim dostopom do poslovnih lokacij,
- izboljšanjem družbenega okolja in
- zakonodajo o zaščiti okolja.

4.2 Položaj malih in srednjih podjetij v Sloveniji

Slovenija ima kratko podjetniško tradicijo. Šele prehod v tržno gospodarstvo je odprl možnost ustanavljanja zasebnih podjetij, katera so razbijala monopole in povečevala konkurenčnost. Sektor MSP zaposluje čedalje več aktivnega prebivalstva (glej Tabela 2) in se približuje temu sektorju v EU, kjer predstavlja 99 % vseh podjetij in zagotavlja 65 milijonov delovnih mest.

Tabela 2: Število gospodarskih subjektov glede na število zaposlenih v njih v letu 2002

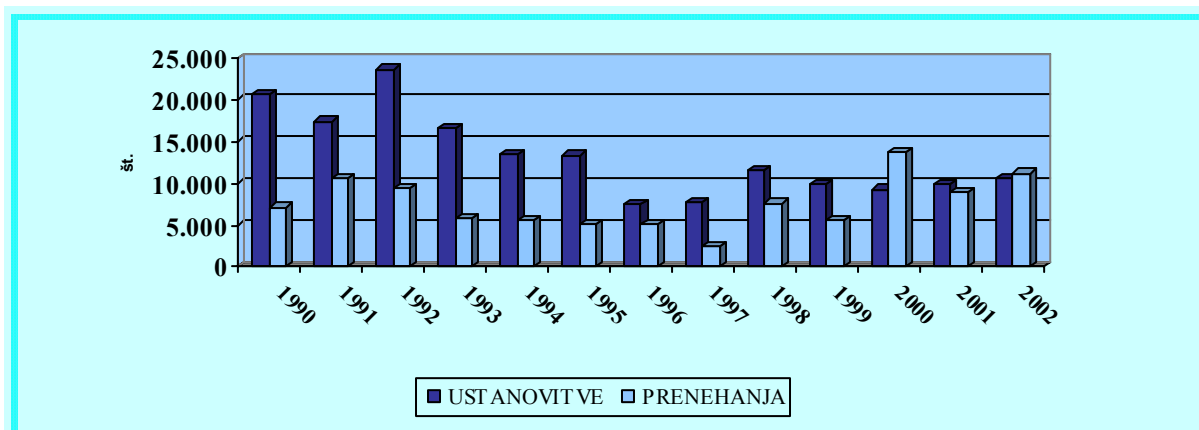
Kategorija podjetij	2002			
	Podjetja		Št. zaposlenih	
	Št.	%	Št.	%
Samostojni podjetnik	60.185	56,5	105.650	17,8
Mikro podjetja	40.975	38,5	61.923	10,4
Mala podjetja (10-49)	3.853	3,6	78.722	13,2
Srednja podjetja	1.191	1,1	125.754	21,2
Velika podjetja	322	0,3	222.278	37,4
SKUPAJ	106.526	100,0	594.327	100,0

Vir: Statistični letopis 2003.

V devetdesetih letih prejšnjega stoletja smo v Sloveniji beležili pozitivne letne stopnje ustanavljanja podjetij, po letu 2000 pa se je trend ustanavljanja novih podjetij skoraj ustavil oz. je število ukinjenih podjetij preseglo število ustanovljenih (glej Sliko 5).

Povečevanje smrtnosti slovenskih podjetij zmanjšuje dinamiko gospodarstva. Politika bi morala intenzivneje izkoristiti potencial ustvarjanja novih delovnih mest, ki ga ima podjetništvo. S tem bi zagotovila nova delavna mesta in zmanjšala brezposelnost, ki je septembra 2003 znašala 11,3 %.

Slika 5: Ustanovitve in prenehanja poslovnih subjektov od leta 1990 do 2002

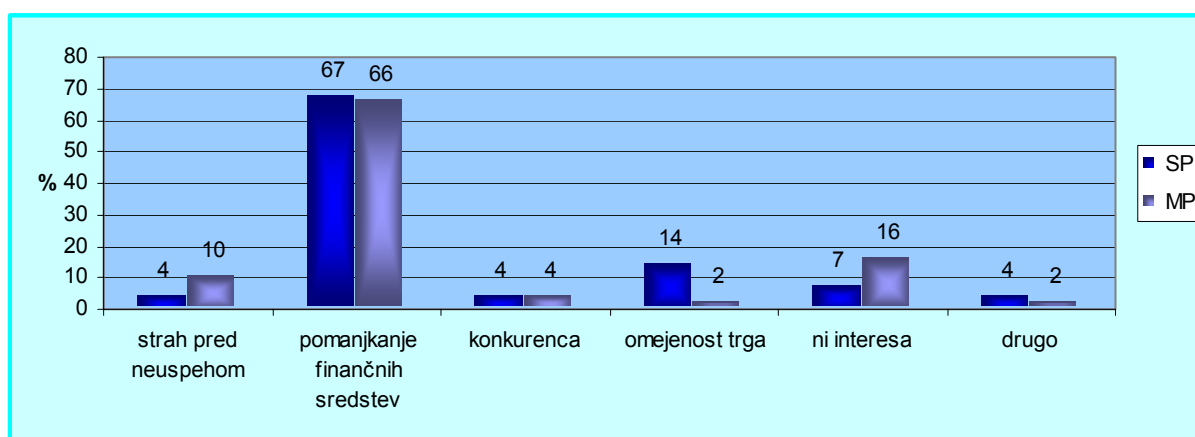


Vir: Statistični letopis 2003.

Z izboljšanim dostopom do financ bi slovenska podjetniška politika spodbudila nastajanje novih podjetij in sprostila ogromen potencial rasti obstoječih. Kar 66 % slovenskih MSP je namreč v raziskavi (N=118) navedlo, da jih pri rasti zelo ovira pomanjkanje finančnih sredstev (glej Sliko 6).

Trg tveganega kapitala je v Sloveniji premalo razvit, banke pa težko odobrijo tvegana posojila. 36 % MSP zelo potrebuje pomoč pri iskanju finančnih sredstev (posojil), 17 % pa si želi pomoči pri iskanju virov trajnega kapitala (sovlagateljev) (glej Tabelo 4). Tudi težak dostop do državnih pomoči in spodbud za 44 % MSP predstavlja zelo veliko oviro pri rasti (glej Tabelo 3).

Slika 6: Ovire na poti rasti



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Le 14 % slovenskih MSP želi poslovati v trenutnem obsegu in nima interesa rasti, 8 % pa jih je strah pred neuspehom (glej Sliko 6). Slovenskih podjetnikov torej ni pretirano strah odgovornosti in sramote ob morebitnem neuspehu. Slabo mnenje okolja o podjetništvu predstavlja oviro najmanjšemu številu podjetnikov (glej Tabelo 3). 13 % podjetnikov, ki jih slabo mnenje družbe o podjetništvu zelo ovira pri poslovanju, pa je kljub temu dovolj

pomemben razlog, da slovenska podjetniška politika nadaljuje z vzpodbujanjem pozitivnega odnosa do podjetništva in neuspeha.

Vzpodbudno poslovno okolje je ključ za odpiranje novih podjetij, zapiranje, prevzeme, rast in preživetje (Green Paper, 2003, str. 10). Poleg gospodarskih priložnosti še mnogo drugih dejavnikov vpliva na odločitev posameznika, da bo odprl podjetje, in na željo podjetnika, da bi tvegala in razširil podjetje. Pri poslovanju potrebuje makroekonomsko stabilnost, nizko inflacijo, urejen pravni okvir, ugodno davčno politiko, normalne cene nepremičnin in samo toliko birokracije, kolikor jo je v resnici potrebno (Špec, 1995, str. 57).

Slovenska MSP se pri poslovanju soočajo z mnogimi ovirami. Davčno in pravno okolje zanje ni ravno vzpodbudno. Največji problem slovenskih MSP je (za 87 %) plačilna nedisciplina (glej Tabela 3). Vprašanje plačilne nediscipline ni le stvar pogodbenih odnosov in preverjanja bonitet poslovnega partnerja. Neustrezna zakonodaja s tega področja, prepočasno delovanje sodišč, prenizke obresti za zapoznela plačila in nejasni plačilni roki so razlogi, da se največji problem slovenskega podjetništva ne premakne z mrtve točke. Tudi previsoki davki (za 71 %) in previsoki prispevki (za 60 %) predstavljajo velik problem pri poslovanju MSP (glej Tabela 3). Z zmanjšano davčno stopnjo in zmanjšanimi prispevki bi bilo lahko podjetništvo v Sloveniji bolj privlačno, podjetja bi se hitreje širila in več zaposlovala.

Skoraj 70 % slovenskih podjetnikov meni, da birokratski postopki in preobsežna administracija predstavljajo zelo velik problem pri njihovem poslovanju (glej Tabela 3). Administrativni postopki pri odpiranju podjetij in pridobivanju raznih dovoljenj, zahtevni formularji, zbiranje in posredovanje podatkov in s tem povezani stroški močno obremenjujejo slovenska MSP. Javni organi bi lahko izboljšali pogoje poslovanja s tem, da bi poenostavili predpise in jih prilagodili zmoglostim MSP ter ponudili možnosti opravljanja administrativnih postopkov preko elektronskega spleta. Tudi zagotavljanje informacij je lahko podjetnikom v veliko pomoč, kadar imajo opravka z birokracijo.

Za 37 % MSP je pomanjkanje ustreznih delavcev zelo velik problem (glej Tabela 3), največ (51 %) pa jih potrebuje pomoč pri izobraževanju in usposabljanju zaposlenih (glej Tabela 4). Slovenska podjetja se vse bolj zavedajo, da znanje zaposlenih omogoča, da postanejo oz. ostanejo konkurenčna tudi v dobi naraščajoče globalne konkurence. Znanje mora ustrezati gospodarskemu in tehnološkemu razvoju za kar je potrebno kontinuirano izobraževanje zaposlenih. Podjetniška politika mora ne le motivirati podjetnike k izboljševanju njihovih sposobnosti in poglobitvi strokovnega znanja, ampak jim mora to tudi omogočiti.

Dostopnost stavbnih zemljišč in prostorov MSP ne predstavlja posebno velikega problema. 18 % vprašanih MSP se je opredelilo, da zelo potrebuje pomoč pri iskanju primerne poslovne lokacije (glej Tabela 4).

Tabela 3: Problemi pri poslovanju malih in srednjih podjetij

PROBLEM	Stopnja problema	MSP		SP		MP	
		Št.	%	Št.	%	Št.	%
Neustrezna zakonodaja	ni problem	22	19	3	11	19	21
	niti ni niti je velik problem	42	35	10	37	32	35
	velik problem	54	46	14	52	40	44
Pomanjkanje ustreznih delavcev	ni problem	38	32	11	41	27	30
	niti ni niti je velik problem	37	31	6	22	31	34
	velik problem	43	37	10	37	33	36
Previsoki davki	ni problem	16	14	2	7	14	15
	niti ni niti je velik problem	19	16	4	15	15	17
	velik problem	83	70	21	78	62	68
Birokratski postopki	ni problem	12	10	2	7	10	11
	niti ni niti je velik problem	23	19	0	0	23	25
	velik problem	83	71	25	93	58	64
Previsoki prispevki	ni problem	11	9	2	7	9	10
	niti ni niti je velik problem	36	31	3	11	33	36
	velik problem	71	60	22	82	49	54
Delo na črno	ni problem	47	40	12	45	35	39
	niti ni niti je velik problem	30	25	9	33	21	23
	velik problem	41	35	6	22	35	38
Plačilna nedisciplina	ni problem	7	6	0	0	7	8
	niti ni niti je velik problem	8	7	3	11	5	5
	velik problem	103	87	24	89	79	87
Pomanjkanje poslovnih informacij	ni problem	54	46	10	37	44	48
	niti ni niti je velik problem	39	33	9	33	30	33
	velik problem	25	21	8	30	17	19
Slabo mnenje okolja o podjetništvu	ni problem	57	48	12	45	45	50
	niti ni niti je velik problem	46	39	12	44	34	37
	velik problem	15	13	3	11	12	13
Težak dostop do državnih pomoči in spodbud	ni problem	32	27	6	22	26	28
	niti ni niti je velik problem	34	29	7	26	27	30
	velik problem	52	44	14	52	38	42
Preobsežna administracija	ni problem	18	15	4	15	14	15
	niti ni niti je velik problem	23	20	4	15	19	21
	velik problem	77	65	19	70	58	64
Prevelika konkurenca	ni problem	27	23	1	4	26	29
	niti ni niti je velik problem	27	23	8	30	19	21
	velik problem	64	54	18	66	46	50

Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Tabela 4: Najbolj potrebne oblike pomoči

OBLIKE POMOČI	Stopnja potrebe	MSP		SP		MP	
		Št.	%	Št.	%	Št.	%
Iskanje finančnih sredstev (posojil)	ni potrebna	42	36	11	41	31	34
	niti ni niti je zelo potrebna	34	29	7	26	27	30
	zelo potrebna	42	36	9	33	33	36
Razvoj različnih finančnih projekcij za poslovanje	ni potrebna	48	41	7	26	41	45
	niti ni niti je zelo potrebna	33	28	11	41	22	24
	zelo potrebna	37	31	9	33	28	31
Pomoč pri pripravi poslovnega načrta	ni potrebna	62	53	12	45	50	55
	niti ni niti je zelo potrebna	34	29	9	33	25	27
	zelo potrebna	22	19	6	22	16	18
Iskanje virov trajnega kapitala (sovlagatelj)ev)	ni potrebna	78	66	16	59	62	68
	niti ni niti je zelo potrebna	20	17	4	15	16	18
	zelo potrebna	20	17	7	26	13	14
Podpora pri tržnih raziskavah	ni potrebna	52	44	6	22	46	51
	niti ni niti je zelo potrebna	31	26	9	33	22	24
	zelo potrebna	35	30	12	45	23	25
Pomoč pri nastopu na tujih trgih	ni potrebna	60	51	11	41	49	54
	niti ni niti je zelo potrebna	28	24	4	15	24	26
	zelo potrebna	30	25	12	44	18	20
Reševanje tehničnih in tehnoloških problemov	ni potrebna	55	47	6	22	49	54
	niti ni niti je zelo potrebna	37	31	12	44	25	27
	zelo potrebna	26	22	9	33	17	19
Nudenje informacij in svetovanja	ni potrebna	40	34	6	22	34	37
	niti ni niti je zelo potrebna	39	33	8	30	31	34
	zelo potrebna	39	33	13	48	26	29
Iskanje primerne poslovne lokacije	ni potrebna	74	63	16	59	58	64
	niti ni niti je zelo potrebna	23	19	7	26	16	18
	zelo potrebna	21	18	4	15	17	18
Povezovanje z drugimi podjetji	ni potrebna	62	52	9	33	53	58
	niti ni niti je zelo potrebna	28	24	9	34	19	21
	zelo potrebna	28	24	9	33	19	21
Izobraževanje in usposabljanje zaposlenih	ni potrebna	28	24	6	22	22	24
	niti ni niti je zelo potrebna	30	25	6	22	24	26
	zelo potrebna	60	51	15	56	45	50

Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Prevelika konkurenca predstavlja že pred vstopom v EU zelo velik problem za 54 % MSP (glej Tabela 3). Če želimo, da bodo izkoristila prednost odpirajočega evropskega trga in se uspešno spopadla z izzivi še močnejše konkurence, jih moramo spodbujati k inovativnosti in internacionalizaciji. Omogočiti jim moramo dostop do znanja, primernih stikov, usposabljanja

in dobrih podpornih storitev (Green Paper, 2003, str. 19). Pomoč pri nastopih na tujih trgih zelo potrebuje 25 % MSP (glej Tabela 4).

Velika večina v raziskavo vključenih MSP posluje na domačem trgu. 48 % SP in 72 % MP ni izvozno usmerjenih (glej Tabela 5). Poslujejo predvsem na lokalnem trgu ali pa iz tujine uvažajo. 25 % MSP jih v tujino izvažajo, 19 % pa se jih s podjetji iz tujine strateško povezuje. 32 % podjetij posluje z državami EU, 25 % z državami bivše Jugoslavije, 6 % pa z državami Vzhodne Evrope. Kar 27 % MSP nima interesa poslovati s tujino (glej Slika 7).

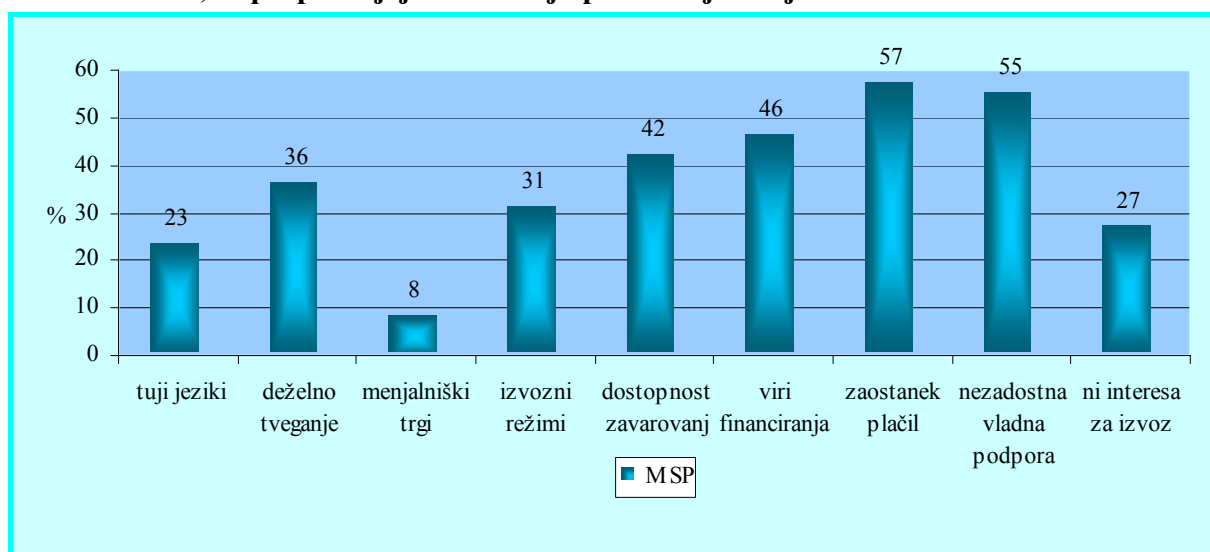
Tabela 5: Oblika poslovanja s tujimi partnerji

OBLIKA POSLOVANJA S TUJINO	MSP		SP		MP	
	Št.	%	Št.	%	Št.	%
Izvoz	29	25	12	44	17	19
Strateške povezave	23	19	4	15	19	21
Licenciranje	2	2	1	4	1	1
Neposredne tuje investicije	8	7	2	7	6	7
S tujino ne poslujemo	79	67	13	48	66	72

Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Slovenskim MSP preprečujejo ali ovirajo poslovanje s tujino predvsem zaostanki plačil, nezadostna vladna podpora izvozu, viri financiranja mednarodnih poslov in dostopnost zavarovanj (glej Slika 7). Pogoje internacionalizacije MSP je potrebno izboljšati. Tudi na tem področju je potrebno izboljšati dostop do financ, okrepiti prizadevanja za izboljšanje plačilne nediscipline, predvsem pa olajšati dostop do zavarovanj izvoznih poslov. Podjetnikom je potrebno preko podpornih storitev omogočiti dostop do znanja, partnerjev, nasvetov in izmenjav izkušenj med domačimi in tujimi podjetniki.

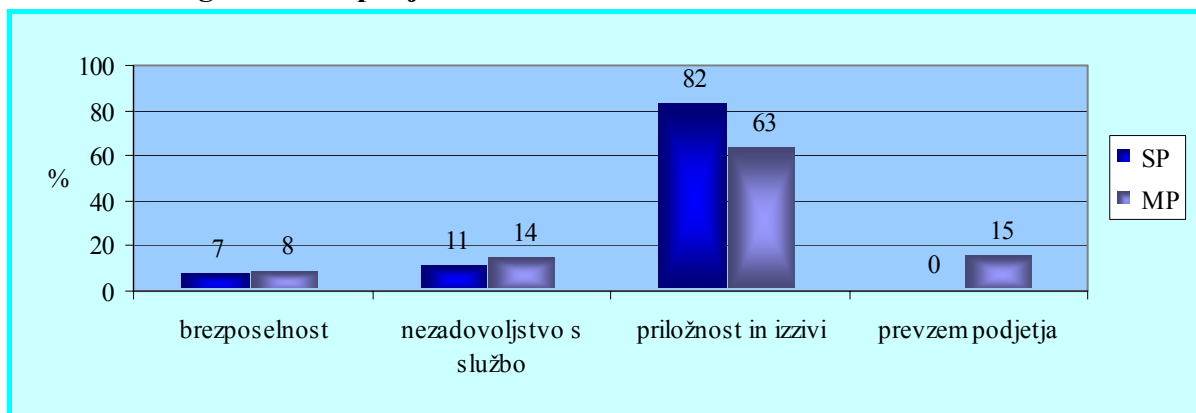
Slika 7: Ovire, ki preprečujejo ali ovirajo poslovanje s tujino



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Podjetništvo ni le način služenja denarja. Pri izbiri kariere je pomembna tudi varnost, stopnja neodvisnosti, raznolikost in zanimivost dela. Nekateri ljudje pa postanejo podjetniki zaradi ekonomske nuje (Green Paper, 2003, str. 7).

Slika 8: Razlogi za izbiro podjetniške kariere



Vir: Raziskava, september-oktober 2003.

67% slovenskih podjetnikov se je za podjetniško kariero odločilo zaradi zaznanih priložnosti in izzivov, 8 % zaradi brezposelnosti, 13 % pa zaradi nezadovoljstva v službi (glej Sliko 8).

4.3 MSP in vstop Slovenije v EU

Vstop Slovenije v EU je za Slovenijo skoraj tako pomemben izziv, kot je bila sprememba družbeno ekonomskega sistema po osamosvojitvi države. Po doseženih rezultatih se uvrščamo med najuspešnejše tranzicijske države (dosegli smo preko 70 % evropskega povprečja gospodarske rasti), vendar so pred nami še pomembni izzivi. Cilj Slovenije v času vključevanja je približati se evropskemu povprečju ali ga celo prehiteti (Pettrin, 2003).

Vključevanje v EU prinaša MSP nove zahteve pa tudi nove možnosti širitve na evropske trge in možnosti koriščenja evropske pomoči podjetnikom. Ukrepi za spodbujanje razvoja MSP ter ustvarjanje prijaznega okolja za njihovo poslovanje so v času priključevanja EU še posebej pomembni. Zmožnost prilagajanja na gospodarske spremembe je ključnega pomena za njihovo konkurenčnost.

Z vstopom v EU bodo uspešnejša na vstop pripravljena podjetja, ki bodo sposobna konkurirati na skupnem trgu. Druga bodo imela težave. Pridobili bodo predvsem dosedanji izvozniki v EU, prizadeta pa bodo predvsem lokalno usmerjena podjetja in panoge, ki so do sedaj uživale visoko stopnjo zaščite (živilsko predelovalna industrija, kmetijstvo). Zaradi ukinitve prostotrgovinskih sporazumov bodo prizadeta v jugovzhodno Evropo usmerjena podjetja, predvsem živilska in naftna industrija, nekoliko manj pa kemična, lesna, papirna in gumarska industrija. Storitveni sektor, ki opazno zaostaja za konkurenco iz EU, bo prisiljen povečati produktivnost in izboljšati kvaliteto storitev predvsem investicijskega bančništva, zavarovanja, varčevanja prebivalstva... (Ješovnik, 2003, str. 17-18).

4.3.1 Možnost sodelovanja malih in srednjih podjetij v programih EU

Od začetka tranzicije Evropska komisija intenzivno sodeluje z državami članicami in vpliva na MSP z usmerjanjem in izboljševanjem politike, pravil in zakonodaje, z izboljševanjem poslovnega okolja, z investicijami v fizično infrastrukturo in znanje, s krepitvijo poslovnih agencij in združenj in z neposrednimi podporami podjetjem (Creating an entrepreneurial Europe, 2003, str. 98). V Mariboru je leta 2002 Slovenija skupaj z ostalimi državami kandidatkami podpisala Mariborsko deklaracijo, s katero je sprejela načela Evropske listine za mala podjetja in s tem obveznost razvoja malih podjetij.

V okviru predpristopne pomoči ima Slovenija možnost črpati finančna sredstva iz programov PHARE, ISPA in SAPARD. Pomoč v okviru programa PHARE je namenjena prilagajanju EU standardom, predvsem na področju zaščite okolja, transporta, delovnih razmer, kakovosti proizvodov itd. Program ISPA je namenjen pripravi na črpanje iz kohezijskega sklada na področju okolja, transporta in varovanja z energijo. V okviru programa SAPARD dobiva Slovenija predpristopno pomoč EU za področje kmetijstva in razvoja podeželja, in sicer kot pomoč za večjo učinkovitost kmetijskih gospodarstev in pospeševanje prilagajanja pravnemu redu EU. Del sredstev je namenjen tudi za razvoj dopolnilnih dejavnosti na kmetijah in naložbe v živilsko-predelovalno industrijo. Slovenija ima možnost sodelovati tudi v Večletnem programu za MSP za obdobje 2001-2005 in v 6. okvirnem programu EU za obdobje 2002-2006. Večletni program je namenjen krepitvi konkurenčnosti, internacionalizaciji in poenostavitvi okolja za poslovanje MSP, 6. okvirni program pa spodbuja predvsem skupno raziskovalno politiko in sodelovanje med MSP (Hribernik, 2003, str. 31).

Ob vključitvi v EU naj bi bila Slovenija neto prejemnica pomoči. MSP bodo postali dostopni tudi programi financiranja preko Evropskega investicijskega sklada.

4.4 Oblike podpore razvoju malih in srednjih podjetij

Slovenija je razvila vrsto programov in institucij za razvoj podjetništva v MSP. Podporne storitve zagotavljajo vladne službe ali agencije z različnimi stopnjami neodvisnosti, vse bolj pa jih nudijo tudi zasebniki. V zadnjem desetletju so se močno razširile. Organizirane so na državni, regionalni in lokalni ravni.

4.4.1 Pospeševalna mreža za mala in srednja podjetja

V začetku devetdesetih let sta Ministrstvo za gospodarstvo in Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve pričeli razvijati mrežo podjetniških svetovalcev, ki je zagotavljala strokovno pomoč presežnim in brezposelnim delavcem pri samozaposlovanju, se vključevala v procese prestrukturiranja velikih podjetij itd. Spodbudili sta razvoj vrste programov usposabljanja tako za potencialne podjetnike kot za že delujoča, predvsem obrtna podjetja (Program PCMG za leti 2002 in 2003, 2002, str. 12, 13). Istočasno so se začele razvijati nekatere specializirane podporne mreže, kot npr. Samostojna podjetniško-inovativna mreža (SPIM). Da bi zagotovila učinkovitejšo koordinacijo programov in podpornih mrež in povezala številne

decentralizirane dejavnike je Vlada RS leta 1993 ustanovila javni zavod Pospeševalni center za malo gospodarstvo (v nadaljevanju: PCMG). Pod njegovo okrilje je bil leta 1997 prenesen tudi Evro Info center Ljubljana. Istega leta so številna ministrstva, javne in nevladne institucije podpisali sporazum o koordiniranem pristopu k pospeševanju podjetništva in malega gospodarstva. Tako je bila vzpostavljena osnovna mreža za pospeševanje malega gospodarstva, katere koordinacijo je prevzel PCMG. Ta je tudi soustanovitelj nekaterih regijskih centrov, nekaterim pa je na pobudo lokalnih skupnosti in gospodarstva v regiji strokovno in finančno pomagal. PCMG in Zavod RS za zaposlovanje sta zagotavljala tudi usposabljanje, zagonsko pomoč in kasneje podpirala izvajanje aktivnosti lokalnim podjetniškim centrom (LPC), katere so ustanovljale občine in podjetniški sektor na lokalni ravni.

Pospeševalna mreža za malo gospodarstvo (v nadaljevanju: PMMG) je partnerstvo nacionalnih, regionalnih in lokalnih dejavnikov, ki podjetnikom in MSP omogoča svetovalne storitve in druge podporne aktivnosti. Sestavljajo jo (Poslovno poročilo o delovanju PMMG (2000-2001), 2002, str. 9, 10):

- Mreža lokalnih in regionalnih podjetniških centrov Slovenije,
- Sekcija podjetniških svetovalcev Slovenije,
- Mreža Evro Info centrov Slovenije.

Poslanstvo PMMG je vzpostavljanje učinkovitega decentraliziranega podpornega okolja na lokalni in regionalni ravni ter izvajanje državnih podpornih aktivnosti, namenjenih razvoju podjetništva ter MSP. PMMG izvaja naslednje naloge:

- razvojno svetovanje in usposabljanje obstoječih in potencialnih podjetnikov,
- pridobivanje in posredovanje podjetjem potrebnih informacij,
- pridobivanje in posredovanje finančne pomoči za začetnike in podjetja v rasti,
- pomoč podjetnikom pri prijavi na državne in mednarodne razpise in
- vzpostavljanje lokalnih razvojnih partnerstev.

4.4.1.1 Mreža lokalnih in regionalnih podjetniških centrov Slovenije

Mrežo lokalnih in regionalnih podjetniških centrov Slovenije tvori pet regionalnih podjetniških centrov, pet lokalnih podjetniških centrov, ki opravljajo tudi vlogo regionalnih centrov in 35 lokalnih podjetniških centrov (Poslovno poročilo o delovanju PMMG (2000-2001), 2002, str. 10, 11). PCMG zagotavlja mreži koordinacijo, tehnično pomoč pa tudi sofinanciranje ključnih aktivnosti in projektov.

Lokalni pospeševalni centri sodelujejo neposredno s podjetji in jim nudijo informacije, svetovanje in pomoč, Regionalni pospeševalni centri, ki delujejo tudi kot Regionalne razvojne agencije pa nudijo garancijske in mikrokreditne sheme, pospešujejo inovacije (inovacijski centri) ...

4.4.1.2 Sekcija podjetniških svetovalcev Slovenije

Sekcija podjetniških svetovalcev je prostovoljno, strokovno združenje slovenskih svetovalcev z vseh področij, ki so povezana z razvojem podjetništva (Poslovno poročilo o delovanju PMMG (2000-2001), 2002, str. 10).

4.4.1.3 Mreža Evro Info Centrov Slovenije

Mreža Evro Info Centrov Slovenije (EIC) sestavljajo centri v Ljubljani, Mariboru in Kopru. Ustanovljeni so bili s pomočjo EU. Podjetnike seznanjajo s pravili notranjega trga EU, njenimi programi in finančnimi viri. Namenjeni so predvsem pomoči MSP pri internacionalizaciji poslovanja. Iščejo možnosti poslovnega sodelovanja med slovenskimi podjetji in podjetji v EU. Organizacijsko so vezani na PCMG, v sklopu katerega deluje EIC Ljubljana.

4.4.1.4 Partnerji pospeševalne mreže za malo gospodarstvo in drugi ponudniki podpornih storitev

Partnerji PMMG so: Ministrstvo za gospodarstvo, Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, Ministrstvo za informacijsko družbo, Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, Gospodarska zbornica Slovenije, Obrtna zbornica Slovenije, Kmetijsko-gozdarska zbornica Slovenije, Zavod RS za zaposlovanje, Agencija RS za regionalni razvoj, Sklad za razvoj malega gospodarstva, Urad RS za mladino, Turistična zveza Slovenije, Slovenska turistična organizacija in Nova ljubljanska banka.

Ministrstvo za gospodarstvo programe in ukrepe usmerja v uresničevanje temeljnega dolgoročnega cilja pospešene gospodarske rasti in povečanje konkurenčnosti podjetij in države. Namenjeni so:

- izboljšanju pretoka znanja iz izobraževalnih in raziskovalnih institucij v gospodarstvo,
- krepitvi mednarodnega R&R sodelovanja,
- spodbujanju vlaganj v tehnološki razvoj in spodbujanju inovativnosti,
- spodbujanju internacionalizacije podjetij,
- spodbujanju večje produktivnosti in povezovanja podjetij,
- promociji podjetništva,
- spodbujanju nastajanja in razvoja MSP, itd.

Ministrstvo za delo družino in socialne zadeve se v pospeševanje podjetništva vključuje s programi samozaposlovanja, z informativno-izobraževalnimi programi in sofinanciranjem delovnih mest ter novega zaposlovanja. Večino programov izvaja preko **Zavoda RS za zaposlovanje**. Preko Programa spodbujanja samozaposlovanja nudi pomoč pri samozaposlovanju in sofinancira stroške spodbujanja podjetništva. Brezposelne osebe in presežne delavce usposablja in izobražuje in jim svetuje ter jim nudi nepovratna finančna sredstva ob samozaposlovanju.

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano spodbuja samozaposlovanje na podeželju in podjetniško prenavo podeželja.

Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport preko šolskih programov vpliva na podjetništvo in razvoj R&R tako v izobraževalnih ustanovah kot v podjetjih ter na prenos znanj med njimi. Spodbuja podjetništvo na področju raziskovalnih in razvojnih projektov, inovativnih izdelkov, tehnologij. Spodbuja tudi samozaposlovanje športnikov in športnih delavcev in sofinancira izbrane projekte, ki jih vodijo.

Ministrstvo za okolje in prostor vpliva na lokacije podjetij in industrijskih con ter na postopke pridobivanja gradbenih dovoljenj.

Ministrstvo za kulturo spodbuja samozaposlovanje kulturnih delavcev in sofinancira izbrane kulturne projekte.

Gospodarska zbornica Slovenije nudi podjetnikom preko svojih služb, društev in 13 regionalnih zbornic različne oblike pomoči, in sicer:

- informira o pogojih poslovanja, ekonomski politiki, zunanjetrgovinskem poslovanju, tržnih raziskavah itd.,
- svetuje o gospodarski zakonodaji, mednarodnem gospodarskem sodelovanju, zagotavljanju kakovosti,
- nudi gospodarsko promocijo na sejmih doma in v tujini,
- pospešuje tuje naložbe in
- nudi pomoč na področju izobraževanja, organizira razne tečaje, seminarje, poklicno in strokovno izobraževanje, izdaja razne publikacije, ima arbitražo in častno razsodišče itd.

Zaradi svoje organiziranosti in razvite informacijske podpore lahko svoje storitve širi hitro in strokovno. Izdaja tudi številne publikacije, ki so dosegljive tudi na spletnih straneh.

Podjetnost - gospodarsko interesno združenje je prostovoljno nevladno, neprofitno združenje podjetnikov in podjetnic Slovenije. Vanj se prostovoljno združujejo mala podjetja različnih dejavnosti. Za učinkovitejše delo se združujejo v projekte po sekcijah ali po regijah. Njihov namen je olajšati in pospeševati pridobitno dejavnost članic, izboljšati družbeno in gospodarsko okolje, ki bi omogočalo razvoj podjetništva v Sloveniji.

Slovensko gospodarsko-raziskovalno združenje deluje v Bruslju. Svoje člane informira o gospodarskem in razvojno raziskovalnem dogajanju v EU, o zakonodaji in programih. Zastopa njihove interese, jim svetuje in pomaga pri komuniciranju z evropskimi institucijami.

Obrtna zbornica Slovenije nudi svojim članom preko 62 območnih zbornic svetovanje s področja davkov, financ, delovnega prava, zunanje trgovine, informatike, itd. Izvaja tudi izobraževanje za potrebe obrti, organizira sodelovanje na sejmih doma in v tujini. Izvaja tudi nekatera javna pooblastila.

Slovenska izvozna družba zavaruje kratkoročne izvozne terjatve ter srednjeročne izvozne kredite pred komercialnimi in nekomercialnimi tveganji. Pred komercialnimi tveganji

zavaruje tudi domače terjatve, investicije slovenskih podjetij v tujini pa pred političnimi tveganji. Nudi tudi bonitete, kreditne informacije ter pravna in poslovna svetovanja (Širnik Nejedly, 2003, str. 60). Izvozno usmerjenim MSP zagotavlja srednjeročne in dolgoročne kredite za pripravo izvoza, pa tudi likvidnostne kredite in kredite za širitev dejavnosti.

Urad za intelektualno lastnino zagotavlja varstvo vseh pravic intelektualne lastnine, posreduje informacije in skrbi za povezovanje v mednarodni sistem. Povezuje se s Svetovno trgovinsko organizacijo, Svetovno organizacijo za intelektualno lastnino (WIPO), Evropskim patentnim uradom in uradi iz posameznih držav.

Javni sklad RS za razvoj malega gospodarstva je nacionalna finančna institucija, ki zagotavlja finančna sredstva za investicijska vlaganja v opremo, zgradbe, zemljišča, patente, licence in know-how. Finančna sredstva dodeljuje v obliki kreditov in garancij za bančna posojila pod ugodnimi pogoji in subvencij v obliki obresti na bančna posojila. Posojila nudi tudi mladim podjetnikom. Pri svojem delu se povezuje z Agencijo RS za regionalni razvoj in Agencijo RS za kmetijske trge in razvoj podeželja.

Agencija RS za gospodarsko promocijo in tuje investicije (TIPO) spodbuja neposredne tuje investicije in izvoz. Zbira in posreduje informacije za izvoznike. Razvojne spodbude namenja podjetnikom za pridobivanje strateških partnerstev, razvoj novih trgov ali izboljšanje položaja na obstoječih in izvedbo izhodnih investicij slovenskih podjetij. Zagotavlja tudi neposredne spodbude domačim in tujim investitorjem za odpiranje novih delovnih mest in prenos znanja in tehnologij.

Agencija RS za regionalni razvoj usklajuje, promovira in izvaja regionalne strukturne politike z namenom, da doseže uravnotežen in trajnosten razvoj. Spodbuja medregijsko sodelovanje in je nosilec programa čezmejnega sodelovanja, ki namenja donacije za oblikovanje prekomejnih mrež gospodarskih subjektov, pospeševanje uporabe informacijskih tehnologij v obmejnem območju, usposabljanje MSP za uporabo informacijskih tehnologij itd. Je povezovalni člen med nacionalnimi, regijskimi in lokalnimi organizacijami ter institucijami EU. Delovno se povezuje z regionalnimi razvojnimi agencijami, ki so oblikovane v dvanajstih statističnih regijah.

Javni sklad RS za regionalni razvoj je finančna organizacija, ki je namenjena trajnejšemu doseganju ciljev Slovenije na področju regionalne politike. Zbira in dodeljuje sredstva za izvajanje regionalne strukturne politike.

Center za poklicno izobraževanje izvaja podjetniški projekt Delam za sebe, v katerem sodelujejo učitelji iz poklicnih šol. Cilj programa je razširiti podjetniško znanje poklicnih učiteljev in z njihovo pomočjo izobraziti mlade za opravljanje samostojne dejavnosti.

Gea College izvaja seminarje za učence srednjih šol, ki potrebujejo dodatna znanja za izvajanje lastne dejavnosti.

Tudi **občine** in **regije** podpirajo razvoj MSP in pomembno prispevajo k razvoju podjetništva. Spodbujajo podjetniško miselnost, podpirajo hitrejši razvoj podjetništva, nudijo različna svetovanja, pomoč pri pridobivanju upravnih dovoljenj, subvencionirajo obresti pri najemu razvojnih posojil, zagotavljajo zemljišča in poslovne prostore v obrtnih, industrijskih in poslovnih conah (z dolgoročnimi krediti in spodbudami omogočajo nakup), znižujejo nadomestila za uporabo stavbnih zemljišč. Občine sredstva običajno namenjajo za posodobitev obstoječe proizvodnje in storitev, za opremo in zagonske stroške, za nove storitvene in proizvodne programe, izobraževanje in svetovanje podjetnikom, odpiranje novih delovnih mest, in sicer za zaposlovanje mladih in za samozaposlovanje.

4.4.1.5 Podjetniški center za malo gospodarstvo

PCMG je osrednja nacionalna institucija v Sloveniji za razvoj podjetništva in MSP. Koordinira mrežo PMMG, ji nudi tehnično pomoč ter tako skrbi za podporne storitve, ki jih mreža nudi podjetnikom (Poslovno poročilo o delovanju PMMG (2000-2001), 2002, str. 9).

Ustanovljen je bil z namenom, da bi razvil mrežo storitev na nacionalnem, regionalnem in lokalnem nivoju in koordiniral različne vladne programe, ki bi omogočali hitrejšo ustanavljanje in rast enot malega gospodarstva, razvijal mednarodno sodelovanje s podobnimi institucijami v tujini, zagotavljal malemu gospodarstvu pomoč pri mednarodnih povezavah in omogočal prenos dobrih praks. Njegovo poslanstvo je razširjati učinkovito podporno okolje za pospešen razvoj podjetništva, obrti in samozaposlovanja v Sloveniji ter promocije podjetniške kulture. Sodi pod okrilje Gospodarskega ministrstva, razvijal pa naj bi partnersko sodelovanje med različnimi vladnimi resorji, zbornicami in lokalnimi skupnostmi.

MSP pomaga s svetovanjem, usposabljanjem, informacijami in finančnimi spodbudami, organizira promocije v okviru različnih prireditev in se ukvarja z raziskavami in razvojem podjetniškega okolja ter uveljavljanjem podjetniške kulture.

PCMG je koordinator Pospeševalne mreže za malo gospodarstvo in podpornih subjektov za podjetništvo v Sloveniji, in sicer na nacionalni, regionalni in lokalni ravni.

4.5 Drugi programi v podporo razvoju podjetništva

4.5.1 Vavčerski sistem svetovanja in usposabljanja

PMMG in PCMG izvajata sistem svetovanja in usposabljanja na podlagi napotnic - vavčerski sistem. Vavčerski sistem svetovanja je namenjen pomoči obstoječim podjetjem pri premagovanju poslovnih težav in uresničevanju razvojnih projektov ter bodočim podjetnikom pri uresničevanju poslovnih idej (npr. priprava poslovnega načrta). Podjetnikom zagotavlja ugodnejši dostop do svetovalnih storitev, nudi pa tudi druge oblike podpore (informiranje, izobraževanje, usposabljanje, usmerjanje ...).

4.5.2 Antibirokratski program in projekt Vse na enem mestu

Antibirokratski program je namenjen odpravljanju administrativnih ovir (poenostavitev pri ustanavljanju podjetij, pridobivanju lokacijskih in gradbenih dovoljenj, poenostavitev postopkov za javna naročila, davčnih in organizacijskih predpisov, številnih potrdil in dovoljenj) in ustvarjanju stimulativenega okolja za nastajanje in razvoj podjetij.

S pomočjo projekta Vse na enem mestu naj bi podjetniki opravili vse aktivnosti za ustanovitev podjetja in poslovanje na enem mestu. Izvajal naj bi se v že obstoječih ustanovah. Podjetnikom naj bi zagotovil elektronsko komunikacijo z državno upravo, elektronsko pridobivanje raznih dovoljenj in informacij, potrebnih za delovanje podjetja, pa tudi registracijo podjetja v elektronski obliki na enem mestu. V okviru PCMG in Lokalnih podjetniških centrov se potencialnim in že obstoječim podjetnikom osebno ali po telefonu zagotavlja brezplačne in subvencionirane svetovalne storitve o ustanavljanju podjetja.

4.5.3 Podpore razvoju inovativnosti

Raziskave kažejo, da je prenos znanja in idej iz razvojno-raziskovalnih ustanov v gospodarski sektor in obratno slabo (Izvajanje evropske listine za mala podjetja v Sloveniji, 2002, str. 12). Spodbuja se ga s Programom mladih raziskovalcev v industriji, vlaganji podjetij, izobraževalnih in R&R ustanov v skupno infrastrukturo in z razvojem tehnoloških mrež.

Infrastruktura za podporo inovacijam vključuje politiko grozdenja, razvoj tehnoloških centrov in parkov ter razvoj podjetniških inkubatorjev na univerzah. Politika grozdenja pospešuje sodelovanje med podjetji in med podjetji in izobraževalno-raziskovalnimi ustanovami. Ministrstvo za gospodarstvo spodbuja gospodarske družbe za povezovanje in skupno delovanje na R&R področju v okviru tehnoloških centrov. S tem spodbuja trajnejše povezovanje R&R sfere in uporabnikov - podjetij ter podjetij med seboj in omogoča predvsem MSP lažji dostop do najnovejših tehnologij in raziskovalnih rezultatov. Spodbuja tudi nastajanje inkubatorjev in tehnoloških parkov, da bi s tem spodbudila nastajanje in ustanavljanje novih dinamičnih podjetij. V Sloveniji deluje okoli trideset **tehnoloških centrov**, ki so različnih velikosti, imajo različne ustanovitelje in različne vire financiranja, in trije **tehnološki parki** (Tehnološki park Ljubljana, Štajerski tehnološki park in Primorski tehnološki park).

V začetku devetdesetih let je bila ustanovljena **Slovenska podjetniško inovativna mreža (SPIM)**, ki je povezovala inovatorje in podjetnike ter zbirala informacije s področja inovacijske dejavnosti in varstva industrijske lastnine. Bila je organizirana kot sekcija PCMG, sedaj pa je zaradi nesporazumov organizirana kot privatni zavod.

Leta 2000 je nastal **Inovacijsko relejni center (IRC) Slovenija** kot člen evropske mreže IRC. Ukvarja se s prenosom tehnologije in načini, kako okrepiti sodelovanje med raziskovano in industrijsko sfero v Evropi. Projekt IRC Slovenija koordinira Pisarna za prenos tehnologij

na Inštitutu Jožef Stefan v sodelovanju z univerzami, inštituti in zbornicami (Baebler, 2003, str 19-20).

4.5.4 Nove oblike financiranja malih podjetij

Glavni problem financiranja so draga finančna sredstva, omejene možnosti dostopa do njih, pa tudi nepoznavanje drugih oblik financiranja (tvegani kapital, franšizing, lizing ...). Tudi zavarovanje kreditov povzroča podjetjem precejšnje dodatne stroške.

V **regijskih garancijskih programih** se zbirajo sredstva države, lokalnih skupnosti in podjetij. Namenjena so zavarovanju obveznosti podjetij pri poslovnih bankah.

SHEME MIKROKREDITOV spodbujajo financiranje zagona podjetij in odpiranje novih delovnih mest in so povezane s programi samozaposlovanja. Njihov cilj je tudi spodbujanje k trajnostnemu razvoju revnih mestnih in podeželskih območij (Izvajanje evropske listine za mala podjetja v Sloveniji, 2002, str. 19).

Slovensko združenje tveganega kapitala (SLEVCA) povezuje investicijska podjetja in zasebne vlagatelje v Sloveniji. Promovira formalni tvegani kapital, podjetja pa želi spodbujati k zanimanju za tvegani kapital in jim ga pomaga tudi poiskati. Trenutno je v Sloveniji šest skladov tveganega kapitala, dva pa sta v ustanavljanju (Slavnič, 2002, str. 37).

V okviru PCMG je organiziran prvi **Klub poslovnih angelov**. Mreža združuje poslovne angele - investitorje in podjetja, ki iščejo kapital. Poleg finančne investicije nudijo podjetju poslovne nasvete in pomagajo pri navezovanju stikov s poslovnimi partnerji. Poslovni angeli oblikujejo neformalni trg tveganega kapitala. Zagotavljajo sredstva v vseh razvojnih fazah tveganega podjetja (Petrin, 2000, str. 12, 13). Tvegani kapital v Sloveniji je v primerjavi z razvitejšimi državami še v razvoju.

4.5.5 Razvoj podjetniške kulture

Pri razvoju podjetniške kulture se promovira ugled in naklonjenost podjetništvu ter pospešuje ustvarjalnost posameznih ciljnih skupin.

4.5.5.1 Razvoj podjetnosti in ustvarjalnosti mladih

Program razvoja podjetnosti in ustvarjalnosti mladih, pod okriljem PCMG pomeni začetek širjenja podjetništva med mladimi v Sloveniji. Program vpliva naboljšanje zaposlitvenih možnosti mladih in jih spodbuja k nadaljnjemu izobraževanju. Ciljna skupina, kateri je program namenjen, so učenci v osnovnih in srednjih šolah, študentje višjih in visokih šol, mlade brezposelne osebe, mladi s podeželja, mladi podjetniki in mladi inovatorji. (Izvajanje evropske listine za mala podjetja v Sloveniji, 2002, str. 2). Vlaganje v mlade, v izvajanje programov zanje pridobiva pomen.

4.5.5.2 Uvajanje dela na domu in dela na daljavo

Delo na domu je podjetniška dejavnost, ki jo podjetnik opravlja doma, delo na daljavo pa je oblika dela na domu, tisti, ki ga opravlja, pa je z delodajalcem v delovnem razmerju ali pa zanj dela po pogodbi. Delo na domu je priložnost za zaposlovanje tudi v Sloveniji.

4.5.5.3 Poklicno uveljavljanje žensk

V Sloveniji podpora podjetjem, ki jih vodijo ženske, ni zadovoljiva, posebno veliko težav imajo podjetnice, ki prodirajo v tradicionalne moške poklice. Podjetnice pa si kljub temu ne želijo podporne mreže, namenjene izključno njim, saj bi se ob tem počutile še bolj izolirane (Drnovšek, Glas, 1999, str. 2).

V okviru programa ženskega podjetništva se v tujini usposabljuje promotorke ženskega podjetništva, ki usposabljuje ženske za podjetništvo na lokalni ravni. V pomoč podjetnicam deluje tudi center META z brezplačnim telefonom.

4.5.5.4 Razvoj podjetniške preнове podeželja

Program spodbuja podjetniško prenovu podeželja in samozaposlovanje na podeželju. Cilji dolgoročnega programa podjetniške preнове podeželja so predvsem (Poslovno poročilo o delovanju PMMG (2000-2001), 2002, str. 36):

- z razvojem podjetništva na podeželju ohraniti njegovo poseljenost,
- izboljšati življenjske razmere na podeželju in povečati turistično privlačnost in
- aktivirati prostorske in človeške potenciale.

4.5.5.5 Promocija podjetništva

Cilj programa je izboljšati informiranost in osveščenost podjetnikov in javnosti o dobrih dosežkih v podjetništvu in o ukrepih Ministrstva za gospodarstvo in podpornih institucij. Aktivnosti so usmerjene predvsem v podporo pri ustanavljanju podjetij, informiranje in usposabljanje podjetnikov, pomoč pri internacionalizaciji, razvoj informacijskih baz, pomoč pri dostopu do R&R dejavnosti, promocijo podjetniške kulture, organizacijo posvetov, konferenc, pripravo brošur in katalogov o podjetništvu, promocijo dualnega sistema izobraževanja, usposabljanje posebnih ciljnih skupin itd.

Pri promociji podjetništva imajo veliko vlogo mediji. Z različnimi prispevki oblikujejo javno mnenje o podjetništvu, informirajo, izobražujejo, svetujejo in oglašujejo. Širijo podjetniško kulturo in seznanjajo ciljne skupine o možnostih podjetniške kariere.

4.5.6 Mednarodno sodelovanje

Zaradi vstopa Slovenije v EU in procesa vključevanja slovenskih podjetij na vedno bolj zahteven globalni trg MSP še bolj potrebujejo pomoč (obveščanje, svetovanje, ...). PCMG je vzpostavil sodelovanje tudi s Srednjeevropsko pobudo ter agencijami za razvoj malega gospodarstva v državah Pakta stabilnosti za JV Evropo. Slovenija mora izkoristiti možnost povezovalne vloge med EU in državami nekdanje Jugoslavije.

4.6 Povpraševanje po podpornih storitvah

Ugotovitve, povezane s povpraševanjem po podpornih storitvah, izhajajo iz empirične analize potreb in izkušenj MSP pri uporabi podpornih storitev. V oktobru 2003 sem na osnovi vprašalnika (Priloga 1) opravila raziskavo med slovenskimi MSP in sicer med mikro podjetji, MP (10-49), samostojnimi podjetniki in srednjimi podjetji (glej Tabela 6).

Raziskovala sem njihovo sodelovanje s podpornimi službami, prisotnost zavesti o dostopnosti podpornih služb, potrebe podjetij glede vsebin, pogojev in oblik podpornih storitev ter iskala odgovore na vprašanja, kakšno je splošno mnenje podjetnikov o podpornih službah.

Tabela 6: Število anketiranih podjetij po velikosti

Podjetje	Število	%
Srednja podjetja	27	23
Mikro podjetja	33	28
Mala podjetja (10-49)	32	27
Samostojni podjetniki	26	22
SKUPAJ	118	100

Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Definicija podpornih storitev, ki sem jo uporabljala v tem delu naloge, zajema storitve, namenjene MSP, kot so zagotavljanje informacij, svetovanja, izobraževanja ali drugih poslovnih storitev, ki jih ponudniki nudijo pod netrznimi pogoji in niso finančne narave.

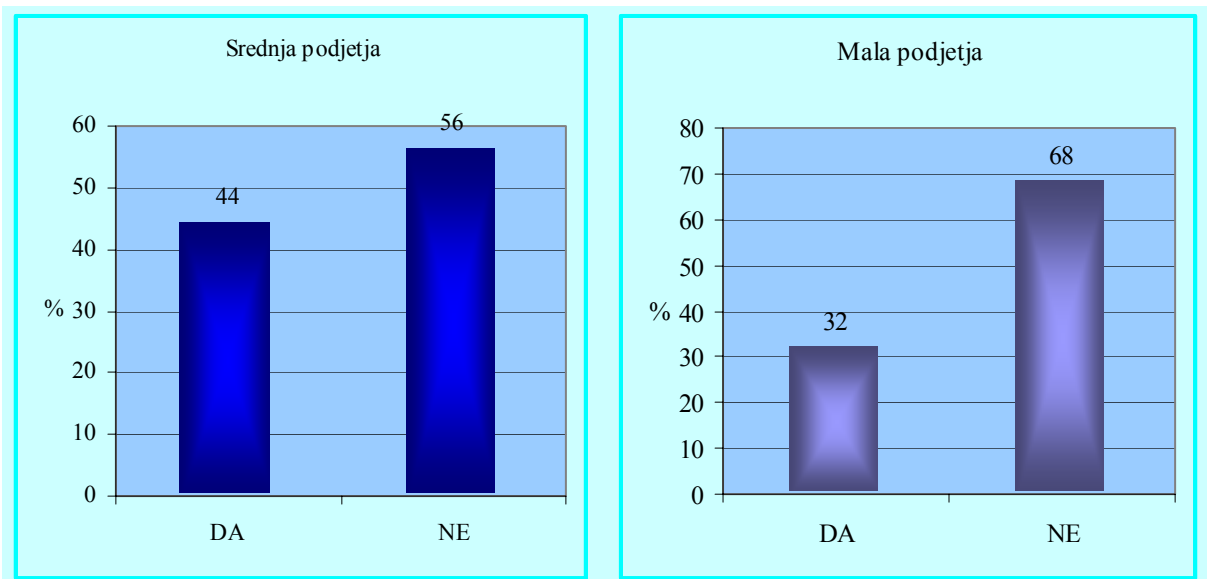
Službe, ki nudijo podporne storitve, so nastale po iniciativi vladne politike (javne ali delno javne ustanove) ali pa delujejo v skladu z dogovorjeno vladno politiko (tudi zasebna podjetja). Podporne službe v Sloveniji so večinoma namenjene MSP. Mala podjetja so redkokdaj predmet ločene podporne politike. Večina podpornih služb se ukvarja z vsemi vrstami podjetij in so običajno usmerjene v vse sektorje in vse faze poslovanja s poudarkom na začetni fazi poslovanja.

4.6.1 Sodelovanje s podpornimi službami

Eden glavnih ciljev sodobne podjetniške politike je izboljšanje dostopnosti do najboljše podpore za MSP. Predvsem mala podjetja potrebujejo podjetništvu prijazno okolje, informacije in druge podporne storitve, ki so lahko dostopne, razumljive in ustrezajo njihovim specifičnim potrebam. Le tako lahko postanejo konkurenčna in prispevajo h gospodarski rasti in višanju stopnje zaposlenosti.

Stopnja sodelovanja s podpornimi službami (tj. delež podjetij, ki so uporabila podporne storitve v zadnjih petih letih) je med slovenskimi SP višja od 40 %, med slovenskimi mikro podjetji, MP (10-49) ter samostojnimi podjetniki pa višja od 30 %. Skoraj dve tretjini podjetij v zadnjih petih letih ni uporabilo nobene podporne storitve (glej Sliko 9).

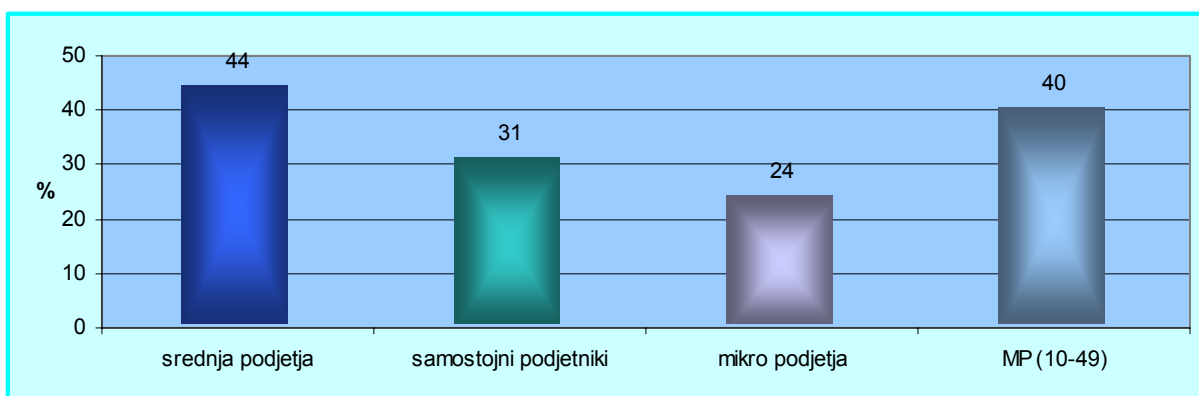
Slika 9: Stopnja sodelovanja podjetij s podpornimi službami



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Sodelovanje s podpornimi službami se v Sloveniji spreminja glede na velikost podjetij. V zadnjih petih letih je kakršnekoli podporne storitve uporabilo 44 % SP, 40 % MP (10-49), nekaj več kot 30 % samostojnih podjetnikov in slaba četrtina mikro podjetij (glej Sliko 10).

Slika 10: Stopnja sodelovanja podjetij po velikosti s podpornimi službami

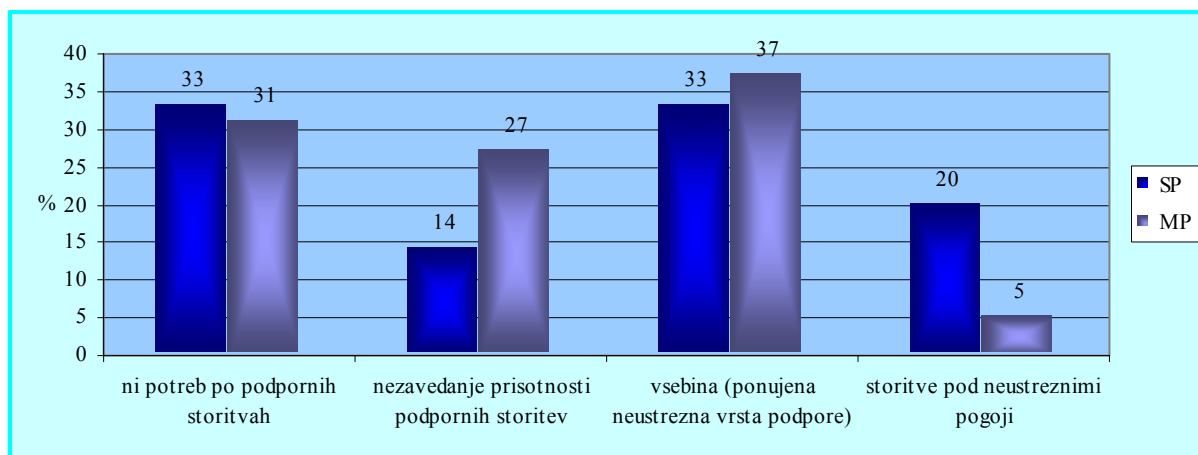


Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Stopnja sodelovanja s podpornimi službami se razlikuje tudi glede lastnosti podjetnika. Ženske raje uporabljajo podporne storitve kot moški. V zadnjih petih letih je uporabilo podporne storitve 39 % podjetnic in 33 % podjetnikov. Prav tako so slovenski podjetniki z visoko in višjo izobrazbo pogosteje uporabili podporne storitve (39 %) kot podjetniki z nižjo izobrazbo (29 %) (glej Tabelo 13 v Prilogi 2).

Podjetja imajo različne razloge, zaradi katerih ne uporabijo podpornih storitev, ki so na voljo v državi. Lahko so prepričana, da ne potrebujejo zunanje pomoči, se ne zavedajo prisotnosti in dostopnosti podpornih storitev, ponujene podporne storitve ne ustrezajo potrebam podjetij ali pa ustrezne podporne storitve niso ponujene pod ustreznimi pogoji.

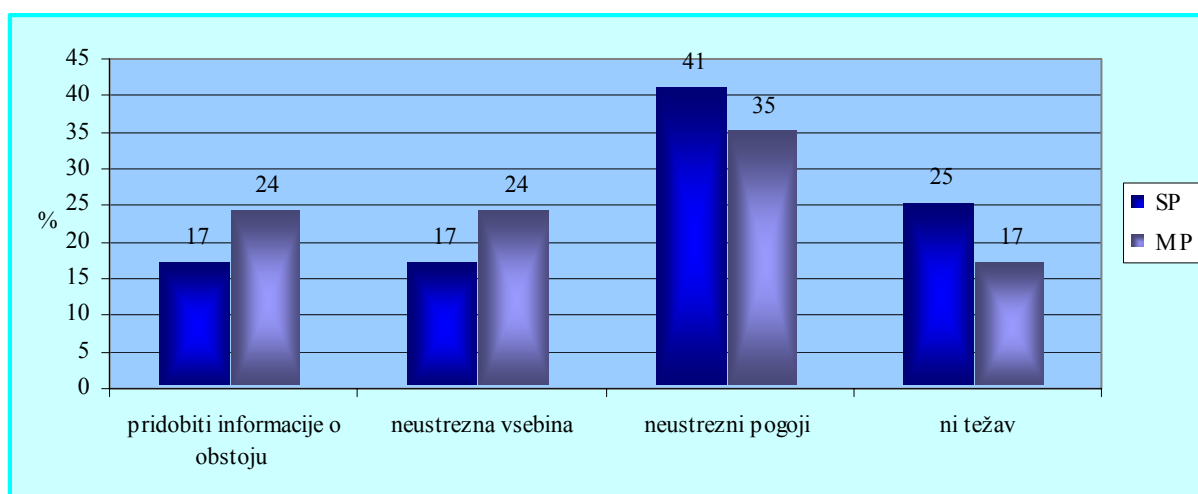
Slika 11: Glavni razlogi, da podjetja ne uporabljajo podpornih storitev



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Slovenska podjetja ne uporabljajo podpornih storitev, ker obstoječe vrste podpor ne nudijo takšne vrste podpore, kot jo potrebujejo (glej Sliko 11). To je potrdilo 36 % MSP, ki v zadnjih petih letih niso uporabila podpornih storitev. Drugi najpogostejši razlog za nesodelovanje podjetij s podpornimi službami je, da podjetja ne vidijo potreb po zunanji pomoči, kar kot razlog nesodelovanja največkrat navajajo MP (10-49) (37 %) in SP (33 %). Podjetja pogosto tudi nimajo informacij o prisotnosti in dostopnosti podpornih storitev, kar je najpogostejša težava mikro podjetij (36 %). 20 % SP in 5 % MP pa ocenjuje, da so storitve ponujene pod neustreznimi pogoji (visoke cene, nepravočasna izvedba itd.).

Slika 12: Glavne težave pri uporabi podpornih storitev



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

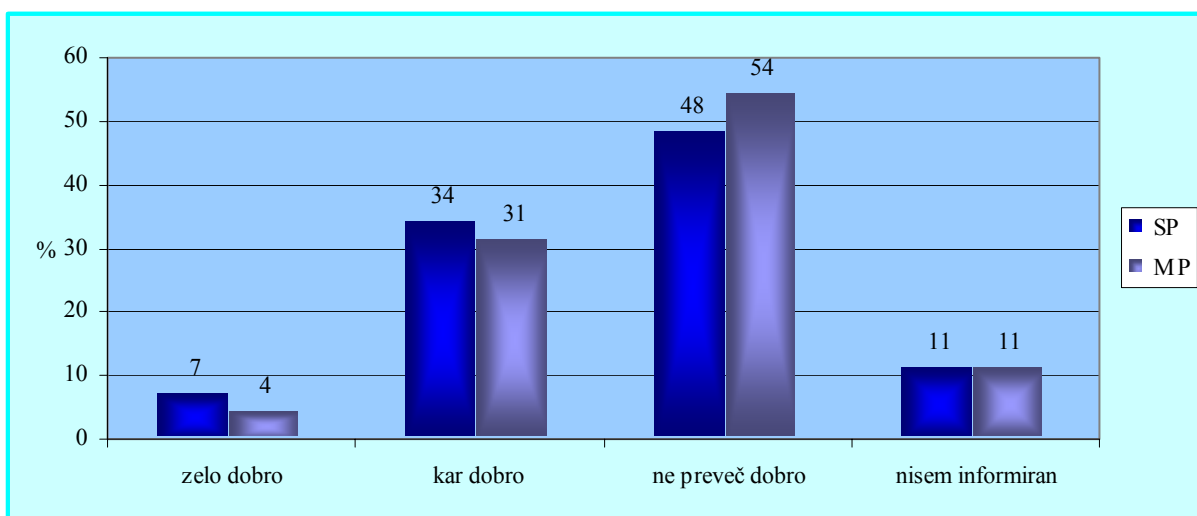
Le 19 % slovenskih MSP, ki so v zadnjih petih letih uporabila podporne storitve, pri uporabi ni naletelo na težave (glej Sliko 12). Kar 83 % MP se je pri uporabi podpornih storitev soočalo s težavami. Skoraj 40 % MSP meni, da so storitve ponujene pod neustreznimi pogoji, 22 % pa jih je nezadovoljnih z vsebino in primernostjo obstoječih podpornih storitev. Z vsebino podpornih storitev so še posebno nezadovoljna mikro podjetja (32 %). 22 % MSP je

imelo težave pri pridobivanju informacij o obstoju podpornih storitev. S pridobivanjem informacij je imelo težave največ (50 %) mikro podjetij.

4.6.2 Zavest o prisotnosti podpornih storitev

Eden izmed najpomembnejših izzivov podporne politike za MSP, še posebej za mala podjetja, je ustvarjanje zavesti o prisotnosti in dostopnosti podpornih služb med podjetniki. 25 % MSP še ni uporabilo nobenih podpornih storitev, ker se niso niti zavedali, da je njihovim podjetjem na voljo kakšna pomoč. Ker niso vedeli, da obstajajo, kar 36 % mikro podjetij še ni uporabilo podpornih storitev (glej sliko 11).

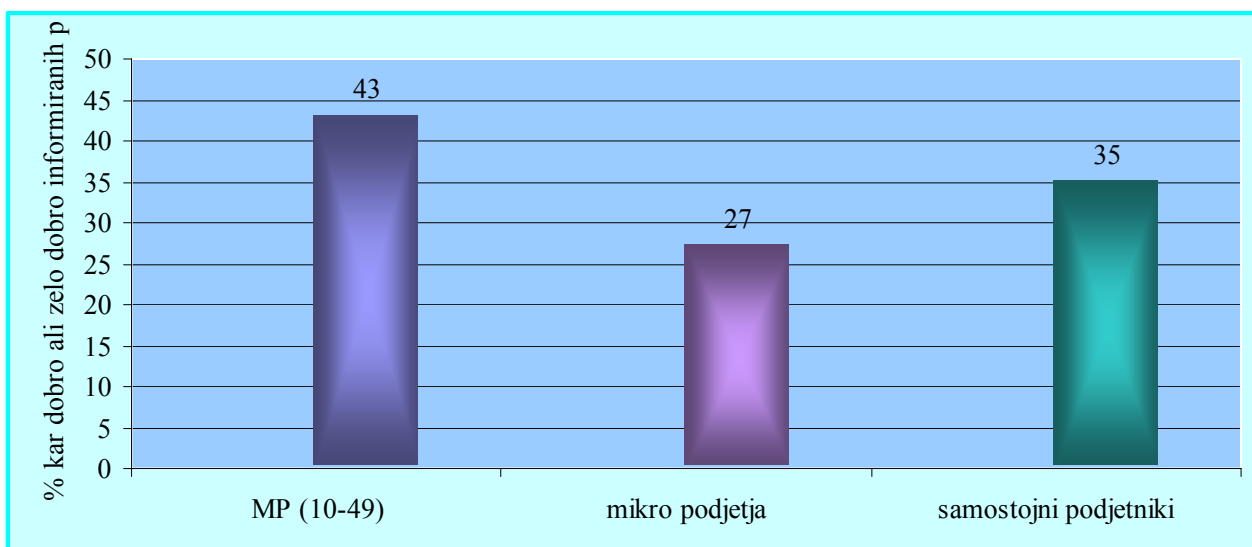
Slika 13: Stopnja informiranosti podjetij



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

V Sloveniji je 59 % SP in 65 % MP slabo obveščeni o prisotnosti in dostopnosti podpornih storitev, ki so na voljo (glej Sliko 13). Ta podjetja menijo, da niso preveč dobro informirana ali pa sploh niso informirana o podpornih storitvah.

Slika 14: Stopnja informiranosti najmanjših podjetij o podpornih storitvah



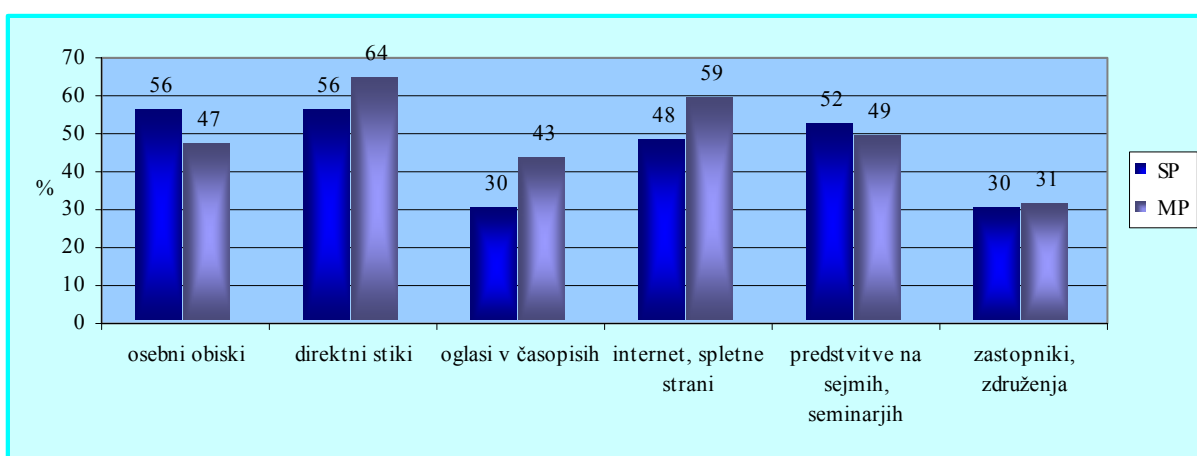
Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Stopnja informiranosti podjetij o prisotnosti in dostopnosti podpornih storitev je najnižja med mikro podjetji. Le 27 % med njimi je kar dobro informiranih, 73 % pa je slabo informiranih (glej Sliko 14). Tudi 65 % samostojnih podjetnikov je slabo informiranih o podpornih storitvah. Zadovoljivo je obveščenih 43 % MP (10-49).

V Sloveniji se 25 % MSP, ki še niso uporabila podpornih storitev, ne zaveda prisotnosti podpornih storitev (glej Sliko 11), kar potrjuje težave, ki jih imajo podjetja pri informiranju o ponudbi podpornih storitev.

Težave, povezane s pomanjkanjem informacij in zavedanjem podpornih storitev, so povezane tudi z učinkovitostjo promocijskih aktivnosti ponudnikov podpornih storitev.

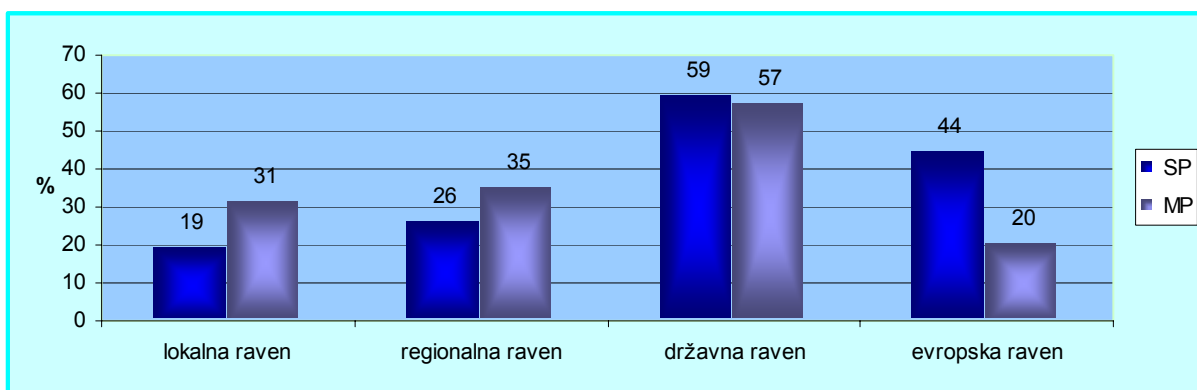
Slika 15: Vrste promocijskih aktivnosti, ki so priljubljene v podjetjih



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Neposredni stiki (elektronska pošta, telefon ...) so najpogostejši način, na katerega želijo biti slovenska MP (64 %) in SP (56 %) obveščena o podpornih storitvah (glej Sliko 15). Posebno med SP so zelo cenjeni tudi osebni obiski ponudnika (56 %), ki jim po priljubljenosti sledijo predstavitve na sejmih in seminarjih (52 %). MP pa imajo rada pretok informacij tudi preko interneta in spletnih strani (59 %).

Slika 16: Ravni, na katerih si podjetja želijo prisotnost podpornih storitev



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Le polovica MSP aktivno išče ponudnike podpornih storitev. Podjetja ne vedo, kje naj jih najdejo, zato izbira storitev pogosto temelji na ustnem priporočilu (48 % SP in 55 % MP) (glej Tabela 18 v Prilogi 2).

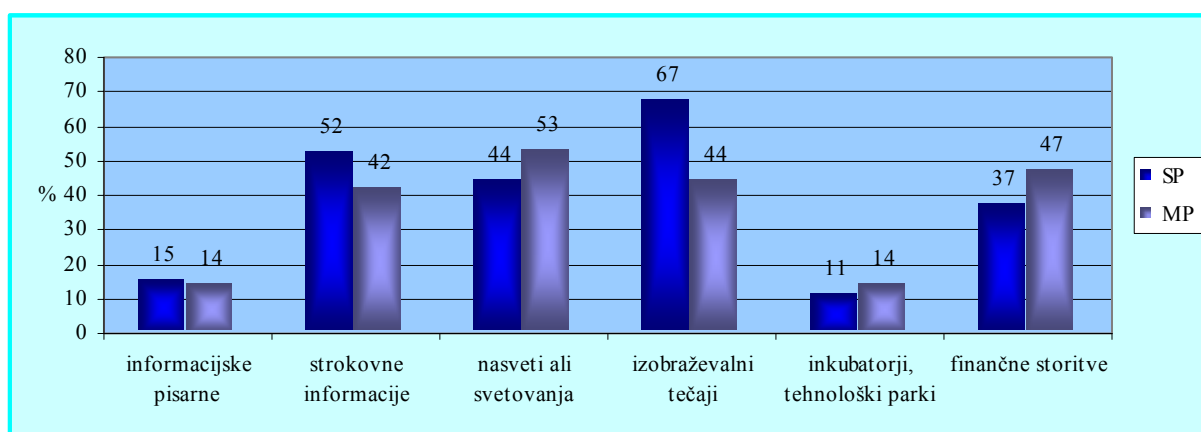
Slovenska MSP najraje poiščejo podpirne storitve na državni ravni (58 %), vendar si MP želijo informacij tudi na regionalni (35 %) in lokalni ravni (31 %), srednja podjetja pa na evropski ravni (44 %) (glej Sliko 16).

4.6.3 Vsebina podpornih storitev

Ko se podjetje enkrat zaveda prisotnosti podpore, se pojavi vprašanje, kako izbrati najbolj ustrezno vrsto.

Neustrezna vsebina razpoložljive podpore (tj. vrsta ponujenih storitev ...) je najpomembnejši razlog, zaradi katerega slovenska MSP ne uporabljajo podpornih storitev (36 %) (glej Sliko 11). 22 % MSP, ki so v zadnjih petih letih uporabila podpirne storitve, pa trdi, da je neustrezna vsebina največji problem tudi pri uporabi podpornih storitev (glej Sliko 12).

Slika 17: Potreba po različnih vrstah podpornih storitev



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

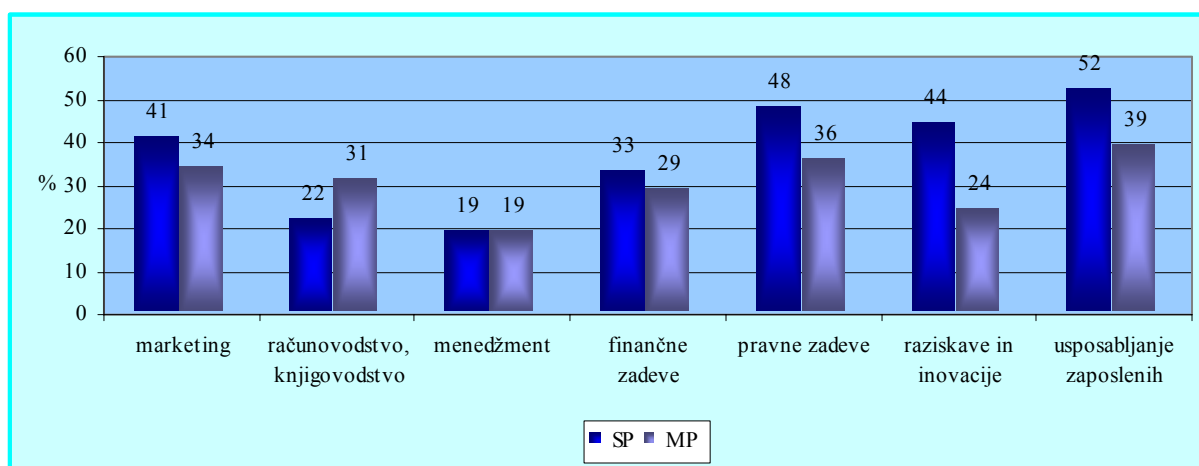
Čeprav relativno veliko slovenskih MSP sodeluje s podpornimi službami, ne izražajo posebno velike potrebe po podpornih storitvah. Med SP je povpraševanje po izobraževalnih tečajih in strokovnih informacijah precej večje kot povpraševanje po inkubatorjih, tehnoloških parkih in informacijskih pisarnah (one-stop shop) ter podobnih načinih pridobivanja splošnih informacij (npr. o ustanavljanju podjetja, postopkih registracij ...) (glej Sliko 17). MP pa izražajo največjo potrebo po svetovanju na različnih poslovnih področjih, ki se dejansko nanašajo na potrebe podjetij ter po finančnih storitvah (garancije, posojila, podpora ...). Tudi strokovne informacije in posebni izobraževalni tečajji so deležni precejšnje pozornosti.

Slovenska SP največkrat potrebujejo pomoč pri usposabljanju zaposlenih (59 %), pravnih zadevah (48 %), raziskavah in inovacijah (44 %) ter marketingu (41 %) (glej Sliko 18). Manj povpraševanja po pomoči je pri finančnih zadevah, računovodstvu in menedžmentu. MP najbolj potrebujejo zunanjo pomoč na področju usposabljanja zaposlenih (39 %), pri pravnih

zadevah (36 %), v marketingu (34 %), računovodstvu in finančnih zadevah. Še najmanj potrebujejo podporo na področju raziskav in inovacij ter menedžmenta.

Večina slovenskih MSP (96 % SP in 88 % MP) bi rada uporabljala podporne storitve, specifično usmerjene v njihov sektor poslovanja (glej Tabela 24 v Prilogi 2). Še posebno MP (10-49) si želijo pomoč po sektorjih poslovanja. Veliko MSP potrebuje (89 % SP in 85 % MP) podporne storitve, usmerjene v ustrezno velikost podjetja. Potreba po usmerjenosti podpornih storitev v ustrezno velikost podjetij je še posebej izrazita pri mikro podjetjih (94 %).

Slika 18: Potrebe po zunanji podpori po poslovnih področjih



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

83 % MP in 81 % SP meni, da je za podjetja pomembna specifična usmerjenost podpor glede na fazo razvoja podjetja. Podpora, prilagojena prav njihovi razvojni fazi, je še posebno pomembna za samostojne podjetnike (92 %). Večina podjetij je prepričanih, da najbolj potrebujejo zunanjo podporo v začetni fazi in v zgodnji fazi razvoja ter v kriznih situacijah (glej Tabela 25 v Prilogi 2).

4.6.4 Pogoji in izvajanje podpornih storitev

Če želimo, da bi MSP več uporabljala podporne storitve, ni dovolj le ponudba ustreznih vrst storitev in ustvarjanje zavesti o njihovi dostopnosti. Pomembno je tudi, da so podporne storitve ponujene pod ustreznimi pogoji. Tako se zanje lažje odločajo potencialni partnerji, ki so na splošno prepričani o koristnosti zunanje pomoči.

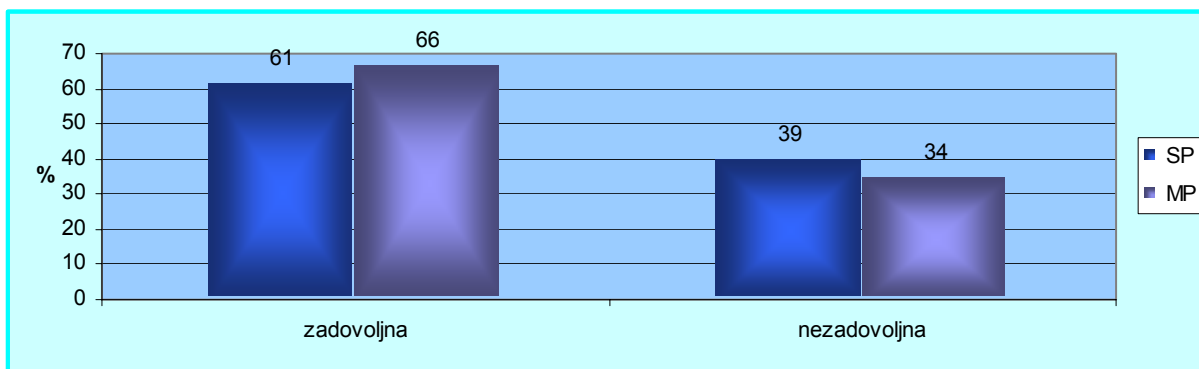
Za 41 % SP in 35 % MP, ki so v zadnjih petih letih uporabila podporne storitve, pogoji izvajanja predstavljajo pomembno težavo pri uporabi podpornih storitev (glej Sliko 12). Zaradi neustreznih pogojev podpornih storitev ne uporablja 20 % SP in 5 % MP (glej Sliko 11).

Problematiko izvajanja podpornih storitev nam pokaže stopnja zadovoljstva podjetij, ki so podporne storitve v zadnjih petih letih uporabila, s ponujenimi podpornimi storitvami v

širšem smislu (glej Sliko 19) in stopnja zadovoljstva pri uporabi podpornih storitev po različnih vidikih uporabe (glej Sliko 20).

66 % MP in 61 % SP, ki so v zadnjih petih letih uporabila podporne storitve, je izrazilo splošno zadovoljstvo s svojimi zadnjimi izkušnjami s podpornimi storitvami (glej Sliko 19). To je tudi v skladu z deležem podjetnikov, ki so imeli težave s pogoji izvajanja podpornih storitev ob uporabi le-teh (glej Sliko 12).

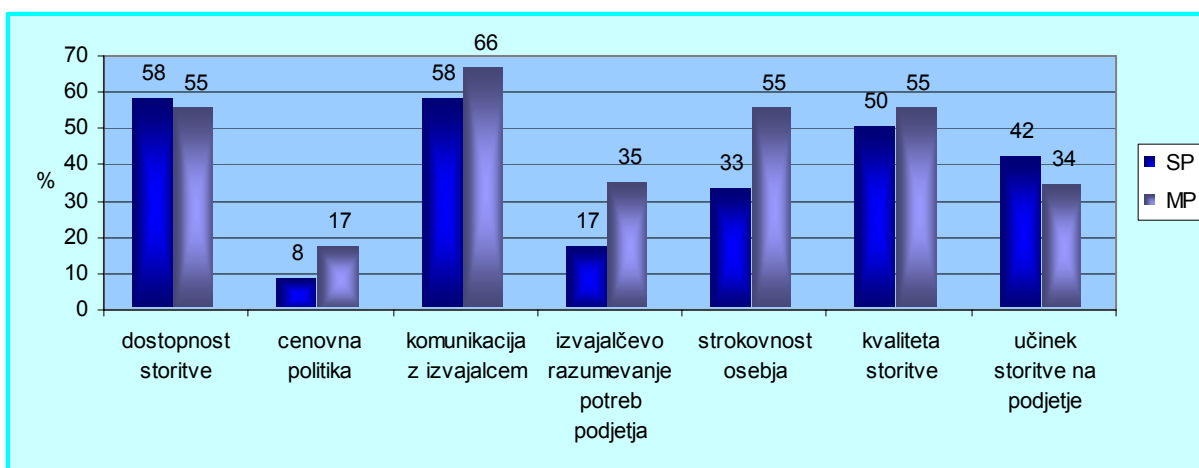
Slika 19: Stopnja zadovoljstva podjetij



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

SP so najbolj zadovoljna z dostopnostjo storitev (58 %), komunikacijo z izvajalcem (58 %) in kvaliteto opravljenih storitev (50 %) (glej Sliko 20). MP, ki so v zadnjih petih letih uporabila podporne storitve, pa so najbolj zadovoljna s komunikacijo s ponudnikom (66 %), dostopnostjo storitev (55 %), strokovnostjo osebja (55 %) in kvaliteto opravljenih storitev (55 %). Najmanj pa so bila podjetja zadovoljna s cenovno politiko izvajalca, izvajalčevim razumevanjem potreb podjetja in učinkom, ki so ga storitve imele na podjetje.

Slika 20: Zadovoljstvo pri uporabi podpornih storitev po različnih vidikih



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

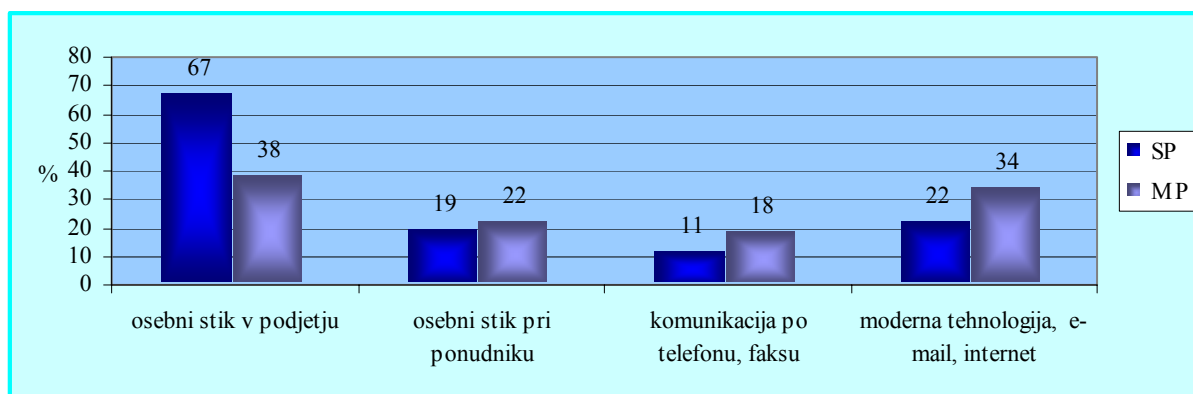
V sledečem delu sem analizirala preference slovenskih MSP do treh vidikov izvajanja storitev:

- oblike komunikacije z izvajalcem,

- načina plačila in
- mehanizmov za zagotavljanje kvalitete.

SP imajo pri uporabi podpornih storitev najraje komunikacijo s ponudnikom podpornih storitev iz oči v oči na sedežu podjetja (67 %) (glej Sliko 21). Tudi MP najbolj cenijo osebne stike v podjetju (38 %), 34 % pa jih najraje uporablja moderno tehnologijo, kot sta elektronska pošta in internet.

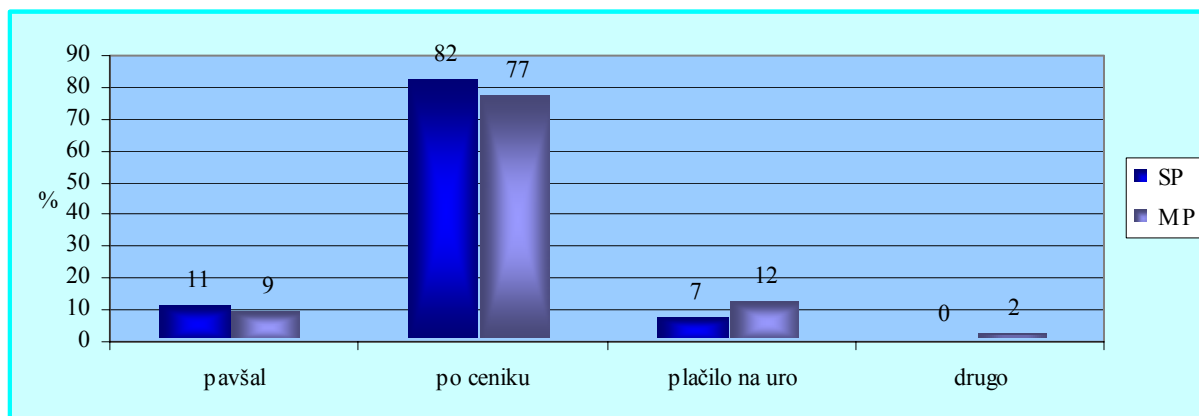
Slika 21: Oblika komunikacije s ponudnikom storitev, ki jo imajo podjetja najraje



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Kar se tiče cenovne politike ponudnikov storitev, slovenska SP (82 %) in MP (77 %) najraje plačujejo po predloženem ceniku (glej Sliko 22). Plačevanje pavšalnih zneskov za podporne storitve ali plačilo po urni postavki je pri slovenskih podjetjih malo zaželeno.

Slika 22: Način plačila, ki ga imajo podjetja najraje

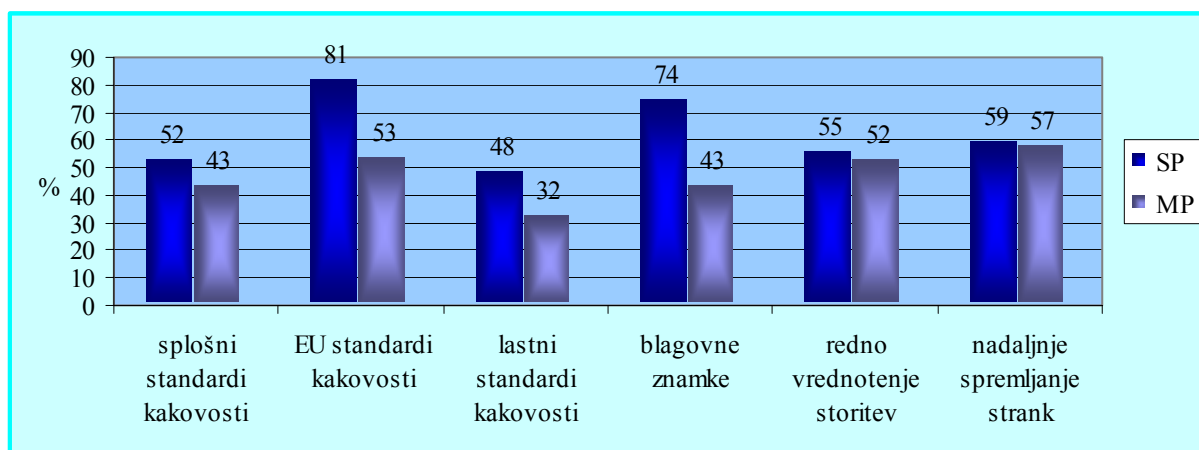


Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

Podjetja težko ocenijo kvaliteto storitev, preden jih uporabijo. Če želimo povečati zaupanje podjetij v zanesljivost ponudnikov, je priporočljivo uporabiti mehanizme za zagotavljanje kvalitete, ki so dobro razvidni in s strani podjetij tudi priznani. Če želimo uspešno promovirati podporne storitve, moramo uporabiti standarde, ki zagotavljajo kvaliteto ali redno preverjati zadovoljstvo strank (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: Final Report, 2002, str. 43).

Slovenska podjetja na splošno izražajo zaupanje v različne kriterije, ki določajo kvaliteto podpornih storitev (glej Sliko 23). Med SP je najbolj cenjeno izpolnjevanje EU standardov kakovosti (81 %), registrirane blagovne znamke (74 %) in nadaljnje spremljanje zadovoljstva strank (59 %). Mala podjetja (1-9), mala podjetja (10-49) ter samostojni podjetniki pa najbolj verjamejo v redno preverjanje zadovoljstva strank (57 %), izpolnjevanje EU standardov (53 %), zaupajo pa tudi v redno vrednotenje storitev (52 %). Izpolnjevanje ponudnikovih lastnih standardov kvalitete pa slovenskim MSP ne predstavlja učinkovitega sredstva za zagotavljanje visoke kvalitete.

Slika 23: Kriteriji, ki za podjetja pomenijo zagotovilo visoke kvalitete

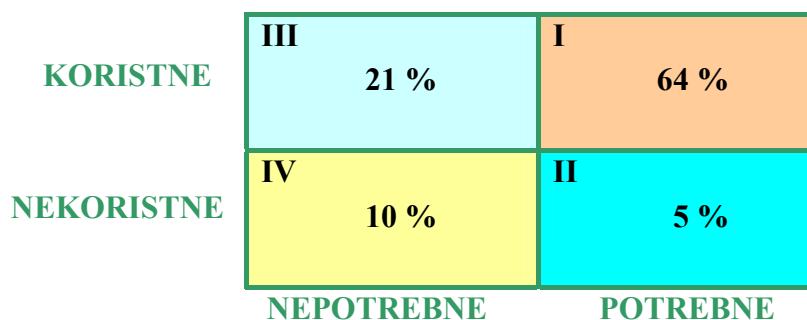


Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003.

4.6.5 Prihodnji potencial na tržišču podpornih storitev

Od ocenjevanja splošne koristnosti podpornih storitev in izražanja potreb po podpornih storitvah je odvisna pripravljenost podjetij za sodelovanje s podpornimi službami v prihodnje. S kombinacijo teh dveh značilnosti razdelimo podjetja na štiri različne vrste, predvidimo prihodnji potencial na tržišču podpornih storitev ter oblikujemo strategije za razvoj tega potenciala (Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: Final Report, 2002, str. 44).

Slika 24: Shema potenciala na tržišču podpornih storitev v Sloveniji



Vir: Lastna raziskava, september-oktober 2003

Slovenska MSP, ki v zadnjih petih letih niso sodelovala z nobeno vrsto podpornih služb, so razdeljena glede na njihov odnos do podpornih storitev (glej Sliko 24). 64 % jih meni, da so podpirne storitve potrebne in zelo ali precej koristne, 5 % pa jih meni, da so potrebne vendar ne preveč koristne. 21 % MSP, ki v zadnjih petih letih ni uporabilo podpornih storitev, meni, da podpirne storitve niso potrebne, so pa koristne, 10 % pa jih meni, da niso niti potrebne niti koristne.

Kvadrant I: Prvi kvadrant predstavlja delež podjetij, ki se zavedajo potreb po zunanji pomoči in so prepričana o koristnosti podpornih storitev. 64 % vseh MSP v Sloveniji v zadnjih petih letih še ni uporabilo podpornih storitev, so pa pripravljena sodelovati s podpornimi službami. Očitno nimajo dovolj informacij o tem, katere storitve so na voljo in kako do njih. Če bodo podpirne službe v prihodnje izboljšale promocijske aktivnosti (promocijske akcije preko telefona, po elektronski pošti, na izboljšanih spletnih straneh ali z osebnimi obiski ponudnikov na sedežih podjetij) in prilagodile vsebino podpornih storitev potrebam podjetij, bodo podjetja iz tega kvadranta v prihodnje najverjetneje uporabila podpirne storitve.

Kvadrant II: Podjetja v tem kvadrantu so prepoznala potrebo po podpornih storitvah, vendar dvomijo v njihovo koristnost. Za ta podjetja bi bilo najbolj učinkovito izboljšanje vsebin in pogojev izvajanja storitev (boljša orientiranost ponujenih storitev v ciljno skupino, izboljšanje razumevanja potreb podjetij). 5 % MSP iz tega kvadranta bi bilo mogoče privabiti z izboljšanjem vsebin in mehanizmov za izvajanje podpornih storitev.

Kvadrant III: V ta kvadrant spadajo podjetja, ki menijo, da so podpirne storitve koristne, vendar pa ne vidijo potrebe, da bi jih sama uporabila. Ponavadi je težje privabiti podjetja, ki ne čutijo potrebe po zunanji podpori, kot tista, ki ne uporabljajo podpore zaradi drugih razlogov, npr. zaradi slabe informiranosti ali nezadovoljstva s ponudbo. Na 21 % MSP iz tega kvadranta bi učinkovalo širjenje informacij o prednostih uporabe podpornih storitev (npr. s širjenjem vesti o dobro izvedenih storitvah).

Kvadrant IV: V ta kvadrant spadajo podjetja, ki niti ne prepoznavajo potreb po podpornih storitvah niti niso prepričana v njihovo koristnost. Zunanjim ponudnikom podpornih storitev nerada omogočajo vpogled v podjetje. Na to skupino podjetij tradicionalne promocijske akcije in ukrepi za ustvarjanje zavesti o prisotnosti podpornih storitev najverjetneje ne bodo imele učinka. Skoraj gotovo ta podjetja tudi v prihodnje ne bodo uporabljala podpornih storitev. Delež takšnih podjetij je k sreči v Sloveniji nizek (10 %).

4.7 Primerjava med Slovenijo, Avstrijo, Finsko, Irsko in Nemčijo

Slovenija je v primerjavi z državami EU majhno gospodarstvo, po razvitosti pa je podobna njenim najmanj razvitim članicam.

V zadnjih treh letih je bila realna rast BDP v Sloveniji v povprečju 3,3 %, v EU-15 pa 2 % (glej Tabelo 7). Pod evropskim povprečjem je bila rast BDP v Avstriji (povprečje zadnjih treh

let je 1,8 %) in v Nemčiji (1,3 %), nižja od slovenske pa je tudi povprečna rast BDP na Finskem (2,8 %). Realna rast BDP pada celo na Irskem, vendar je bila povprečna rast zadnjih treh let 7,7 %, kar je še vedno daleč nad evropskim povprečjem in nad rastjo slovenskega BDP. Zaostanek Slovenije se torej zmanjšuje, vendar veliko prepočasi, da bi lahko v doglednem času dosegli razvitejše dežele EU. Slovenski BDP na prebivalca dosega približno 68 % povprečja v EU. Finski, avstrijski in nemški BDP na prebivalca presegajo povprečje v EU, največ, za skoraj 19 %, pa ga presega irski BDP.

Tabela 7: Pomembnejši makroekonomski kazalci EU-15, Avstrije, Finske, Irske, Nemčije in Slovenije

Gospodarski kazalci	Leto	EU-15	Slovenija	Avstrija	Finska	Irska	Nemčija
Realna rast BDP (%)	2000	3,5	4,1	3,4	5,1	10,1	2,9
	2001	1,5	2,9	0,8	1,2	6,2	0,8
	2002	1,1	2,9	1,4	2,2	6,9	0,2
BDP na prebivalca v USD	1999	23.005	15.816	25.503	23.236	25.680	24.415
	2000	24.377	16.433	27.001	25.175	29.174	25.885
	2001	25.200	17.291	27.800	25.900	31.400	26.500
Stopnja brezposelnosti po ILO v %	2000	7,8	7,0	3,7	9,8	4,3	7,8
	2001	7,4	6,4	3,6	9,1	3,9	7,8
	2002	7,7	6,4	4,3	9,1	4,4	8,6
Povprečna letna inflacija v %	2000	1,9	8,9	2,0	3,0	5,3	1,5
	2001	2,3	8,4	2,3	2,7	4,0	2,1
	2002	2,1	7,5	1,7	2,0	4,7	1,3
Javni dolg (v % BDP)	2000	63,9	24,0	66,8	44,6	38,4	60,2
	2001	63,0	25,9	67,3	44,0	36,1	59,5
	2002	62,3	26,9	67,3	42,7	32,4	60,8
Javnofinančni presežek / primanjkljaj (v % BDP)	2000	1,1	-1,3	-1,5	7,1	4,4	1,3
	2001	-0,9	-1,3	0,3	5,2	0,9	-2,8
	2002	-1,9	-3,0	-0,2	4,2	-0,2	-3,5

Vir: UMAR: Ekonomsko ogledalo, november 2003, Priloga, str 14 in 15.

Slovenska inflacija je bistveno višja od inflacije v EU, prav tako pa je precej višja od inflacije v Avstriji, v Nemčiji, na Finskem pa tudi na Irskem, kjer v zadnjih letih presega evropsko povprečje.

Slovenija je imela v zadnjih letih povprečno 6,6 % brezposelnost, kar je pod povprečjem EU-15 (7,6 %). V Nemčiji in na Finskem je stopnja brezposelnosti višja od slovenskega povprečja, nižja pa na Irskem in v Avstriji.

Proračunski primanjkljaj v Sloveniji v zadnjih letih narašča in se približuje meji, določeni v maastrichtskih kriterijih. Je višji od evropskega povprečja in primerljiv s proračunskim primanjkljajem v Nemčiji, pa tudi v Avstriji. Raven prihodkov proračuna nad odhodki je najvišja na Finskem in na Irskem, vendar pada tudi v teh dveh državah.

Stanje javnega dolga Slovenije je v porastu, vendar je še daleč pod mejo maastrichtskega kriterija (60 % BDP). Je nižji od evropskega povprečja in nižji od zunanjšega dolga Avstrije, Nemčije, pa tudi Irske in Finske.

4.7.1 Povpraševanje po podpornih storitvah

Nekatere rezultate raziskave o povpraševanju slovenskih mikro podjetij, malih podjetij z 10 do 49 zaposlenih ter samostojnih podjetnikov, ki sem jih predstavila pod točko 4.5, bom v tem delu naloge primerjala z rezultati raziskave na Irskem, Finskem, v Nemčiji in v Avstriji, ki jo je za potrebe Evropske komisije v letu 2002 izvedel Avstrijski inštitut za raziskave na področju malega gospodarstva.

4.7.1.1 Sodelovanje s podpornimi službami

Stopnja sodelovanja (delež podjetij, ki so uporabila podporne storitve v zadnjih petih letih) slovenskih mikro podjetij, MP (1-49) in samostojnih podjetnikov je 32 % (glej Tabelo 8). V primerjavi z državami EU je stopnja sodelovanja slovenskih MP s podpornimi službami med najvišjimi v Evropi. Podobna je stopnja sodelovanja na Irskem in Nizozemskem, kjer je uporaba podpornih storitev že tradicionalna. Presenetljivo je stopnja sodelovanja MP s podpornimi službami nižja na Finskem, v Nemčiji in v Avstriji.

Tabela 8: Stopnja sodelovanja podjetij po državah

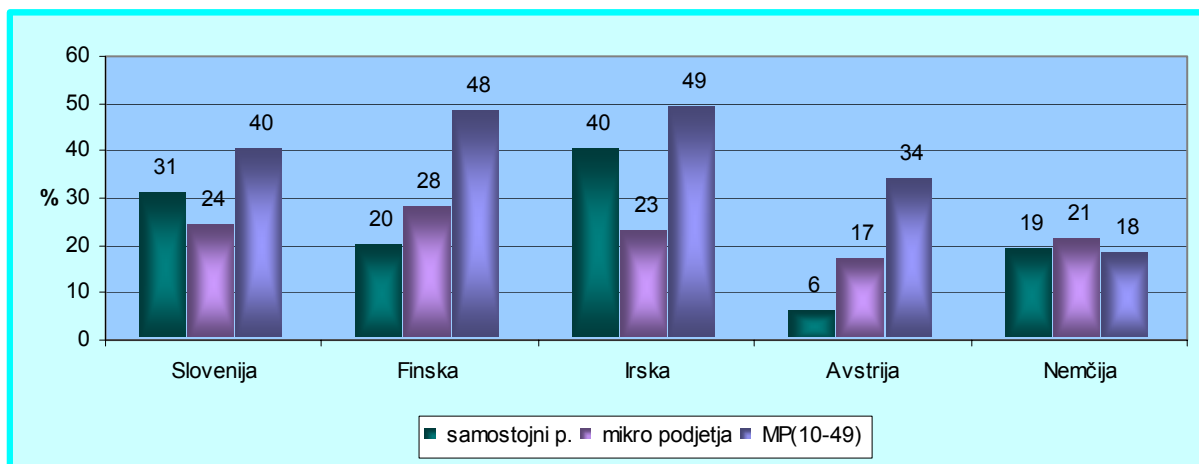
država	stopnja sodelovanja
Irska	nad 32 %
Slovenija	povprečjem 32 %
Finska	25 %
EU (15) in Norveška	povprečje 20 %
Nemčija	20 %
Avstrija	16 %

Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fishe - Austria, str. 12, Country Fishe - Finland, str. 13, Country Fishe - Ireland, str. 12, Country Fishe - Germany, str. 13, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

Visoka stopnja sodelovanja slovenskih podjetij s podpornimi službami je verjetno rezultat množičnega ustanavljanja različnih agencij v času po osamosvojitvi in želja podjetij, da v tranzicijskem času in v času vključevanja v EU poiščejo zunanjo pomoč.

Sodelovanje s podpornimi službami se spreminja glede na velikost podjetij, podobno kot na Irskem (glej Sliko 25). Stopnja sodelovanja je v primerjavi z evropskimi državami relativno visoka, kljub temu pa več kot dve tretjini malih podjetij v zadnjih petih letih ni uporabilo nobene podporne storitve.

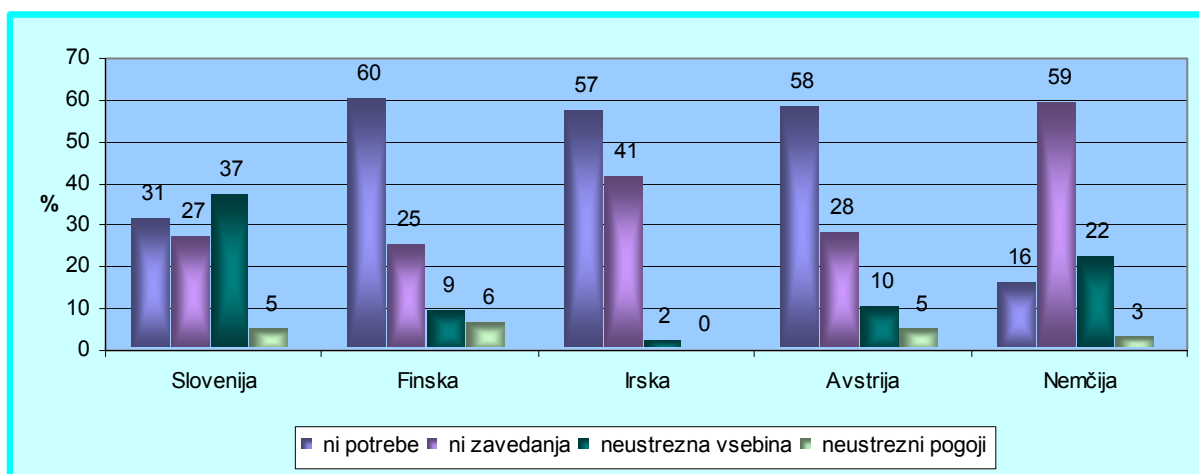
Slika 25: Stopnja sodelovanja podjetij po velikosti s podpornimi službami



Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 11, Country Fiche - Finland, str. 12, Country Fiche - Ireland, str. 11, Country Fiche - Germany, str. 12, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

Razlogi, zaradi katerih podjetja ne uporabijo podpornih storitev, ki so na voljo, so različni. Največ (37 %) slovenskih MP v zadnjih petih letih ni uporabilo podpornih storitev, ker ponujene podpirne storitve ne ustrezajo njihovim potrebam (glej sliko 26). V nobeni od primerjanih evropskih držav neustrezna vsebina ponujenih storitev ni tako pomemben razlog za njihovo neuporabo. Na Irskem, Finskem pa tudi v Avstriji le majhno število MP izraža nezadovoljstvo nad vrsto ponujenih storitev. Drugi najpomembnejši razlog, da slovenska MP ne sodelujejo s podpornimi storitvami (31 %) je, ker ne vidijo potrebe po zunanji pomoči. Vendar je delež MP, ki so prepričana, da ne potrebujejo zunanje pomoči, nižji le v Nemčiji (22 %). Na Finskem, Irskem in v Nemčiji pa skoraj 60 % MP nima nobenih potreb po zunanji pomoči. 27 % MP v Sloveniji ni imelo informacij o prisotnosti in dostopnosti storitev. Le na Finskem se manjši delež MP (24 %) ne zaveda prisotnosti pomoči. Pogoji izvajanja podpornih storitev pa v vseh državah predstavljajo najmanj pomemben razlog za njihovo neuporabo.

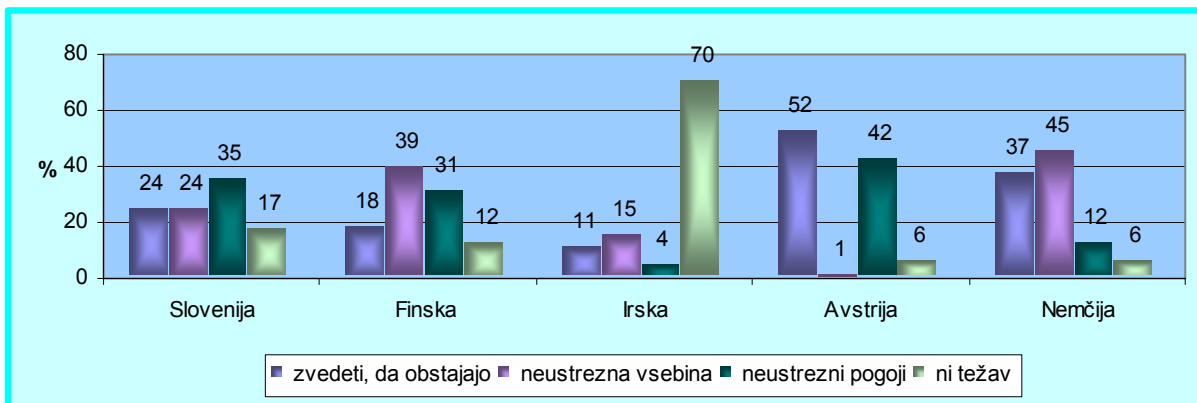
Slika 26: Najpomembnejši razlogi, da podjetja ne uporabljajo podpornih storitev



Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 13, Country Fiche - Finland, str. 14, Country Fiche - Ireland, str. 13, Country Fiche - Germany, str. 14, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

Le 17 % slovenskih MP, ki so v zadnjih petih letih uporabila podporne storitve (manj kot na Finskem, Avstriji in Nemčiji), pri uporabi ni naletelo na težave (glej Sliko 27). Daleč največ podjetij ni imelo težav pri uporabi podpornih storitev na Irskem (70 %). 24 % slovenskih MP (več kot na Finskem in Irskem) je imelo težave pri iskanju informacij o prisotnosti podpornih služb. Enako število MP ni bilo zadovoljnih z vsebino in primernostjo obstoječih podpornih storitev (več kot na Irskem in v Avstriji in manj kot v Nemčiji in na Finskem). Pogoji, pod katerimi so ponujene podporne storitve, predstavljajo največjo oviro slovenskim MP (35 %). Bolj nezadovoljna s pogoji izvajanja podpore so le avstrijska podjetja (42 %).

Slika 27: Največje težave pri uporabi podpornih storitev

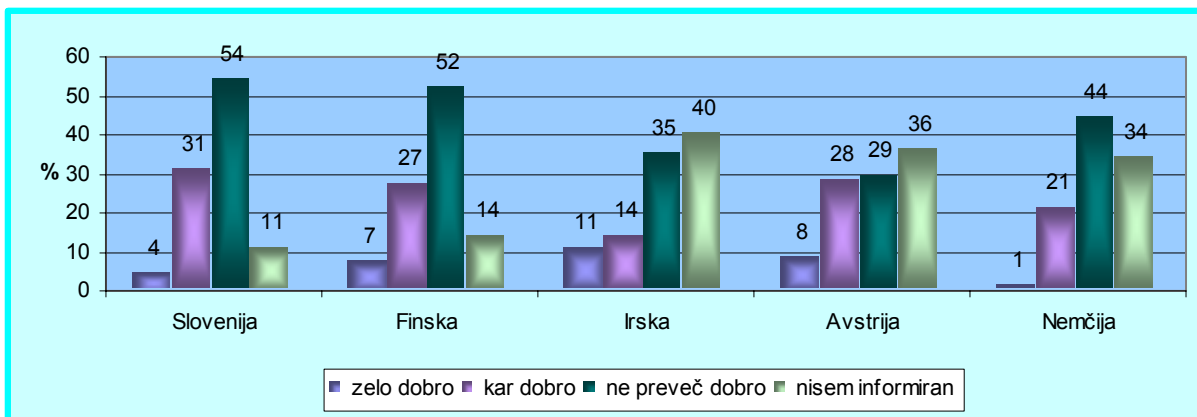


Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 13, Country Fiche - Finland, str. 15, Country Fiche - Ireland, str. 13, Country Fiche - Germany, str. 15, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

4.6.1.2 Zavest o prisotnosti podpornih storitev

Visoko stopnjo sodelovanja slovenskih MP s podpornimi službami bi lahko še povečali, če bi izboljšali njihovo prepoznavnost in s tem dvignili zavest o njihovi prisotnosti in dostopnosti. Skoraj 27 % slovenskih malih podjetij še ni uporabilo nobenih podpornih storitev, ker se niso niti zavedali, da je njihovim podjetjem na voljo kakšna pomoč (glej Slika 26). Ker niso vedela, da obstajajo, največ, kar 36 % mikro podjetij, še ni uporabilo podpornih storitev.

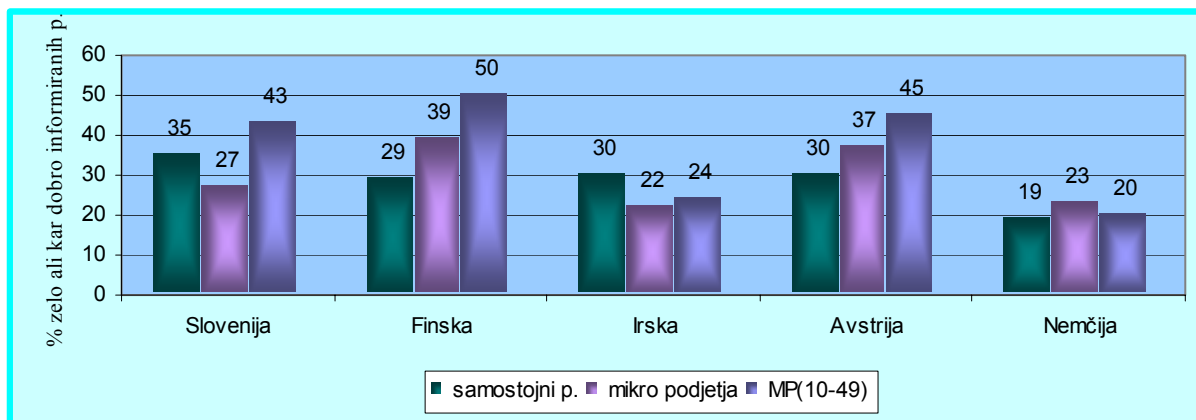
Slika 28: Stopnja informiranosti podjetij



Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 15, Country Fiche - Finland, str. 16, Country Fiche - Ireland, str. 15, Country Fiche - Germany, str. 16, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

Stopnja informiranosti podjetij o prisotnosti in dostopnosti podpornih storitev je najnižja med mikro podjetji (glej Sliko 29). Le 27% med njimi meni, da so zelo dobro ali kar dobro informirani. Zadovoljivo je obveščenih tudi 35 % samostojnih podjetnikov in 43 % MP (10-49). Le nemška in irska podjetja menijo, da so slabše informirana o podpornih storitvah.

Slika 29: Stopnja informiranosti podjetij o podpornih storitvah glede na velikost podjetij



Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 16, Country Fiche - Finland, str. 16, Country Fiche - Ireland, str. 15, Country Fiche - Germany, str. 17, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

Povprečna stopnja informiranosti mikro in malih podjetij ter samostojnih podjetnikov v državah EU in na Norveškem je 24 % (glej Tabelo 9). V primerjavi z državami EU je stopnja informiranosti v Sloveniji nad evropskim povprečjem in se lahko primerja s stopnjo informiranosti na Finskem in v Avstriji.

Tabela 9: Stopnja informiranosti o podpornih storitvah po državah

država	stopnja informiranosti
Avstrija	nad povprečjem 36 %
Slovenija	35 %
Finska	34 %
Irska	povprečje 25 %
EU in Norveška	24 %
Nemčija	22 %

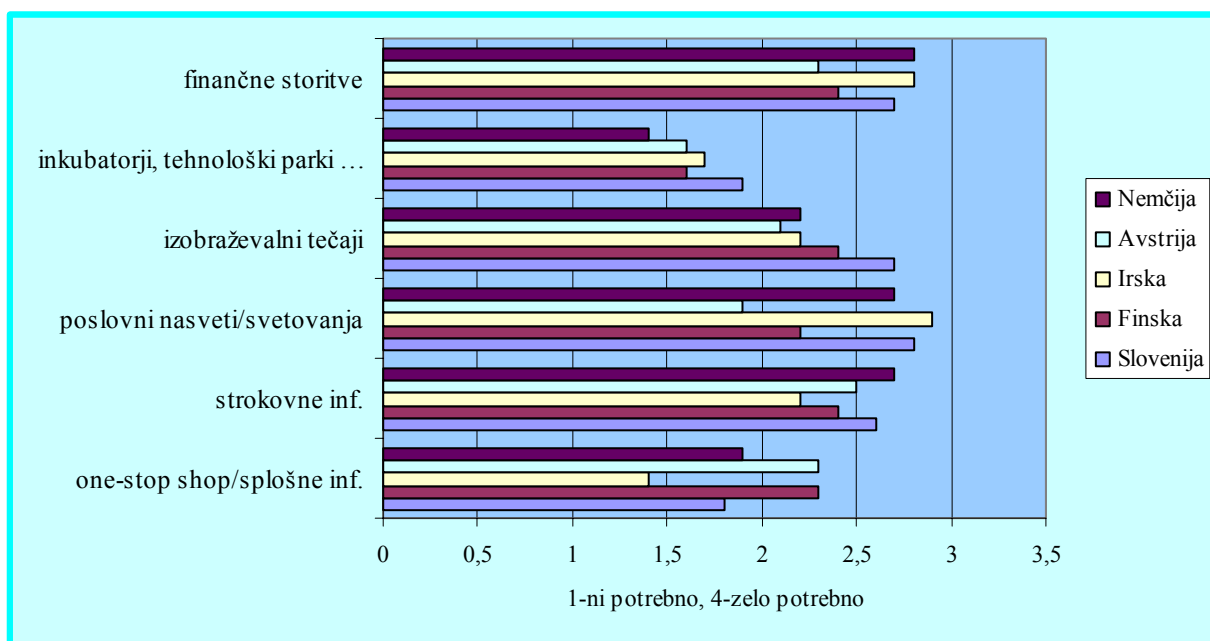
Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 17, Country Fiche - Finland, str. 17, Country Fiche - Ireland, str. 16, Country Fiche - Germany, str. 18, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

4.7.1.3 Vsebina podpornih storitev

Posameznim podjetjem se zdijo različne vrste podpornih storitev pomembnejše od drugih. Čeprav je relativno veliko slovenskih MP v zadnjih petih letih uporabilo podporne storitve, v

povprečju ne izražajo posebno velike potrebe po podpornih storitvah. V razponu od 1 (ni potrebno) do 4 (zelo potrebno) je povprečna vrednost potreb 2,4, ki pa je večja od ocene v Nemčiji (2,3), na Finskem, na Irskem (2,2) in v Avstriji (2,1).

Slika 30: Potreba podjetij po različnih vrstah podpornih storitev



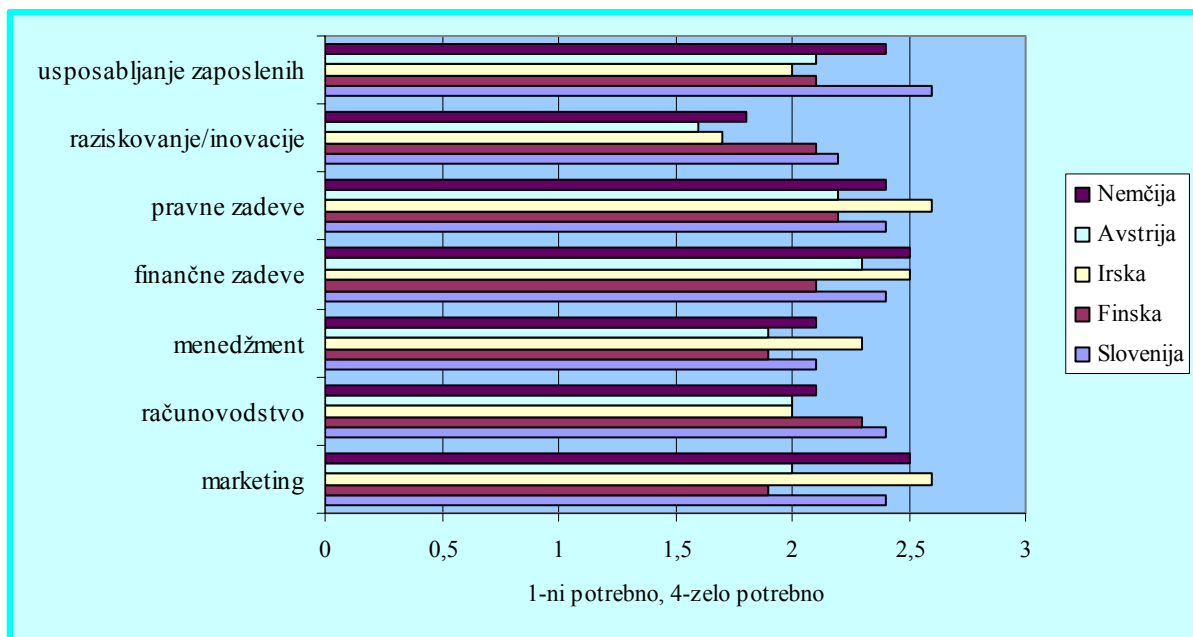
Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 19, Country Fiche - Finland, str. 19, Country Fiche - Ireland, str. 18, Country Fiche - Germany, str. 20, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

Med različnimi vrstami podpornih storitev slovenska MP najbolj potrebujejo nasvete in svetovanja na različnih poslovnih področjih, ki se dejansko nanašajo na potrebe podjetij, posebne izobraževalne tečaje, finančne storitve (garancije, posojila, subvencije itd.) in strokovne informacije (glej Sliko 30). Prostorske potrebe (po tehnoloških parkih, inkubatorjih itd.) in potrebe po pisarnah Vse na enem mestu pa so bistveno manjše.

Potreba slovenskih MP po izobraževalnih tečajih in prostorskih potrebah (po tehnoloških parkih, inkubatorjih itd.) je močnejša od potreb MP po tovrstnih storitvah na Irskem, Finskem, v Avstriji in Nemčiji. Potreba po poslovnih informacijah in nasvetih je rahlo višja le na Irskem, po strokovnih informacijah pa le v Nemčiji.

Slovenska podjetja najbolj potrebujejo usposabljanje zaposlenih, bolj kot podjetja v Nemčiji, Avstriji, na Irskem in Finskem (glej Sliko 31). Sledijo potrebe po pomoči pri pravnih in finančnih zadevah, v računovodstvu in marketingu. Najmanj pomoči potrebujejo pri menedžmentu ter raziskovanju in inovacijah, vendar še vedno več kot podjetja v vseh treh evropskih državah.

Slika 31: Potreba podjetij po zunanji podpori na poslovnih področjih



Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 20, Country Fiche - Finland, str. 20, Country Fiche - Ireland, str. 19, Country Fiche - Germany, str. 21, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

4.7.1.4 Pogoji in izvajanje podpornih storitev

V primerjavi z evropskimi državami je relativno malo slovenskih malih podjetnikov (66 %), ki so v zadnjih petih letih uporabili podpirne storitve, izrazilo splošno zadovoljstvo nad zadnjimi izkušnjami (glej Sliko 32). S podpornimi storitvami so manj zadovoljni le še avstrijski podjetniki.

Slika 32: Stopnja zadovoljstva podjetij



Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 21, Country Fiche - Finland, str. 21, Country Fiche - Ireland, str. 20, Country Fiche - Germany, str. 22, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

Povprečna stopnja zadovoljstva (delež podjetij, ki so bila zadovoljna z zadnjimi podpornimi storitvami) je v državah članicah EU in na Norveškem 80 % (glej Tabelo 10).

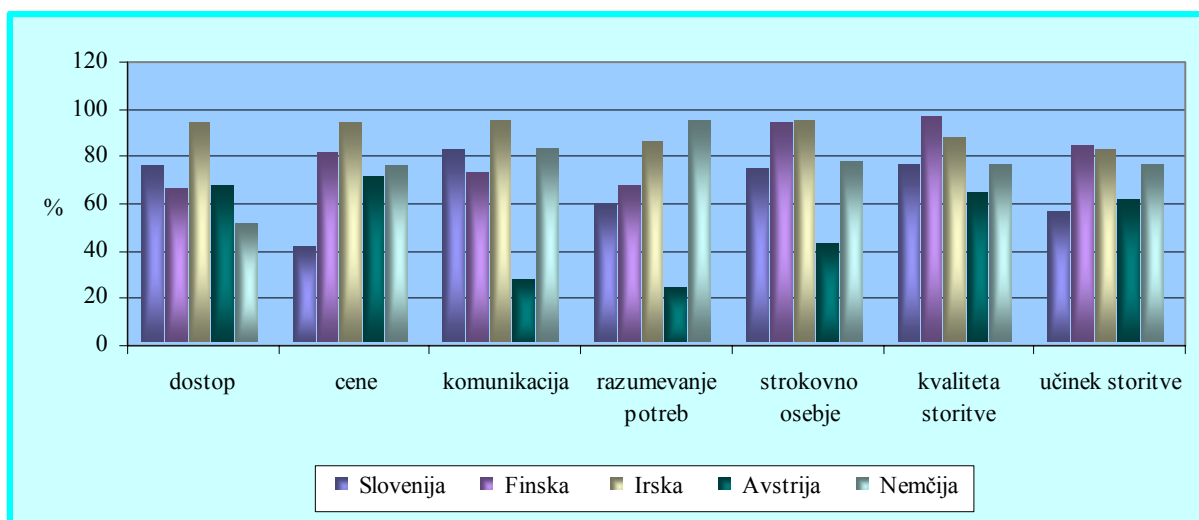
Tabela 10: Stopnja zadovoljstva podjetij po državah

država	stopnja zadovoljstva
Irska	90 %
EU (15) in Norveška	povprečje 80 %
Finska	80 %
Nemčija	76 %
Slovenija	pod povprečjem 66 %
Avstrija	51 %

Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 22, Country Fiche - Finland, str. 22, Country Fiche - Ireland, str. 21, Country Fiche - Germany, str. 23, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

Slovenska mikro podjetja, MP (10-49) in samostojni podjetniki, ki so v zadnjih petih letih uporabili podporne storitve, so najbolj zadovoljna s komunikacijo s ponudnikom, dostopnostjo storitev, strokovnostjo osebja in kvaliteto opravljenih storitev (glej Sliko 33). Najmanj, celo manj od vseh štirih evropskih držav, so bila podjetja zadovoljna s cenovno politiko izvajalca in učinkom, ki so ga storitve imele na podjetje. Zadovoljstvo z izvajalčevim razumevanjem potreb podjetja je nižje le še v Avstriji.

Slika 33: Zadovoljstvo pri uporabi podpornih storitev po različnih vidikih



Vir: Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses, 2002: Country Fiche - Austria, str. 22, Country Fiche - Finland, str. 22, Country Fiche - Ireland, str. 24, Country Fiche - Germany, str. 23, in lastna raziskava, september-oktober 2003.

4.8 Priporočila za nadaljnji razvoj

Iz pregleda literature in ugotovitev raziskave, izvedene med slovenskimi MSP izhajajo naslednja priporočila za nadaljnji razvoj.

1. Spodbujati vlaganja podjetij v izobraževanje zaposlenih in financirati izobraževanje tistih, ki jih podjetja ne usposabljaajo. Za izobraževanje zaposlenih nuditi davčne olajšave in tako investiranje v človeški kapital izenačiti z investiranjem v fizično premoženje.

2. Poučevati podjetništvo na vseh nivojih izobraževalnega sistema in na vseh področjih študija izobraževati učitelje. Njim in učencem omogočiti učenje pri uspešnih podjetnikih.
3. Spodbujati mentorstvo upokojenih vodstvenih delavcev, ki lahko s svojimi poslovnimi izkušnjami in strokovnim znanjem zelo pomagajo malim podjetnikom.
4. Izboljšati odnos med bančniki in podjetji. Podjetjem omogočiti hitrejše in cenejše pridobivanje kreditov, pospeševati razvoj tveganega kapitala in izkoristiti možnosti dostopa do strukturnih skladov in kreditov Evropske investicijske banke ter porazdeliti tveganje med banke in državne finančne institucije.
5. Pospešeno reševati problem plačilne nediscipline (urediti zakonodajo in pospešiti sodne postopke).
6. Poenostaviti administrativne postopke pri registraciji podjetij in pri njihovem poslovanju. Javni organi bi lahko izboljšali pogoje poslovanja s tem, da bi poenostavili predpise in jih prilagodili zmožnostim MSP ter ponudili možnosti opravljanja administrativnih postopkov preko elektronskega spleta. Tudi zagotavljanje informacij je lahko podjetnikom v veliko pomoč, kadar imajo opravka z birokracijo.
7. Poenostaviti zapleteno množico podpornih služb, ki potencialne uporabnike zmedejo. Odpraviti prekrivanje, zmanjšati število podpornih služb in zagotoviti usklajenost, da bi imela podjetja enostaven dostop do razpoložljivih storitev.
8. Z dobro zasnovano in učinkovito promocijo krepiti zavest o dostopnosti podpornih storitev. Organizirati promocijske akcije preko telefona, po elektronski pošti in z osebnimi obiski v podjetjih.
9. Prilagoditi vsebino podpornih storitev in pogoje izvajanja potrebam podjetij.
10. Ponudnikom storitev omogočiti zaposlovanje strokovnih delavcev in jim omogočiti neprestano izobraževanje, tudi v podjetjih.
11. Širiti informacije o prednostih uporabe podpornih storitev tudi s širjenjem vesti o dobro izvedenih storitvah.
12. Zaradi mnogih podobnosti z Irsko bi bilo dobro, da bi se Slovenija zgledovala po njej tudi pri oblikovanju ukrepov za pospeševanje podjetništva, predvsem pa pri oblikovanju podpornih storitev in organiziranosti podpornih služb.

SKLEP

Temeljni cilj strategije razvoja MSP je, da se Slovenija v deležu dodane vrednosti, zaposlenosti, inovacijah in razvojno raziskovalni dejavnosti približa podjetniško razvitim manjšim državam EU. Postati mora gospodarstvo, v katerem bodo nova podjetja neovirano nastajala, obstoječa pa se bodo sposobna prilagajati globalni konkurenci. (Vahčič, Glas, Drnovšek, 2000, str. 2-7).

Pomanjkanje finančnih sredstev je največja ovira pri rasti slovenskih MSP. Trg tveganega kapitala je premalo razvit, banke pa težko odobrijo tvegana posojila. Kar 66 % slovenskih MSP pri rasti zelo ovira pomanjkanje finančnih sredstev. 36 % jih zelo potrebuje pomoč pri iskanju finančnih sredstev (posojil), 17 % pa si želi pomoči pri iskanju virov trajnega kapitala (sovlagatelj). Za 44 % MSP zelo veliko oviro predstavlja težak dostop do državnih pomoči in spodbud.

Največja težava pri poslovanju slovenskih MSP je plačilna nedisciplina. Plačilna nedisciplina je zelo velika ovira za 87% MSP. Veliko težavo pri poslovanju pa predstavljajo tudi previsoki davki (za 71 % MSP), previsoki prispevki (za 60 % MSP) in birokratski postopki ter preobsežna administracija (za 70 % MSP).

Slovenska MSP najbolj potrebujejo pomoč pri izobraževanju in usposabljanju zaposlenih. Za 37 % MSP je pomanjkanje ustreznih delavcev zelo velika ovira, največ (51 %) pa jih zelo potrebuje pomoč pri izobraževanju in usposabljanju zaposlenih. Slovenska MP potrebujejo usposabljanje zaposlenih bolj kot podjetja v Nemčiji, Avstriji, na Irskem in Finskem. Slovenska podjetja se vse bolj zavedajo, da znanje zaposlenih omogoča, da postanejo oz. ostanejo konkurenčna tudi v dobi naraščajoče globalne konkurence.

Slovenska podjetja delujejo lokalno. 48 % SP in 72 % MP ni izvozno usmerjenih. Poslujejo predvsem na lokalnem trgu ali iz tujine uvažajo. 25 % MSP se ukvarja z izvozom v tujino, 19 % pa se jih s podjetji iz tujine strateško povezuje. 32 % izvoznih podjetij posluje z državami EU, 25 % z državami bivše Jugoslavije, 6 % pa z državami Vzhodne Evrope. Kar 27 % MSP nima interesa poslovati s tujino. Slovenskim MSP preprečujejo ali ovirajo poslovanje s tujino predvsem zaostanki plačil, nezadostna vladna podpora izvozu, viri financiranja mednarodnih poslov in dostopnost zavarovanj. Prevelika konkurenca predstavlja zelo veliko težavo za 54 % MSP že pred vstopom v EU. Slovenska SP si želijo podpornih storitev na državni in evropski ravni, MP pa na državni, regionalni in lokalni ravni.

Eden glavnih ciljev sodobne podjetniške politike je izboljšanje dostopnosti najboljše podpore za MSP. Predvsem mala podjetja potrebujejo podjetništvu prijazno okolje, informacije in druge vrste podpornih storitev, ki so lahko dostopne, razumljive in ustrezajo njihovim specifičnim potrebam. Le tako lahko postanejo konkurenčna in prispevajo h gospodarski rasti in višanju stopnje zaposlenosti.

Veliko slovenskih MSP uporablja podporne storitve, sodelovanje s podpornimi službami pa se spreminja glede na velikost podjetja in lastnosti podjetnika ali vodilnega delavca v podjetju. V zadnjih petih letih je kakršnekoli podporne storitve uporabilo 44 % SP, 40 % MP (10-49), nekaj več kot 30 % samostojnih podjetnikov in slaba četrtina mikro podjetij. V primerjavi z evropskimi državami je stopnja sodelovanja slovenskih MP podobna kot na Irskem in višja od stopnje sodelovanja na Finskem, v Nemčiji in v Avstriji. Stopnja sodelovanja s podpornimi službami se razlikuje tudi glede lastnosti podjetnika. Ženske raje uporabljajo podporne storitve kot moški. V zadnjih petih letih je uporabilo podporne storitve 39 % podjetnic in 33 % podjetnikov. Prav tako so slovenski podjetniki z visoko in višjo izobrazbo pogosteje uporabili podporne storitve (39 %) kot podjetniki z nižjo izobrazbo (29 %). Kljub temu pa skoraj dve tretjini podjetij v zadnjih petih letih ni uporabilo nobene podporne storitve, le 19 % MSP, ki so v zadnjih petih letih uporabila podporne storitve, pa pri uporabi ni naletelo na težave.

Slovenska MSP se zavedajo potreb po pomoči. Zavedajo se tudi prisotnosti podpornih storitev, vendar so z njimi slabo seznanjena. 31 % MSP v zadnjih petih letih ni uporabilo podpornih storitev, ker ni čutilo potrebe po zunanji podpori. Delež MP, ki so prepričana, da ne potrebujejo zunanje pomoči je nižji le v Nemčiji (22 %). 25 % MSP ni uporabilo podpornih storitev, ker se niso zavedali njihove prisotnosti. Le na Finskem se manjši delež MP (24 %) ne zaveda prisotnosti pomoči. Preko 60 % MSP pa kljub temu meni, da nima dovolj informacij o prisotnosti in dostopnosti podpornih storitev.

Slovenska MSP imajo najraje neposreden stik s ponudniki storitev. Neposredni stiki (elektronska pošta, telefon ...) so najpogostejši način, na katerega želijo biti slovenska MP (64 %) in SP (56 %) obveščena o podpornih storitvah. Posebno med SP so zelo cenjeni tudi osebni obiski ponudnika (56 %), med MP pa pretok informacij tudi preko interneta in spletnih strani (59 %).

Obstoječe vrste podpornih storitev v Sloveniji ne nudijo takšne vrste podpore, kot jo podjetja potrebujejo, in ne pod takimi pogoji, kot si jo želijo. Zaradi neustrezne vsebine 33 % SP in 37 % MP v zadnjih petih letih ni uporabilo podpornih storitev. Med tistimi podjetji, ki so v zadnjih petih letih uporabila podporne storitve, pa je bilo z vsebino in primernostjo obstoječih podpornih storitev nezadovoljnih 12 % SP in 24 % MP. 20 % SP in 5 % MP v zadnjih petih letih ni uporabilo podpornih storitev, ker so storitve ponujene pod neustreznimi pogoji (visoke cene, nepravočasna izvedba itd.). Da so storitve ponujene pod neustreznimi pogoji, pa meni tudi 41 % SP in 35 % MP, ki so uporabniki podpornih storitev. Neustrezna vsebina je najpomembnejši razlog, da slovenska MP ne uporabljajo podpornih storitev, pomembnejši kot za podjetja na Irskem, na Finskem, v Avstriji in v Nemčiji. Najpomembnejšo težavo pri uporabi podpornih storitev pa slovenskim MP predstavljajo neustrezni pogoji. S pogoji izvajanja so bolj nezadovoljna le avstrijska podjetja. Najmanj, celo manj od vseh štirih evropskih držav, so slovenska MP zadovoljna s cenovno politiko izvajalca podpornih storitev.

Mala podjetja potrebujejo podporne storitve, prilagojene njihovim potrebam. Izražajo največjo potrebo po svetovanju na različnih poslovnih področjih, ki se dejansko nanašajo na potrebe podjetij. Slovenska MP najbolj potrebujejo usposabljanje zaposlenih, bolj kot podjetja v Nemčiji, Avstriji, na Irskem in Finskem. Sledijo potrebe po pomoči pri pravnih in finančnih zadevah, v računovodstvu in marketingu. Najmanj pomoči potrebujejo pri menedžmentu ter raziskovanju in inovacijah, vendar še vedno več kot podjetja v vseh treh evropskih državah.

Slovenska MP niso zadovoljna s ponudnikovim razumevanjem potreb podjetja in učinkom storitev na podjetje, SP pa so nezadovoljna tudi s strokovnostjo osebja. Relativno malo slovenskih malih podjetnikov (66 %), ki so v zadnjih petih letih uporabili podporne storitve, je izrazilo splošno zadovoljstvo s svojimi zadnjimi izkušnjami, kar je pod povprečjem EU (80 %). S podpornimi storitvami so manj zadovoljni le še avstrijski podjetniki. Zadovoljstvo slovenskih MP z učinkom, ki so ga storitve imele na podjetje, je manjše od vseh štirih evropskih držav, zadovoljstvo z izvajalčevim razumevanjem potreb podjetja pa je nižje le še v Avstriji. Še bolj kot s ponudnikovim razumevanjem potreb podjetja in učinkom storitev na podjetje so SP nezadovoljna s strokovnostjo osebja.

64 % slovenskih MSP, ki v zadnjih petih letih niso uporabila podpornih storitev, meni, da so podporne storitve potrebne in zelo ali precej koristne, 5 % jih meni, da so potrebne vendar ne preveč koristne, 21 % MSP meni, da podporne storitve niso potrebne, so pa koristne, 10 % pa jih meni, da niso niti potrebne niti koristne. Da bi ponudniki podpornih storitev pridobili za sodelovanje večji delež podjetij, morajo boljše promovirati prednosti svojih storitev.

Če bodo podporne službe v prihodnje izboljšale promocijske aktivnosti (promocijske akcije preko telefona, po elektronski pošti, na izboljšanih spletnih straneh ali z osebnimi obiski ponudnikov na sedežih podjetij ...), izboljšale vsebino in pogoje izvajanja podpornih storitev (ju prilagodile potrebam podjetij, izboljšale razumevanje potreb podjetij ...) ter širile informacije o koristnosti njihove uporabe (npr. vesti o dobro izvedenih storitvah), bodo uspešneje pridobivala potencialne stranke, uporabniki pa bodo z njimi bolj zadovoljni.

LITERATURA

1. Antončič Boštjan et al.: Podjetništvo. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 2002. 463 str.
2. Baebler Miha: Ključ razvoja. Glas gospodarstva, Ljubljana, marec 2003, str. 18-22.
3. Barovec Vanja: Znanje v gospodarstvo. Mariborčan, Maribor, 2002, str. 86.
4. Beardwell Ian, Holden Len: Human resource management: A Contemporary Approach. 3rd ed. Harlow: Prentice Hall, 2001. 770 str.
5. Coronna Marjana: Konkurenčno pravo EU in mala in srednja podjetja. Podjetje in delo, Ljubljana, 2002, 5, str. 745.
6. Creating an entrepreneurial Europe: The activities of the EU for SME's. Brussels: Commission of the European Communities, 2003. 102 str.
7. Creating Top-Class Business Support Services. Brussels: Commission of the European Communities, 2001. 23 str.
8. Drnovšek Mateja, Glas Miroslav: Slovenian women as emerging entrepreneurs. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, Center za razvoj podjetništva, 2000. 19 str.
9. European Charter for small Enterprises, Brussels: Commission of the European Communities, 2000. 5 str.
10. Glas Miroslav: Elementi strategije in razvoj politike do malega gospodarstva. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, Center za razvoj podjetništva, 2000. 29 str.
11. Glas Miroslav: Razvoj mreže podjetniških centrov za pospeševanje malega gospodarstva. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, Center za razvoj podjetništva, 2000a. 55 str.
12. Green Paper: Entrepreneurship in Europe. Brussels: Commission of The European Communities, 2003. 25 str.
13. Hribernik Matevž: Skupni trg evropske unije. Kapital, Maribor, 13(2003), 313, str. 30-31.
14. Ivanjko Šime: Davčno pravo v luči korporacijskega prava. Podjetje in delo, Ljubljana, 1999, 6, str. 6.
15. Izvajanje evropske listine za mala podjetja v Sloveniji. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo, 2002. 28.str.
16. Ješovnik Peter: Priložnost in izziv. Glas gospodarstva, Ljubljana, april 2003, str. 17-21.
17. Kovačič David: 80 let samostojnosti, 10 let preporoda. Kapital, Maribor, 12 (2002).
18. Kubr Milan: Management Consulting. Geneva: Internacional Labour Office, 1996. 525 str.
19. Mramor Dušan: Uvod v poslovne finance. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1993. 349 str.
20. Petrin Tea: Pomen financiranja rizičnih investicij za pospeševanje rasti gospodarstva v Sloveniji. Informator, Ljubljana, 2000, 5, str. 7-14.
21. Petrin Tea: Težka leta konkurenčnosti. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2001, 40, str. 11.
22. Petrin Tea: Politika podjetništva in konkurenčnosti: uvodni nagovor. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo, B. I. 17. str.
23. Petrin Tea: Govor ob odprtju Slovenskega poslovnega tedna na GZS. (URL:http://www.mg-rs.si/novinarsko_sredisce/govori), 5. 5. 2003.
24. Poslovno poročilo o delovanju Pospesjevalne mreže za malo gospodarstvo (2000-2001). Ljubljana: PCMG, 2002. 50 str.

25. Program pospeševalnega centra za malo gospodarstvo za leti 2002 in 2003. Ljubljana: PCMG, 2002. 48 str.
26. Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2002-2006. Ljubljana: RS Ministrstvo za gospodarstvo, 2002. 58 str.
27. Pšeničny Viljem, Glas Miroslav: Vpliv okolja na rast dinamičnih podjetij v Sloveniji. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo, 2001. 29. str.
28. Report on the implementation of the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness: Commission Staff Working Paper. Brussels: Enterprise Directorate-General, 2000. 74 str.
29. Schlegel Bernd: Pospeševanje ustanavljanja podjetij in malega gospodarstva v Nemčiji s strani Deutsche Ausgleichsbank. Informator, Ljubljana, 2000, 5, str. 15-19.
30. Sedmak Sašo: Programi evropske unije za pomoč malemu gospodarstvu. Evrobilten, Ljubljana 2000, 14.
31. Slavnič Niko: Kje do denarja v Sloveniji? Informator, Ljubljana, 2002, 2, str. 36-38.
32. Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: Country Fiche-Austria. Vienna: Austrien Institute for Small Business Research, 2002. 27 str.
33. Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: Country Fiche-Finland. Vienna : Austrien Institute for Small Business Research, 2002. 28 str.
34. Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: Country Fiche-Germany. Vienna : Austrien Institute for Small Business Research, 2002. 29 str.
35. Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: Country Fiche-Ireland. Vienna: Austrien Institute for Small Business Research, 2002. 27 str.
36. Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses: Final Report. Brussels: European Commission: Enterprise Directorate-General, 2002. 64 str.
37. Širnik Nejedly Mateja: Hladen tuš tudi z zahoda. Glas gospodarstva, Ljubljana, marec 2003, str. 60.
38. Špec Boštjan: Ste lastnik malega ali srednjega podjetja? Svetovalec, Ljubljana, 1995, 26, str. 57.
39. Tajnikar Maks: Tvegano poslovanje. Portorož: Visoka šola za podjetništvo, 2000. 297 str.
40. Tyson Laura D'Andrea, Petrin Tea, Hasley Rogers: Promoting entrepreneurship in Eastern Europe. Danvers, MA: Small Business Economics, 6 (1994) 4, str. 165-184.
41. Thompson A. Arthur, Strickland J. Alonzo: Strategic Management. 11th Ed. Boston, MA: Irwin, McGraw-Hill, 1999, 683 str.
42. Vahčič Aleš: Kdor ne reskira, ne profira. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2001, 20, str. 17.
43. Vahčič Aleš: Zoologija slovenskega podjetništva. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 1995, 43, str. 17.
44. Vahčič Aleš: Stanje podjetništva v Sloveniji. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000. 11 str.
45. Vahčič, Glas, Drnovšek: Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji: delovno gradivo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000. 35 str.

VIRI

1. Agencija RS za regionalni razvoj. (URL: <http://www.gov.si/arr/>), 30.9.2003.
2. Commission Recommendation 96/280/EC.
3. Commission Recommendation 2003/361/EC.
4. Ekonomsko ogledalo. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj, november 2003.
5. The European Commission: Enterprise.(URL: <http://www.europa.eu.int/comm/enterprise>), 27.12.2003.
6. Gospodarska zbornica Slovenije. (URL: <http://www.gzs.si>), 15.11.2003.
7. Javni sklad RS za razvoj malega gospodarstva. (URL: <http://www.jsmg-sklad.si/uvodna.html>), 27.11.2003.
8. Javni sklad RS za regionalni razvoj. (URL: <http://www.rdf-sklad.si>), 15.1.2004.
9. Podjetnost: gospodarsko interesno združenje. (URL: <http://www.podjetnost.net>), 27.11.2003.
10. Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve. (URL: <http://www.sigov.si/mdds>), 20.12.2003.
11. Ministrstvo za gospodarstvo. (URL: <http://www.mg-rs.si>), 21.1.2004.
12. Ministrstvo RS za šolstvo, znanost in šport. (URL: <http://www.mszs.si/>), 21.1.2004.
13. Obrtna zbornica Slovenije. (URL: <http://www.ozs.si>), 15.11.2003.
14. Pospeševalni center za malo gospodarstvo. (URL: <http://www.pcmg.si/>), 22.11.2003.
15. Inovacijski relejni center Slovenije. (URL: <http://www.irc-slovenija.ijs.si/en/welcome.asp>), 27.11.2003.
16. SGRZ – Slovensko gospodarsko-raziskovalno združenje, Bruselj. (URL: <http://www.zdr-raziskovalcev.si/sgrz.sbra>), 22.12.2003.
17. Slovenska izvozna družba. (URL: <http://www.si/sidslo.nsf>), 22.12.2003.
18. Statistični letopis 2003.
19. TIPO - Agencija RS za promocijo Slovenije in tuje investicije (<http://www.izvoznookno.si>), 21.1.2004.
20. Zakon o gospodarskih družbah (Ur. l. RS, št. 30/93, 29/94, 82/94, 20/98, 84/98, 6/99, 45/01).

PRILOGE

PRILOGA 1: SLOVARČEK TUJIH IZRAZOV.....	2
PRILOGA 2: ANKETA.....	3
PRILOGA 3: REZULTATI ANKETE.....	11

PRILOGA 1: SLOVARČEK TUJIH IZRAZOV

Adviser	svetovalec
Business angels	poslovni angeli
Early phase of development	zgodnja faza razvoja
Economic and social cohesion	ekonomska in socialna usklajenost, zmanjšanje neenakosti med regijami
Entrepreneurship	podjetništvo
Capital	kapital
Competitiveness	konkurenčnost, konkurenčna sposobnost
Growth phase	faza rasti
High-tech	visoka tehnologija
Legislation	zakonodaja, zakoni, pravni predpisi
Life-cycle	življenjski cikel
Management	menedžment, uprava
Manager	menedžer
One-stop shop	pisarne Vse na enem mestu
Partnership	partnerstvo
Periods of crises	krizno obdobje
Regulation	predpis, ukrep, uredba
Report	poročilo
Seed capital	semenski kapital
Small and medium enterprises	mala in srednja podjetja
Sole proprietorship	samostojni podjetnik
Start-up phase	ustanovitvena faza
Strategic goals	strateški cilji
Support services	podporne storitve
Tailor-made	narejen, izdelan po meri
Transfer phase of a business	faza preoblikovanja podjetja
Venture kapital	tvegani, rizični kapital

PRILOGA 2: ANKETA

Sem Lojzka Sever, študentka magistrskega študija Podjetništvo na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Pripravljam magistrsko delo **Politika pospeševanja podjetništva v malih in srednjih podjetjih s poudarkom na podpornih storitvah** pod mentorstvom doc. dr. Boštjana Antončiča. Rada bi preverila, ali obstoječe podpirne storitve izpolnjujejo potrebe podjetij, zato vas prosim, da odgovorite na naslednjih 34 vprašanj.

Vprašalnik je anonimen in bo uporabljen izključno za potrebe navedenega magistrskega dela.

PODATKI O PODJETNIKU

Položaj intervjuvanca	a) lastnik ali menedžer b) računovodja c) družinski član lastnika č) drugo
Spol	a) moški b) ženska
Izobrazba	a) podiplomska – magisterij, doktorat b) univerzitetna, visokošolska, višješolska c) srednješolska ali poklicna č) osnovnošolska

VPRAŠANJA O PODJETJU

1. Kakšna je organizacijska oblika vašega podjetja? Obkrožite ustrezen odgovor.

- a) samostojni podjetnik (s. p.)
- b) družba z neomejeno odgovornostjo (d. n. o.)
- c) komanditna družba (k. d.)
- č) družba z omejeno odgovornostjo (d. o. o.)
- d) delniška družba (d. d.)

2. Kako bi opredelili dejavnost vašega podjetja? Ustrezno obkrožite.

- a) proizvodno podjetje
- b) storitveno podjetje
- c) proizvodno in storitveno podjetje

3. Koliko so znašali čisti prihodki vašega podjetja v poslovnem letu 2002? Ustrezno obkrožite.

- a) manj od 1.000.000.000 SIT
- b) od 1.000.000.000 SIT do 4.000.000.000 SIT
- c) nad 4.000.000.000 SIT

4. Koliko je znašala vrednost aktive v vašem podjetju ob koncu poslovnega leta 2002?

Ustrezno obkrožite.

- a) manj od 500.000 SIT
- b) od 500.000 SIT do 2.000.000.000 SIT
- c) nad 2.000.000.000 SIT

5. Koliko je bilo povprečno zaposlenih delavcev v vašem podjetju v letu 2002?

Prosim, vpišite število samozaposlenih in drugih zaposlenih delavcev.

_____ število samozaposlenih oseb – lastnikov

_____ število zaposlenih delavcev

6. Kako se je gibal število zaposlenih v vašem podjetju v zadnjih treh letih? Ali se je število zaposlenih ... Obkrožite ustrezen odgovor.

- a) povečalo za več kot 10%
- b) se ni bistveno spremenilo
- c) zmanjšalo za več kot 10%

7. Kje je sedež vašega podjetja? Ustrezno obkrožite.

- a) na podežlju
- b) v mestu

8. Kolikšen je bil leta 2002 v vašem podjetju odstotek izvoza glede na skupni promet?

Ustrezno obkrožite.

- a) 0 %
- b) 1 % - 10 %
- c) 11 % - 25 %
- č) 26 % - 50 %
- d) 51 % - 75 %
- e) 76 % - 100 %

Če ste odgovorili z eno od možnosti od b) do f, nadaljujte z vprašanjem 9, če pa je vaš odgovor a), nadaljujte z vprašanjem 11.

9. V kakšni obliki posluje vaše podjetje s tujimi partnerji ? Ustrezno obkrožite.

- a) izvoz
- b) strateške povezave
- c) licenciranje
- č) neposredne tuje investicije
- d) s tujino ne poslujemo

10. S partnerji iz katerih dežel poslujete ? Ustrezno obkrožite.

- a) državami EU
- b) državami Vzhodne Evrope
- c) bivšimi jugoslovanskimi trgi
- č) drugo (navedite) _____

11. Navedite ovire, ki vam preprečujejo ali vas ovirajo pri poslovanju s tujino. Po pomembnosti za vaše podjetje spodaj navedene ovire označite z ocenami od 1 do 5 (1 – ne ovira, 5 – zelo ovira).

OVIRA PRI INTERNACIONALIZACIJI	ne ovira			zelo ovira	
	1	2	3	4	5
nezadostno poznavanje tujih jezikov	1	2	3	4	5
deželno tveganje	1	2	3	4	5
menjalniški trgi	1	2	3	4	5
izvozni režimi	1	2	3	4	5
dostopnost zavarovanj	1	2	3	4	5
virji financiranja mednarodnih poslov	1	2	3	4	5
zaostanek plačil	1	2	3	4	5
nezadostna vladna podpora izvozu	1	2	3	4	5
drugo (navedite) _____	1	2	3	4	5

12. Kaj vas ovira na poti rasti ? Obkrožite.

- a) strah pred neuspehom
- b) pomanjkanje finančnih sredstev
- c) drugo (dopišite) _____

13. Kaj je bil razlog, da ste se odločili za podjetnika? Obkrožite.

- a) brezposelnost
- b) nezadovoljstvo s službo
- c) priložnosti in izzivi
- č) drugo (dopišite) _____

14. S katerimi problemi se vaše podjetje srečuje pri poslovanju. Po pomembnosti jih označite z ocenami od 1 do 5 (1 – ni problem, 5 – velik problem).

PROBLEM	ni problem			velik problem	
	1	2	3	4	5
neustrezna zakonodaja	1	2	3	4	5
pomanjkanje ustreznih delavcev	1	2	3	4	5
previsoki davki	1	2	3	4	5
birokratski postopki	1	2	3	4	5
previsoki prispevki	1	2	3	4	5
delo na črno	1	2	3	4	5
plačilna nedisciplina	1	2	3	4	5
pomanjkanje poslovnih informacij	1	2	3	4	5
slabo mnenje okolja o podjetništvu	1	2	3	4	5
težak dostop do državnih pomoči in spodbud	1	2	3	4	5
preobsežna administracija	1	2	3	4	5
prevelika konkurenca	1	2	3	4	5

15. Katere oblike pomoči vaše podjetje najbolj potrebuje? Po pomembnosti jih označite z ocenami od 1 do 5 (1 – ni potrebna, 5 – zelo potrebna).

OBLIKE POMOČI	ni potrebna			zelo potrebna	
	1	2	3	4	5
iskanje finančnih sredstev (posojil)	1	2	3	4	5
razvoj različnih finančnih projekcij za poslovanje	1	2	3	4	5
pomoč pri pripravi poslovnega načrta	1	2	3	4	5
iskanje virov trajnega kapitala (sovlagateljev)	1	2	3	4	5
podpora pri tržnih raziskavah	1	2	3	4	5
pomoč pri nastopu na tujih trgih	1	2	3	4	5
reševanje tehničnih in tehnoloških problemov	1	2	3	4	5
nudenje informacij in svetovanja	1	2	3	4	5
iskanje primerne poslovne lokacije	1	2	3	4	5
povezovanje z drugimi podjetji	1	2	3	4	5
izobraževanje in usposabljanje zaposlenih	1	2	3	4	5

VPRAŠANJA O PODPORNIM STORITVAH

Prosim, preberite:

Izraz podporne storitve se nanaša na storitve, kot so zagotavljanje informacij, nasvetov, izobraževanja in drugih poslovnih storitev, ki so na voljo pod netržnimi pogoji in niso finančno naravnane.

16. Ali je vaše podjetje v zadnjih petih letih uporabljalo te vrste podpornih storitev?

Obkrožite ustrezen odgovor.

- a) DA
- b) NE

Če ste odgovorili DA, nadaljujte pri vprašanju 17, če pa ste odgovorili NE, nadaljujte pri vprašanju 20.

17. Kako pogosto ste v zadnjih petih letih v vašem podjetju uporabili podporne storitve? Obkrožite ustrezen odgovor.

- a) enkrat
- b) občasno
- c) redno

18. Kako ste bili zadovoljni z zadnjo podporno storitvijo, ki ste jo uporabili? Prosim, da jo po posameznih vidikih označite z oceno od 1 (nezadovoljni) do 5 (zelo zadovoljni).

VIDIK STORITVE	nezadovoljni			zelo zadovoljni	
	1	2	3	4	5
dostop do podporne storitve	1	2	3	4	5
cenovna politika ponudnika storitve	1	2	3	4	5
komunikacija s ponudnikom storitve	1	2	3	4	5
ponudnikovo razumevanje potreb vašega podjetja	1	2	3	4	5
strokovnost osebja ponudnika storitve	1	2	3	4	5
kvaliteta storitve	1	2	3	4	5
učinek storitve na vaše podjetje	1	2	3	4	5

- 19. Katera je po vašem mnenju največja težava pri uporabi teh vrst podpornih storitev? Prosim, da izberete le enega od možnih odgovorov. Največja težava je/so ...**
- zvedeti, da posamezne podporne storitve obstajajo
 - vsebina in neprimernost storitev za vaše podjetje
 - pogoji, pod katerimi so storitve ponujene (cena, pravočasnost storitev)
 - problemov ni bilo

Nadaljujte pri vprašanju 23.

- 20. Kaj je bil glavni razlog, da vaše podjetje v zadnjih petih letih ni uporabilo teh vrst podpornih storitev? Prosim, obkrožite enega izmed spodaj naštetih razlogov.**
- ker vaše podjetje ni imelo nobene potrebe po zunanji pomoči
 - ker niste vedeli, da podporne storitve obstajajo
 - ker obstoječe vrste podpor ne nudijo takšne oblike podpore, ki jo potrebuje vaše podjetje
 - ker storitve, ki so na voljo, niso ponujene pod ustreznimi pogoji (npr. cena ...)

Prosim, preberite:

Raziskave kažejo, da imajo podjetja, ki uporabljajo podporne storitve, veliko večje možnosti za preživetje, kot podjetja, ki jih ne uporabljajo. Namen raziskave je ugotoviti, zakaj veliko podjetij ne izkoristi ugodnosti subvencioniranih podpornih storitev. Želim tudi ugotoviti, kakšne potrebe imajo podjetja oz. čemu dajejo prednost pri zunanji podpori. Prosim vas, da izpolnite še preostali del vprašalnika, čeprav še niste uporabili te vrste podpor.

- 21. Kako bi se informirali o podpornih storitvah, ki so na voljo? Možen način informiranja označite z oceno od 1 (neprimeren) do 5 (zelo primeren).**

NAČIN INFORMIRANJA	neprimeren			zelo primeren	
	1	2	3	4	5
Aktivno bi iskal vse potrebne informacije o podpornih storitvah.	1	2	3	4	5
Poslušal bi priporočila drugih ljudi.	1	2	3	4	5
Pregledal bi oglase ponudnikov podpornih storitev.	1	2	3	4	5

- 22. Katero vrsto promocijskih dejavnosti bi želeli, da uporabi ponudnik storitev, da bi dobili informacije o podpornih storitev, ki bi jih vi potrebovali? Zaželenost promocije označite z oceno od 1 (neprimerna) do 5 (zelo primerna).**

VRSTA PROMOCIJE	neprimerna			zelo primerna	
	1	2	3	4	5
osebni obiski ponudnikov storitev	1	2	3	4	5
direktni kontakti (elektronska pošta, telefon itd.)	1	2	3	4	5
oglasil v časopisih, strokovnih revijah itd.	1	2	3	4	5
internet, domače spletne strani	1	2	3	4	5
predstavitve na sejnih, razstavah, seminarjih itd.	1	2	3	4	5
zastopniki, npr. poslovna združenja ...	1	2	3	4	5

23. Na kateri ravni bi raje iskali storitve?*Možnih je več odgovorov, ustrezne obkrožite.*

- a) lokalna raven
- b) regionalna raven
- č) državna raven
- e) evropska raven

24. Kako dobro ste po vašem mnenju seznanjeni s podpornimi storitvami, ki so na voljo?*Ustrezno obkrožite.*

- a) zelo dobro
- b) kar dobro
- c) ne preveč dobro
- č) nisem informiran

25. Kako bi ocenili potrebo vašega podjetja po naslednjih vrstah storitev? Prosim, da pri posameznih vrstah storitev potrebo označite z oceno od 1 (ne potrebuje) do 5 (zelo potrebuje).

VRSTA STORITVE	ne potrebuje			zelo potrebuje	
	1	2	3	4	5
informatijske pisarne (one-stop shop) ali podobni načini pridobivanja <u>splošnih informacij</u> (npr. o ustanovitvi podjetja, postopkih registracije itd.)	1	2	3	4	5
<u>Strokovne informatijske storitve</u> (npr. specializirane za pravne zadeve, dostop do financ, razvoj trga itd.)	1	2	3	4	5
nasveti ali svetovanja na različnih <u>poslovnih področjih</u> , ki se dejansko nanašajo na <u>potrebe vašega podjetja</u> (npr. menedžment, marketing, proizvodnja, računovodstvo itd.)	1	2	3	4	5
izobraževalni tečaji	1	2	3	4	5
inkubatorji, tehnološki parki	1	2	3	4	5
finančne storitve (garancije, posojila, podpora itd.)	1	2	3	4	5

26. Kakšna je potreba vašega podjetja po zunanji podpori na naslednjih poslovnih področjih? Prosim, da potrebo označite z 1 (ne potrebuje) in 5 (zelo potrebuje).

POSLOVNA PODROČJA	ne potrebuje			zelo potrebuje	
	1	2	3	4	5
marketing, prodaja in izvoz	1	2	3	4	5
knjigovodstvo, računovodstvo, vračilo davkov	1	2	3	4	5
menedžment	1	2	3	4	5
finančne zadeve	1	2	3	4	5
pravne zadeve	1	2	3	4	5
raziskovanje in inovacije	1	2	3	4	5
usposabljanje zaposlenih	1	2	3	4	5

27. Kako pomembno je po vašem mnenju, da so podporne storitve oblikovane posebej za ... Ustrezno obkrožite.

... podjetje vaše velikosti ?	... podjetje vašega sektorja?	... podjetje v posamezni fazi razvoja?
a) zelo pomembno	a) zelo pomembno	a) zelo pomembno
b) precej pomembno	b) precej pomembno	b) precej pomembno
c) precej nepomembno	c) precej nepomembno	c) precej nepomembno
č) zelo nepomembno	č) zelo nepomembno	č) zelo nepomembno

28. V kateri fazi razvoja po vašem mnenju podjetja najbolj potrebujejo zunanjo podporo? Prosim, da potrebnost označite z 1 (ne potrebuje) in 5 (zelo potrebuje).

Faza razvoja podjetja	ne potrebuje			zelo potrebuje	
na začetku, ob ustanovitvi podjetja	1	2	3	4	5
v zgodnji fazi razvoja	1	2	3	4	5
v fazi rasti	1	2	3	4	5
v fazi združevanja (integracije)	1	2	3	4	5
v kriznih obdobjih	1	2	3	4	5
v fazi preoblikovanja podjetja	1	2	3	4	5

29. Katero obliko plačila bi imeli raje pri plačevanju zunanjih podpor ? Ustrezno obkrožite.

- a) pavšal
- b) po ceniku za različne vrste storitev
- c) plačilo na uro
- č) drugo

30. Katero vrsto komunikacije bi imeli raje s ponudnikom storitve, ko uporabljate zunanjo podporo ? Možnih je več odgovorov, ustrezne obkrožite.

- a) osebni stik v vašem podjetju
- b) osebni stik na lokaciji ponudnika storitev
- c) komunikacija po telefonu ali faksu
- č) uporaba modernih komunikacijskih tehnologij (elektronska pošta, internet)

31. V kakšni meri so po vašem mnenju naslednji kriteriji pokazatelji visoke kvalitete ponudnika storitev? Prosim, označite na lestvici od 1 (ni pokazatelj visoke kvalitete) do 5 (močan pokazatelj visoke kvalitete) za vsakega od spodaj naštetih kriterijev.

KRITERIJI	ni pokazatelj visoke kvalitete			močan pokazatelj visoke kvalitete	
uporaba splošnih standardov kakovosti (npr. certifikat ISO 9000)	1	2	3	4	5
uporaba EU standardov kakovosti	1	2	3	4	5
uporaba lastnih standardov kakovosti	1	2	3	4	5
registrirane blagovne znamke	1	2	3	4	5
redno vrednotenje storitev (tako notranje kot zunanje)	1	2	3	4	5
nadaljnje, kontrolno spremljanje stranke	1	2	3	4	5

32. Ali menite, da so podporne storitve na splošno ...Ustrezno obkrožite.

- a) zelo koristne
- b) precej koristne
- c) ne preveč koristne
- č) nekoristne

TO JE BILO ZADNJE VPRAŠANJE. HVALA ZA SODELOVANJE.

PRILOGA 3: REZULTATI ANKETE

PODATKI O PODJETNIKU

Tabela 1: Podatki o podjetniku

		MSP	SP	MP
Položaj intervjuvanca	lastnik ali menedžer	102	21	81
	računovodja	6	3	3
	družinski član lastnika	6	2	4
	drugo	4	1	3
	skupaj	118	27	91
Spol	moški	85	17	68
	ženska	33	10	23
	skupaj	118	27	91
Izobrazba intervjuvanca	podiplomska – mag., dr.	7	4	3
	univ., visoka, višja	62	15	47
	srednješolska ali poklicna	49	8	41
	osnovnošolska	0	0	0
SKUPAJ PODJETIJ		118	27	91

Tabela 2: Razlogi za izbiro podjetniške kariere

RAZLOGI	MSP		SP		MP	
	št.	%	št.	%	št.	%
brezposelnost	9	8	2	7	7	8
nezadovoljstvo s službo	16	13	3	11	13	14
priložnosti in izzivi	79	67	22	82	57	63
prevzem podjetja	14	12	0	0	14	15
SKUPAJ	118	100	27	100	91	100

O PODJETJU

Tabela 3: Število anketiranih podjetij po velikosti

podjetje	število	%
srednja podjetja	27	23
mala podjetja (1-9)	33	28
mala podjetja (10-49)	32	27
samostojni podjetniki	26	22
SKUPAJ	118	100

Tabela 4: Dejavnost podjetij

dejavnost	MSP	SP	MP
proizvodno podjetje	10	7	3
storitveno podjetje	69	12	57
proizvodno in storitveno podjetje	21	8	13
SKUPAJ	118	27	91

Tabela 5: Gibanje števila zaposlenih

gibanje števila zaposlenih (zadnja tri leta)	MSP		SP		MP	
	št.	%	št.	%	št.	%
povečanje za več kot 10 %	33	28	10	37	22	24
se ni bistveno spremenilo	75	64	14	52	62	68
zmanjšanje za več kot 10 %	10	8	3	11	7	8
SKUPAJ	118	100	27	100	91	100

Tabela 6: Odstotek izvoza glede na skupni promet v letu 2002

% IZVOZA v letu 2002	MSP		SP		MP	
	št.	%	št.	%	št.	%
0	79	66	13	48	66	72
1-10	16	14	5	19	11	12
11-25	12	10	5	19	7	8
26-50	9	8	3	11	6	7
51-75	1	1	0	0	1	1
76-100	1	1	1	3	0	0

Tabela 7: Oblika poslovanja s tujimi partnerji

OBLIKA POSLOVANJA S TUJINO	MSP		SP		MP	
	št.	%	št.	%	št.	%
izvoz	29	25	12	44	17	19
strateške povezave	23	19	4	15	19	21
licenciranje	2	2	1	4	1	1
neposredne tuje investicije	8	7	2	7	6	7
s tujino ne poslujemo	79	67	13	48	66	72

Tabela 8: S partnerji iz katerih dežel poslujejo podjetja

DRŽAVE	MSP		SP		MP	
	št.	%	št.	%	št.	%
EU	38	32	13	48	25	27
države Vzhodne Evrope	7	6	4	15	3	3
države bivše Jugoslavije	30	25	10	37	20	22
drugo	13	11	0	0	13	14

Tabela 9: Ovire, ki preprečujejo ali ovirajo poslovanje s tujino

OVIRE PRI INTERNACIONALIZACIJI		MSP		SP		MP	
		št.	%	št.	%	št.	%
nezadostno poznavanje tujih jezikov	ne ovira	54	63	16	64	38	62
	niti ne niti zelo ovira	12	14	3	12	9	15
	zelo ovira	20	23	6	24	14	23
deželno tveganje	ne ovira	34	40	7	28	27	44
	niti ne niti zelo ovira	21	24	6	24	15	25
	zelo ovira	31	36	12	48	19	31
menjalniški trgi	ne ovira	51	59	9	36	42	69
	niti ne niti zelo ovira	28	33	14	56	14	23
	zelo ovira	7	8	2	8	5	8
izvozni režimi	ne ovira	41	48	6	24	35	57
	niti ne niti zelo ovira	18	21	8	32	10	17
	zelo ovira	27	31	11	44	16	26
dostopnost zavarovanj	ne ovira	33	38	9	36	24	39
	niti ne niti zelo ovira	17	20	4	16	13	22
	zelo ovira	36	42	12	48	24	39
viri financiranja mednarodnih poslov	ne ovira	33	38	7	28	26	43
	niti ne niti zelo ovira	14	16	6	24	8	13
	zelo ovira	39	46	12	48	27	44
zaostanek plačil	ne ovira	22	26	2	8	20	33
	niti ne niti zelo ovira	15	17	6	24	9	15
	zelo ovira	49	57	17	68	32	52
nezadostna vladna podpora	ne ovira	26	30	4	16	22	36
	niti ne niti zelo ovira	13	15	7	28	6	10
	zelo ovira	47	55	14	56	33	54
ni interesa za izvoz		32	27	2	7	30	33

Tabela 10: Ovire na poti rasti

OVIRE	MSP		SP		MP	
	št.	%	št.	%	št.	%
strah pred neuspehom	9	8	1	4	9	10
pomanjkanje finančnih sredstev	78	66	18	67	60	66
konkurenca	5	4	1	4	4	4
omejenost trga	6	5	4	14	2	2
ni interesa	16	14	2	7	14	16
drugo	3	3	1	4	2	2

Tabela 11: Problemi pri poslovanju

PROBLEM		MSP		SP		MP	
		št.	%	št.	%	št.	%
neustrezna zakonodaja	ni problem	22	19	3	11	19	21
	niti ni niti velik problem	42	35	10	37	32	35
	velik problem	54	46	14	52	40	44
pomanjkanje ustreznih delavcev	ni problem	38	32	11	41	27	30
	niti ni niti velik problem	37	31	6	22	31	34
	velik problem	43	37	10	37	33	36
previsoki davki	ni problem	16	14	2	7	14	15
	niti ni niti velik problem	19	16	4	15	15	17
	velik problem	83	70	21	78	62	68
birokratski postopki	ni problem	12	10	2	7	10	11
	niti ni niti velik problem	23	19	0	0	23	25
	velik problem	83	71	25	93	58	64
previsoki prispevki	ni problem	11	9	2	7	9	10
	niti ni niti velik problem	36	31	3	11	33	36
	velik problem	71	60	22	82	49	54
delo na črno	ni problem	47	40	12	45	35	39
	niti ni niti velik problem	30	25	9	33	21	23
	velik problem	41	35	6	22	35	38
plačilna nedisciplina	ni problem	7	6	0	0	7	8
	niti ni niti velik problem	8	7	3	11	5	5
	velik problem	103	87	24	89	79	87
pomanjkanje poslovnih informacij	ni problem	54	46	10	37	44	48
	niti ni niti velik problem	39	33	9	33	30	33
	velik problem	25	21	8	30	17	19
slabo mnenje okolja o podjetništvu	ni problem	57	48	12	45	45	50
	niti ni niti velik problem	46	39	12	44	34	37
	velik problem	15	13	3	11	12	13
težak dostop do državnih pomoči in spodbud	ni problem	32	27	6	22	26	28
	niti ni niti velik problem	34	29	7	26	27	30
	velik problem	52	44	14	52	38	42
preobsežna administracija	ni problem	18	15	4	15	14	15
	niti ni niti velik problem	23	20	4	15	19	21
	velik problem	77	65	19	70	58	64
prevelika konkurenca	ni problem	27	23	1	4	26	29
	niti ni niti velik problem	27	23	8	30	19	21
	velik problem	64	54	18	66	46	50

Tabela 12: Najbolj potrebne oblike pomoči

OBLIKE POMOČI		MSP		SP		MP	
		št.	%	št.	%	št.	%
iskanje finančnih sredstev (posojil)	ni potrebna	42	36	11	41	31	34
	niti ni niti je zelo potrebna	34	29	7	26	27	30
	zelo potrebna	42	36	9	33	33	36
razvoj različnih finančnih projekcij za poslovanje	ni potrebna	48	41	7	26	41	45
	niti ni niti je zelo potrebna	33	28	11	41	22	24
	zelo potrebna	37	31	9	33	28	31
pomoč pri pripravi poslovnega načrta	ni potrebna	62	53	12	45	50	55
	niti ni niti je zelo potrebna	34	29	9	33	25	27
	zelo potrebna	22	19	6	22	16	18
iskanje virov trajnega kapitala (sovlagateljev)	ni potrebna	78	66	16	59	62	68
	niti ni niti je zelo potrebna	20	17	4	15	16	18
	zelo potrebna	20	17	7	26	13	14
podpora pri tržnih raziskavah	ni potrebna	52	44	6	22	46	51
	niti ni niti je zelo potrebna	31	26	9	33	22	24
	zelo potrebna	35	30	12	45	23	25
pomoč pri nastopu na tujih trgih	ni potrebna	60	51	11	41	49	54
	niti ni niti je zelo potrebna	28	24	4	15	24	26
	zelo potrebna	30	25	12	44	18	20
reševanje tehničnih in tehnoloških problemov	ni potrebna	55	47	6	22	49	54
	niti ni niti je zelo potrebna	37	31	12	44	25	27
	zelo potrebna	26	22	9	33	17	19
nudenje informacij in svetovanja	ni potrebna	40	34	6	22	34	37
	niti ni niti je zelo potrebna	39	33	8	30	31	34
	zelo potrebna	39	33	13	48	26	29
iskanje primerne poslovne lokacije	ni potrebna	74	63	16	59	58	64
	niti ni niti je zelo potrebna	23	19	7	26	16	18
	zelo potrebna	21	18	4	15	17	18
povezovanje z drugimi podjetji	ni potrebna	62	52	9	33	53	58
	niti ni niti je zelo potrebna	28	24	9	34	19	21
	zelo potrebna	28	24	9	33	19	21
izobraževanje in usposabljanje zaposlenih	ni potrebna	28	24	6	22	22	24
	niti ni niti je zelo potrebna	30	25	6	22	24	26
	zelo potrebna	60	51	15	56	45	50

O PODPORNIM STORITVAH

Tabela 13: Podjetja, ki so v zadnjih petih letih uporabljala podporne storitve

UPORABA PODPORNIH STORITEV	MSP		SP		MP skupaj		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s. p.		ženske		moški		Izobraženi (a, b)		Manj izo- braženi (c, d)	
	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
DA	41	35	12	44	29	32	13	40	8	24	8	31	13	39	28	33	27	39	14	29
NE	77	65	15	56	62	68	19	60	25	76	18	69	20	61	57	67	42	61	35	71
SKUPAJ	118	100	27	100	91	100	32	100	33	100	26	100	33	100	85	100	69	100	49	100

Tabela 14: Pogostost uporabe podpornih storitev v zadnjih petih letih

POGOSTOST UPORABE	MSP		SP		MP		Mala p. 10-49		Mala p. (1-9)		s. p.	
	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
enkrat	6	15	2	17	4	14	1	8	2	25	1	12
občasno	31	76	8	66	23	79	11	84	6	75	6	76
redno	4	9	2	17	2	7	1	8	0	0	1	12
SKUPAJ	41	100	12	100	29	100	13	100	8	100	8	100

Tabela 15: Zadovoljstvo z zadnjo podporno storitvijo

VIDIK STORITVE		MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s. p	
		št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
dostop do podporne storitve	nezadovoljni	2	5	1	8	1	4	0	0	0	0	1	13
	niti ne niti zelo z.	16	39	4	34	12	41	6	46	2	25	4	50
	zelo zadovoljni	23	56	7	58	16	55	7	54	6	75	3	37
cenovna politika ponudnika storitve	nezadovoljni	15	36	5	42	10	35	4	31	2	25	4	50
	niti ne niti zelo z.	20	49	6	50	14	48	6	46	5	63	3	37
	zelo zadovoljni	6	15	1	8	5	17	3	23	1	12	1	13
komunikacija s ponudnikom storitve	nezadovoljni	1	3	0	0	1	3	0	0	0	0	1	12
	niti ne niti zelo z.	14	34	5	42	9	31	5	38	3	37	1	13
	zelo zadovoljni	26	63	7	58	19	66	8	62	5	63	6	75
ponudnikovo razumevanje potreb vašega podjetja	nezadovoljni	7	17	2	17	5	17	1	8	3	37	1	13
	niti ne niti zelo z.	22	54	8	66	14	48	7	54	4	50	3	37
	zelo zadovoljni	12	29	2	17	10	35	5	38	1	13	4	50
strokovnost osebja ponudnika storitve	nezadovoljni	5	12	3	25	2	7	2	15	0	0	0	0
	niti ne niti zelo z.	16	39	5	42	11	38	5	39	3	37	3	37
	zelo zadovoljni	20	49	4	33	16	55	6	46	5	63	5	63
kvaliteta storitve	nezadovoljni	2	5	1	8	1	4	0	0	0	0	1	12
	niti ne niti zelo z.	17	41	5	42	12	41	7	54	3	37	2	25
	zelo zadovoljni	22	54	6	50	16	55	6	46	5	63	5	63
učinek storitve na vaše podjetje	nezadovoljni	8	19	2	16	6	21	3	23	2	25	1	13
	niti ne niti zelo z.	18	44	5	42	13	45	7	54	3	37	3	37
	zelo zadovoljni	15	37	5	42	10	34	3	23	3	38	4	50

Tabela 16: Največja težava pri uporabi podpornih storitev

TEŽAVA	MSP		SP		MP		Mala p. (1-9)		Mala p. (10-49)		s. p.	
	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
Zvedeti, da posamezne podporne storitve obstajajo.	9	22	2	17	7	24	4	50	2	15	1	12
Vsebina in neprimernost storitev za vaše podjetje.	9	22	2	17	7	24	2	25	4	32	1	12
Pogoji, pod katerimi so storitve ponujene (cena, pravočasnost storitev).	15	37	5	41	10	35	2	25	5	38	3	38
Problemov ni bilo.	8	19	3	25	5	17	0	0	2	15	3	38
Skupaj	41	100	12	100	29	100	8	100	13	100	8	100

Tabela 17: Razlogi, da podjetja v zadnjih petih letih niso uporabila podpornih storitev

RAZLOGI	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s. p.	
	št.	%	št.	%	št.	%	Št.	%	Št.	%	Št.	%
Ker podjetje ni imelo <u>nobene potrebe</u> po zunanji pomoči.	24	31	5	33	19	31	7	37	7	28	5	28
Ker se <u>niste zavedeli</u> , da podporne storitve obstajajo.	19	25	2	14	17	27	4	21	9	36	4	22
Ker obstoječe vrste podpor <u>ne nudijo</u> takšne oblike podpore, ki jo potrebuje vaše podjetje.	28	36	5	33	23	37	7	37	8	32	8	44
Ker storitve, ki so na voljo, <u>niso ponujene pod ustreznimi pogoji</u> (cena, pravočasnost storitev...).	6	8	3	20	3	5	1	5	1	4	1	6
SKUPAJ	77	100	15	100	62	100	19	100	25	100	18	100

Tabela 18: Način informiranja o podpornih storitvah, ki so na voljo

NAČIN INFORMIRANJA	STOPNJA PRIMEREN.	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-10)		s. p.	
		št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
Aktivno bi iskal vse potrebne informacije o podpornih storitvah.	ni primeren	11	9	2	7	9	10	1	3	7	22	1	4
	niti ni niti zelo	43	37	8	30	35	38	13	41	13	39	9	35
	zelo primeren	64	54	17	63	47	52	18	56	13	39	16	61
Poslušal bi priporočila drugih ljudi.	ni primeren	16	14	5	19	11	12	3	9	5	16	3	11
	niti ni niti zelo	39	33	9	33	30	33	8	25	14	42	8	31
	zelo primeren	63	53	13	48	50	55	21	66	14	42	15	58
Pregledal bi oglase ponudnikov podpornih storitev.	ni primeren	25	21	6	22	19	21	7	22	8	24	4	16
	niti ni niti zelo	51	43	13	48	38	42	14	44	13	39	11	42
	zelo primeren	42	36	8	30	34	37	11	34	12	37	11	42

Tabela 19: Vrste zelenih promocijskih dejavnosti za informiranje o podpornih storitvah

VRSTA PROMOCIJE	STOPNJA PRIMERN.	MSP		SP		MP		Mala p. (9-49)		Mala p. (1-9)		s. p.	
		št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
osebni obiski ponudnikov storitev	ni primerna	22	18	6	22	16	18	10	32	12	36	4	15
	niti ni niti zelo	28	23	6	22	22	25	6	19	9	28	7	27
	zelo primerna	58	49	15	56	43	47	16	50	12	36	15	58
direktni kontakti (elektronska pošta, telefon itd.)	ni primerna	11	9	3	11	8	10	3	9	3	9	2	8
	niti ni niti zelo	33	28	9	33	24	26	10	32	8	24	6	23
	zelo primerna	74	63	15	56	59	64	19	59	22	67	18	69
oglas v časopisih, strokovnih revijah itd.	ni primerna	20	17	7	26	13	15	7	22	6	18	0	0
	niti ni niti zelo	41	34	12	44	29	32	14	44	11	33	14	54
	zelo primerna	47	39	8	30	39	43	11	34	16	49	12	46
internet, domače spletne strani	ni primerna	25	21	8	30	17	19	8	25	6	18	3	12
	niti ni niti zelo	26	22	6	22	20	22	5	16	9	27	6	23
	zelo primerna	67	57	13	48	54	59	19	59	18	55	17	65
predstavitve na sejnih, razstavah, seminarjih itd.	ni primerna	13	11	6	22	7	8	1	3	5	15	1	4
	niti ni niti zelo	46	39	7	26	39	43	10	31	15	46	14	54
	zelo primerna	59	50	14	52	45	49	21	66	13	39	11	42
zastopniki, npr. poslovna združenja ...	ni primerna	33	28	10	37	23	25	8	25	10	31	5	19
	niti ni niti zelo	49	42	9	33	40	44	14	44	15	45	11	43
	zelo primerna	36	30	8	30	28	31	10	31	8	24	10	38

Tabela 20: Ravni, na katerih si podjetja želijo prisotnost podpornih storitev

RAVEN	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s. p.	
	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
lokalna raven	33	28	5	19	28	31	9	28	8	24	11	42
regionalna raven	39	33	7	26	32	35	9	28	16	48	7	27
državna raven	68	58	16	59	52	57	18	56	21	64	13	50
evropska raven	30	25	12	44	18	20	7	22	5	15	6	23

Tabela 21: Seznanjenost s podpornimi storitvami

SEZNANJENOST	MSP		SP		MP		Mala p. (1-49)		Mala p. (1-10)		s. p.	
	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
zelo dobro	6	5	2	7	4	4	3	9	0	0	1	4
kar dobro	37	31	9	34	28	31	11	34	9	27	8	31
ne preveč dobro	62	53	13	48	49	54	16	51	18	55	15	57
nisem informiran	13	11	3	11	10	11	2	6	6	18	2	8
SKUPAJ	118	100	27	100	91	100	32	100	33	100	26	100

Tabela 22: Potrebe podjetij po posameznih vrstah storitev

VRSTA STORITVE	STOPNJA POTREBE	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s. p.	
		št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
informatijske pisarne (one-stop shop) ali podobni načini pridobivanja <u>splošnih informacij</u> (npr. o ustanovitvi podjetja, postopkih registracije itd.)	ni potrebna	60	51	11	41	49	54	18	56	18	55	13	50
	niti ni niti zelo	41	35	12	44	29	32	11	35	9	27	9	35
	zelo potrebna	17	14	4	15	13	14	3	9	6	18	4	15
Strokovne informatijske storitve (npr. specializirane za pravne zadeve, dostop do financ, razvoj trga itd.)	ni potrebna	22	19	4	15	18	20	10	31	4	12	4	15
	niti ni niti zelo	44	37	9	33	35	38	8	25	14	43	13	50
	zelo potrebna	52	44	14	52	38	42	14	44	15	15	9	35
nasveti ali svetovanja na različnih <u>poslovnih področjih</u> , ki se dejansko nanašajo na potrebe vašega podjetja (npr. menedžment, marketing, proizvodnja...)	ni potrebna	15	13	2	8	13	14	7	22	4	12	2	8
	niti ni niti zelo	43	36	13	48	30	33	13	41	8	24	9	35
	zelo potrebna	60	51	12	44	48	53	12	37	21	64	15	57
izobraževalni tečaji	ni potrebna	18	15	1	4	17	19	7	22	3	9	7	27
	niti ni niti zelo	42	36	8	29	34	37	11	34	14	43	9	35
	zelo potrebna	58	49	18	67	40	44	14	44	16	48	10	38
inkubatorji, tehnološki parki	ni potrebna	67	57	15	56	52	57	19	60	17	52	16	62
	niti ni niti zelo	35	29	9	33	26	29	10	31	10	30	6	23
	zelo potrebna	16	14	3	11	13	14	3	9	6	18	4	15
finančne storitve (garancije, posojila, podpora itd.)	ni potrebna	25	21	7	26	18	20	7	22	7	21	4	15
	niti ni niti zelo	40	34	10	37	30	33	13	41	9	27	8	31
	zelo potrebna	53	45	10	37	43	47	12	37	17	52	14	54

Tabela 23: Potreba podjetij po zunanji podpori na posameznih poslovnih področjih

POSLOVNA PODROČJA	STOPNJA POTREBE	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-10)		s. p.	
		št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
marketing, prodaja in izvoz	ne potrebuje	36	31	6	22	30	33	8	25	14	43	8	30
	niti ne niti zelo	40	34	10	37	30	33	10	31	11	33	9	35
	zelo potrebuje	42	35	11	41	31	34	14	44	8	24	9	35
knjigovodstvo, računovodstvo, vračilo davkov	ne potrebuje	40	34	12	45	28	31	14	44	9	27	5	19
	niti ne niti zelo	44	37	9	33	35	38	14	44	11	33	10	38
	zelo potrebuje	34	29	6	22	28	31	4	12	13	39	11	43
menedžment	ne potrebuje	42	36	7	26	35	38	14	44	12	37	9	35
	niti ne niti zelo	54	46	15	55	39	43	13	40	11	33	15	57
	zelo potrebuje	22	18	5	19	17	19	5	16	10	30	2	8
finančne zadeve	ne potrebuje	33	28	7	26	26	29	11	34	10	30	5	19
	niti ne niti zelo	50	42	11	41	39	42	15	47	10	30	14	54
	zelo potrebuje	35	30	9	33	26	29	6	19	13	40	7	27
pravne zadeve	ne potrebuje	32	27	5	19	27	30	13	41	8	24	6	23
	niti ne niti zelo	40	34	9	33	31	34	8	25	9	27	14	54
	zelo potrebuje	46	39	13	48	33	36	11	34	16	49	6	23
raziskovanje in inovacije	ne potrebuje	35	30	5	19	30	33	12	38	11	33	7	27
	niti ne niti zelo	49	41	10	37	39	43	12	37	16	49	11	43
	zelo potrebuje	34	29	12	44	22	24	8	25	6	18	8	30
usposabljanje zaposlenih	ne potrebuje	19	16	0	0	19	22	5	16	5	15	9	35
	niti ne niti zelo	49	42	13	48	36	39	11	34	17	52	8	30
	zelo potrebuje	50	42	14	52	36	39	16	50	11	33	9	35

Tabela 24: Pomembnost oblikovanja podpornih storitev

POMEMBNOST	STOPNJA POMEMBNOSTI	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-10)		s. p.	
		št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
za podjetje določene velikost	zelo pomembno	31	26	7	26	24	27	6	19	13	39	5	19
	precej pomembno	70	59	17	63	53	58	20	62	17	52	16	62
	precej nepomembno	16	14	3	11	13	14	6	19	2	6	5	19
	zelo nepomembno	1	1	0	0	1	1	0	0	1	3	0	0
za posamezen sektor	zelo pomembno	38	32	10	37	28	31	14	44	6	18	8	31
	precej pomembno	68	58	16	59	52	57	13	41	25	76	14	54
	precej nepomembno	12	10	1	4	11	12	5	15	2	6	4	15
	zelo nepomembno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
za posamezno fazo razvoja	zelo pomembno	39	33	10	37	29	32	6	19	11	33	12	46
	precej pomembno	58	49	12	44	46	51	18	56	16	49	12	46
	precej nepomembno	21	18	5	19	16	17	8	25	6	18	2	8
	zelo nepomembno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabela 25: Faze razvoja, v kateri podjetja najbolj potrebujejo zunanjo podporo

Faza razvoja podjetja	STOPNJA POTREBE	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s. p.	
		št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
na začetku, ob ustanovitvi podjetja	ne potrebuje	3	2	0	0	3	3	1	3	2	6	0	0
	niti ne niti zelo p.	21	18	3	11	18	20	9	28	3	9	6	23
	zelo potrebuje	94	80	24	89	70	77	22	69	28	85	20	77
v zgodnji fazi razvoja	ne potrebuje	2	2	0	0	2	2	1	3	1	3	0	0
	niti ne niti zelo p.	22	18	2	7	20	22	11	34	3	9	6	23
	zelo potrebuje	94	80	25	93	69	76	20	63	29	88	20	77
v fazi rasti	ne potrebuje	6	5	2	7	4	4	0	0	1	3	3	11
	niti ne niti zelo p.	46	39	8	30	38	42	15	47	15	45	8	31
	zelo potrebuje	66	56	17	63	49	54	17	53	17	52	15	58
v fazi združevanja (integracije)	ne potrebuje	19	16	4	15	15	16	5	16	6	18	4	15
	niti ne niti zelo p.	48	41	8	29	40	44	15	47	13	40	12	4
	zelo potrebuje	51	43	15	56	36	40	12	37	14	42	10	38
v kriznih obdobjih	ne potrebuje	6	5	3	11	3	3	2	6	1	3	0	0
	niti ne niti zelo p.	15	13	3	11	12	13	4	13	5	15	3	12
	zelo potrebuje	97	82	21	78	76	84	26	81	27	82	23	88
v fazi preoblikovanja podjetja	ne potrebuje	15	13	5	18	10	11	3	9	5	15	2	8
	niti ne niti zelo p.	53	45	7	26	46	51	21	66	14	42	11	42
	zelo potrebuje	50	42	15	56	35	38	8	25	14	43	13	50

Tabela 26: Oblike plačila, ki bi jih podjetja želi pri plačevanju zunanjih podpor

OBLIKE PLAČIL	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s. p.	
	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
pavšal	11	9	3	11	8	9	1	3	6	18	1	4
po ceniku za različne vrste storitev	92	78	22	82	70	77	23	72	25	76	22	85
plačilo na uro	13	11	2	7	11	12	6	19	2	6	3	11
drugo	2	2	0	0	2	2	2	6	0	0	0	0
Št. podjetij skupaj	118		27		91		32		33		26	

Tabela 27: Vrste komunikacij s ponudnikom storitve pri uporabi zunanjih podpor

Vrsta komunikacije	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s.p.	
	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
osebni stik v vašem podjetju	53	45	18	67	35	38	9	28	20	61	6	23
osebni stik na lokaciji ponudnika storitev	25	21	5	19	20	22	5	16	6	18	9	35
komunikacija po telefonu ali faksu	19	16	3	11	16	18	3	9	7	21	6	23
uporaba modernih komunikacijskih tehnologij (elektronska pošta, internet)	37	31	6	22	31	34	9	28	10	30	12	46

Tabela 28: Pokazatelji visoke kvalitete ponudnika storitev

KRITERIJI	STOPNJA	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s. p	
		št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
uporaba splošnih standardov kakovosti (npr. certifikat ISO 9000)	ni pokazatelj	12	10	2	7	10	11	3	9	4	12	3	12
	niti ni niti močan	53	45	11	41	42	46	15	47	17	52	10	38
	močan pokazatelj	53	45	14	52	39	43	14	44	12	36	13	50
uporaba EU standardov kakovosti	ni pokazatelj	6	4	0	0	6	7	1	3	3	9	2	7
	niti ni niti močan	32	27	5	19	27	30	13	41	5	15	9	35
	močan pokazatelj	70	59	22	81	48	53	18	56	25	76	15	58
uporaba lastnih standardov kakovosti	ni pokazatelj	12	10	2	7	10	11	2	6	6	18	2	8
	niti ni niti močan	64	54	12	45	52	57	23	72	15	46	14	44
	močan pokazatelj	42	36	13	48	29	32	7	22	12	36	10	38
registrirane blagovne znamke	ni pokazatelj	5	4	1	4	4	4	3	10	1	3	0	0
	niti ni niti močan	54	46	6	22	48	53	18	56	17	52	13	50
	močan pokazatelj	59	50	20	74	39	43	11	34	15	45	13	50
redno vrednotenje storitev (tako notranje kot zunanje)	ni pokazatelj	5	4	1	4	4	4	2	6	2	5	0	0
	niti ni niti močan	51	43	11	41	40	44	13	41	16	48	11	42
	močan pokazatelj	62	53	15	55	47	52	17	53	15	45	15	58
nadaljnje spremljanje strank	ni pokazatelj	3	3	0	0	3	3	1	3	1	3	1	4
	niti ni niti močan	47	39	11	41	36	40	14	44	10	30	12	46
	močan pokazatelj	68	57	16	59	52	57	17	53	22	67	13	50

Tabela 29: Koristnost podpornih storitev na splošno

KORISTNOST	MSP		SP		MP		Mala p. (10-49)		Mala p. (1-9)		s. p.	
	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%	št.	%
zelo koristne	22	19	5	19	17	19	5	16	6	18	6	18
precej koristne	81	68	20	74	61	67	25	78	20	61	16	50
ne preveč koristne	15	13	2	7	13	14	2	6	7	21	4	12
nekoristne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0