



Evropska
komisija

Zbirka vodnikov

Kako podpirati politiko MSP
iz strukturnih skladov

Spodbujanje internacionalizacije MSP

Zbirka vodnikov

Kako podpirati politiko MSP
iz strukturnih skladov

Spodbujanje internacionalizacije MSP

Vodnik za oblikovalce politike, deležnike in organe upravljanja, predvsem na regionalni ravni, ki želijo pomagati malim in srednjim podjetjem pri izkoriščanju priložnosti na mednarodnem trgu – v EU in po svetu – s podporo strukturnih skladov EU.

Ta vodnik je pripravila Evropska komisija na podlagi virov, navedenih v Prilogi 2. Vendar stališča, izražena v tem dokumentu, ne predstavljajo nujno mnenja Evropske komisije.

Nadaljnje informacije so na voljo na:

Evropska komisija

Generalni direktorat za podjetništvo in industrijo

Enota D.2: Dostop MSP do trgov

E-naslov: Entr-SME-Access-to-Markets@ec.europa.eu

URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/index_en.htm

Prevodi tega vodnika v več evropskih jezikih so dostopni na spletu na naslovu: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies>.

Čeprav je bil vodnik pripravljen kot pomoč deležnikom pri uporabi strukturnih skladov EU za podpiranje MSP, se informacije zagotavljajo brez kakršne koli pravne odgovornosti glede njihove točnosti ali popolnosti. Posamezne zahtevke za uporabo strukturnih skladov EU je vedno treba presojati v skladu s pravili, veljavnimi na datum in v državi, kjer se odda vloga.

Ta vodnik je del zbirke vodnikov. Doslej so bili objavljeni:

Št. 1 Razvoj podjetniške naravnosti in spretnosti v EU

Št. 2 Uporaba standardov za podporo rasti, konkurenčnosti in inovativnosti

Št. 3 Lažji prenos podjetij

Št. 4 Pametni vodnik po inovacijah na področju storitev

Št. 5 Izvajanje Akta za mala podjetja na regionalni ravni

Št. 6 Kako uporabljati strukturne sklade za politiko MSP in podjetništva

Št. 7 Spodbujanje internacionalizacije MSP

Št. 8 Javna naročila kot gonilna sila za inovacije pri MSP in javnih storitvah

Več izvodov lahko naročite na spletnem naslovu:

http://bookshop.europa.eu/sl/kako-uporabljati-strukturne-sklade-za-politiko-msp-in-podjetni-tva-pbNBBN13001/issues/?PublicationKey=NBBN13001&EditionKey=NBBN13001ENC_PDF&CatalogCategoryID=cKYKABsttvUAAAEjrpAY4e5L

ali po elektronski pošti na naslovu: Entr-sba@ec.europa.eu

PRAVNO OBVESTILO

Niti Evropska komisija niti katera koli oseba, ki deluje v njenem imenu, ne moreta biti odgovorni niti za uporabo, ki upošteva informacije iz te objave, niti za kakršno koli napako, ki se morda pojavi kljub previdni pripravi in preverjanju. Ta publikacija ne izraža nujno mnenja ali stališča Evropske unije. Luxembourg, Urad za publikacije Evropske unije, 2014.

ISBN 978-92-79-36483-9

ISSN 1977-6780

DOI 10.2769/94388

© Evropska unija, 2014

Natisnjeno v Belgiji

Reprodukcija je dovoljena ob navedbi vira, razen kadar je drugače navedeno. Za uporabo/reprodukcijo gradiv tretjih oseb, ki so navedena kot taka, je treba pridobiti dovoljenje nosilcev avtorskih pravic.

Predgovor



V globaliziranem svetu morajo biti mala in srednja podjetja (MSP) kos vse večji konkurenci razvitih držav in držav v vzponu, prav tako pa se morajo naučiti izkoriščati priložnosti na trgu, ki jih zagotavljajo te države. Internacionalizacija in večja uspešnost MSP sta neposredno povezani. Mednarodne dejavnosti krepijo rast in zaposlovanje, povečujejo konkurenčnost in podpirajo dolgoročno vzdržnost podjetij. Vendar so evropska MSP kljub priložnostim, ki jih zagotavljata razširjeni enotni trg EU in globalizacija na splošno, še vedno zelo odvisna od domačih trgov.

V strategiji EU za MSP, določeni v Aktu za mala podjetja za Evropo, ki jo je Komisija začela izvajati junija 2008 in ki je bila pregledana leta 2011, so bile EU in države članice pozvane, naj podprejo MSP ter jih spodbujajo, da izkoristijo rast trgov zunaj EU, zlasti s podporo, prilagojeno trgu, in dejavnostmi poslovnega usposabljanja.

Na ta način lahko izkoristijo večji poudarek na konkurenčnosti in inovacijah MSP v strukturnih in investicijskih skladih EU ter predvsem v Evropskem skladu za regionalni razvoj, ki je daleč največji vir financiranja EU za podpiranje MSP.

V obdobju 2007–2013 so strukturni skladi za podporo podjetjem, predvsem MSP, zagotovili približno 70 milijard EUR. Skoraj 200 000 projektov, financiranih v okviru Evropskega sklada za regionalni razvoj (ESRR), je zagotovilo pomoč posebej za MSP (več projektov, ki podpirajo različna MSP). Navedeni projekti so prispevali k ustanovitvi 78 000 novih podjetij in ustvarili najmanj 268 000 zaposlitev za nedoločen čas v MSP (ter ohranili še več delovnih mest). Ti učinki se bodo še naprej povečevali, saj se bodo projekti izvajali do konca leta 2015.

Uporabo tega vodnika priporočamo oblikovalcem politike, deležnikom in organom upravljanja, predvsem na regionalni ravni, v upanju, da jih bo spodbudil k sprejetju praktičnih ukrepov za uporabo strukturnih skladov za podpiranje rasti evropskih MSP in njihove širitve prek meja.

Antonio TAJANI

Podpredsednik Evropske komisije
Komisar za industrijo in podjetništvo

Johannes HAHN

Komisar
za regionalno politiko

Kazalo

Kratice	8
1. Povzetek.....	9
2. Zakaj bi se morala MSP internacionalizirati?.....	11
2.1 Uvod.....	11
2.2 Sedanje stanje	12
2.3 Gibala internacionalizacije MSP	13
2.4 Glavne ovire za internacionalizacijo MSP	14
3. Javna podpora za internacionalizacijo MSP	17
3.1 Vloga javne podpore.....	17
3.2 Poznavanje in uporaba javnih podpornih programov med MSP	18
3.3 Kako podpirati internacionalizacijo MSP	20
4. Kako lahko evropske strukturne in investicijske sklade uporabimo za projekte internacionalizacije?	23
5. Primeri dobre prakse.....	25
5.1 Podporni projekti, skupina 1.....	27
5.2 Podporni projekti, skupina 2: sofinancirani s strukturnimi skladi EU.....	35
5.3 Podporni projekti, skupina 3: ocenjeni projekti.....	44
PRILOGA I – Podporni ukrepi in dejavnosti na ravni EU.....	51
PRILOGA II – Viri.....	57
PRILOGA III – Druge koristne publikacije	57

Kratice

APEC	Skupina za azijsko-pacifiško gospodarsko sodelovanje
ASEAN	Združenje držav jugovzhodne Azije
BRIK	Brazilija, Rusija, Indija in Kitajska
BSR – CBP	Regija Baltskega morja – program za krepitev zmogljivosti
CNBC	Sodelovanje grozdov in mrež za poslovno uspešnost v srednji Evropi
CPR	Uredba o skupnih določbah
EPO	Evropske poslovne organizacije
EK	Evropska komisija
ESRR	Evropski sklad za regionalni razvoj
Skladi ESI	Evropski strukturni in investicijski skladi
EU	Evropska unija
NTN	Neposredne tuje naložbe
EPDČ	Ekvivalent polnega delovnega časa
IP	Intelektualna lastnina
IPR	Pravice intelektualne lastnine
IT	Informacijska tehnologija
JOSEFIN	Skupno financiranje inovacij MSP (Joint SME Finance for Innovation)
OECD	Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj
SBA	Akt za mala podjetja
MSP	Mala in srednja podjetja

Povzetek

Pomoč MSP v EU pri internacionalizaciji

Mala in srednja podjetja (MSP) so temelj evropskega gospodarstva. V EU predstavljajo 99 % vseh podjetij, zagotavljajo 67 % vseh delovnih mest v zasebnem sektorju in kar 85 % vseh na novo ustvarjenih delovnih mest ter prispevajo približno 59 % dodane vrednosti gospodarstva. Sklepanje mednarodnih pogodb odpira nove trge za MSP ter lahko bistveno okrepi konkurenčnost in rast MSP.

V tem vodniku se izraz „internationalizacija“ nanaša na vse dejavnosti, ki vzpostavljajo pomemben poslovni odnos med MSP in tujimi partnerji: izvoz, uvoz, neposredne tuje naložbe (NTN – selitev proizvodnje ali zunanje izvajanje), mednarodna podizvajalska dela in mednarodno tehnično sodelovanje. Te dejavnosti se lahko izvajajo čezmejno, na nadnacionalni ravni v EU ali na mednarodni ravni zunaj meja EU.

Internationalizacija lahko poveča konkurenčnost na ravni podjetij, ki se lahko sčasoma razvije v večjo gospodarsko uspešnost na nacionalni in evropski ravni:

- mednarodna dejavnost je močno povezana z večjo rastjo prihodkov;
- mednarodno dejavna MSP na splošno poročajo o večji rasti zaposlovanja kot MSP, ki niso mednarodno dejavna;
- med internacionalizacijo in inovativnostjo obstaja močna povezava.

Kljub temu le malo evropskih MSP opravlja mednarodne posle v EU ali zunaj njenih meja. V skladu s študijo, izvedeno leta 2010, se je v preteklih treh letih z izvozom (v Evropi in zunaj nje) ukvarjalo 25 % MSP s sedežem v EU. Le 13 % MSP v EU je vstopilo na rastoče trge zunaj EU.

Gonila internacionalizacije in ovire zanj

Na pripravljenost in sposobnost MSP za internacionalizacijo vplivajo njihova velikost, starost in izkušnje:

- večje kot je podjetje, večja je verjetnost za njegovo internacionalizacijo;
- izvoz in uvoz se povečujeta z večjo zrelostjo podjetja;

- zelo malo mednarodno nedejavnih MSP dejansko načrtuje mednarodne dejavnosti v bližnji prihodnosti.

Prav tako so nekateri sektorji primernejši za internacionalizacijo od drugih:

- najbolj mednarodni sektorji so trgovina, proizvodnja, prevoz in komunikacije ter raziskave;
- podjetja, ki se ukvarjajo z e-trgovanjem, so mednarodno dejavnejša od tradicionalnih podjetij.

Če hočemo pomagati MSP pri večjem sodelovanju s tujimi partnerji, moramo najprej razumeti, kaj jim to preprečuje. Glavne ovire, o katerih poročajo MSP, so:

- premalo obratnega kapitala za financiranje izvoza;
- težave pri prepoznavanju poslovnih priložnosti v tujini;
- premalo informacij, ki bi jim pomagale prostorsko opredeliti/analizirati trge;
- nezmožnost vzpostavitve stika z morebitnimi strankami v čezmorskih državah;
- težave pri pridobitvi zanesljivega zastopstva v tujini;
- premalo časa, ki ga vodstveni delavci namenijo dejavnostim;
- premalo osebja in/ali neusposobljeno osebje.

Javna podpora ima lahko pomembno vlogo

Javna podpora ima lahko pomembno vlogo pri spodbujanju internacionalizacije. Študija Komisije, izvedena leta 2011, je pokazala, da so javni podporni programi za MSP (finančni in nefinančni ter na nacionalni ravni in ravni EU):

- povečali prihodke MSP na ciljnem trgu za 28 %;
- povečali skupne prihodke podjetja za 11 %;
- ustvarili ali ohranili tri delovna mesta;
- prispevali k približno 12 % prihodkov v naslednjem letu.

Uspešna podpora mora najprej temeljiti na krepitvi zmogljivosti znotraj MSP, pri čemer ima osrednjo vlogo dostop do usposabljanja in storitev svetovanja. Pred prilagoditvijo niza

(običajno) standardiziranih podpornih programov za oblikovanje načrta podpore za posamezna podjetja je treba podjetja oceniti, preveriti in analizirati. Da bi se povečala konkurenčnost in rast, pa morajo programi podpirati vse vrste internacionalizacije, ne le izvoz.

Čeprav je vzpostavljenih že veliko podpornih programov za internacionalizacijo MSP, večina še niso znani: odstotek MSP v EU, ki poznajo te možnosti, se giblje med 15 % za mikropodjetja in 27 % za srednja podjetja ter med komaj 10 % za podjetja, ki niso mednarodna dejavna, in 22 % za MSP z mednarodnimi dejavnostmi.

Uporaba strukturnih in investicijskih skladov EU za podpiranje internacionalizacije

Strukturni skladi lahko okrepijo praktične projekte, ki bodo MSP pomagali vzpostaviti mednarodne stike. Zato ta vodnik predlaga koristne ukrepe, ki bi jih lahko sprejele vse države članice in vse regije s podporo iz evropskih strukturnih skladov.

Ciljna skupina so predvsem oblikovalci politike, deležniki in organi upravljanja na regionalni ravni.

Kako podpirati internacionalizacijo MSP

V Prilogi I so navedeni ukrepi EU, ki so lahko dostopni in vam lahko pomagajo pri svetovanju MSP.

Poglavje 3.3 vsebuje pregled nekaterih pristopov, ki so se v državah članicah izkazali za zelo uspešne. Ti programi posameznim MSP zagotavljajo podporo ali delovanje prek mrež in grozdov. Običajno so najučinkovitejši, če so osredotočeni na posamezne sektorje.

V poglavju 4 je opisano, kako je treba uporabljati strukturne sklade EU za projekte internacionalizacije.

V poglavju 5 so navedeni primeri dobre prakse kot navdih za sprejetje praktičnih ukrepov, s katerimi bi spodbudili evropska MSP k mednarodni širitvi in povečevanju rasti.

2

Zakaj bi se morala MSP internacionalizirati?

2.1 Uvod

Mala in srednja podjetja (MSP)¹ so temelj evropskega gospodarstva. Predstavljajo 99 % vseh podjetij EU, zagotavljajo 67 % vseh delovnih mest v nefinančnem zasebnem sektorju in kar 85 % vseh na novo ustvarjenih delovnih mest (EK, 2011(3), str. 5–6) ter prispevajo približno 59 % dodane vrednosti gospodarstva².

Internacionalizacija odpira nove trge za MSP ter lahko bistveno okrepi konkurenčnost in rast MSP.

V tem vodniku se izraz „internacionalizacija“ nanaša na vse dejavnosti, ki vzpostavljajo pomemben poslovni odnos med MSP in tujimi partnerji: izvoz, uvoz, neposredne tuje naložbe (NTN – selitev proizvodnje ali zunanje izvajanje), mednarodna podizvajalska dela in mednarodno tehnično sodelovanje (EK, 2010, str. 5) – z drugimi besedami: poslovne dejavnosti, ki se odzivajo na priložnosti in izzive, ki jih prinaša globalizacija (EK, 2007, str. 13). Te dejavnosti se lahko izvajajo čezmejno, na nadnacionalni ravni v EU ali na mednarodni ravni zunaj meja EU.

Internacionalizacija lahko poveča konkurenčnost na ravni podjetij, ki se lahko sčasoma razvije v večjo gospodarsko uspešnost na nacionalni in evropski ravni (EK, 2010, str. 57). Študija, ki je bila objavljena leta 2010 in ki zajema leti 2007 in 2008, je pokazala naslednje rezultate (EK, 2010, str. 8).

- **Mednarodna dejavnost je močno povezana z večjo rastjo prihodkov.**
Več kot 50 % MSP, ki so vlagala v tujini ali ki so oddajala naročila podizvajalcem na mednarodni ravni, je poročalo o večjih prihodkih, medtem ko je povprečje za MSP kot celoto znašalo približno 33 %.
- **MSP, ki so mednarodno dejavna, na splošno poročajo o večji rasti zaposlovanja kot druga MSP.** Na primer:
 - rast zaposlovanja je pri izvoznikih znašala 7 %, pri neizvoznikih pa 3 %;
 - rast zaposlovanja je pri uvoznikih znašala 8 %, pri neuvoznikih pa 2 %;
 - MSP, ki se ukvarjajo z uvozom in izvozom, so poročala o 10-odstotni rasti zaposlovanja; druga le o 3-odstotni;

¹ Evropska komisija šteje podjetje za MSP, če ima do 250 zaposlenih in če njegov letni prihodek ne presega 50 milijonov EUR, bilančna vsota pa ne presega 43 milijonov EUR.

² http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Small_and_medium-sized_enterprises.

- MSP z neposrednimi tujimi naložbami so poročala o 16-odstotni rasti zaposlovanja, druga le o 4-odstotni.

- **Internacionalizacija in inovativnost sta močno povezani.**

Izdelke ali storitve, ki so bili novi za zadevni sektor v njihovi državi, je uvedlo 26 % mednarodno dejavnih MSP in le 8 % drugih MSP. Prav tako so bila mednarodno dejavna MSP uspešnejša pri inovacijah postopkov, ki so bili novi za zadevni sektor v njihovi državi (11 % v primerjavi s 3 % za druga MSP).

Zato so mednarodno dejavna MSP konkurenčnejša od domačih podjetij (EK, 2010, str. 70). Z vstopanjem na težavne trge in izkoriščanjem prednosti vrhunske tehnologije izkoriščajo dostop do strokovnega znanja in tehnologije, večjo učinkovitost in ekonomije obsega ter večjo zmogljivost (EK, 2007, str. 10). Glede na vse večje povezovanje trgov imajo lahko MSP pomembno vlogo v svetovnih vrednostnih verigah.

Kljub temu le majhen delež MSP v EU posluje na mednarodni ravni v EU ali zunaj nje.

2.2 Sedanje stanje

Mednarodne dejavnosti pomagajo podjetjem pri dolgoročni konkurenčnosti, rasti in sposobnosti preživetja. Vendar pa je študija, izvedena leta 2010, pokazala, da se je v preteklih treh letih z izvozom (v Evropi in zunaj nje) ukvarjalo 25 % MSP s sedežem v EU³.

Le 13 % jih je bilo usmerjenih na trge zunaj EU.

Zato je EU glavni trg za veliko večino evropskih MSP. Trg EU je tudi dober in ustrezen prvi korak za začetek mednarodnih dejavnosti zunaj meja EU. Notranji trg EU v večini primerov omogoča rast malih podjetij in mikropodjetij do stopnje, ki jim omogoča uspešno konkuriranje preko meja EU. Tako lahko EU za večino MSP predstavlja odskočno desko za uspešnejše nastopanje na mednarodnih trgih (EK, 2007, str. 5).

Koristi internacionalizacije zajemajo izvoz, pa tudi vse druge vrste mednarodne dejavnosti. Uvažanje lahko na primer izboljša uspešnost z zagotavljanjem dostopa do nove tehnologije in zmogljivosti, prav tako pa se več evropskih podjetij ukvarja z uvažanjem kot z izvažanjem. Vse bolj se uveljavljajo tudi neposredne tuje naložbe (selitev proizvodnje ali zunanje izvajanje), prenos tehnologije, sodelovanje v mednarodnih vrednostnih verigah in druge oblike sodelovanja med MSP. V vseh primerih si podjetja večinoma prizadevajo za večjo konkurenčno prednost: dostop do tehnologije ter cenejših in hitreje dostopnih surovin je zanje ravno tako pomemben, če ne še bolj, kot dostop do drugih trgov (EK, 2007, str. 8).

³ EK, 2010, str. 5: statistični podatki temeljijo na vzorcu približno 1 000 MSP v 26 sektorjih. Podatki so bili zbrani spomladi 2009 (ko je imela EU 27 držav članic) in zajemajo obdobje 2006–2008.

Spodnja preglednica vsebuje pregled različnih pristopov, ki so jih sprejela MSP v EU (EK, 2010, str. 16, 17, 33, 36).

Vrsta internacionalizacije	...% vseh MSP v EU	...% od njih je usmerjenih v		...% vseh MSP v EU, usmerjenih v trge zunaj EU
		čezmejno regijo (pribl.)	druge države EU (pribl.)	
Uvoz	29 %	35 %	89 %	14 %
Izvoz	25 %	47 %	80 %	13 %
Tehnološko sodelovanje s tujim partnerjem	7 %	n. r.		
Podizvajanje za tujega partnerja	7 %			
Uporaba tujih podizvajalcev	7 %			
Neposredne tuje naložbe	2 %			

Skupaj ima več kot 40 % evropskih MSP vzpostavljen določen mednarodni poslovni odnos. Vendar jih le malo deluje zunaj EU (EK, 2010, str. 15).

Od katerih rastočih trgov zunaj EU imajo evropska podjetja največje koristi?

Študija iz leta 2011 je pokazala, da je za evropska podjetja vse pomembnejših sedem ciljnih trgov: Brazilija, Rusija, Indija, Kitajska („države BRIK“), Japonska, Južna Koreja in Ukrajina. Delež internacionaliziranih MSP v EU, ki so poslovala na teh rastočih trgih leta 2009 in 2010, je sledeč: Rusija 13 %, Kitajska 10 %, Ukrajina 8 %, Japonska 7,5 %, Brazilija 6,5 %, Indija 6 % in Južna Koreja 4,5 % (EK, 2011 (1), str. 13).

2.3 Gibala internacionalizacije MSP

Ponudniki podpornih storitev bi morali biti seznanjeni z dejavniki poslovnega okolja, ki spodbujajo ali ovirajo internacionalizacijo MSP: „gibali“ in „ovirami“. Nanje ne morejo neposredno vplivati, vendar lahko z ozaveščenostjo kar najbolje izkoristijo gibala in kolikor je mogoče zmanjšajo ovire.

Začnimo z gibali.

Glavne značilnosti sedanjega vala globalizacije so (EK, 2007, str. 6):

- zmanjševanje trgovinskih ovir po vsem svetu, kakršnega doslej še ni bilo;
- bistveno izboljšani logistični in komunikacijski sistemi, ki so na voljo vsem podjetjem;
- revolucija informacijske tehnologije, ki je odprla pot za večjo izmenjavo tehnologije in znanja, ter pojav novih vrst ekonomskih transakcij, kot je e-trgovanje.

Te ugodnosti lahko izkoriščajo velike korporacije in MSP, vendar je za MSP manj očitno, kako jih lahko učinkovito izkoriščajo. Ustanavljanje večjega števila mednarodnih MSP pomeni povečevanje števila mednarodnih podjetnikov z zgodnjo izpostavljenostjo, po možnosti v izobraževalnem sistemu, mednarodnemu okolju in ugodnostim mednarodnega pogleda (EK, 2007, str. 10).

Če se osredotočimo na različne domače trge MSP, lahko opazimo, da manjša kot je država, bolj mednarodna so njena MSP. Delež izvoznikov v državah, kot so Estonija, Danska, Švedska, Češka republika ali Slovenija, se giblje med 55 % in 35 %, medtem ko povprečje EU znaša 25 %, v Nemčiji, Franciji in Združenem kraljestvu pa delež znaša približno 20 % (EK, 2010, str. 24).

Ni presenetljivo, da so MSP blizu meje veliko dejavnejša v čezmejnih regijah, vendar ne zunaj njih (EK, 2010, str. 6).

Na pripravljenost in sposobnost MSP za internacionalizacijo bistveno vplivajo njihova velikost, starost in izkušnje:

- **na splošno velja, da večje kot je podjetje, večja je verjetnost za njegovo internacionalizacijo:** 24 % mikropodjetij, 38 % malih podjetij in 53 % srednjih podjetij izvažajo; ustrezni deleži za uvoz so 28 %, 39 % in 55 % (EK, 2010, str. 5);
- **izvoz in uvoz se povečujeta z večjo zrelostjo podjetja.** Delež MSP, ki izvažajo, se postopno povečuje, tj. od nekaj več kot 15 % podjetij, starih največ 4 leta, do skoraj 30 % podjetij, starih najmanj 25 let (EK, 2010, str. 6);
- kar zadeva **izkušnje**, le malo mednarodno nedejavnih MSP načrtuje mednarodne dejavnosti v bližnji prihodnosti. Le približno 4 % vseh neinternationaliziranih podjetij je izrazilo namero o začetku izvajanja mednarodnih dejavnosti (EK, 2010, str. 6).

Ali je določena vrsta internacionalizacije še posebej primerna za začetek?

MSP najpogosteje začnejo z uvozom. Od MSP, ki uvažajo in izvažajo, jih je dvakrat več (39 %) začelo z uvozom kot z izvozom (18 %). 42 % jih je začelo uvažati in izvažati v istem letu (EK, 2010, str. 6).

Prav tako so nekateri sektorji primernejši za internacionalizacijo od drugih:

Najbolj mednarodni sektorji so trgovina, proizvodnja, prevoz in komunikacije ter raziskave. Sektorji z najvišjim deležem MSP izvoznikov so rudarstvo (58 %), proizvodnja (56 %), trgovina na debelo (54 %), raziskave (54 %), prodaja motornih vozil (53 %), najemanje (39 %) ter prevoz in komunikacije (39 %). Med storitvami je delež sektorja raziskav najvišji (EK, 2010, str. 6).

Podjetja, ki se ukvarjajo z e-trgovanjem so mednarodno dejavnejša. Sposobnost za prodajo izdelkov ali storitev na spletu je pozitivno povezana z dejavnostjo na izvoznih ali uvoznih trgih (tudi če je nadzorovana zaradi drugih

učinkov, kot je velikost podjetja). Na podlagi tega bi lahko sklepali, da je internet olajšal MSP vseh velikosti, da premagajo nekatere ovire za internacionalizacijo. Dejansko je zaradi interneta oslabela povezava med nekaterimi ovirami in velikostjo podjetja (EK, 2010, str. 7).

2.4 Glavne ovire za internacionalizacijo MSP

Razumevanje ovir za internacionalizacijo MSP omogoča usmerjanje podpore na posebne potrebe MSP (EK, 2010, str. 57).

Zasebni in javni mednarodni trgi evropskim podjetjem ponujajo znatne možnosti, vendar se MSP pri vstopanju na svetovne trge soočajo s posebnimi ovirami, tudi pri dostopu do informacij o trgu ter iskanju možnih strank in pravih partnerjev. Soočajo se tudi z zapletenejšimi vprašanji, kot so skladnost s tujo zakonodajo, na primer obveznimi predpisi pogodbenega prava, carinskimi predpisi, tehničnimi pravilniki in standardi, upravljanjem prenosa tehnologije ter zaščito pravic intelektualne in industrijske lastnine. Običajno imajo MSP pri spopadanju s takimi izzivi manj notranjega strokovnega znanja ter finančnih in človeških virov kot večja podjetja (EK, 2011 (2), str. 3).

Uspešne politike za pomoč MSP pri mednarodni širitvi se morajo začeti z razumevanjem glavnih težav, s katerimi se ta podjetja srečujejo pri proučevanju možnosti začetka sodelovanja s tujim partnerjem. Po podatkih OECD⁴ so glavne ovire, o katerih poročajo MSP, naslednje (EK, 2007, str. 10–11):

- premalo obratnega kapitala za financiranje izvoza;
- težave pri prepoznavanju poslovnih priložnosti v tujini;
- premalo informacij za prostorsko opredelitev/analizo trgov;
- nezmožnost vzpostavitve stika z morebitnimi strankami v čezmorskih državah;
- težave pri pridobitvi zanesljivega zastopstva v tujini;
- premalo časa, ki ga vodstveni delavci posvetijo internacionalizaciji;
- premalo osebja in/ali neusposobljeno osebje.

⁴ Končno poročilo o skupnem projektu OECD-APEC za odpravo ovir za dostop MSP do mednarodnih trgov („Removing barriers to SME access to international markets“), svetovna konferenca OECD-APEC, 6.–8. november 2006, Atene, Grčija.

Podjetja, ki še niso dejavna na mednarodnem trgu, lahko nekatere ovire podcenjujejo, druge pa precenjujejo, zato je treba pri oblikovanju in razvoju storitev za podporo podjetjem upoštevati mednarodne izkušnje podjetij ali njihovo pomanjkanje (EK, 2010, str. 57).

Raziskovanje, izvedeno leta 2010 (EK, 2010, str. 58–59), je razkrilo naslednje **ovire v podjetjih** z vidika MSP:

- cena njihovega izdelka ali storitve;
- visoki stroški internacionalizacije;
- kakovost izdelka in pomanjkanje usposobljenega osebja;
- specifikacije izdelkov podjetja;
- jezik.

Z vidika MSP je najpomembnejša ovira cena izdelkov ali storitev podjetja. Ta pa je seveda odvisna od splošnih cen na domačem trgu in ravni poslovne učinkovitosti, zato te ovire verjetno ne bo mogoče obravnavati s posebnimi podpornimi ukrepi za internacionalizacijo. Vendar pa se lahko za učinkovite izkažejo vgrajeni ukrepi, namenjeni povečevanju poslovne učinkovitosti, bodisi s kombinacijo politike internacionalizacije in inovacij ali s spodbujanjem učinkovitega pridobivanja surovin, po možnosti z neposrednim uvozom.

Druga najpomembnejša ovira so „visoki stroški internacionalizacije“. EU si mora prizadevati za oblikovanje mednarodnih pravil trgovanja, ki izpolnjujejo posebne potrebe evropskih MSP. Evropska komisija namerava zmanjšati tarifne in netarifne trgovinske ovire s sklepanjem sporazumov o prosti trgovini z državami, ki niso članice EU. Prav tako si prizadeva za približevanje pravne ureditve prek različnih dialogov, na primer v okviru evropske sosedске politike, tj. vzhodnega partnerstva ter industrijskega sodelovanja med EU in Sredozemljem.

Vendar se lahko MSP zagotovi neposredna tehnična pomoč, npr. z olajšanjem dostopa do informacij o mednarodnih trgih, pomočjo pri vzpostavljanju mednarodnih poslovnih, raziskovalnih in tehnoloških partnerstev (npr. prek Evropske podjetniške mreže, glej Prilogo I) ali subvencioniranjem sodelovanja na tujih trgovinskih sejmih.

Velikost podjetja le malo vpliva na notranje ovire, razen v zvezi s pomanjkanjem ustrezno usposobljenega osebja: manjše kot je podjetje, večja je ta ovira.

V omenjeni študiji so obravnavane tudi **zunanje ovire** v poslovnem okolju (EK, 2010, str. 59–60). Dejavniki, ki po mnenju večine MSP ovirajo internacionalizacijo, so:

- pomanjkanje kapitala;
- pomanjkanje ustrezne javne podpore;
- pomanjkanje ustreznih informacij;
- stroški papirologije, potrebne za prevoz, ali težave v zvezi s tem;
- drugi zakoni in predpisi v tuji državi;
- tarife ali druge trgovinske ovire na tujem trgu;
- kulturne razlike (vključno s poslovno kulturo).

Vzorci zaznanih zunanjih ovir v EU in širšem svetu so dokaj podobni, čeprav se ovire, kot so „tarife in druge trgovinske ovire na tujem trgu“, „drugi zakoni in predpisi v tuji državi“, „tarife ali druge trgovinske ovire v domači državi“ in „kulturne razlike“, ne navajajo pogosto v povezavi z EU. Presenetljivo je, da so MSP „pomanjkanje kapitala“ in „pomanjkanje ustrezne javne podpore“ pogosteje navajala v povezavi z EU kot s svetovnimi trgi. Razlog za to je morda dejstvo, da so MSP, ki so dejavna na trgih zunaj EU, običajno večja in imajo več izkušenj. Večja MSP obravnavajo kot pomembnejše „druge zakone in predpise v tujih državah“, mikropodjetja pa so pogosteje navajala „pomanjkanje kapitala“.

3

Javna podpora za internacionalizacijo MSP

© tfoxfoto/Stock/Thinkstock

3.1. Vloga javne podpore

Kot je navedeno, imajo MSP ključno vlogo pri stabilnosti in potencialu katerega koli nacionalnega gospodarstva v smislu zaposlovanja in dodane vrednosti. Ker se večina MSP srečuje z omejenimi sredstvi, potrebujejo podporo za pridobitev zmogljivosti, potrebnih za uspešno konkuriranje na mednarodnem trgu (EK, 2007, str. 17).

Zato so bile v strategiji EU za MSP, določeni v Aktu za mala podjetja za Evropo (SBA), ki jo je Komisija začela izvajati junija 2008⁵ in ki je bila pregledana leta 2011⁶, EU in države članice pozvane, naj podprejo MSP ter jih spodbujajo, da izkoristijo rast trgov zunaj EU, zlasti s podporo, prilagojeno trgu, in dejavnostmi poslovnega usposabljanja (EK, 2011 (2), str. 5). To je bilo natančneje obravnavano v sporočilu Komisije iz leta 2011 z naslovom *Mala podjetja, velik svet – novo partnerstvo za pomoč MSP pri izkoriščanju priložnosti v svetu*⁷.

MSP nedvomno cenijo javno podporo: 11 % MSP, ki uporabljajo ukrepe javne podpore svojih vlad, navaja, da brez podpore ne bi opravljali mednarodnih poslovnih dejavnosti. Skupaj 55 % mednarodno dejavnih MSP se strinja z vsaj eno od naslednjih štirih trditev (EK, 2010, str. 70):

- brez podpore se sploh ne bi internacionalizirala;
- s podporo so se internacionalizirala prej, kot bi se sicer;
- zaradi podpore so se začela ukvarjati z dodatnimi dejavnostmi internacionalizacije;
- zaradi podpore so se bolje seznanila s priložnostmi na tujih trgih.

Javna podpora lahko zagotovi tudi dragocen prispevek z obravnavanjem težav, ki se štejeta za glavni oviri za internacionalizacijo: dostop do informacij in dostop do finančne podpore (EK, 2010, str. 70).

⁵ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:SL:PDF>.

⁶ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/files/sba_review_en.pdf.

⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0702:FIN:SL:PDF>.

Študija Komisije iz leta 2011 je pokazala, da je uporaba javnih podpornih programov (finančnih in nefinančnih, na nacionalni ravni in ravni EU) (EK, 2011 (1), str. 8) v povprečju:

- povečala prihodke MSP na ciljnem trgu za 28 %;
- povečala skupne prihodke podjetja za 11 %;
- ustvarila ali ohranila tri delovna mesta;
- prispevala k približno 12 % prihodkov v naslednjem letu.

3.2 Poznavanje in uporaba javnih podpornih programov med MSP

Čeprav je vzpostavljenih že veliko podpornih programov za internacionalizacijo MSP, večinoma še niso znani: odstotek MSP v EU, ki poznajo te možnosti, se giblje med 15 % za mikropodjetja in 27 % za srednja podjetja ter med komaj 10 % za podjetja, ki niso mednarodna dejavna, in 22 % za MSP z mednarodnimi dejavnostmi (EK, 2010, str. 7).

Podatki se od sektorja do sektorja razlikujejo: v trgovini na debelo in proizvodnji pozna podporne programe od 20 % do 25 % MSP, v sektorjih prodaje na drobno, prevoza in osebnih storitev pa javno podporo pozna le od 10 % do 13 % podjetij. Zato je treba kot prvi korak k ustrezni podpori MSP pri dostopu do priložnosti na mednarodnih trgih povečati dokaj slabo

poznavanje programov za podporo podjetjem med MSP (EK, 2010, str. 7).

Čeprav so majhna podjetja veliko bolj izpostavljena trgovinskim oviram kot velika, so večja podjetja veliko bolj seznanjena z razpoložljivimi podpornimi ukrepi in jih zato dobro izkoriščajo (EK, 2010, str. 63, 64). Doslej je zelo malo MSP v EU dejansko uporabljalo javne podporne ukrepe. V skladu s študijo iz leta 2010 nefinančno podporo v večji meri uporabljajo najmanjša mednarodno dejavna podjetja: 10 % mikropodjetij v primerjavi z 8 % majhnih podjetij in 6 % srednjih podjetij. Na drugi strani pa finančno podporo v večji meri uporabljajo večja mednarodno dejavna MSP: 10 % mikropodjetij, 13 % majhnih podjetij in 16 % srednjih podjetij (EK, 2010, str. 7).

Med državami so zelo velike razlike. Finančno podporo uporablja velik delež MSP v Avstriji (47%), v državah, kot so Portugalska, Danska in Nizozemska, pa delež znaša 1 % ali manj. Uporaba nefinančne podpore je največja v Sloveniji (23 %), na Cipru (19 %) in v Latviji (16 %), v vseh drugih državah članicah pa veliko manjša (EK, 2010, str. 7, 67). Naslednja preglednica prikazuje uporabo finančnih in nefinančnih javnih podpornih ukrepov za internacionalizacijo v letu 2009 po posameznih državah in v odstotkih MSP, ki so mednarodno dejavna:

Delež mednarodno dejavnih MSP, ki uporabljajo finančno ali nefinančno podporo

Uvrstitev	Država	% podjetij, ki uporabljajo finančno podporo	Uvrstitev	Država	% podjetij, ki uporabljajo nefinančno podporo
1	Avstrija	47 %	1	Slovenija	23 %
2	Turčija	32 %	2	Ciper	19 %
3	Grčija	17 %	3	Latvija	16 %
4	Latvija	17 %	4	Litva	12 %
5	Norveška	14 %	5	Luksemburg	11 %
6	Nemčija	14 %	6	Italija	11 %
7	Španija	10 %	7	Norveška	11 %
8	Italija	9 %	8	Grčija	11 %
9	Slovaška	9 %	9	Francija	9 %
10	Francija	7 %	10	Španija	9 %
11	Romunija	6 %	11	Nemčija	7 %
12	Madžarska	5 %	12	Danska	5 %
13	Švedska	5 %	13	Združeno kraljestvo	5 %
14	Ciper	5 %	14	Irska	4 %
15	Združeno kraljestvo	5 %	15	Avstrija	3 %
16	Slovenija	4 %	16	Poljska	3 %
17	Luksemburg	4 %	17	Nekdanja jugoslovanska republika Makedonija	2 %
18	Lihtenštajn	4 %	18	Finska	2 %
19	Belgija	4 %	19	Belgija	1 %
20	Finska	3 %	20	Slovaška	1 %
21	Estonija	3 %	21	Nizozemska	0 %
22	Litva	3 %	22	Estonija	0 %
23	Poljska	3 %	23	Malta	0 %
24	Irska	3 %	24	Hrvaška	0 %
25	Malta	2 %	25	Portugalska	0 %
26	Bolgarija	2 %	26	Švedska	0 %
27	Hrvaška	2 %	27	Češka	0 %
28	Češka	2 %	28	Bolgarija	0 %
29	Portugalska	1 %	29	Madžarska	0 %
30	Danska	1 %	30	Islandija	0 %
31	Nizozemska	1 %	31	Lihtenštajn	0 %
32	Nekdanja jugoslovanska republika Makedonija	0 %	32	Romunija	0 %
33	Islandija	0 %	33	Turčija	0 %

Katero vrsto javne podpore najpogosteje uporabljajo MSP?

Med finančnimi storitvami se najpogosteje uporabljajo „subvencije in nepovratna sredstva“, ki jih mednarodno dejavna MSP štejejo za najbolj koristne. Od vseh nefinančnih podpornih storitev, ki so na voljo, MSP večinoma uporabljajo naslednjih šest, zato jim je treba nameniti posebno pozornost (EK, 2011 (1), str. 51):

- informacije o pravilih in predpisih;
- informacije o priložnostih na trgu;
- predstavitev na mednarodnih trgovinskih sejmih;
- iskanje potencialnih poslovnih partnerjev v tujini;
- poslovno sodelovanje in mrežno povezovanje;
- dogodki za navezovanje poslovnih stikov.

3.3 Kako podpirati internacionalizacijo MSP

Uspešna podpora pri internacionalizaciji je odvisna predvsem od krepitve zmogljivosti znotraj MSP, pri čemer imata osrednjo vlogo individualna podpora ter dostop do usposabljanja in storitev svetovanja. Pred zagotovitvijo kakršne koli podpore in prilagoditvijo niza (običajno) standardiziranih podpornih programov za oblikovanje načrta podpore za posamezna podjetja je treba podjetja oceniti, izbrati in analizirati. Da bi se povečala konkurenčnost in rast, pa morajo programi podpirati vse vrste internacionalizacije, ne le izvoz (EK, 2007, str. 32).

Glavni programi za internacionalizacijo bi morali privabiti kar največje število MSP (EK, 2007, str. 32). Priporočljivo je, da se posebna pozornost nameni mikropodjetjem in malim podjetjem, tj. MSP z manj kot 50 zaposlenimi ter z letnim prihodkom in letno bilančno vsoto, ki ne presejata 10 milijonov EUR. Te značilnosti ima večina vseh MSP v EU, ki so še posebej ranljiva. Prizadevanja bi bilo treba usmeriti v širitev zmogljivosti za inovacije in mednarodno poslovanje hkrati, saj so običajno povezane (glej prejšnja poglavja). E-trgovanje je še en element, ki mu je vredno nameniti

pozornost: ker je internet hitro dostopna distribucijska pot celo za najmanjše MSP, lahko čezmejna e-trgovina bistveno poveča rast teh podjetij (EK, 2010, str. 71–75).

V zvezi s sedmimi ciljnimi trgi Brazilije, Rusije, Indije, Kitajske, Japonske, Južne Koreje in Ukrajine so vrste javne podpore, od katerih evropska MSP pričakujejo največji učinek, na splošno povezane s (EK, 2011(1), str. 7):

- pomočjo pri iskanju poslovnih partnerjev v teh državah;
- zagotavljanjem ustreznih informacij o priložnostih na trgu;
- zagotavljanjem ustreznih informacij o pravilih in predpisih.

Vendar niso vse javne podpore enako učinkovite.

Prvič, javna podpora mora biti usmerjena v področja, na katerih trg ne deluje, da se prepreči nelojalna konkurenca z zasebnimi ponudniki storitev. Prav tako je treba določiti jasne kvantitativne cilje, uvesti spremljanje in oceniti rezultate. Tako bo podpora dosegla predvidene prejemnike, ustvarila zahtevane rezultate in ne bo razsipavala z javnimi sredstvi (EK, 2010, str. 70).

Evropska komisija upravlja ali podpira številna poslovna središča, službe za pomoč, spletna mesta, zbirke podatkov in druge storitve, katerih namen je pomagati MSP pri internacionalizaciji. Prav tako so bogat vir informacij za organizacije, ki podpirajo MSP. Ti ukrepi in dejavnosti so navedeni v Prilogi I.

Poleg tega zasebni, polzasebni in javni ponudniki storitev v državah članicah (npr. nacionalne trgovinske zbornice, poslovna združenja, svetovalna podjetja, agencije MSP in organizacije za pospeševanje trgovine), ki imajo bogate izkušnje pri podpiranju mednarodnega poslovanja MSP, nudijo široko paleto dejavnosti v podporo podjetjem na trgih zunaj EU in za te trge⁸.

Taki programi lahko zagotavljajo individualno podporo ali podporo prek mrež in grozdov.

⁸ V poglavju 5 so navedeni primeri dobre prakse kot navdih za sprejete praktičnih ukrepov, s katerimi bi pomagali evropskim MSP pri mednarodnem poslovanju in rasti.

Individualna podpora

Individualna podpora temelji na analizi posameznih MSP in področij, na katerih potrebujejo podporo; podpora se nato prilagodi razpoložljivim sredstvom in zmogljivostim teh podjetij (EK, 2007, str. 22).

Ti programi se običajno začnejo z ocenjevanjem „pripravljenosti MSP za internacionalizacijo“ in spremljanjem z dolgoročnim svetovanjem, da bi podjetjem pomagali vzpostaviti zmogljivosti za upravljanje, ki jih potrebujejo za mednarodno poslovanje. Te programe običajno dopolnjujejo številni ukrepi, ki zagotavljajo druge elemente običajno potrebne podpore: informacije, včasih pa tudi podporo na področju financiranja mednarodnega poslovanja, dostop do informacij, mrež itd.

Individualni podporni programi podjetje obravnavajo celostno in odpravljajo posebne ovire, s katerimi se posamezni MSP srečujejo pri mednarodnem poslovanju. Dejansko gre za „program programov“, katerega osrednja točka je oblikovanje trajnostne strategije za internacionalizacijo posameznih MSP (EK, 2007, str. 22).

Mreže in grozdi

Mreže širijo zmogljivost posameznih MSP za internacionalizacijo in so še vedno bistveni element take podpore. Obstajata dve vrsti mrež: podporne mreže in mreže sodelovanja (EK, 2007, str. 24–25).

Podporne mreže običajno upravlja vlada (npr. poslovne pisarne v tujini) ali velika poslovna združenja. Ključno vlogo imajo pri podpiranju kakršne koli vrste internacionalizacije, saj zagotavljajo dostop do informacij, ki jih lahko MSP neposredno uporabljajo. S tem pokrivajo eno od področij, po katerem MSP najbolj povprašujejo in ki ga najbolj potrebujejo (EK, 2007, str. 24–5).

Mreže sodelovanja so usmerjene v spodbujanje neposrednega sodelovanja med podjetji. Študije kažejo, da se bodo v prihodnosti okrepili pristopi sodelovanja, zveze in mreže, ki povezujejo MSP (EK, 2007, str. 24–25).

Grozdi, poslovne mreže in izvozni konzorciji imajo lahko pomembno vlogo pri pomoči MSP, da postanejo bolj mednarodno usmerjena. Zlasti **izvozni konzorciji** imajo posebno vlogo, saj predstavljajo skupine podjetij, ki medsebojno sodelujejo pri projektu priprave izvoza. Nedavne študije so na primer pokazale, da so novoustanovljena MSP, ki so razvila nove izdelke in storitve v specifični niši, pogosto že od začetka dejavna na mednarodnih trgih, njihovo izvozno sposobnost pa krepi članstvo v grozdu (EK, 2011(2), str. 13).

MSP, ki gostujejo v **grozdih in poslovnih mrežah**, imajo lahko koristi od stikov, poslovnih povezav, uradnega in neuradnega znanja iz grozda in poslovne mreže ter od prilagojenih storitev, ki jih zagotavljajo grozdi ali mrežne organizacije. Take koristi spodbujajo na primer razvoj partnerstev v tujini, tako da je MSP omogočen lažji dostop do svetovnih vrednostnih verig, razvoj strateških zvez z raziskovalnimi organizacijami v sodelujočih grozdih ali mrežah, razširitev njihovih komercialnih dejavnosti v tujini, vključno z javnim naročanjem, ter pridobitev ustreznih spretnosti in prilagojenih strokovnih nasvetov (EK, 2011(2), str. 13).

Države članice bi morale priznati grozde in mrežne organizacije kot pomembne spodbujevalce ter jih vključiti v sisteme za podporo podjetjem, katerih cilj je pospeševanje internacionalizacije MSP (EK, 2011(2), str. 13).

Sektorski programi

Sektor, v katerem družba deluje, ima pomembno vlogo pri „izpostavljenosti“ tujim trgov, saj globalizacija ne vpliva na vse sektorje industrije enako. Sektorji z visoko tehnologijo in srednje visoko tehnologijo so na splošno bolj internacionalizirani kot sektorji, ki so manj tehnološko intenzivni. Zato med proizvodnimi in storitvenimi sektorji ni bistvene razlike. Da bi bila lahko podjetja v visokotehnoloških sektorjih konkurenčna, morajo biti posebej specializirana in usmerjena v tržne niše. Zato so zelo priporočljivi prilagojeni podporni programi (EK, 2007, str. 25–26).

4

Kako lahko evropske strukturne in investicijske sklade uporabimo za projekte internacionalizacije?

© monkeybusinessimages/iStock/Thinkstock

Od različnih virov financiranja, ki so na voljo za programe internacionalizacije, so ti vodniki osredotočeni na največje: evropske strukturne in investicijske sklade (sklade ESI). (Druge možnosti financiranja so navedene v najnovejši izdaji publikacije „Pregled glavnih možnosti financiranja, ki so na voljo evropskim MSP-jem“⁹ na spletnem mestu Evropske komisije.)

Predpisi o skladih ESI navajajo tematske cilje in naložbene prednostne naloge, povezane s cilji strategije „Evropa 2020“ glede spodbujanja delovnih mest in rasti v EU.

Programi se oblikujejo in upravljajo na nacionalni in/ali regionalni ravni. Države članice pri oblikovanju programov izberejo cilje, ki so zanje najpomembnejši z vidika njihovih razvojnih potreb in evropskih prednostnih nalog, kot so priporočila za posamezne države v okviru kroga usklajevanja gospodarske politike, tj. evropskega semestra, in splošna načela, tj. potreba po osredotočenosti, usmerjenost v rezultate in dodatnost (brez nadomestila za nacionalno financiranje).

Da bi zagotovile ustrezno raven lastništva, zavezanosti in učinkovite rabe virov, države članice sodelujejo z vsemi ustreznimi ravnmi uprave in socialno-ekonomskimi deležniki.

V praktičnem smislu:

- Komisija in posamezne države članice v skladu s strategijo „Evropa 2020“ sklenejo pogodbo o partnerstvu za obdobje 2014–2020, da bi združile vse zaveze posameznih držav članic za doseganje evropskih ciljev;
- vsaka država članica razdeli pogodbo o partnerstvu na več operativnih programov, ki določajo prednostne naloge financiranja za obdobje 2014–2020. Te programe upravljajo organi upravljanja, ki jih posamezne države članice imenujejo na regionalni ali nacionalni ravni;
- v programskem obdobju (tj. 2014–2020) vsak organ upravljanja objavi sklop razpisov za zbiranje predlogov za projekte, ki se bodo financirali na regionalni ravni. Prav tako se lahko nov projekt predloži kot del tekočega programa.

⁹ http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5778&tpa=0&tk=&lang=sl

Od instrumentov financiranja, vzpostavljenih za podporo regionalni in kohezijski politiki v EU, imajo MSP največ koristi od ESRR. Namenjen je zmanjševanju razlik v razvoju regij ter podpiranju socialne in ekonomske kohezije v EU.

Da bi se spodbudilo ustanavljanje MSP in povečala njihova konkurenčnost, se v okviru ESRR sofinancirajo dejavnosti na številnih področjih (EK, 2012, str. 2, 10):

- podjetništvo, inovacije in konkurenčnost MSP (npr. podjetniško mentorstvo, inovativne tehnologije in sistemi upravljanja v MSP, ekoinovacije ter učinkovitejša uporaba informacijskih in komunikacijskih tehnologij);
- izboljševanje regionalnega in lokalnega okolja za MSP (npr. dostop do kapitala v fazi ustanavljanja in rasti, poslovna infrastruktura in podporne storitve, regionalne in lokalne raziskave, tehnični razvoj, inovacijske zmogljivosti ter poslovno sodelovanje);
- medregionalno in čezmejno sodelovanje za MSP;
- vlaganje v človeške vire (skupaj s financiranjem iz Evropskega socialnega sklada).

Konkurenčnost MSP je eden od 11 tematskih ciljev nove kohezijske politike. Njene naložbene prednostne naloge za povečanje konkurenčnosti MSP so¹⁰:

- spodbujanje podjetništva, zlasti z olajšanjem gospodarskega izkoriščanja novih idej in spodbujanjem ustanavljanja novih podjetij, vključno s podjetniškimi inkubatorji;
- razvijanje in izvajanje novih poslovnih modelov za MSP, zlasti v zvezi z internacionalizacijo;
- podpiranje vzpostavljanja in širjenja naprednih zmogljivosti za razvoj izdelkov in storitev;
- podpiranje zmogljivosti MSP za rast na regionalnih, nacionalnih in mednarodnih trgih ter za vključitev v inovacijske procese.

Več informacij je na voljo na spletnem mestu Generalnega direktorata za regionalno politiko Evropske komisije¹¹.

Pod rubriko „V vaši državi“ so na voljo tudi:

- seznam organov upravljanja za strukturne sklade v posameznih državah članicah;
- povzetki programov, ki so na voljo v posameznih regijah.

Pod rubriko „Kaj delamo/Skladi“ so na voljo:

- informacije o dostopu do sredstev.

Pod rubriko „Informacijski viri/Publikacije/Brošure in informativni bilteni“ je na voljo:

- vodnik za organe upravljanja ESRR o tem, kako oblikovati ustrezne podporne ukrepe, ki bodo pomagali MSP povečati koristi regionalnih strategij „pametne specializacije“.

Kako zaprositi za pomoč EU?

Sofinanciranje projektov iz sredstev EU lahko predlagajo podjetja, izobraževalne ustanove, raziskovalni inštituti, občine in druge organizacije ali kombinacije teh subjektov. Če pripadate eni od teh skupin in imate zamisel za projekt, ki bo prispeval h konkurenčnosti MSP z mednarodno dejavnostjo:

1. zagotovite, da bo vaš projekt časovno omejen in bo imel točno določen obseg, če hočete prejeti sredstva EU. Potrebovali boste projektni načrt, ki vključuje vsebino projekta, cilje in stopnje, razdelitev dela, proračun in načrt financiranja ter časovni razpored za izvajanje;
2. seznanite se z operativnimi programi v vaši regiji in z organom upravljanja. Organ upravljanja ima običajno spletno mesto, na katerem so navedeni postopki za pridobitev sredstev, roki in stopnja sofinanciranja;
3. projekt predložite v okviru ustreznega „razpisa za zbiranje predlogov“.

Za nadaljnje informacije o dostopu do strukturnih skladov EU glej vodnik „Kako uporabljati strukturne sklade za politiko MSP in podjetništva“¹².

¹⁰ Glej Uredbo (EU) št. 1303/2013 („uredba o skupnih določbah“) in uredbe za posamezne sklade na: http://ec.europa.eu/regional_policy/information/legislation/index_sl.cfm.

¹¹ http://ec.europa.eu/regional_policy/index_sl.cfm.

¹² http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies/index_en.htm.

5

Primeri dobre prakse

© David Sacks/Photodisc/Thinkstock

Namen tega poglavja je zagotoviti spodbudo z navedbo primerov dobrih programov internacionalizacije, ki jih izvajajo številne države članice in regije. Ukrepi, predlagani za financiranje iz skladov ESI, morajo biti skladni z ustreznimi določbami iz uredbe o skupnih določbah (CPR), uredbami za posamezne sklade in pravili o sofinanciranju posebnih operativnih programov¹³.

Evropska komisija je leta 2008 objavila knjižico o dobri praksi na tem področju: „Spodbujanje internacionalizacije MSP – Izbira primerov dobrih praks“¹⁴. Vključuje 27 primerov in jo je možno prenesti s spletnega mesta Europa. Nekaj teh primerov je navedenih v prvi skupini spodaj. Druga skupina vključuje projekte, ki so se v obdobju 2007–2013 sofinancirali iz strukturnih skladov EU (EK, 2013). Tretja skupina vključuje podporne projekte, ki so bili ocenjeni v študiji iz leta 2011 (EIM 2011, str. 67–77).

¹³ http://ec.europa.eu/regional_policy/information/legislation/index_sl.cfm.

¹⁴ <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/documents/internationalisation/>.

	Dobra praksa	Država	Dobra praksa za naslednje podporne naloge*:
SKUPINA 1			
A	Programi usposabljanja: regionalni program za spodbujanje izvoza in internacionalizacije MSP	Norveška	3, 8
B	MSP in čezmejno financiranje	Nizozemska	2, 4
C	PIPEnet	Španija	6, 8
D	Pogodbe o industrijskih raziskavah in razvoju	Norveška	4, 6, 7
E	Preseli se ali ostani in napreduj	Švedska	2, 7, 8
F	Prvi let	Irska	2, 3, 8
G	Inkubacijski program	Italija	8
H	Nadnacionalna mreža – obrti v širši regiji	Luksemburg	2, 8, 9
SKUPINA 2 – SOFINANCIRANI S STRUKTURNIMI SKLADI EU			
I	BioFix	Estonija	9
J	Rastoči podjetniški grozdi po vsej srednji Evropi	več držav	3, 5
K	Inovacije v regiji Baltskega morja	več držav	4
L	Širitev baltskih grozdov	več držav	3, 5
M	Skandinavski model za družbe, ki jih upravljajo ženske	več držav	1, 5, 7
N	Trajnostna energija iz lesa iz Severne Karelije	Finska	3, 5, 6
O	Digitalne naložbe v grški turistični sektor	Grčija	4, 7
P	Težnja po rasti	več držav	5
Q	Pametna platforma za trženje za majhna oblikovalska podjetja	Združeno kraljestvo	2, 3, 6, 8
SKUPINA 3 – OCENJENI PODPORNİ PROJEKTI			
R	Skupine izvoznih partnerjev kot spodbujevalke internacionalizacije	Finska	2, 3, 8
S	Izvozna pobuda za „obnovljive vire energije“	Nemčija	2, 4
T	Prepare2start	Nizozemska	2, 4, 8
U	Uradi za podporo podjetjem na Nizozemskem	Nizozemska	2, 8
V	Swedpartnership	Švedska	4
W	Program za dostop do trgovinskih sejmov vladnega oddelka UK Trade & Investment	Združeno kraljestvo	4
X	Politika agencije Scottish development international	Združeno kraljestvo	2, 4, 8

*** Support tasks:**

1. Ozaveščanje
2. Informacije visoke vrednosti
3. Programi razvoja človeških virov
4. Zagotavljanje finančnih sredstev za internacionalizacijo
5. Spodbujanje mrež
6. Spodbujanje internacionalizacije storitev
7. Uporaba internacionalizacije za povečanje konkurenčnosti
8. Individualizirana podpora
9. Mejna območja in čezmejno sodelovanje

5.1. Podporni projekti, skupina 1

A	Norveška
Programi usposabljanja: Regionalni program za spodbujanje izvoza in internacionalizacije MSP	

Zadeva, cilj in geografsko območje

Ta regionalni program je namenjen povečanju konkurenčnosti MSP s spodbujanjem in podpiranjem izvoza ter internacionalizacije.

Kratek opis prakse

Program temelji na konceptu, razvitem za MSP, ki imajo potencial in sposobnosti za povečanje svoje konkurenčnosti v svetu prek inovacij in internacionalizacije. To je program razvoja poslovanja, kjer podjetja v obdobju, ki traja od 12 do 14 mesecev, sodelujejo v procesu razvoja. Innovation Norway podjetjem dodeli nepovratna sredstva za projekt razvoja poslovanja.

Program je razdeljen na štiri faze:

1. opredelitev in ocenjevanje potreb in življenjskih faz zainteresiranih podjetij, tj. ali so voljna, sposobna in pripravljena ter ali lahko izkoristijo ugodnosti programa;
2. analiza sposobnosti podjetja za inovativen razvoj trga in tehnologije, kar je podlaga za tržne in tehnološke projekte, ki jih je treba izvesti;
3. načrtovanje: pomoč podjetjem pri razvijanju načrta za njegov tržni in/ali tehnološki projekt;
4. izvajanje: pomoč podjetjem pri izvajanju njihovih projektov s posebej prilagojeno podporo ob uporabi različnih storitev usposabljanja, svetovanja in mrežnega povezovanja ter finančnih storitev.

Dodatne informacije

Leta 1999 sta okrožji Sor-Trondelag in Nord-Trondelag prevzeli pobudo za vzpostavitev močnejšega in bolj usklajenega programa za podporo internacionalizacije podjetij v regiji. Na podlagi predhodne študije se je leta 2001 začel triletni program, ki sta ga financirali okrožji in Innovation Norway. Program se je po letu 2003 nadaljeval na podlagi pozitivne ocene prvih treh let. Program je vzpostavil in upravlja številne sektorske mreže v okrožjih. Do konca leta 2005 je bilo vzpostavljenih pet različnih mrež na področju okolja, zdravja, energije, IKT, nafte in plina.

Ocena/rezultati

V obdobju 2001–2003 je več kot 300 podjetij sodelovalo v eni ali več dejavnostih v programu, v več kot 170 podjetjih pa je bila opravljena poglobljena analiza. Skupno povprečno povečanje izvozne prodaje sodelujočih podjetij je znašalo 7 %. Tesno sodelovanje med regionalno gospodarsko zbornico, izvoznimi združenji, Innovation Norway, zasebnimi svetovalci, raziskovalnimi in izobraževalnimi ustanovami, skupnostmi in okrožnimi sveti je vodilo k boljši kakovosti in bolj ciljno usmerjeni podpori internacionalizacije MSP.

Kontaktne podatke

Christian Peter Haugen
Višji svetovalec
Innovation Norway
Tel.: (47) 74 13 54 00
Faks: (47) 74 13 54 01

E-pošta: christian.peter.haugen@invanor.no

Programi usposabljanja:
MSP in čezmejno financiranje

Zadeva, cilj in geografsko območje

Informacije o finančnih produktih in zadevah so razdrobljene in nepregledne. To zlasti predstavlja težavo za MSP, ki se želijo internacionalizirati ter potrebujejo finančna sredstva in načrt, kako se na to pripraviti. Naš cilj je izboljšati dostop do finančnih sredstev za MSP z zbiranjem razpoložljivih informacij in jih ponuditi v spletni datoteki. Za uresničitev tega cilja sodelujemo z zasebnim sektorjem, vključno z našimi zvezami bank (NVB) in MSP (MKBNI), torej je odvisen od povpraševanja. Spletna datoteka se uporablja po vsem svetu ter je namenjena nizozemskim MSP in njihovim partnerjem. Prakso je uvedel nizozemski odbor za trgovino, DTB (javno-zasebni svetovalni odbor vlade), izvaja pa jo naša agencija za mednarodno poslovanje in sodelovanje, EVD.

Kratek opis prakse

V spletni datoteki (www.internationalondernemen.nl/mkb-financiering) so na internetu predstavljeni produkti zasebnega finančnega sektorja, države, institucij EU in multilateralnih institucij. Vključeni so posebni produkti, kot so zavarovanje izvoznih kreditov in mednarodne bonitetne ocene ter odkup terjatev, tvegani kapital, plačilne navade, lizing in delovni načrti, ki so lahko za čezmejno financiranje zelo koristni. Navidezno so raznovrstni produkti homogenizirani, tj. združeni in predstavljeni na enostaven in uporabniku prijazen način glede na pogoje in oblikovanje cen. Obiskovalec mora čim prej najti informacije. To dosežemo z uporabo kratkih, toda podrobnih strani in „skritih povezav“ na desni strani spletnega mesta ponudnika. EVD informacije še vedno nadgrajuje: preprosti delovni načrti, poslovni primeri in kmalu povezava na finančne/pravne svetovalce za MSP (revizorje, odvetnike) itd.

Ciljna skupina

Ciljna skupina so nizozemska MSP, ki izvažajo, vlagajo in se vključujejo v čezmejno sodelovanje. Zajema približno 75 000 podjetij (od katerih je približno 70 000 izvoznikov). Večina podjetij (ocenjena na 80 %) ne potrebuje zunanjih informacij/nasvetov v zvezi s financiranjem, saj lahko upravljajo sama ali skupaj s svojimi tujimi strankami. Potencialna ciljna skupina torej vključuje približno 15 000 MSP. Naše izkušnje kažejo, da tudi svetovalci MSP (revizorji, gospodarske zbornice, odvetniki itd.) menijo, da so informacije zelo koristne.

Pričakovani ali doseženi rezultati

Odziv finančnega sektorja, gospodarskih zbornic, zveze MSP itd. je zelo pozitiven. Zdi se, da smo odkrili tržno nišo. To potrjuje:

- **izmerjeno število obiskovalcev.** EVD je izboljšal svoje instrumente za merjenje števila obiskovalcev, da se popravijo „zadetki“ spletnih iskalnikov. To omogoča jasno sliko števila edinstvenih obiskovalcev. Rezultati: približno 3 900 edinstvenih obiskovalcev v letu 2007. To je dober rezultat glede na druge dele spletnega mesta, zlasti ob upoštevanju „strokovne“ niše, v katero se usmerja;
- **uvrstitev strani na Googlu.** Datoteka ima približno 80 strani in v 85 % primerov jih boste našli po prvih treh zadetkih na Googlu. To kaže na priljubljenost. Prav tako pomeni, da „stranka“ najde zadevo v spletni datoteki skoraj v trenutku.

Kontaktne podatke

EVD

Juliana van Stolberglaan 148
2595 CL Haag, Nizozemska
Tel.: (31-70) 778 80 79
E-pošta: brouwer@evd.nl

C

Španija

Programi usposabljanja:
PIPEnet**Zadeva, cilj in geografsko območje**

Spodbujanje strategij mednarodnega poslovanja za vsako podjetje s pomočjo individualnih svetovalnih storitev in najprimernejših tehnoloških orodij. PIPEnet optimizira nove informacijske in komunikacijske tehnologije (IKT) za sodelujoče MSP. Ta ukrep zajema celotno Španijo.

Kratek opis prakse

Ukrep je razvil in ga vodi španski inštitut za zunanjo trgovino s finančno podporo Evropske komisije (sofinanciranje). Podjetjem zagotavlja strateški načrt, pripravljen na sestankih s podjetjem, ki jih izvaja svetovalna služba. Načrt vključuje dva raziskovalna projekta: prvi se nanaša na stanje novih tehnologij v ciljnih državah, drugi pa na referenčna podjetja na področju interneta. Prav tako predvideva potrebe podjetja glede tehnologij, proračuna in osebja. V prvem letu po izročitvi končne dokumentacije je MSP na voljo svetovalna služba, ki jim zagotovi tehnično pomoč v zvezi z načrtom. Sodelujoča podjetja plačajo samo 20% stroškov za prilagojene svetovalne storitve, ICEX pa financira 80% preostalih stroškov do zneska 6 000 EUR.

Ciljna skupina

Vsi sektorji, vključno s storitvami, in podjetja iz vseh regij Španije. Samo MSP, ki izvozijo za manj kot 30% svojega prometa.

Pričakovani ali doseženi rezultati

Zgolj v zadnjih dveh letih delovanja PIPEnet je približno 1 500 podjetij zaključilo začetni posvetovalni sestanek s strokovnjakom, več kot 300 pa jih je popolnoma zaključilo svetovalni program.

Pričevanji

Julio Gabriel Esteban, izvozni direktor, NIKAI

„Zavedali smo se možnosti, ki jih ponuja internet, a nismo vedeli, kako jih izkoristiti (...). To je sredstvo za izboljšanje učinkovitosti, pomoč poslovni mreži, oblikovanje močne blagovne znamke in navsezadnje tudi razlikovanje od konkurentov.“

CREYCONFÉ, Madrid

„To je bila pomembna izkušnja za podjetje. Pomagala nam bo učinkoviteje izkoristiti prednosti interneta (...). Trenutno z novo vsebino izboljšujemo naše spletno mesto. V bližnji prihodnosti načrtujemo izvajanje orodij med podjetji (B2B).“

Kontaktne podatke

Generalna direktorica oddelka za uvedbo izvoza
in nove projekte

ICEX – Španski inštitut za zunanjo trgovino
Paseo de la Castellana, 18 – 5a planta

E-28046 Madrid

Tel.: (34) 91 349 6335

Faks: (34) 91 349 0686

E-pošta: mar.castro@icex.es

www.portalpipe.com

Programi usposabljanja:

Pogodbe o industrijskih raziskavah in razvoju (IRDCs – Industrial research and development contracts)

Zadeva, cilj in geografsko območje

Cilj tega programa je spodbujati in krepiti sposobnost malih in srednje velikih dobaviteljev za izvajanje tržno usmerjenih raziskav ter razvoj novih in inovativnih izdelkov in storitev v tesnem sodelovanju s stranko, ki povprašuje po izdelkih. Ker dejavnost v tujini v smislu sodelovanja na področju inovacij veča doprinos inovacij, so kot partnerji zlasti dobrodošla tuja podjetja.

Kratek opis

Na mednarodni ravni obstaja vedno večja ozaveščenost glede velikega poslovnega potenciala, ki ga ima tesno sodelovanje med dobaviteljem in veliko stranko, ki povprašuje po izdelkih, s skupnim interesom – za razvijanje skupnega novega izdelka ali storitve. Pogodba o industrijskih raziskavah in razvoju (IRDC) je zavezujoč sporazum med dvema ali več podjetij o sodelovanju pri razvijanju novega naj sodobnejšega izdelka, postopka ali storitve. Stranka mora biti vodilna na trgu, strokovno priznana in s širokim dostopom do trga. Stranke bodo vsebino opredelile same tako, da bodo kar najbolje izkoristile podporno shemo. Pogodba se lahko dodeli projektom z izjemno stopnjo inovativnosti in ustvarjanjem vrednosti, jasno določenim tržnim potencialom in visoko dodatnostjo.

Od podjetij se zahteva, da izpolnijo in družbi Innovation Norway predložijo uradno vlogo. V projektu IRDC mora biti ena stranka, imenovana „dobavitelj“, običajno uvrščena kot manjše podjetje v razvoju (MSP). Če podjetje te zahteve izpolnjuje, se lahko sklene pogodba do 35 % upravičenih stroškov. Glede na to, da dobavitelj ni MSP, se lahko odobri samo 25 % stroškov projekta.

Ciljna skupina

MSP z domačimi in/ali tujimi strankami.

Pričakovani ali doseženi rezultati

Ocena iz leta 2007 na podlagi več kot 1 200 financiranih projektov v obdobju 1995–2005 je pokazala, da je bilo 44 % projektov poslovno uspešnih. Neuspešnih je bilo samo 12 %. Podjetja z visoko izobraženim osebjem, inovativnimi strategijami in mednarodnimi partnerji so bila najbolj uspešna. Projekti so ustvarili precejšen promet in izvoz, enakovreden najmanj skupnim nepovratnim sredstvom v zadnjih 10 letih (več kot 1,4 milijarde NOK v obdobju 1995–2005). IRDC veljajo za eno najuspešnejših podpornih shem Innovation Norway, ki hkrati spodbujajo inovacije in internacionalizacijo.

Kontaktne podatke

Per Niederbach, direktor
Innovation Norway

E-pošta: per.niederbach@invanor.no

Tel.: (47) 22 00 25 00

Faks: (47) 22 00 25 01

www.innovasjon norge.no

Programi usposabljanja:

„Preseli se ali ostani in napreduj“ – orodje za dobičkonosen izračun internacionalizacije MSP

Zadeva, cilj in geografsko območje

Cilj tega ukrepa je MSP zagotoviti podrobnejše informacije o več spremenljivkah kot le o delovnih stroških v drugih državah, da se oblikujejo varnejše odločitve v mednarodnem poslovanju. Računsko orodje v kombinaciji s svetovanjem se je uporabljalo v proizvodnih podjetjih po vsej Švedski.

Kratek opis

Orodje „Preseli se ali ostani in napreduj“ je izdelala Agencija za razvoj ALMI, za uporabo orodja pa se je usposabljalno 35 svetovalcev. To je računalniško orodje, ki se opira na poročilo MSP o rezultatih in njihovo bilanco stanja. Številke so vnesene za 18 različnih dejavnikov za primerjavo razmer v 10 različnih državah. Iz izračuna je razvidno, kako se bo prihodek podjetja spremenil, če se poslovanje preseli v druge države. Orodje se trenutno razvija, da bi se spodbudile različne izboljšave, če se podjetje odloči, da ostane doma, in da bi ugotovili, kakšen vpliv bodo imele te dejavnosti na prihodek podjetja. Številke v orodju se vsako leto posodablajo. To orodje podjetjem omogoča delovanje z lastno produktivnostjo namesto preseljevanja proizvodnje. To krepi evropsko razsežnost, ker podjetja spodbuja, da namesto osredotočanja na azijsko proizvodnjo razmislijo o načinih sodelovanja z evropskimi podjetji.

Ciljna skupina

MSP, ki nameravajo preseliti svoje poslovanje iz Švedske, ali podjetja, ki želijo preveriti svojo mednarodno konkurenčnost.

Pričakovani ali doseženi rezultati

Skupaj je računalniško orodje za oceno, ali bi s preselitvijo proizvodnje pridobila ali izgubila, uporabilo 104 podjetij. Od teh podjetij se jih je 52 odločilo, da povečajo učinkovitost svoje proizvodnje, 12 pa se jih je odločilo, da celotno ali del svoje proizvodnje preselijo v tujino. Štirideset podjetij je uporabljalo orodje za namene, kot so analiza konkurenčnosti, analiza dobičkonosnosti ali preprosto kot dokument za notranje strateške razprave. Organiziranih je bilo 128 dogodkov za obveščanje ljudi o orodju.

Pričevanja

„Zdaj imamo odlično osnovo za odločanje o naslednjem koraku v našem razvoju.“

„To je lahko koristno orodje za veliko podjetij, tudi če ne razmišljajo o selitvi svoje proizvodnje.“

Kontaktne podatke

Bjorn Olanders
ALMI Development Agency
E-pošta: bjorn.olanders@almi.se
Ulla Rolf
Enterprise Europe Network ALMI
Box 1501
S-351 15 Vaxjo
E-pošta: ulla.rolf@almi.se

Programi usposabljanja:
Prvi let

Zadeva, cilj in geografsko območje

Cilj programa „Prvi let“ je pomagati podjetjem – z oceno in razvijanjem ključnih sposobnosti – obvladovati tveganja, čas in stroške, povezane s poslovanjem na mednarodnih trgih.

Kratek opis prakse

„Prvi let“ je postopek, namenjen pomoči strankam v zvezi z njihovimi potrebami po mednarodnem razvoju, ker je razvoj novih trgov glavni vidik razvoja poslovanja, ki je drag in dolgotrajen. Program „Prvi let“ pomaga skupini za upravljanje podjetja sestaviti postopek načrtovanja v sistematičnem in doslednem vrstnem redu z vključitvijo raznovrstnih vprašanj, ki jih je treba obravnavati.

Vprašalnik, ki ga izpolni podjetje s pomočjo razvojnega svetovalca (RS), ocenjuje podjetje na naslednjih področjih: pregled podjetja, učinkovitost podjetja, upravljanje virov, tržno znanje, poslovni primer ter proračun in financiranje.

Nato se s podjetjem razvije akcijski načrt, ki zajema široko paleto podpore Enterprise Ireland (EI), vključno z:

- dostopom prek čezmorske mreže do storitev EI, npr. tržna raziskava;
- razvojem vodstvenih sposobnosti z udeležbo v različnih programih usposabljanja;
- dostopom do „mentorske mreže“ na določenih področjih, npr. finančno načrtovanje, razvoj trga itd.;
- udeležbo v trgovinskih misijah;
- vključitvijo ključnih posameznikov (s potrebnimi znanji), če je to primerno.

Ciljna skupina

„Prvi let“ je storitev Enterprise Ireland, ki je usmerjena zlasti v podjetja, ki so novi izvozniki ali izvozniki v začetni fazi (izvoz, manjši od 30 000 EUR).

Pričakovani ali doseženi rezultati

„Prvi let“ zagotavlja zelo vplivne informacije z visoko vrednostjo, ki jih lahko sodelujoča MSP neposredno uporabljajo. Ta postopek se izvaja za zmanjšanje tveganja podjetja in je prilagojen potrebam podjetja. „Prvi let“ se obravnava kot prvi korak do dolgoročne strategije internacionalizacije in izvoza.

Kontaktne podatki

Neil Cooney
 Oddelek za politiko Enterprise Ireland
 Glasnevin, Dublin 9
 Irska
 Tel.: (353-1) 808 20 00
 Faks: (353-1) 808 20 20
 E-pošta: neil.cooney@enterprise-ireland.com
 www.enterprise-ireland.com

G

Italija

Programi usposabljanja:
Inkubacijski program

Zadeva, cilj in geografsko območje

Ta program je inovativen pristop k potrebam MSP, ki se začne z neposrednim stikom MSP s podjetji med „kampanjo poslušanja“ in nato omogoča, da si skupaj z njimi delijo tveganja in uspehe. Ta ukrep se uporablja po vsej Italiji.

Kratek opis

Strokovna služba za podporo (SAS – Specialist Assistance Service) je namenjena zagotavljanju pomoči, popolnoma prilagojene potrebam stranke: iskanje strank, izbiranje partnerjev, analiza trga in konkurenčnosti. Inkubacijska storitev za internacionalizacijo (SIPI – Incubation Service for Internationalisation) je namenjena podpori MSP, ki se ne morejo soočiti z izzivom internacionalizacije. Ta storitev zagotavlja delitev tveganj in uspehov. Njen cilj je predvsem delovati kot inkubator, ki razvija prodajo podjetij na ciljnem trgu. Z nacionalnimi združenji direktorjev je sklenjen sporazum o sodelovanju, katerega cilj je razviti dobro usposobljene strokovnjake/mentorje.

Ciljna skupina

Najpogostejši uporabniki so mala podjetja in mikropodjetja brez omejitev sektorja, razsežnosti ali prometa.

Pričakovani ali doseženi rezultati

Od začetka izvajanja storitve je bila pomoč pri internacionalizaciji zagotovljena 261 podjetjem: 249 v okviru SAS, 10 v okviru SIPI in dvema v okviru sporazuma z združenji direktorjev.

Pričevanje

Dr. Barbara Calvani, izvozna direktorica, Centerglass Line, spa „... po trgovinski misiji v Casablanci, organizirani s pomočjo strokovnih služb za internacionalizacijo, Centerglass Line razvija poslovanje z nekaterimi maroškimi operaterji in svoje izdelke prodaja na tem trgu. Naj izrazim svoje zadovoljstvo z osebjem strokovnih služb in upam, da bom še naprej sodelovala z njimi.“

Kontaktne podatke

Komercialni direktor agencije Promofirenze
Posebna agencija
gospodarske in industrijske zbornice v Firencah
Enterprise Europe Network
Via Por S. Maria –
Palazzo Borsa Merci
I-50122 Firenze
Tel.: (39) 055 267 16 48
Faks: (39) 055 267 14 04
E-pošta: gianpaolo.gansi@promofirenze.com
www.promofirenze.com

(Vir: EK, 2008, str. 37)

Programi usposabljanja:
Nadnacionalna mreža – obrti v širši regiji

Zadeva, cilj in geografsko območje, kjer se ukrep uporablja

Cilj tega programa je razviti čezmejne dejavnosti MSP v sektorju obrti s pomočjo informacij, podpore, mrežnih dejavnosti in spremljanja podjetij obrtnikov na čezmejnih trgih, in sicer v širši regiji: Posarje–Lorena–Luksemburg–Valonija–Porenje–Pfalz, vključno z mejnimi območji Luksemburga, Nemčije, Francije in Belgije.

Kratek opis prakse

Zemljepisna lega širše regije vključuje nemško, luksemburško, belgijsko in francosko regijo ter meji na dve drugi večji območji: prvo obsega Maastricht na Nizozemskem, Severno Porenje-Vestfalijo in pokrajino Liege, drugo pa vključuje Alzacijo, Baden-Württemberg in Basel (Švica). Ta velika raznolikost obrtnim podjetjem predstavlja konkurenčen in trgovski izziv. Podjetniki se morajo prilagoditi upravnim, pravnim, tehničnim, jezikovnim in kulturnim težavam, ki so del posamičnih trgovin obrtnega sektorja. Ta projekt se z obsežnim konceptom opira na sodobne komunikacijske tehnologije za razvoj „informacijske in svetovalne mreže“.

V ta namen sta bila izdelana zgoščanka in spletno mesto za obrti v širši regiji. Vključujeta postopke, predpise in obrazce za vloge, ki jih morajo obrtna podjetja pri svojem posebnem poslovanju upoštevati, da dobijo dostop do omenjenih čezmejnih trgov. Glavna področja so:

- razvijanje skupne „diagnostične metode“ za obrtne zbornice, da podjetjem zagotovijo informacije na podlagi individualnih nasvetov v zvezi z mrežo;
- izvajanje kampanj ozaveščanja s „forumi za izmenjavo“;
- omogočanje uporabe spremljajočega sistema za raziskovanje podjetij s čezmejnimi izkušnjami (strukturne raziskave in primerjalne ciklične raziskave);
- strukturirana in kratka predstavitev tematske vsebine podatkov v zvezi z obrtni v širši regiji.

Ciljna skupina

MSP iz obrtnega sektorja v petih regijah širše regije, skupaj 156 975 podjetij: 4 258 v Luksemburgu, 11 155 v Posarju (Nemčija), 47 027 v regiji Porenje-Pfalz (Nemčija), 27 535 v Loreni (Francija) in 67 000 v Valoniji (Belgija).

Kontaktne podatke

Marc Gross
Medregijski svet obrtnih zbornic
Saar-Lor-Lux
2, circuit FIL
L-1347 Luxembourg
E-pošta: marc.gross@cdm.lu

Christiane Bram
Enterprise Europe Network/
Obrtna zbornica MSP
2, circuit FIL
L-1347 Luxembourg
E-pošta: christiane.bram@cdm.lu

<http://www.cdm.lu/>

Zgoščanka: „Nadnacionalni trgi – obrti brez meja“

5.2. Podporni projekti, skupina 2: sofinancirani s strukturnimi skladi EU

V nadaljevanju navedeni projekti niso vsi osredotočeni na internacionalizacijo, vendar k njej neposredno prispevajo.

I	Estonija
Programi usposabljanja: BioFix – Čista voda in pametno poslovanje	

Ta program je inovativnim MSP omogočil razvoj okoljskega postopka in njegovo uspešno uvedbo na trgih sosednjih držav.

Ozadje

Estonska vladna agencija Enterprise Estonia (Ettevõtlike Arendamise Sihtasutus/EAS) je ena od institucij, pristojnih za upravljanje strukturnih skladov v EU. S pomočjo Evropskega sklada za regionalni razvoj (ESRR) upravlja številne programe za podporo podjetjem, namenjene raziskavam in razvoju, izvozu in ustanavljanju podjetij. EAS zagotavlja svetovanje o vseh vprašanih v zvezi s patenti, tehnologijami in inovativnimi storitvami, razvojem poslovanja, konkurenco itd. na ravni predhodnih študij ali pred predložitvijo glavnega projekta.

Projekt BioFix

Fixtec je majhno podjetje, ki je bilo ustanovljeno leta 1992 in deluje na področju okoljske tehnologije, ki jo razvija doma ali pa jo uvaža. Proizvajati je začelo majhne organske čistilne naprave za odpadno vodo, t. i. BioFix, za zasebne domove, domove za starejše občane, hotele itd. Zamisel je sprožilo zelo veliko povpraševanje na finskem trgu. Finska, ki je dobro znana po zelo strogih okoljskih predpisih, že od leta 2003 zahteva biokemično čiščenje odpadne vode, tudi za zasebne domove. Vendar je podjetje Fixtec ugotovilo, da večina proizvajalcev ne ponuja tovrstne čistilne naprave, zato je pripravilo projekt za razvoj izdelka in njegov izvoz na finski trg.

Finska je trenutno glavni trg, vendar Fixtec proizvaja tudi za estonski in latvijski trg, kjer je treba odpadno vodo pred izpustom v naravno okolje očistiti.

Partnerji

Za upravljanje projekta sta bila izbrana dva estonska svetovalca (raziskovalec in inženir/oblikovalec). Tesno sta sodelovala z več tujimi podjetji. Analize vode so izvedli pooblaščenim laboratoriji v Estoniji. Zahtevani preskusi za pridobitev oznake ES so bili izvedeni na Finskem.

Rezultati

Pobuda BioFix je primer učinkovite uporabe sredstev v regionalnem okviru. Podjetje Fixtec je s pomočjo programa, ki ga je sofinancirala EU, uspešno razvilo ta novi izdelek in nove postopke, medtem ko je vstopalo na nove trge. Leta 2006 je bil izdelek BioFix prodan že več stotim strankam na Finskem. EAS je pomagala izdelati poslovni načrt za izvoz izdelka v večjem obsegu.

Tehnični podatki

Program: Cilj 1 Estonija 2004–2006
Skupna vrednost naložb: 43 460 EUR
Vrednost naložbe EU: 14 380 EUR

Kontaktne podatke:

Fixtec
Väike-Ameerika 15 – EE-10129, Tallinn – Eesti
Generalni direktor: Mait, Pöldemaa
Tel.: +372 646 6305 – E-pošta: fixtec@fixtec.ee – Spletno mesto: www.fixtec.ee/

¹⁵ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=EE&the=51&sto=1533&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

Programi usposabljanja:

Rastoči podjetniški grozdi po vsej srednji Evropi za spodbujanje konkurenčnosti in inovacij

Koncept industrijskih grozdov medsebojno povezanih podjetij in dobaviteljev, ki sodelujejo v okviru podobnih ali sorodnih industrijskih panog, je pomembno sredstvo za povečevanje produktivnosti ter zagotavljanje gospodarskega razvoja in inovacij. Grozdi lahko imajo dejavno vlogo pri krepitvi konkurenčnosti regij, saj pomagajo pri vzpostavljanju privlačnega profila regije, spodbujajo raziskave in izmenjavo dobre prakse ter podpirajo mala in srednja podjetja.

Cilj projekta „Transnacionalno sodelovanje grozdov in mrež za poslovno uspešnost v srednji Evropi“ („Cluster and Network Co-operation for Business Success in Central Europe“ – CNBC), ki se izvaja v sedmih srednjeevropskih državah, je pomagati grozdom in njihovim vodjem, da izboljšajo veščine upravljanja, optimizirajo svoj storitveni portfelj in se razvijajo na mednarodni ravni. Za doseganje teh ciljev so bila poleg drugih dejavnosti organizirana usposabljanja za vodje grozdov, na katerih se je oblikoval skupni izobraževalni program za vodje grozdov in pripravil podroben priročnik za usposabljanje.

Projekt CNBC je namenjen predvsem grozdom v srednji Evropi, vendar se lahko vanj vključijo tudi izobraževalne ustanove, oblikovalci politik in agencije za inovacije.

Veliko različnih panog

Čeprav je bila organizacijska razvejanost posameznih podjetniških grozdov v Evropi različna, so bili v projekt CNBC vključeni grozdi veliko različnih industrijskih panog, vključno z grozdi v sektorju za alternativne energije ter grozdi konfekcijske industrije, industrije oblikovanja, letalske industrije, industrije umetnih mas in avtomobilske industrije. Sredstva, ki so bila na voljo v okviru projekta, so bila porabljena večinoma za stroške osebja, vključenega v organiziranje raziskav sodelujočih podjetij, za dejavnosti obveščanja in širjenja informacij (vključno z vzpostavitvijo spletnega mesta) ter organizacijo konferenc, na katerih so bile predstavljene ugotovitve raziskav.

Poleg priprave priročnika za usposabljanje bosta v okviru projekta objavljena tudi priročnik o optimizaciji grozdov in tretji priročnik, tj. priročnik o internacionalizaciji.

Po pričakovanjih naj bi bilo zaradi projekta ustvarjenih od 10 do 20 novih delovnih mest, večinoma v grozdnih organizacijah.

Tehnični podatki

Program: ESRR za programsko obdobje 2007–2013

Skupna vrednost naložbe: 2 129 157 EUR

Vrednost naložbe EU: 1 715 630 EUR

Kontaktne podatki:

Organ upravljanja:

City of Vienna, department 27 – Urban Affairs

Schlesingerplatz 2

A-1080, Dunaj

Avstrija

Heinrich Weber

Tel.: +43 1400027050

E-pošta: Heinrich.weber@wien.gv.at

Upravičenec:

Clusterland Upper Austria Ltd (vodilni partner)

Hafenstraße 47–51

A-4040, Linz

Avstrija

Vodja projekta: Andreas Geiblinger

Tel.: +43 798105086

Faks: +43 798105080

E-pošta: andreas.geiblinger@clusterland.at

¹⁶ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?LAN=20&pay=IT&the=51&sto=2821®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defl=PT&lang=20.

K

Nemčija, Estonija, Latvija, Litva, Poljska, Švedska, Norveška

Programi usposabljanja:
Krepitev inovacij v regiji Baltskega morja z novimi trgovinskimi orodji

Regija Baltskega morja je znana po močnem gospodarstvu, ki temelji na znanju in inovacijah, pri čemer imajo v tem inovacijskem procesu ključno vlogo MSP. MSP imajo pogosto težave pri zagotavljanju financiranja za inovacije in nadnacionalne projekte. Da bi rešili to težavo, se v okviru projekta JOSEFIN (Skupno financiranje inovacij MSP – Joint SME Finance for Innovation) za MSP v regiji Baltskega morja zagotavljajo celovite finančne storitve, vključno z individualnim usposabljanjem in prilagojenim svetovanjem.

Izkoriščanje inovacijskega potenciala

Partnerstvo JOSEFIN v inovacijski proces vključuje glavne akterje: inkubatorje, agencije za razvoj poslovanja, kot so partnerji mreže Enterprise Europe Network, javne organe, pristojne za razvoj in izvajanje politike, javne finančne ustanove ter organizacije za raziskave in tehnološki razvoj. Ti akterji so v vključenih državah skupaj razvili modele in pristope ter konkretna orodja in instrumente za povečanje dostopa podjetij do financiranja in sodelovanja ter njihove internacionalizacije.

V okviru projekta je bil vzpostavljen nov jamstveni sklad za podpiranje posojil MSP s celovitimi storitvami usposabljanja, s čimer se je zmanjšalo kreditno tveganje bank, ki financirajo inovacije in nadnacionalne projekte MSP. Poleg tega so bili podpisani novi sporazumi za izkoriščanje pobud EU, kot sta JEREMIE in garancijska shema za MSP v okviru Programa za konkurenčnost in inovacije, ki se financirajo iz Evropskega investicijskega sklada. Do konca projekta januarja 2012 so posojilna jamstva JOSEFIN pomagala dodeliti posojila za MSP v skupni vrednosti približno 150 milijonov EUR in še več po koncu projekta.

Kontaktne podatki:

Skupni tehnični sekretariat Rostock
 Investitionsbank Schleswig-Holstein
 Grubenstrasse 20
 18055 Rostock, Nemčija
 Tel.: +49 381 45484 5281
 Faks: +49 381 45484 5282
 E-pošta: info@eu.baltic.net
 Spletno mesto: <http://www.josefin-org.eu>

Datum osnutka: 4. 1. 2010, posodobljen leta 2014

(Vir¹⁷)

¹⁷ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=LV&the=51&sto=1661&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

L

Danska, Latvija, Švedska

Programi usposabljanja:
Širitev baltskih grozdov

Grozdi zagotavljajo idealno priložnost za združevanje talenta in sredstev za proizvodnjo storitev in izdelkov. Za izboljšanje delovanja grozdov na Danskem, v Latviji in na Švedskem je bil s projektom „Regija Baltskega morja – program za krepitev zmogljivosti“ („Baltic Sea Region – Capacity Building Programme“; BSR – CBP) vzpostavljen skupni okvir za politiko grozdov in nadnacionalne programe za inovativnost.

„Kot samostojni spodbujevalec grozdov sem odkril tri napredne tečaje na področju olajševanja oblikovanja grozdov v okviru projekta BSR – CBP, ki obravnavajo izzive, s katerimi se srečujem pri vsakdanjem delu. Na predavanjih in skupinskih razpravah sem se še bolje seznanil s tem, kako olajšati oblikovanje grozdov, in pridobil znanje o številnih praktičnih orodjih, ki jih lahko uporabljam pri vsakdanjem delu.“

Hans A Pedersen, vodja projekta, danski grozd na področju hladilne industrije (Danish Cooling Cluster)

Polnjenje bazena virov

Projektni partnerji prihajajo iz tako imenovane trikotne regije, tj. Danske (ustanoviteljice danske akademije za grozde REG X), Švedske (prek švedske vladne agencije za inovacijske sisteme VINNOVA) in Latvije (prek latvijske agencije za inovacije in razvoj LIAA). Prenos znanja in izkušenj na področju upravljanja grozdov je bistvena značilnost projekta in bo prispeval k bazenu virov, ki so na voljo v regiji.

Usposabljanje za rast

Partnerji so priznali potrebo po oblikovanju in usmerjanju modulov usposabljanja za spodbujanje, podporne programe, upravljanje, zasnovo in izvajanje grozdov. Ciljne skupine projekta so akterji v javnem prostoru, kot so upravitelji grozdnih organizacij, organizacije za podporo podjetij ter javni uslužbenci na lokalni, regionalni in nacionalni ravni. Projekt vključuje oblikovanje in usmerjanje dveh modulov osnovnega usposabljanja, ki se bosta uporabljala na regionalni ali nacionalni ravni, tri module naprednega usposabljanja na nadnacionalni ravni in tri module za javne programe v podporo grozdom, ki se bodo prav tako uporabljali na nadnacionalni ravni. Cilj projekta je, da bi se moduli usposabljanja nazadnje združili z nadnacionalno platformo za strateško sodelovanje v regiji Baltskega morja.

Tehnični podatki

Program: ESRR v obdobju od januarja 2009 do januarja 2010

Vrednost naložbe EU: 300 000 EUR

Kontaktne podatke:

BSR – CBP

Lottes Langkild

Tel.: +45 2061 2440

E-pošta: lottelangkilde@mac.com

BSR – CBP

Susanne Krawack

Tel.: +4575508383

E-pošta: sk@trekantomraadet.dk

¹⁸ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=LV&the=51&sto=1792&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

M

Danska, Švedska, Norveška

Programi usposabljanja:
Skandinavski model za družbe, ki jih upravljajo ženske

Podjetnice v treh nordijskih državah so združile moči za povečanje števila malih in srednjih podjetij, ki jih upravljajo ženske. Njihov namen je okrepiti konkurenčne pogoje za regijo Kattegat/Skagerrak z inovacijami, razvojem in zdravo rastjo. Mreža vključuje regionalne organe, podjetnice in znanstvenike z Danske, Norveške in Švedske. Ključni element njihovega dela je šest seminarjev, osredotočenih na rast.

Moč partnerstva

Le eno tretjino vseh novih podjetij na Norveškem, Švedskem in Danskem ustanovijo ženske. Kot odziv na to se je v letih 2007 in 2008 združilo skupaj 10 različnih partnerjev iz teh treh držav, da bi oblikovali projekt Ženske v podjetjih. Ta projekt, ki ga delno financira EU, bo trajal tri leta.

Eden od ciljev novega projekta je spodbuditi več žensk k ustanovitvi podjetij v regiji Kattegat/Skagerrak, **ki bodo delovala onkraj meja treh držav**, vključenih v projekt. Podpira jih veliko uspešnih podjetnic, ki izmenjujejo svoje znanje in izkušnje.

Vodilni partner je Föreningen Norden, politično neodvisna organizacija s približno 60 000 člani iz vseh nordijskih držav. Drugi partnerji so štirje regionalni organi. Projekt vključuje več skupin s člani iz vseh treh držav ter se izvaja v sodelovanju z različnimi akademskimi ustanovami, da bi ocenili ovire za žensko podjetništvo v regiji.

Znanje in izkušnje

Njihov končni cilj je oblikovati skandinavski model za žensko podjetništvo po preskusu metod dobre prakse, ki jih bo mogoče uporabljati v vseh treh državah. Te dejavnosti bi morale prispevati tudi k novim spoznanjem o dejavnikih, ki pomagajo pri širitvi in razvoju podjetij, ki jih upravljajo ženske, kar zahteva inovacije in nove pristope k poslovanju.

Tehnični podatki

Program: ESRR za programsko obdobje 2007–2013

Skupna vrednost naložbe: 724 990 EUR

Vrednost naložbe EU: 362 490 EUR

Kontaktne podatki:

Föreningen Norden
 Postboks 77
 NO-4801, Arendal
 Norveška
 Hilde, Lonaa

Datum osnutka: 16. 3. 2011

(Vir¹⁹)

¹⁹ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=NO&the=51&sto=2087&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

N

Finska

Programi usposabljanja:
Trajnostna energija iz lesa iz Severne Karelije

Vzhodna Finska je vodilna v svetu na področju gozdarske tehnologije. Tam je bil ustanovljen Wenet Centre – mreža strokovnjakov na področju trajnostne energije, ki **regionalnemu strokovnemu znanju na tem področju daje mednarodno razsežnost**.

Wenet Network v Severni Kareliji že od leta 2004 izvaža strokovno znanje na področju energije iz lesa. Wenet Centre, medregionalni projekt, ki ga financira EU in ki se je začel izvajati leta 2009, je bil namenjen dodatni okrepitvi položaja regije na trgu obnovljive energije. V okviru tega projekta, ki združuje podjetja na področju trajnostne energije ter ustanove za raziskave, izobraževanje in usposabljanje, so se iskale najprimernejše rešitve na področju energetskih storitev za stranke, prav tako pa je projekt omogočil mrežno povezovanje strokovnjakov.

Večje mednarodne priložnosti za regionalne akterje na področju energije

Wenet Centre je želel pomagati lokalnim podjetjem, da postanejo močni mednarodni akterji na tem področju, z namenom združitve najboljšega trajnostnega strokovnega znanja na vzhodnem Finskem. Projekt je bil usmerjen v izboljšanje mednarodnega trženja energetskih proizvodov in storitev. Prav tako so bili oblikovani projekti za povečanje izvoznih priložnosti ter organizacijo obiskov na vzhodnem Finskem na področju izvoza in internacionalizacije.

Pokrivanje celotne proizvodne verige

Projektu Wenet Centre, katerega mreža obsega skoraj 30 podjetij na področju trajnostne energije ter več kot 15 organizacij iz vzhodne Finske in preko njenih meja, je uspelo združiti strokovno znanje in tehnologijo na področju energije, ki pokrivata celotno energetsko proizvodno verigo: sečnjo dreves za energijo, prevoz, daljinsko ogrevanje, vmesnik za stranke, pretvorbo lesnega pepela v gnojilo itd. V okviru projekta so bile zagotovljene tudi storitve raziskav in usposabljanja na tem področju ter poročila o presoji vplivov na okolje.

„Rezultat projekta je bil, da so podjetja in organizacije, ki se ukvarjajo s trajnostno energijo, oblikovali tesnejšo mrežo; uspelo nam je vzpostaviti mednarodna partnerstva, svoje znanje in tehnologijo pa smo prenesli v Kanado, Rusijo in države EU,“ je vodja projekta Jouko Parviainen povzel koristi projekta. „Po zaslugi projekta je vzhodna Finska postala prepoznavna kot pionirka na tem področju, kar je povečalo konkurenčnost lokalnih strokovnjakov, zlasti s področja energije iz lesa in gozdnega biogospodarstva.“

Tehnični podatki

Program: Evropski sklad za regionalni razvoj za obdobje 2007–2013

Skupna vrednost naložbe: 464 000 EUR

Vrednost naložbe EU: 162 400 EUR

Kontaktne podatke:

(ni podatkov)

Datum osnutka: 23. 9. 2013

(Vir²⁰)

²⁰ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=FI&the=51&sto=2787&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

0

Grčija

Programi usposabljanja:
Digitalne naložbe v grški turistični sektor

Digi-lodge je grška pobuda, ki jo podpira država in ki je namenjena pospešitvi „digitalnih“ naložb v državni turistični sektor, zlasti v nastanitvene objekte, za katere podeli dovoljenje država (hoteli, počitniške hišice, motele, zasebne sobe itd.). Široka uvedba sodobnih orodij IKT v hotelih in drugih turističnih objektih privablja večje število obiskovalcev z višjo dodano vrednostjo iz Grčije in tujine ter tudi izboljšuje učinkovitost upravljanja hotelov.

Grški turistični sektor počasi sprejema koristi sodobnih internetnih tehnologij in storitev za privabljanje večjega števila turistov, ki prinašajo višjo dodano vrednost.

Majhni in srednje veliki hoteli so praviloma usmerjeni v počitnice za grške družine, številni večji hoteli pa so močno odvisni od organizatorjev potovanj. Zato hotelom in penzionom v Grčiji ne uspe neposredno privabiti širšega kroga turistov in obiskovalcev iz tujine.

Dostop do interneta ima le 74 % grških hotelov in le 37 % manjših gostišč. Spletno stran ima le 63 % hotelov (30 % manjših počitniških hiš); približno 71 % spletnih mest hotelov nima podatkov o razpoložljivosti sob; približno 77 % jih nima podatkov o cenah; več kot 67 % rezervacij pa se opravi na tradicionalen način.

Spodbujanje naložb v tehnologijo

Eden od ključnih ciljev pobude je spodbuditev naložb v tehnologijo tudi v manjših počitniških hišah in družinskih hotelih v Grčiji. Pobuda Digi-lodge zagotavlja sofinanciranje zasebnih naložb v informacijske in komunikacijske tehnologije, da bi hotelom pomagala:

- okrepiti njihovo prisotnost na internetu in mednarodno prepoznavnost;
- povečati spletne rezervacije s povsem avtomatiziranimi spletnimi transakcijami;
- zmanjšati sezonska odstopanja in povečati dotok turistov skozi vse leto;
- povečati splošno kakovost storitev z zagotavljanjem orodij, kot so brezžično omrežje, digitalna zabava itd.,
- in bistveno izboljšati poslovno učinkovitost s posodobitvijo dejavnosti zalednih služb.

1 500 hotelov in počitniških hiš že zagotavlja spletne storitve.

Digi-lodge podpira naložbe v IKT, katerih skupna vrednost znaša med 7 000 EUR in 40 000 EUR in ki jih sofinancira na 60-odstotni ravni. Celotni upravičeni proračun za naložbe je neposredno povezan z vrsto državnega dovoljenja in „zvezdicami“ hotela. Vsi predlogi za naložbe so bili predloženi in pregledani prek avtomatiziranega elektronskega portala, ki je poenostavil postopek.

V okviru sheme Digi-lodge so bili sporazumi o digitalnih naložbah doslej sklenjeni s skoraj 1 500 hoteli in počitniškimi hišami, ki zdaj lahko zagotavljajo spletne transakcije in e-storitve.

Tehnični podatki

Skupna vrednost naložbe: 75 000 000 EUR – Vrednost naložbe EU: 36 000 000 EUR

Kontaktne podatke:

Organ upravljanja za digitalno zблиževanje
23-25 Lekka Str
EL-10562, Atene
Ελλάδα – Grčija
Emmanouil Giampouras
Tel.: +30 2103722488
E-pošta: e.giampouras@infosoc.gr

Digital Aid SA
8, Kolokotroni Str
EL-10561, Atene
Ελλάδα – Grčija
Alexandros Bregiannis
Tel.: +30 2103377941
E-pošta: abregiannis@digitalaid.gr

Datum osnutka: ni podatkov

(Vir²¹)

²¹ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=GR&the=51&sto=2401&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defl=EN.

P

Nemčija, Irska, Združeno kraljestvo

Programi usposabljanja:
Težnja po rasti

Usmerjanje rezultatov raziskav neposredno v gospodarstvo (Težnja po rasti)

Ta projekt obravnava potrebo po boljšem mrežnem povezovanju obstoječe baze znanja v regijah EU. Da bi to olajšali, je vsaka partnerska regija vzpostavila skupino za regionalne inovacije in razvoj (Group for Regional Innovation and Development – GRID) za spodbujanje in podpiranje močnejših povezav, sodelovanja in produktivnosti med raziskovalnimi skupnostmi, agencijami za podporo in industrijo. Te skupine na nadnacionalni ravni pomagajo spodbujati enotni prostor, v katerem lahko MSP in raziskovalne ustanove v severozahodni Evropi izkoriščajo kritično maso virov za razvoj trga ter razpoložljive raziskave, proizvodne zmogljivosti in omrežja.

Dinamična spletna platforma

Pomembna inovacija projekta je razvoj dinamične in povsem avtomatizirane spletne platforme, ki se izvaja v vseh partnerskih regijah. Ko se posameznik ali organizacija registrira, orodje samodejno sledi pomembnim razvojnim dosežkom, kot so nove možnosti raziskav ali podponudbe. Prav tako pomaga raziskovalcem najti industrijske partnerje in mrežna podjetja v različnih sektorjih.

Rezultati

Konkretni rezultati projekta v letu 2007 so vključevali:

- dokončanje primerjalnih anket na področju poslovnih inovacij v posameznih partnerskih regijah, v katerih je sodelovalo skupaj 350 anketirancev;
- vzpostavitev štirih regionalnih skupin GRID v sodelovanju z javnim sektorjem, agencijami/mrežami za razvoj poslovanja, raziskovalnimi organizacijami in zasebnim sektorjem;
- razvoj nove spletne platforme za spodbujanje izmenjave in sodelovanja med javnimi organi, agencijami za razvoj poslovanja, raziskovalnimi ustanovami in industrijo;
- registracija več kot 170 podjetij v platformo Težnja po rasti z več kot 200 rednimi uporabniki in ciljem 600 uporabnikov do konca projekta;
- dosedanje sodelovanje 10 raziskovalnih inštitutov pri projektu;
- udeležba več kot 600 podjetij na regionalnih dogodkih, organiziranih v okviru projekta;
- registracija več kot 4 000 podjetij iz partnerskih regij v sezname poštnih naslovov za projekt.

Tehnični podatki

Program: program severozahodne Evrope INTERREG IIIB

Skupna vrednost naložbe: 1 075 000 EUR

Vrednost naložbe EU: 516 000 EUR

Kontaktne podatki:

Regionalna oblast South West
Innishmore
Ballincollig Co. Cork
Vodja projektov: Sinead Crowley
Tel.: +353 21 4876877, +353 87 2360143
Faks: +353 21 4876872
E-pošta: drive@swra.ie

Regionalna oblast South West
Innishmore
Ballincollig Co. Cork
Direktor: John McAleer
Tel.: +353 21 4876877, +353 87 2360143
Faks: +353 21 4876872
E-pošta: jmcaleer@swra.ie

Datum osnutka: 25. 5. 2007

(Vir²²)

²² http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=UK&the=45&sto=1507&lan=7®ion=544&obj=ALL&per=2&defL=EN.

Q

Združeno kraljestvo

Programi usposabljanja:
Vzpostavitev „pametne“ platforme za trženje za majhna oblikovalska podjetja

Hidden Art je nepridobitna organizacija, katere namen je pomagati prikrajšanim oblikovalskim mikro-podjetjem na območju Londona pri dostopu do konkurenčnega svetovnega trga. Zagotavlja namensko mrežo in medpodjetniško platformo (business-to-business; B2B) za oblikovalce ter jih podpira z usposabljanjem, obveščanjem in možnostmi poslovnega sodelovanja.

Projekt organizacije Hidden Art „Inovativne mreže za sodelovanje za pametno rast“ („Innovative Collaboration Networks for Smart Growth“) je namenjen spodbujanju pametne rasti lokalne oblikovalske skupnosti v Londonu prek inovacij na področju storitev, mrež za sodelovanje in usposabljanja. Zagotavlja infrastrukturo in podporo oblikovalcem, ki so pogosto samostojni podjetniki, da lahko tržijo svoje izdelke na svetovni ravni prek e-trgovine organizacije Hidden Art, začasnih trgovin, mednarodnih trgovinskih sejmov, spletnega mesta podjetja in medijev.

Celovita podpora mreža

Projekt Hidden Art nudi celovito podporno mrežo, da bi oblikovalskim mikropodjetjem zagotovil sredstva in dostop, ki so običajno na voljo le večjim podjetjem.

Poleg namenske medpodjetniške platforme je oblikovalcem na voljo prilagojeno usmerjanje z mesečnimi dogodki za mrežno povezovanje ter individualnimi posvetovanji. Model podpore se osredotoča na številne prilagojene poti za napredovanje, da bi povečal sposobnosti podjetij za komercializacijo ter jim zagotovil platforme za sodelovanje, proizvodnjo in razširjanje njihovega dela.

Programi za razvoj izdelkov

Organizirani so tudi programi za razvoj izdelkov, ki udeležencem pomagajo razvijati zamisli v izdelek, izdelek pa uvesti na trg.

Mreža Hidden Art je odprta za vse oblikovalce in ima trenutno približno 2 000 članov, od katerih jih je 67 % žensk. Približno 100 oblikovalcev predstavlja svoje izdelke v e-trgovini Hidden Art (<http://hiddenart.co.uk/shop/>), približno 300 pa jih ima na spletnem mestu Hidden Art (<http://hiddenart.co.uk/>) vzpostavljeno stran s povezavami.

Organizacija Hidden Art organizira ali upravlja skupna sodelovanja, dogodke in programe na področju trženja, da bi povečala možnosti komercializacije. Podpora je bila doslej zagotovljena 450 podjetjem. V mreže za sodelovanje se je vključilo približno 150 podjetij.

Projekt je okreplil zaupanje v londonsko oblikovalsko skupnost. Poleg tega je bil v industriji postavljen za zgled, saj študije primerov kažejo, da so številni posamezniki s pomočjo projekta uspešno razširili svoje poslovanje.

Tehnični podatki

Skupna vrednost naložbe: 1 490 000 EUR – Vrednost naložbe EU: 750 000 EUR

Kontaktne podatki:

Mazorca Projects
Shoreditch Stables, Ground Floor Rear,
138 Kingsland Road
UK-E2 8DY, London
Združeno kraljestvo – Dieneke Ferguson
Tel.: +44 207 7293800 ext 22
E-pošta: dieneke@mazorcaprojects.com

Greater London Authority
City Hall, The Queen's Walk
UK- SE1 2AA, London
Združeno kraljestvo
Andrei Popescu
Tel.: +44 2079834829
E-pošta: andrei.popescu@london.gov.uk

5.3. Podporni projekti, skupina 3: ocenjeni projekti

R	Finska
Programi usposabljanja: Hitreje, dlje in učinkoviteje? Skupine izvoznih partnerjev kot spodbujevalke internacionalizacije	

Cilj ukrepa Izvozno partnerstvo je olajšati podjetjem vstop na ciljne trge

z oblikovanjem sinergijskih izvoznih grozdov. To je projekt sodelovanja MSP, ki so skupaj usmerjena v izbrane ciljne trge, z najmanj štirimi podjetji, ki oblikujejo sinergijski izvozni grozd.

Izvajalec bo za skupino zaposlil zunanjega izvoznega direktorja, ki bo podjetjem zagotavljal dodatno podporo in lokalno prisotnost na ciljnem trgu vzdolž njihove mreže. Izvozni direktor ima lahko sedež tudi na Finskem, če to omogoča način poslovanja. Sodelujoča podjetja imajo v projektu dejavno vlogo. Ta način dela jim ponuja tudi odlične priložnosti za učenje in rast. Opis delovnega mesta izvoznega direktorja se lahko izdelava v skladu s potrebami podjetja. Predvsem gre za odpiranje vrat, študijo trga, iskanje partnerjev in svetovanje.

Finpro vodi projekte in upravlja približno 30 izvoznih partnerstev letno na različnih trgih in v različnih vejah industrije. Najdaljše trajanje vladne pomoči je tri in pol leta. Vendar obveznost in financiranje vedno trajata eno leto. V zgodnji fazi je možno šestmesečno pripravljalno obdobje.

Ciljna skupina so finska MSP s posebnim poudarkom na podjetjih, usmerjenih v rast. Sodelujejo lahko tudi večja podjetja, vendar se lahko znesek državne pomoči zmanjša glede na velikost podjetja ali pa se pomoč sploh ne zagotovi.

Proračun Približno 3,7 milijona EUR (na leto)

Ukrep se izvaja od leta 1993 (Finpro)

Izvajalec Trgovinsko združenje: Finpro

Ocenjevalno obdobje: 1998–2002

Metodologija

Uporabljeni so bili različni viri:

- telefonski razgovori z 226 podjetji in 51 skupnimi izvoznimi direktorji;
- osebni razgovori s 7 predstavniki zadevnih podjetij.

Dejavnosti, za katere se ukrep uporablja

Sodelujoča podjetja so ukrep uporabljala za različne dejavnosti internacionalizacije. Na splošno je mogoče dejavnosti razdeliti na finančne in nefinančne. Glavni namen je bil najti nove stranke in začeti ali okrepiti izvozno trgovino. Drugi cilji so bili (po pomembnosti): dostop do novega ciljnega trga, seznanitev s trgi in konkurenco, poiskati novo distribucijsko omrežje, delitev tveganj in stroškov internacionalizacije z drugimi sodelujočimi podjetji ter izboljšanje zmogljivosti in pripravljenosti podjetij za izvoz. Ukrep je bil namenjen tudi iskanju mednarodnih partnerjev, ki niso stranke ali distributerji, razvijanju skupnih dobav ter pripravi načrta ali strategije za internacionalizacijo podjetij.

Zadovoljstvo uporabnikov

90 % vseh sodelujočih podjetij bi priporočilo ukrep drugim podjetjem. Vendar je bilo njihovo zadovoljstvo z izvoznim partnerstvom različno: 38 % jih je menilo, da so bili finančni cilji partnerstva izpolnjeni v celoti ali delno, 64 % udeležencev pa je bilo v celoti ali delno zadovoljnih z nefinančnimi rezultati.

S

Nemčija

Programi usposabljanja:
Izvozna pobuda za „obnovljive vire energije“

Namen izvozne pobude je pomagati nemškim podjetjem pri izvažanju tehnologij obnovljive energije z zagotavljanjem informacij, izkoriščanjem obstoječih pobud in dejavnosti ter dejavnim spodbujanjem projektov v tujini. Ena od osrednjih nalog pobude je predstaviti nemške izdelke in podjetja na področju tehnologije obnovljive energije v tujini. Zvezno ministrstvo za gospodarstvo in tehnologijo financira več podpornih paketov, ki jih izvajajo različni ponudniki storitev v Nemčiji in tujini.

Izvozna pobuda uporablja naslednje podpirne ukrepe:

- trgovinski sejmi (delno vključeni v program tujih trgovinskih sejmov Zvezne republike Nemčije);
- poslovni obiski pri potencialnih poslovnih partnerjih v tujini in organizacija posebnih tematskih konferenc v tujini (s podporo mreže nemških zbornic v tujini);
- informativni dogodki in dogodki za navezovanje stikov (vključeni v program informativnih dogodkov in dogodkov za navezovanje stikov na področju zunanje trgovine, ki jih usklajuje agencija Germany Trade and Invest);
- obiski tujih nosilcev odločanja v Nemčiji, da bi se seznanili z nemškimi tehnologijami obnovljive energije „na kraju samem“ in sklenili poslovne pogodbe;
- uvedba glavnih ali vodilnih projektov v tujini v nemških uradnih institucijah skupaj s spremljajočimi ukrepi za odnose z javnostmi;
- medpodjetniška platforma;
- zagotavljanje informacij o tujih trgih in trženju v tujini (nemška agencija za energijo – *dena*);
- javna finančna podpora (npr. *KfW Bankengruppe*).

Na splošno je glavni cilj ukrepa zagotoviti informacije o trgu in vzpostaviti poslovne stike. Ukrep je namenjen podjetjem, zlasti MSP, ki delujejo na področju obnovljive energije, kot so sončna energija, energija vetra, biogoriva, geotermalna energija in vodna energija.

Proračun Leta 2006 je izvajanje različnih izvoznih pobud stalo približno 8,8 milijona EUR

Ukrep se izvaja od leta 2003

Spletno mesto www.exportinitiative.de

Izvajalec Več posebnih agencij, ki jih usklajuje agencija Germany Trade and Invest.

Ocenjevalno obdobje: 2003–2006

Metodologija

Anketa med sodelujočimi podjetji (244) ter razgovori s trgovinskimi združenji in strokovnjaki. Izpeljani so bili rezultati posameznih ukrepov ter splošne ugotovitve. Ta metaanaliza je osredotočena na splošne ugotovitve.

Dejavnosti, za katere se ukrep uporablja

Najpogosteje so se uporabljali ukrepi za podpiranje poslovnih potovanj (mreža nemških zbornic v tujini), trgovinskih sejmov ter obveščanja o tujih trgih in trženju v tujini (*dena*).

Zadovoljstvo uporabnikov

S pobudo je bilo seznanjenih 74 % vprašanih podjetij, 53 % pa jih je izkoristilo nekatere ukrepe. Pobudo so ocenili kot precej dobro: skupna povprečna ocena je bila 2,2 na lestvici od 1 (zelo dobro) do 5 (nezadovoljivo). Vendar pa so izrazili nekaj kritik glede njene organizacije (preveč zapletena, premalo pregledna).

T

Nizozemska

Programi usposabljanja:
Prepare2start

Cilj ukrepa je zagotoviti svetovanje in pomoč pri pripravi in izvajanju načrta internacionalizacije ter 50-odstotno subvencioniranje dejavnosti, kot so iskanje partnerjev, udeležba na trgovinskih sejmih in pravno svetovanje. Prepare2start je nadaljevanje nekdanjega ukrepa PSB: Začetniki programa na tujih trgih (Programme Starters in Foreign Markets; 1999–2007). Ciljna skupina je sestavljena iz MSP z manj kot 100 zaposlenimi, ki imajo malo mednarodnih izkušenj ali jih sploh nimajo ter želijo začeti izvažati na (novi) tuji trg.

Proračun Približno 12 milijonov EUR (2010)

Ukrep se izvaja od leta 1999 (od leta 2007 ima novo ime)

Spletno mesto <http://www.rvo.nl/>

Izvajalec Posebna agencija: *Agentschap NL* (prej EVD)

Ocenjevalno obdobje: Ocena je zajemala obdobje 2002–2006.

Metodologija

Izvajale so se naslednje raziskovalne dejavnosti: teoretična raziskava; telefonska anketa med uporabniki; podrobni razgovori z oblikovalci politike, izvajalci, deležniki in drugimi organizacijami, ki spodbujajo trgovino; ciljne skupine udeleženih podjetnikov.

Dejavnosti, za katere se ukrep uporablja

Dejavnosti, za katere se podporni ukrep večinoma uporablja, so, poleg priprave načrta internacionalizacije skupaj s svetovalcem, predstavitev izdelkov, tržna usmeritev in predstavitevno gradivo.

Zadovoljstvo uporabnikov

Po mnenju 70% vprašanih udeležencev so bile subvencionirane dejavnosti v okviru podpornega ukrepa dobro ali zelo dobro povezane s potrebami njihovega podjetja. Zdi se, da je bilo izvajanje ukrepa na splošno zadovoljivo ter profesionalno in hitro.

(Vir: EIM, 2011, str. 70)

U

Nizozemska

Programi usposabljanja:

Uradi za podporo podjetjem na Nizozemskem (Netherlands Business Support Offices – NBSO)

Ukrep je bil namenjen podpiranju internacionalizacije nizozemskih podjetij na obetavnih, a dokaj nedostopnih trgih, vendar je bil čez nekaj let razširjen, da bi vključeval bližnje trge. Ukrep je prilagodljiv: ko so NBSO odprti, se lahko po notranjih ocenah učinkovitosti zaprejo in so tudi bili zaprti. Leta 2010 je nizozemska mreža NBSO vključevala 24 uradov v 11 državah: vključno s šestimi na Kitajskem, po dvema v Indiji in Braziliji ter enim v Rusiji. NBSO so usmerjeni v velika in srednja podjetja.

Proračun Približno 2,5 milijona EUR (2007)

Ukrep se izvaja od leta 1997

Spletno mest <http://www.rvo.nl/>

Izvajalec Posebna agencija: Agentschap NL (prej EVD)

NBSO zagotavljajo splošne informacije in (regionalna) ekonomska poročila o lokalnem trgu, olajšujejo lokalne stike z vlado ali podjetji ter podpirajo obiske nizozemskih podjetij.

Ocenjevalno obdobje: ocenjevalno obdobje je zajemalo leta od 2001 do 2006.

Metodologija

Pri ocenjevalni študiji je bilo uporabljeno gradivo iz različnih virov: teoretična raziskava, podrobni razgovori z vključenimi delavci in deležniki, ciljna skupina z zaposlenimi NBSO, internetna anketa med zaposlenimi NBSO in anketa med uporabniki NBSO.

Dejavnosti, za katere se ukrep uporablja

Storitve, ki se najpogosteje uporabljajo, so (1) olajševanje lokalnih stikov, (2) splošne informacije o regiji NBSO, (3) (regionalno) ekonomsko poročilo o določenem trgu, (4) podpiranje obiskov v regiji NBSO in (5) posebne raziskave za podjetje.

Zadovoljstvo uporabnikov

Večina uporabnikov je informacije, prejete od NBSO, štela za koristne: informacije so se zdele koristne ali zelo koristne 82 % vprašanih uporabnikov. NBSO na Kitajskem so dosegli najvišji odstotek (88 %). Nizozemska podjetja so pozitivno ocenila lokacije NBSO in ponujene storitve: zaposlene v NBSO so opisala kot dostopna in odzivna.

(Vir: EIM, 2011, str. 71)

V

Švedska

Programi usposabljanja:
Swedpartnership

Aprila 2010 je podjetje Swedfund začelo izvajati program Swedpartnership, ki je usmerjen predvsem v švedska MSP, da bi lahko poslovala z državami v razvoju, tj. Indijo, Kitajsko, Ukrajino, Armenijo, Azerbajdžanom, Belorusijo, Gruzijo in Moldavijo. Swedfund je švedsko podjetje s tveganim kapitalom, ki je specializirano za naložbe v države v razvoju. Podpora se zagotavlja v obliki posojila, ki ga je mogoče po zaključku in odobritvi projekta odpisati. Največja podpora za projekt znaša 75 000 EUR. Finančna podpora lahko zajema do 40 % stroškov projekta.

Ocenjena sta bila predhodnika programa Swedpartnership, tj. programa STARTsouth in STARTeast. Ti ukrepi so bili usmerjeni v švedska MSP, ki so želela vlagati v države Afrike, Azije, Latinske Amerike ter vzhodne in srednje Evrope. Posojila in pogoji so bili primerljivi s posojili in pogoji programa Swedpartnership.

Proračun 3 milijoni EUR

Ukrep se izvaja od leta 2009 (predhodna programa od leta 2002)

Spletni mesti www.swedpartnership.se in www.swedfund.se

Izvajalec Vlada: Swedfund International

Ocenjevalno obdobje: uporabniki programov so bili anketirani v obdobju 2002–2005.

Metodologija

Telefonska anketa med 169 udeleženi podjetji, na katero se je odzvalo 109 podjetij.

Dejavnosti, za katere se ukrep uporablja

To ni bilo ocenjeno.

Zadovoljstvo uporabnikov

Večina je bila zadovoljna s stiki z ustreznimi agencijami. Nekaj jih ni bilo zadovoljnih. 95 % udeleženi podjetij je navedlo, da so bila njihova pričakovanja izpolnjena.

(Vir: EIM, 2011, str. 72)

W

Združeno kraljestvo

Programi usposabljanja:

Program za dostop od trgovinskih sejmov vladnega oddelka UK Trade & Investment

Program za dostop do trgovinskih sejmov (Tradeshaw Access Programme – TAP) vladnega oddelka UK Trade & Investment (UKTI) zagotavlja podporo v obliki nepovratnih sredstev za udeležbo na čezmorskih trgovinskih sejmih. Udeležba je na voljo v dveh oblikah – TAP Group ali TAP SOLO. TAP Group podjetjem zagotavlja možnost udeležbe kot del skupine podjetij v Združenem kraljestvu, ki jo vodi pooblaščen trgovinska organizacija (ATO). Nepovratna sredstva TAP Group se gibljejo med 1 000 GBP in 1 800 GBP. TAP SOLO na neodvisni ali „solo“ ravni podpira manjše število podjetij, ki želijo predstavljati svoje izdelke na trgovinskih sejmih, kadar ni skupine, ki jo vodi ATO. Podjetja prejmejo fiksna nepovratna sredstva v višini 1 000 GBP. Marca 2010 so bila nepovratna sredstva na voljo za več kot 400 trgovinskih sejmov na številnih trgih. Ti so vključevali posebne dogodke na Kitajskem, v Indiji, Rusiji in Ukrajini, na Japonskem in v Braziliji. Glavni cilji sheme TAP so:

- pomagati novim izvoznikom pri premagovanju začetnih ovir za izvoz;
- pomagati visokotehnološkim podjetjem in družbam, ki so novi na trgih v vzponu, pri seznanjanju z uporabo čezmorskih trgovinskih sejmov kot del njihovih načrtov za razvoj trgovine, in
- pomagati podjetjem v Združenem kraljestvu čim bolj izkoristiti ugodnosti predstavitve na čezmejnih trgovinskih sejmih.
- Ciljna skupina so:
 - o MSP ali javno financirana visokošolska središča ali javno financirane raziskovalne organizacije v Združenem kraljestvu, ki:
 - o so se z izvozom začeli ukvarjati na novo (na podlagi odstotka prihodkov iz izvoza) in
 - o ki so jim bili dodeljeni manj kot trije prispevki TAP (za več kot en trg) – leta 2009 se je to število povečalo na šest.

Proračun 8 milijonov GBP na leto

Ukrep se izvaja od leta 2006

Spletno mesto <http://www.ukti.gov.uk/>

Izvajalec Vlada: UK Trade and Investment (UKTI)

Ocenjevalno obdobje: januar 2005–marec 2006.

Metodologija

- Uporaba obstoječega gradiva: zbirka podatkov TAP, raziskava o spremljanju uspešnosti in učinka (PIMS) UKTI in zbirka finančnih podatkov Amadeus ter literarna študija o udeležbi na trgovinskih sejmih.
- Zbiranje novega gradiva: telefonska anketa o financiranih in nefinanciranih podjetjih (preiskava nasprotnih dejstev; proučitev kontrolne skupine) in telefonski razgovori s pooblaščenimi trgovinskimi organizacijami (ATO), ki organizirajo obiske delegacij na trgovinskih sejmih (TAP Group), in svetovalci za mednarodno trgovino, ki urejajo individualno udeležbo podjetij na trgovinskih sejmih (TAP SOLO).
- Opisna in ekonometrična analiza.

Dejavnosti, za katere se ukrep uporablja

Približno 30 % trgovinskih sejmov je tako imenovanih „globalnih trgovinskih sejmov“: trgovinski sejmi, ki niso usmerjeni na določen nacionalni trg, ampak v industrijski sektor na globalni ali regionalni ravni. Približno 20 % je „trgovinskih sejmov velikega pomena“, ki so usmerjeni na trge, ki so po mnenju UKTI posebnega strateškega pomena (npr. Japonska, Južna Koreja, Kitajska, Indija, Brazilija in Rusija). Približno polovica nepovratnih sredstev je bila uporabljena za trgovinske sejme na drugih trgih.

Zadovoljstvo uporabnikov

Podjetja, ki so prejela storitve, so bila na splošno zadovoljna z njimi. Ocenjenih je bilo sedem vidikov. 70 % ali več jih je podporo pri „pripravi pomoči“, „praktičnih ureditvah“, „kakovosti dogodkov“ in „kakovosti vzpostavljenih stikov“ ocenilo za dobro ali zelo dobro. Storitve „Profil delegacije Združenega kraljestva: izvedene dejavnosti“ („Profile of the UK delegation: activities held“) je bila ocenjena slabše.

X

Združeno kraljestvo

Programi usposabljanja:
Politika agencije Scottish Development International

Scottish Development International (SDI) je vladni organ in projekt skupnega vlaganja škotske vlade, agencije Scottish Enterprise (SE) ter organizacije Highlands and Islands Enterprise (HIE), ki zagotavlja storitve v podporo notranjim naložbam in internacionalizaciji za celotno Škotsko. V podporo internacionalizaciji podjetij se zagotavljajo naslednje storitve:

- priprava na mednarodno poslovanje;
- razvoj mednarodne strategije;
- mednarodno mentorstvo;
- podpora na čezmorskih trgih;
- podpora pri udeležbi na predstavitvah, misijah in poučnih potovanjih, mednarodni nastanitveni paketi.

Navedeni podatki ne vključujejo trgovinskih sejmov TAP SOLO.

Proračun Približno 5 milijonov GBP za storitve internacionalizacije SDI na leto, povprečje za obdobje od 2005–2006 do sredine leta 2009

Ukrep se izvaja od leta 2002 (OMS) in leta 2003 (ELMJ)

Izvajalec Vlada: Scottish Development International (SDI)

V okviru podpore na čezmorskih trgih (OMS) se podjetjem s sedežem na Škotskem zagotavlja prilagojena podpora za mednarodni razvoj novih trgov: npr. poročila in informacije o trgih, iskanje potencialnih poslovnih stikov in partnerjev ter oblikovanje promocijskega gradiva kot podpore za vstop na čezmorski trg. Zagotovljena sredstva lahko pokrivajo do 50 % upravičenih stroškov. Podpora upošteva mednarodni strateški načrt podjetja, ki je bil dogovorjen s SDI. Ciljna skupina so podjetja s sedežem na Škotskem, ki se želijo razširiti na nove svetovne trge in katerih prihodki znašajo najmanj 400 000 GBP.

Pobuda za mednarodne predstavitve, misije in poučna potovanja (EMLJ) v okviru SDI lahko podjetjem pomaga pri mrežnem povezovanju s čezmorskimi kupci in potencialnimi poslovnimi partnerji. SDI organizira skupinske stojnice na ključnih mednarodnih predstavitvah ter izvaja čezmorske misije in poučna potovanja v posameznih sektorjih. Podjetjem, ki se udeležijo predstavitve, misije ali poučnega potovanja z agencijo Scottish Development International, se lahko zagotovijo subvencije. Ukrep ima isto ciljno skupino kot OMS.

Ocenjevalno obdobje: 2006–2009 (podatki ekonometrične analize: 2003–2006).

Metodologija

Glavni elementi ocene so bili:

- razgovori z 250 podjetji, ki prejemajo podporo za internacionalizacijo;
- ekonometrična analiza na podlagi zbirke podatkov, ki vključuje 1 480 podjetij, ki so prejela storitve SDI v obdobju 2003–2006;
- 10 študij primerov;
- posvetovanja z agencijo, deležniki in zunanjimi partnerskimi organizacijami.

Dejavnosti, za katere se ukrep uporablja

Večina podjetij je izkoristila podporo za čezmorske predstavitve in misije (53 %) in določeno obliko tržne podpore (50 %). Ukrepi EMLJ in OMS se uporabljajo dokaj pogosto.

Zadovoljstvo uporabnikov

Na splošno je približno 70 % uporabnikov SDI (zelo) zadovoljnih z zagotovljenimi storitvami. Najbolj se cenijo kakovost in pomembnost informacij ter koristnost nasvetov.



Prilogi

PRILOGA I – PODPORNİ UKREPI IN DEJAVNOSTI NA RAVNI EU

Evropska komisija upravlja ali podpira številna poslovna središča, službe za pomoč, spletna mesta, zbirke podatkov in druge storitve, ki lahko pomagajo MSP pri internacionalizaciji.

V nadaljevanju so navedene (1) storitve, ki pokrivajo le trg EU; (2) storitve, ki pokrivajo tudi države, ki niso članice EU; in (3) storitve, usmerjene le v rastoče trge zunaj EU.

Internacionalizacija v EU

Poslovni portal Tvoja Evropa

Ta portal podjetjem, ki nameravajo izvajati čezmejne dejavnosti, zagotavlja informacije in interaktivne storitve, ki jim pomagajo širiti poslovanje v EU.

http://europa.eu/youreurope/business/index_sl.htm/

Evropska služba za pomoč uporabnikom pravic intelektualne lastnine

Služba Evropske komisije za pomoč uporabnikom pravic intelektualne lastnine zagotavlja brezplačno in neposredno svetovanje ter informacije o intelektualni lastnini in pravicah intelektualne lastnine. Storitve je namenjena raziskovalcem in MSP, ki sodelujejo pri skupnih raziskovalnih projektih, ki jih financira EU. Namenjena je tudi MSP, ki sodelujejo v procesih mednarodnega prenosa tehnologije.

Za pomoč pri določenem vprašanju v zvezi pravicami intelektualne lastnine ali informacije o najnovjšem razvoju ali usposabljanju v zvezi s pravicami intelektualne lastnine se obrnite na evropsko službo za pomoč uporabnikom pravic intelektualne lastnine.

<https://www.iprhelpdesk.eu>

Evropska mreža nacionalnih uradov za intelektualno lastnino

Podpira jo EU.

<http://www.innovaccess.eu/>

Erasmus za mlade podjetnike

Ta program čezmejne izmenjave daje novim ali obetavnim podjetnikom možnost, da se učijo od izkušenih podjetnikov, ki vodijo majhno podjetje v drugi evropski državi. Podjetnik gostitelj pridobi sveže zamisli za svoje podjetje in dobi priložnost za sodelovanje s tujimi partnerji ali seznanitev z novimi trgi. Bivanje delno financira Evropska unija.

<http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/>

Solvit

Mreža Solvit javnosti in podjetjem pomaga rešiti spore z vladnimi organi v drugih državah članicah zunajsodno in brezplačno.

http://ec.europa.eu/solvit/index_sl.htm

Internacionalizacija v EU in zunaj nje

Evropska podjetniška mreža

Ko MSP načrtuje internacionalizacijo, podporo in smernice za podjetja praviloma išče na svojem pragu. Evropska podjetniška mreža pomaga evropskim MSP, da čim bolj izkoristijo notranji trg in rastoče trge v tujini. Dejansko zagotavlja vse na enem mestu in pomaga MSP pri

- razvoju poslovanja na novih trgih;
- pridobivanju ali licenciranju novi tehnologij;
- dostopu do financiranja in sredstev EU.

Poleg tega mreža organizira dogodke za navezovanje stikov, njena spletna podatkovna baza pa zagotavlja mednarodne medpodjetniške stike za stranke mreže.

Mreža sestavlja skoraj 600 partnerskih organizacij – trgovinske in industrijske zbornice, tehnološka središča, univerze in razvojne agencije – z več kot 3 000 izkušenimi uslužbenci, ki zagotavljajo te storitve v vseh državah članicah EU, prek misij pa tudi v 26 tretjih državah, vključno z ZDA, Rusijo, Kitajsko, Indijo in Brazilijo.

<http://een.ec.europa.eu/>

Evropski portal za mala podjetja

Ta portal zagotavlja informacije o politikah, programih in pobudah EU za pomoč MSP.

http://ec.europa.eu/small-business/index_sl.htm

EUREKA: program Eurostars

Zagotavlja financiranje mednarodnih raziskav za MSP v EU, ki 10% prihodkov ali osebja, izraženega v celotnem ekvivalentu polnega delovnega časa (EPDČ), namenijo raziskavam.

www.eurekanetwork.org/activities/eurostars

Evropska platforma za sodelovanje grozdov (ECCP)

ECCP je spletna platforma, ki olajšuje sodelovanje grozdov v Evropi in zunaj nje. Trenutno vključuje več kot 900 registriranih grozdnih organizacij iz celotne Evrope in je glavni instrument, ki grozdnim organizacijam v Evropi omogoča ustvarjanje profila, izmenjavo izkušenj in iskanje potencialnih partnerjev za nadsionalno sodelovanje v korist MSP, ki so njihovi člani.

Platforma pomaga tudi spodbujati mednarodno sodelovanje grozdov. Podpisala je več memorandumov o soglasju s partnerji na Japonskem ter v Indiji, Braziliji, Južni Koreji, Tuniziji, Maroku, Mehiki in Čilu, s čimer je vzpostavila okvir za dolgoročno sodelovanje med platformo in partnerskimi organizacijami v državah, ki niso članice EU. Ti memorandumi o soglasju olajšujejo izmenjavo informacij o razporejanju grozdov, pobudah in dogodkih ter podpirajo organizacijo misij za povezovanje grozdov v Evropi in državah, ki niso članice EU.

www.clustercollaboration.eu

Dogodki za mednarodno povezovanje grozdov

Ti dogodki se organizirajo za podpiranje grozdnih organizacij in MSP, ki so njihovi člani, v prizadevanjih za dostop do svetovnih vrednostnih verig ter razvoj mednarodnih strateških partnerstev in poslovnega sodelovanja. Na vsakem dogodku se zbere delegacija evropskih grozdnih organizacij in MSP iz Evrope, ki so njihovi člani, da bi se srečali z mednarodnimi partnerji in vzpostavili strateško sodelovanje.

Organizirani so bili trije dogodki, in sicer na Japonskem o okolju prijaznih materialih in čisti tehnologiji²⁴, v Braziliji o biotehnologiji²⁵ in v Indiji o učinkoviti rabi virov²⁶. Več takih dogodkov je predvidenih v letih 2014 in 2015.

Sodelovanje je odprto za evropske grozodne organizacije in evropska MSP, ki so njihovi člani. Grozodne organizacije morajo biti registrirane na evropski platformi za sodelovanje grozdov (ECCP). Udeleženci se izberejo prek razpisov za prijavo interesa, objavljenih na ECCP.

Internacionalizacija zunaj EU

Poslovanje z Azijo

Službe za pomoč uporabnikom pravic intelektualne lastnine

Svetovanje o pravicah intelektualne lastnine za MSP zagotavljajo službe EU za pomoč uporabnikom pravic intelektualne lastnine za Kitajsko, jugovzhodno Azijo (regija ASEAN) in države Latinske Amerike (Mercosur). Te službe zagotavljajo neposredno strokovno svetovanje o vprašanih pravicah intelektualne lastnine, povezovanje z zunanjimi strokovnjaki ter pripravo splošnega in prilagojenega usposabljanja. MSP v EU se lahko v zvezi z „zaupnim primerom“ obrnejo neposredno na službo za pomoč, bodisi osebno, prek e-pošte, telefona ali telefaksa, odgovor pa prejmejo brezplačno in hitro.

Služba za pomoč MSP glede pravic intelektualne lastnine v regiji ASEAN

Ta služba podpira mala in srednja podjetja (MSP) v EU pri zaščiti in uveljavljanju pravic intelektualne lastnine v državah ASEAN z zagotavljanjem brezplačnih informacij in storitev.

<http://www.asean-iprhelpdesk.eu/>

Služba za pomoč MSP glede pravic intelektualne lastnine na Kitajskem

Ta služba zagotavlja brezplačne informacije, svetovanje in usposabljanje za evropska MSP, da bi jim pomagala zaščititi in uveljavljati pravice intelektualne lastnine na Kitajskem.

<http://www.china-iprhelpdesk.eu/>

Služba za pomoč MSP glede pravic intelektualne lastnine v Mercosurju

Ta služba zagotavlja brezplačno neposredno podporo na področju pravic intelektualne lastnine, da bi olajšala širitev evropskih MSP v regiji Mercosur, Čilu in drugih državah Latinske Amerike.

www.mercosur-iprhelpdesk.eu

Poslovna središča EU

Zaenkrat so poslovna središča EU vzpostavljena za tri rastoče trge zunaj EU: evropski poslovni in tehnološki center v Indiji, center EU za MSP na Kitajskem in evropski poslovni center ASEAN na Tajskem svetujejo evropskim MSP, kako vlagati in izkoristiti poslovne priložnosti v zadevnih državah.

Evropska komisija vzpostavlja dodatne strukture pod imenom SEBSEAM (Support to European Business in South-East Asia Markets – podpora za evropska podjetja na trgih jugovzhodne Azije) v Maleziji in Vietnamu, na Filipinih ter v Indoneziji, Mjanmaru, Kambodži in Laosu na podlagi že obstoječih podpornih struktur. Splošni cilj teh struktur SEBSEAM je povečati trgovinske in naložbene tokove med EU in posameznimi gospodarstvi, v katerih so te strukture vzpostavljene, ter širšo regijo ASEAN.

²⁴ <http://www.clustercollaboration.eu/japan-2012>.

²⁵ <http://www.clustercollaboration.eu/brazil-2013>.

²⁶ http://www.clustercollaboration.eu/documents/2736637/2817350/EU+India+Matchmaking+Event+on+Resource+Efficiency+and+Clean+Technologies_Article.pdf/24ddb6de-dd8c-44e6-9d51-da3557403a2a?version=1.0.

Evropski podjetniški center ASEAN na Tajskem

Ta evropska trgovinska organizacija s sedežem v Bangkoku na Tajskem je namenjena izboljšanju trgovine in naložb za evropska podjetja na Tajskem.

<http://www.eabc-thailand.eu/>

Evropski poslovni in tehnološki center v Indiji

Ta center pomaga poslovni, znanstveni in raziskovalni skupnosti v Evropi in Indiji z ustvarjanjem novih poslovnih priložnosti, prenosom tehnologije in spodbujanjem evropskih čistih tehnologij v Indiji.

Sedež ima v New Delhiju, podružnice pa se bodo odprle tudi v Mumbaju, Kalkuti in Bangaloreju. Center je bil odprt januarja 2009, sofinancira pa ga Evropska komisija. Upravlja ga združenje Eurochambres v partnerstvu s 16 poslovnimi in raziskovalnimi organizacijami iz 4 sektorjev (biotehnologija, energija, okolje in prevoz). Njegov namen je postati referenčna točka za evropska podjetja in raziskovalne ustanove, ki želijo vstopiti na indijski trg.

Dejavnosti, ki se izvajajo, zajemajo vrsto ukrepov: storitve informiranja in obveščanja, pomoč in posebne sektorske dejavnosti (EK, 2012).

<http://www.ebtc.eu/>

Center EU za MSP na Kitajskem

Center EU za podporo evropskim MSP („center EU za MSP“), ki ga financira Evropska komisija, zagotavlja informacije, svetovanje, usposabljanje in možnosti povezovanja za evropska MSP, ki želijo izvažati na kitajski trg ali vlagati vanj (EK, 2012).

<http://www.eusmecentre.org.cn/>

http://ec.europa.eu/delegations/china/documents/projects/eu_sme_centre.pdf

Vprašalnik: Center EU za MSP – Ali ste pripravljeni na Kitajsko?

Ta spletni vprašalnik omogoča MSP, da ocenijo svojo pripravljenost na razvoj poslovanja na Kitajskem in tako ugotovijo, ali so na pravi poti.

<http://www.eusmecentre.org.cn/quiz/>

Poznavanje Kitajske

Ta program usposabljanja so izvajali združenje Eurochambres in druge deležniki, sofinancirala pa ga je Evropska komisija. Zagotavljal je usposabljanje za poslovne organizacije, da bi pomagale evropskim podjetjem bolje razumeti kitajsko gospodarstvo in povečati konkurenčnost na tem trgu. Program je zaključen, vendar spletno mesto še vedno zagotavlja koristne informacije o kitajskem trgu.

<http://www.understandingchina.eu/>

Projektno inovacijski center EU (Kitajska)

(podpira ga EU)

EUPIC je celovita platforma za spodbujanje trgovine, naložb in tehničnega sodelovanja med EU in Kitajsko.

www.eupic.org.cn

Center za industrijsko sodelovanje med EU in Japonsko

Ta organizacija spodbuja izmenjavo izkušenj in znanja med EU in japonskimi podjetji ter jim pomaga krepiti konkurenčnost in sodelovanje.

<http://www.eu-japan.eu/>

Poslovanje EU na Japonskem

To spletno mesto vsebuje več poglavij, ki pokrivajo vse vidike poslovanja na Japonskem ali z Japonsko. Prav tako vsebuje zbirko podatkov o ponudnikih javnih storitev. Nekateri deli spletnega mesta so dostopni le članom.

<http://www.eubusinessinjapan.eu/>

Vstopite na Japonsko

Pobuda „Vstopite na Japonsko“ zagotavlja brezplačno logistično podporo za MSP in ima vlogo varnostne blazine za MSP s sedežem v EU, ki nameravajo vstopiti in se razširiti na japonski trg.

<http://www.eu-japan.eu/other-activities/step-in-japan>

Usposabljanja

Na Japonskem so na voljo usposabljanja za podjetja EU vseh velikosti. Vključujejo tudi šolnine za udeležence iz majhnih podjetij.

<http://www.eu-japan.eu/business-programmes/programmes-organised-by-the-centre>

Program Vrata v EU – priložnosti za podjetja EU na Japonskem in v Južni Koreji

Ta program je namenjen podjetjem EU v posebnih sektorjih, ki želijo razviti poslovno sodelovanje z Japonsko in Južno Korejo. Financira in organizira poslovne misije na področju visoke tehnologije in oblikovanja v teh dveh državah.

<http://www.eu-gateway.eu/home>

Program usposabljanja vodilnih delavcev na Japonskem in v Južni Koreji

Namen tega programa je pomagati evropskim podjetjem, vključno z MSP, uspeti na japonskem in južnokorejskem trgu. Zagotavlja in financira intenzivno usposabljanje vodilnih delavcev, ki združuje predavanja, jezikovno usposabljanje in pripravništva.

<http://www.euetp.eu/>

Evropski poslovni svet (Japonska)

(podpira ga EU)

Zagotavlja posredno podporo za MSP ter si prizadeva za izboljšanje trgovinskega in naložbenega okolja s trgovinsko politiko.

www.ebc-jp.com

Poslovanje z Amerikama

Čezatlantski portal EU in ZDA za pravice intelektualne lastnine

To spletno mesto spodbuja MSP na obeh straneh Atlantika k dostopu do širokega nabora virov o pravicah intelektualne lastnine.

http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/ipr/index_sl.htm

Zbirke podatkov

Portal za internacionalizacijo MSP

EU bo leta 2014 uvedla „portal za internacionalizacijo MSP“. Za MSP, ki nameravajo razširiti poslovanje prek meja EU, bo v zbirki podatkov na portalu na voljo seznam (pol)javnih ponudnikov podpornih storitev s kontaktnimi podatki in podatki o storitvah, ki jih ponujajo. <https://webgate.ec.europa.eu/smeip/>

Podatkovna zbirka o dostopu na trge

Ta zbirka podatkov izvoznikom v EU zagotavlja ključne informacije o veljavnih tarifah, uvoznih formalnostih, statistiki in trgovinskih ovirah ter omogoča sporočanje teh ovir Evropski komisiji.

<http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>.

Obdavčevanje in carina: elektronske zbirke podatkov

To spletno mesto vsebuje seznam vseh zbirk podatkov Komisije v zvezi s carino in obdavčevanjem.

http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/databases/index_en.htm

Orodja za obveščanje/povratne informacije za MSP:
instrumenti trgovinske zaščite in tehnične ovire v trgovini

Instrumenti trgovinske zaščite – zagotavljanje poštene trgovine za MSP v EU

Informacije o tem, kako zaščititi MSP pred ukrepi trgovinske zaščite, vključno s subvencioniranim in nizkocenovnim uvozom iz držav, ki niso članice EU, in kaj storiti, če na MSP, ki izvaža v državo, ki ni članica EU, vplivajo protidampinški, protisubvencijski ali zaščitni ukrepi, ki jih izvaja navedena država.

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/april/tradoc_151015.pdf

Študije in novice o internacionalizaciji, ki jih zagotavlja Evropska komisija

Spodbujanje mednarodnih dejavnosti MSP

To spletno mesto vsebuje seznam študij, ki obravnavajo internacionalizacijo MSP.

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm

Globalna razsežnost

Evropskim malim podjetjem se ponujajo priložnosti onkraj meja enotnega trga. Več informacij o dostopu do trgov, konkurenci na globalnem tržišču in liberalizaciji trgovine je na voljo na spletnem mestu

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/index_sl.htm

PRILOGA II – VIRI

Evropska komisija (EK), 2013. *Regionalna politika – Podatkovna zbirka projektov*. http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/index_sl.cfm

Evropska komisija (EK), 2012. *Pregled glavnih možnosti financiranja, ki so na voljo evropskim MSP-jem. NOVA izdaja iz januarja 2012*, GD za podjetništvo in industrijo, Bruselj. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5778&tpa=0&tk=&lang=sl

EIM Business & Policy Research 2011. *Opportunities for the internationalisation of European SMEs – Background document 2: Overview of 310 Policy Support Measures at Member State Level (Možnosti za internacionalizacijo evropskih MSP – Referenčni dokument 2: Pregled 310 podpornih ukrepov politike na ravni držav članic)*, (financira Evropska komisija), Zoetermeer.

Evropska komisija (EK) in EIM Business & Policy Research, 2011 (1). *Opportunities for the internationalisation of European SMEs (Možnosti za internacionalizacijo evropskih MSP)*, GD za podjetništvo in industrijo, Bruselj.

Evropska komisija (EK), 2011 (2). *Mala podjetja, velik svet – novo partnerstvo za pomoč MSP pri izkoriščanju priložnosti v svetu*, Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij, Evropska komisija, Bruselj. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0702:FIN:SL:PDF>

Evropska komisija (EK) in EIM Business & Policy Research, 2011 (3). *Do SMEs create more and better jobs? (Ali MSP ustvarjajo številčnejša in boljša delovna mesta?)*, GD za podjetništvo in industrijo, Bruselj.

Evropska komisija (EK) in EIM Business & Policy Research, 2010. *Internationalisation of European SMEs (Internacionalizacija evropskih MSP), končno poročilo*, GD za podjetništvo in industrijo, Bruselj.

Evropska komisija (EK), 2008. *Spodbujanje internacionalizacije MSP, Izbira primerov dobrih praks*, GD za podjetništvo in industrijo, Bruselj.

Evropska komisija (EK), 2007. *Supporting the Internationalisation of SMEs (Spodbujanje internacionalizacije MSP), končno poročilo skupine strokovnjakov*, GD za podjetništvo in industrijo, Bruselj.

PRILOGA III – DRUGE KORISTNE PUBLIKACIJE

Zbirko vodnikov „Kako podpirati politiko MSP iz strukturnih skladov“ si lahko prenesete s spletnega mesta http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies/index_en.htm:

- Št. 1 Razvoj podjetniške naravnosti in spretnosti v EU
- Št. 2 Uporaba standardov za podporo rasti, konkurenčnosti in inovativnosti
- Št. 3 Lažji prenos podjetij
- Št. 4 Pametni vodnik po inovacijah na področju storitev
- Št. 5 Izvajanje Akta za mala podjetja na regionalni ravni
- Št. 6 Uporaba strukturnih skladov za mala in srednje velika podjetja in podjetniško politiko
- Št. 7 Spodbujanje internacionalizacije MSP

Zbirko vodnikov v zvezi z regionalno politiko in pametno specializacijo, vključno s podporo za MSP, si lahko prenesete s spletnega mesta <http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/guides>.

Zbirka med drugim vključuje naslednje publikacije:

- Regional policy for smart growth of SMEs (Regionalna politika za pametno rast MSP)
- Smart Guide to Innovation-Based Incubators (IBI) (Pametni vodnik po inovacijskih inkubatorjih)

Notes

Zbirka vodnikov Kako podpirati politiko MSP iz strukturnih skladov

Spodbujanje internacionalizacije MSP

ISBN 978-92-79-36483-9



9 789279 364839