



REPUBLIKA SLOVENIJA

MINISTRSTVO ZA GOSPODARSTVO

www.mg.gov.si, e: gp.mg@gov.si
Kotnikova ulica 5, 1000 Ljubljana
t: 01 400 3600, f: 01 400 3577



**PROGRAM VLADE REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA SPODBUJANJE INTERNACIONALIZACIJE PODJETIJ
ZA OBDOBJE 2010 – 2014**

KAZALO

1. UVOD.....	3
1.1. Svetovni scenarij.....	3
1.2. Vpetost Slovenije v mednarodne tokove	3
2. CILJI IN PRIORITETE PROGRAMA	5
2.1. Ciljna tržišča	7
2.2. Ključni sektorji	8
2.3. Slovenski gospodarski subjekti.....	9
3. NOSILCI POLITIKE SPODBUJANJA INTERNACIONALIZACIJE	9
3.1. Gospodarska diplomacija.....	10
4. DEJAVNOSTI IN NAČINI SPODBUJANJA INTERNACIONALIZACIJE.....	10
4.1. Informativne ter podporne aktivnosti	14
4.1.1. Zbiranje in posredovanje zunanje trgovinskih informacij ter svetovanje (spletni portal IzvoznoOkno)	15
4.1.2. Opravljanje informacijskih, svetovalnih ali drugih storitev za tuje gospodarske subjekte	15
4.2. Analiza tržnih priložnosti ter svetovanje	15
4.2.1. Tržne analize in raziskave (pomoč za tržne analize in raziskave tujih trgov)	16
4.2.2. Študije izvedljivosti (pomoč za študije izvedljivosti/smotnosti vstopa na nove izvozne trge) ..	17
4.2.3. Poslovno svetovanje za internacionalizacijo	20
4.3. Promocijske in pospeševalne aktivnosti	21
4.3.1. Vhodne in izhodne gospodarske delegacije.....	21
4.3.2. Sejemske predstavitve (pomoč za udeležbo slovenskih podjetij na sejnih)	21
4.3.3. Konference, seminarji, okrogle mize.....	23
4.3.4. Poslovni klubi in »slovenske hiše«.....	24
4.3.5. Opravljanje drugih nalog, ki prispevajo k uspešnejši internacionalizaciji slovenskih podjetij...	25
4.4. Izobraževanje za mednarodno poslovanje	25
4.4.1. Akademija internacionalizacije	25
4.4.2. Priprava izvoznega načrta.....	26
4.5. Financiranje internacionalizacije (SID).....	27
4.5.1. Zavarovanje in financiranje mednarodnih gospodarskih poslov	27
5. NAČIN FINANCIRANJA.....	28
6. ZAKLJUČEK	28

1. UVOD

Internacionalizacija pomeni proces vključevanja v mednarodne aktivnosti in je odgovor na priložnosti in izzive, ki jih prinaša globalizacija. Internacionalizacija mora biti glavni del dolgoročne strategije podjetij, še posebej to velja za mala in srednje velika podjetja.

Učinkovita vladna politika se mora zato osredotočiti na povečanje zavedanja po internacionalizaciji ter pripraviti niz politik in programov, ki bodo podjetjem pomagale premagovati ovire na poti k internacionalizaciji, tudi z individualno podporo. Še posebej je to pomembno v času gospodarske in finančne krize, ki ima negativen učinek tudi na slovensko gospodarstvo.

Pravna podlaga za sprejem Programa Vlade Republike Slovenije za spodbujanje internacionalizacije podjetij za obdobje 2010 – 2014 je Zakon o spodbujanju tujih neposrednih investicij in internacionalizacije podjetij (Uradni list RS št. 86/04 – v nadaljevanju ZSTNIIP), ki definira spodbujanje internacionalizacije kot dejavnosti in ukrepe, ki prispevajo k večji konkurenčnosti v mednarodni menjavi rezidentov, predvsem s spodbujanjem izvoza, spodbujanjem racionalizacije nabavnih virov in spodbujanjem izhodnih tujih neposrednih investicij. ZSTNIIP Vladi Republike Slovenije v 10. členu nalaga, da sprejme program spodbujanja internacionalizacije podjetij.

1.1. Svetovni scenarij

Svetovno gospodarstvo, ki je v krizi že vse od sredine leta 2008, se po močnejšem gospodarskem oživljanju v nekaterih azijskih državah po zadnjih ocenah mednarodnih institucij, tudi OECD, že popravlja. Najbolj prizadeta gospodarstva so Velika Britanija, Nemčija, ZDA, Japonska in Italija, med tem ko so vzhajajoča gospodarstva, z izjemo Rusije, manj prizadeta.

Globalna gospodarska in finančna kriza je zlasti vplivala na izjemen padec obsega svetovne trgovine. Padec svetovne trgovine, upočasnitev in znižanje vseh elementov poslovanja od proizvodnje, naročil, naložb, prihodkov in še posebej mednarodnih blagovnih in storitvenih tokov, so v prvi polovici leta 2009 spremljali veliki padci bruto domačega proizvoda¹. Kriza je v številnih državah spodbudila tudi uvedbo protekcionističnih ukrepov.

Svetovno gospodarstvo lahko zmerno okrevanje pričakuje v letu 2010, ko naj bi se okrepilo za 3,1 odstotka, vendar so tveganja za morebitne popravke še vedno znatna. V letu 2010 bi utegnile razvite države zabeležiti 1,3-odstotno rast, največ pa bodo k hitrejšemu okrevanju svetovnega gospodarstva prispevala hitro-razvijajoča se gospodarstva, kot sta indijsko in kitajsko².

1.2. Vpetost Slovenije v mednarodne tokove

Slovensko gospodarstvo je že tradicionalno zelo vezano na sodelovanje s tujino. Na to vpliva majhnost trga in njegova odprtost. Kot članica EU ima Slovenija ustrezen zakonodajni okvir, ki omogoča nemoteno internacionalizacijo.

¹ SKEP, Konjunktorna gibanja, št. 3, november 2009

² Polletno poročilo Mednarodnega denarnega sklada (IMF), 1.10.2009

V zadnjih letih je Slovenija ohranila pozicijo na številnih trgih, zahvaljujoč izboljšanju nivoja konkurenčnosti. Na lestvici globalne konkurenčnosti je Slovenija napredovala iz 42. mesta po oceni za leti 2008-2009 na 37. mesto za leti 2009-2010³.

V letu 2009 se je s krizo za slovenska podjetja izjemno zmanjšalo tuje povpraševanje tudi po slovenskih proizvodih in sicer zlasti v državah, ki so tradicionalne zunanje trgovinske partnerice Slovenije.

V letu 2008 je Slovenija izvozila za 19,8 milijard EUR blaga, kar predstavlja 53 odstotkov BDP.

Tabela 1: Blagovna menjava Slovenije s tujino v letih 2008 in 2009

	2008		2009	
	Mio EUR	Rast v %	Mio EUR	Rast v %
IZVOZ	19.808	2,1	16.054	-19,0
• EU 27	13.675	-0,2	11.219	-18,0
• Države nečlanice	6.133	7,6	4.835	-21,2
UVOZ	23.046	7,2	17.067	-25,9
• EU 27	17.942	5,7	13.427	-25,2
• Države nečlanice	5.104	12,7	3.639	-28,7
SALDO MENJAVE	-3.238		-1.013	
• EU 27	-4.267		-2.208	
• Države nečlanice	1.030		1.196	

Vir: Statistični urad RS, podatki za 2009 so začasni

Podatki za leto 2009 kažejo, da se je v primerjavi z enakim obdobjem v letu 2008 izvoz zmanjšal za 19,0 odstotkov, od tega v države EU za 18,0 odstotkov in v države nečlanice še nekoliko bolj, in sicer za 21,2 odstotkov, uvoz na drugi strani se je leta 2009 v primerjavi z enakim obdobjem v letu 2008 zmanjšal kar za 25,9 odstotkov.

Tabela 2: Regionalna struktura blagovne menjave s tujino v letih 2007, 2008 in 2009, deleži v odstotkih

	IZVOZ			UVOZ		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
EU 27	70,6	69,0	69,9	78,9	77,9	78,7
Države nečlanice	29,4	31,0	30,1	21,1	22,1	21,3

Vir: Statistični urad RS, podatki za 2009 so začasni

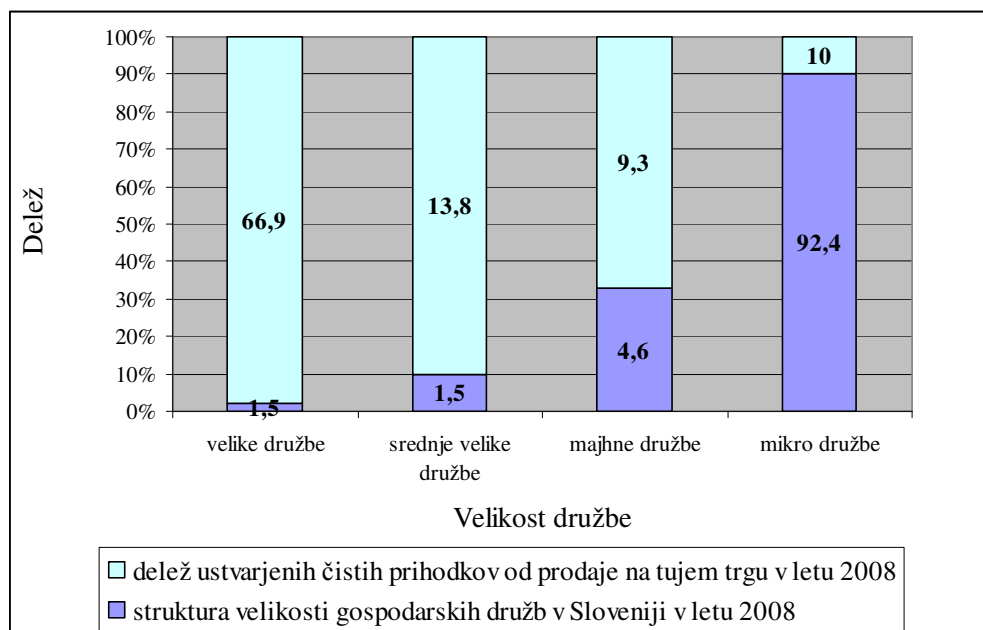
Podatki za leto 2007, 2008 in 2009 kažejo, da na področju izvoza struktura glede na trge EU in države nečlanice ostaja praktično nespremenjena, in sicer 70:30 v korist držav EU, prav tako tudi na strani izvoza razmerje ostaja skoraj nespremenjeno, in sicer 79:21 v korist držav EU.

V letu 2008 je bilo v Sloveniji evidentiranih 152.541 podjetij, od tega je bilo gospodarskih družb 31,2 odstotkov in samostojnih podjetnikov posameznikov 48,3 odstotkov⁴.

³ WEF, The Global Competitiveness Report 2009-2010

⁴ Statistični urad RS, november 2009

Grafikon 1: Struktura velikosti gospodarskih družb v Sloveniji v letu 2008 in delež ustvarjenih čistih prihodkov od prodaje na tujem trgu v letu 2008



Med gospodarskimi družbami je bilo v letu 2008 le 1,5 odstotka velikih družb, ki so ustvarile 66,9 odstotkov vseh čistih prihodkov gospodarskih družb od prodaje na tujem trgu, srednje velikih je bilo prav tako 1,5 odstotka in so ustvarile 13,8 odstotkov vseh čistih prihodkov gospodarskih družb od prodaje na tujem trgu, majhnih je bilo 4,6 odstotkov in so ustvarile 9,3 odstotkov vseh čistih prihodkov gospodarskih družb od prodaje na tujem trgu, mikro pa je bilo kar 92,4 družb in so ustvarile 10,0 odstotkov vseh čistih prihodkov gospodarskih družb od prodaje na tujem trgu. Največ poslovnih prihodkov so gospodarske družbe ustvarile s prodajo na domačem trgu, kar 68,3 odstotkov, s prodajo na trgu EU 19,3 odstotkov ter s prodajo na trgu izven EU le 9,6 odstotkov⁵.

Samostojni podjetniki posamezniki so kar 92,2 odstotkov čistih prihodkov od prodaje ustvarili na domačem trgu, na trgu EU 6,2 odstotkov in na trgu izven EU 1,6 odstotkov⁶.

Malim in srednje velikim podjetjem (v nadaljevanju: MSP) je tako v prvi vrsti potrebno pomagati, da izkoristijo prednosti, ki jim jih lahko prinese izvoz. Potrebno je izboljšanje dostopa na trge in olajševanje trgovine, poleg tega se mora vladna politika usmeriti v aktivnosti, ki bodo izboljšale kompleksno poslovno okolje, v katerem delujejo podjetja (infrastruktura, bilateralno sodelovanje, finančna podpora in storitve, ki postajajo vedno bolj pomemben faktor za izkoriščanje poslovnih priložnosti na globalnem trgu).

2. CILJI IN PRIORITETE PROGRAMA

Cilj spodbujanja internacionalizacije podjetij je, da se z učinkovito uporabo javnih in zasebnih finančnih sredstev izboljša konkurenčnost rezidentov v mednarodni menjavi in da se zmanjšajo stroški in tveganja pri vstopih rezidentov na trge izven območja Slovenije.

Spodbujanje internacionalizacije oz. odprtosti gospodarstva ter spodbujanje tujih investicij se v okviru programskega proračuna uvrščata v skupno razvojno politiko Podjetništvo in konkurenčnost, razvojni

⁵ AJPES, Informacija o poslovanju gospodarskih družb v RS v letu 2008

⁶ AJPES, Informacija o poslovanju samostojnih podjetnikov posameznikov v RS v letu 2008

program Rast in razvoj podjetij ter razvojni podprogram Spodbujanje tujih investicij in odprtosti gospodarstva in zasledujeta iste cilje, saj lahko tuje neposredne investicije (TNI) smatramo za najvišjo stopnjo internacionalizacije.

Strateški cilji programa so:

- 1. Povečanje internacionalizacije slovenskih podjetij** – sposobnost podjetij izkoristiti priložnosti, ki jih predstavlja globalizacija, je vitalnega pomena oz. predpogoj za generiranje rasti in zaposlenosti v družbi, tako na kratek kot na dolgi rok.
- 2. Povečanje geografske diverzifikacije slovenskega izvoza in priložnosti slovenskih MSP za sodelovanje na svetovnih trgih ter zagotavljanje boljših pogojev za nastop slovenskih podjetij v mednarodnem okviru** – Slovenija je danes močno odvisna od gospodarskega stanja evropske sosesčine, kar posledično predstavlja tveganje velikih konjunkturalnih nihanj. Za večjo gospodarsko stabilnost in konstantno gospodarsko rast je zato pomembno povečati geografsko diverzifikacijo slovenskega izvoza in na ta način zmanjšati odvisnost Slovenije od gospodarskih nihanj v sosesčini (odpiranje novih trgov). Proaktivna trgovinska politika, predvsem področje različnih trgovinskih ukrepov, ima pri tem lahko pomemben vpliv, zlasti v smislu povečanja priložnosti slovenskih podjetij v globaliziranem gospodarstvu, bodisi z zagotavljanjem transparentnosti bodisi s preprečevanjem protekcionističnih ukrepov (tarifne oprostitve, splošni sistem preferencialov, ukrepi trgovinske zaščite, uvozna dovoljenja). Slovenska MSP imajo pogosto posebne potrebe glede spodbud s področja internacionalizacije zaradi omejenih izkušenj in nezadostno razvitih povezav na tujih trgih.

Specifični cilji programa so:

1. povečanje izvoza ter povečanje izvoza MSP v celotnem izvozu,
2. povečanje izvoza na prioriteta ciljna tržišča,
3. povečanje javno-spodbujevalnih spodbud za področje internacionalizacije slovenskega gospodarstva,
4. povečanje prepoznavnosti slovenskega gospodarstva v tujini,
5. zagotavljanje novih TNI, ki bodo prispevale k ustvarjanju višje dodane vrednosti v določeni dejavnosti oz. v gospodarstvu, in zmanjšanje ovir za TNI.

Specifične cilje bomo merili z naslednjimi kazalci:

- delež izvoznikov med slovenskimi podjetji,
- delež izvoza MSP v celotnem izvozu,
- vrednost izvoza na prioriteta ciljna tržišča,
- število predstavništva, hčerinskih podjetij slovenskih podjetij v tujini, skupnih podjetij s slovenskim kapitalom v tujini in drugih oblik sodelovanja,
- obseg zavarovanj izvoznih kreditov in investicij pred nemarketabilnimi riziki,
- pokritost izvoza in neposrednih investicij slovenskih podjetij v tujini z zavarovalnimi instrumenti skupine SID banka,
- povečanje letnih prilivov iz naslova TNI,
- razmerje med TNI in številom prebivalcev,
- zagotovitev najmanj 2 začetnih visoko tehnoloških TNI letno,
- število in vrsta ovir, ki jih zaznavajo tuji investitorji.

Pričakovani rezultati spodbujanja internacionalizacije so tako (1) večje število izvoznikov, (2) večji izvoz MSP v celotnem izvozu, (3) večji delež izvoza na prioriteta («nove») trge (4) večja vrednost inovativnih in visokotehnoloških izdelkov v izvozu, (5) večja prepoznavnost Slovenije kot lokacije za TNI, (6) večje število TNI in večja vrednost TNI, (7) nova delovna mesta ter (8) prisotnost novih tehnologij in znanj na trgu; kar bomo merili z naslednjimi kazalniki: (a) število izvoznikov, (b) vrednost izvoza MSP v celotnem izvozu, (c) vrednost izvoza izdelkov inovativne in visoke tehnologije v celotnem

izvozu, (č) dodana vrednost v izvozu, (d) število slovenskih podjetij, ki imajo najmanj eno predstavništvo v tujini, (e) število in vrednost TNI in (f) število novih delovnih mest kot posledica TNI.

Za namene ugotavljanja učinkovitosti programa spodbujanja internacionalizacije mora biti nosilcu politike spodbujanja internacionalizacije omogočen dostop do ustreznih statističnih podatkov.

2.1. Ciljna tržišča

Promocijo in pospeševanje internacionalizacije slovenskega gospodarstva bomo v prihajajočem obdobju usmerili predvsem na tržišča, s katerimi je obseg sedanjih poslov največji ter na tista, kjer obstajajo največji neizkoriščeni potenciali za povečanje gospodarskega sodelovanja. Sem spadajo predvsem naslednja tržišča:

- **Države EU** s poudarkom na večji diverzifikaciji trgov ter osredotočenjem na inovativne in visokotehnološke izdelke, ki ustvarjajo višjo dodano vrednost;
- **Zahodni Balkan**, kjer se bomo v prihajajočem obdobju usmerili v povečanje doseženih tržnih deležev;
- **Hitro rastoči trgi – BIC&SA** (Brazilija, Indija, Kitajska in Južnoafriška republika);

Države BIC še vedno predstavljajo najhitreje razvijajoče se trge, s številnimi še neizkoriščenimi priložnostmi. Prisotnost slovenskega gospodarstva je na teh trgih premajhna. Slednje velja tudi za Južnoafriško republiko, ki poleg številnih priložnosti ponuja še dobro odskočno desko na druge afriške trge.

- **Rusija in ostale države SND**, kjer so, z izjemo Rusije, slovenska podjetja premalo prisotna kljub pozitivni sprejemljivosti Slovenije na teh trgih in velikih priložnosti za ekspanzijo slovenskega gospodarstva;
- **Arabske države** (Zalivske države ter predvsem Libija in Egipt);

Arabske države predstavljajo eno najbogatejših skupin držav na svetu. Države so bogate z nafto in plinom. Danes si želijo diverzificirati temelje svojega gospodarstva, zato znatno reinvestirajo svoje presežke kapitala v velike infrastrukturne projekte, vključno z zdravstvenimi in izobraževalnimi ustanovami.

- **Bližnji vzhod** (poleg že prej omenjenih arabskih držav predvsem Turčija) **ter Daljni vzhod** (predvsem Južna Koreja, Vietnam, Tajska in Japonska);

Turško tržišče je zaradi svoje velikosti in usmerjenosti k Evropi velika poslovna priložnost, česar so se slovenska podjetja tudi začela zavedati. Veliko priložnosti je tudi v Republiki Koreji in Vietnamu, ki v zadnjih letih dosegata uspešen gospodarski razvoj. Neizkoriščene priložnosti z visokotehnološki in naprednimi tehnologijami s strani slovenskih podjetij so tudi še na Japonskem.

- **Severna Amerika** (predvsem ZDA in Kanada) kot najrazvitejše področje na svetu;

- **Latinska Amerika** (poleg Brazilije predvsem Argentina, Venezuela, Mehika, Čile, Peru), kjer so v zadnjih letih izpeljane gospodarske reforme pomagale ustvariti bolj predvideno okolje za gospodarsko sodelovanje.

Posamezni prioritetni trgi znotraj ciljnih tržišč se za posamezno leto določijo v letnem operativnem programu.

2.2. Ključni sektorji

Področja, ki so za Slovenijo posebej perspektivna, so tista, ki omogočajo poglobitev znanja, znanstvene propulzivnosti in gospodarske učinkovitosti, utemeljene na vrednotah humane družbe, in tista, ki neposredno podpirajo hitrejši razvoj nosilnih gospodarskih področij, kjer se lahko zgledujemo po evropskih prioritetah, kot so:

- informacijske in komunikacijske tehnologije (IKT),
- napredni (novi) sintetični kovinski in nekovinski materiali in nanotehnologije,
- kompleksni sistemi in inovativne tehnologije,
- tehnologije za trajnostno gospodarstvo,
- zdravje in znanost o življenju⁷.

To so področja, ki po razpoložljivih analizah izkazujejo največji potencial za povečanje gospodarske konkurenčnosti in produktivnosti ter doseganje višje dodane vrednosti v izvozu, za slovensko mednarodno uveljavljanje ter za tehnološki in razvojni napredek gospodarstva oziroma celotne družbe. Izbrane so tehnologije, ki imajo lahko močan vpliv na rast gospodarstva, na povečanje zaposljivosti in so pomembne za blaginjo celotnega prebivalstva. Na teh področjih se vzpostavljajo nove institucije (grozdi, tehnološke mreže in raziskovalni centri odličnosti itd.), ki združujejo najvplivnejše akterje iz akademskega in poslovnega okolja.

V okviru Strategije razvoja Slovenije⁸ so kot prioritetna področja znotraj drugega ukrepa (Učinkovito ustvarjanje, dvosmerni pretok in uporaba znanja za gospodarski razvoj) predvidena področja, kjer lahko raziskovalno razvojne dejavnosti prioritetno usmerjamo v tehnološka področja in kjer lahko raziskovalni potencial povežemo z gospodarsko dejavnostjo ter dosežemo dvig dodane vrednosti: elektronske komunikacije in informacijska tehnologija, biotehnologija in farmacija, nanotehnologija, novi materiali, procesna tehnologija, okoljska tehnologija.

Ciljni sektorji, ki izkazujejo bistvene konkurenčne prednosti Slovenije kot lokacije za TNI, pa so:

- proizvodnja živil in pijač,
- proizvodnja kemikalij in kemičnih izdelkov ter farmacevtskih surovin in preparatov,
- proizvodnja izdelkov iz gume in plastičnih mas,
- proizvodnja kovinskih izdelkov,
- proizvodnja električnih naprav,
- proizvodnja motornih vozil, prikolic in polprikolic,
- proizvodnja strojev in naprav⁹.

Določeni so na podlagi kombiniranja naslednjih kriterijev oziroma značilnosti sektorjev: identificirani sektorji so na osnovi medsebojne prepletenosti proizvodnih tokov najvplivnejši in imajo najvišje

⁷ Nacionalni raziskovalni in razvojni program za obdobje od 2006 do 2010 (NRRP)

⁸ Strategija razvoja Slovenije, 2005

⁹ Izvedba sektorske analize slovenskega gospodarstva za privabljanje TNI in definiranje bistvenih konkurenčnih prednosti Slovenije kot lokacije za TNI, IER, november 2009

razvojno-multiplikativne učinke na celotno gospodarstvo; sektorji so privlačni za tuje neposredne investitorje; sektorji, ki sta jih finančna kriza in gospodarska recesija najmanj prizadeli; sektorji bodo na osnovi ocen pričakovanih trendov svetovnega in slovenskega gospodarstva (predvsem tehnoloških, podnebnih in socioloških sprememb) nosilci bodočega, trajnostno naravnane razvoja; sektorji imajo razvojni potencial ter so perspektivni z vidika predvidevanja bodočih TNI (po UNCTAD-u).

Za učinkovito izvajanje programa internacionalizacije se bo povezalo s posameznimi razvojnimi skupinami oz. področji. Ugotovitve razvojnih skupin bodo predstavljale podlago za delovanje na področju spodbujanja internacionalizacije podjetij. Tržni preboj je namreč možno doseči predvsem z inovativnim in tržno zanimivim izdelkom, ki se bo uspešno razvijal, proizvajal in tržil na domačem in predvsem svetovnem trgu.

Slovenija bo spodbujala tudi sektorje, ki so tradicionalno pomembni za slovensko gospodarstvo (avtomobilska industrija in proizvodnja delov za avtomobilsko industrijo, lesno-predelovalna industrija, transportno-logistični grozd, gradbeništvo, energetika in drugi).

2.3. Slovenski gospodarski subjekti

Dejavnosti programa internacionalizacije so usmerjene k podjetjem z izvoznim potencialom – prioriteto k MSP¹⁰ pri (prvem) vstopanju na tuje trge in širitvi njihovega poslovanja na tujih trgih, hkrati pa tudi k velikim podjetjem z izkušnjami v mednarodnem poslovanju, ki želijo širiti svoje poslovanje na tujih trgih. Glavni napor je usmerjen k cilju imeti večje število internacionaliziranih podjetij raje kot usmeriti se na nekaj podjetij z večjim potencialom oz. z že doseženo visoko stopnjo izvoza.

Ciljne skupine, ki so jim ukrepi v programu namenjeni, so:

- **MSP:**
 - pri prvem vstopanju na tuje trge in MSP začetniki,
 - ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih,
- **velika podjetja** pri širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

3. NOSILCI POLITIKE SPODBUJANJA INTERNACIONALIZACIJE

Politika internacionalizacije je učinkovita na nivoju države samo, če uspe oblikovati sinergijo in integracije med pobudami in predlogi vseh vladnih in nevladnih institucij, med katerimi pristojnostmi in cilji je internacionalizacija slovenskih podjetij. Nosilec politike spodbujanja internacionalizacije v Republiki Sloveniji je Ministrstvo za gospodarstvo v sodelovanju z Ministrstvom za zunanje zadeve. Izvajalci politike spodbujanja internacionalizacije na drugi strani so: Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije, Diplomatska predstavništva in konzulati RS v tujini, SID – Slovenska izvozna in razvojna banka d.d., Gospodarska zbornica Slovenije, Obrtno podjetniška zbornica Slovenije, druge panožne zbornice ter druge institucije (Slovenska turistična organizacija, Slovenski podjetniški sklad, Slovenski regionalno razvojni sklad, Center za mednarodno sodelovanje in razvoj, slovenski poslovni klubi v tujini, tehnološki parki). Nosilec politike spodbujanja internacionalizacije skrbi za koordinacijo aktivnosti navedenih subjektov in iskanje sinergij med njimi.

Med glavnim nosilcem politike spodbujanja internacionalizacije in izvajalci politike spodbujanja internacionalizacije bodo podpisani memorandumi, kjer se bosta opredelila oblika in način sodelovanja.

¹⁰ Cikel internacionalizacije slovenskih MSP je zaradi specifičnosti okolja (odprtost gospodarstva, majhnost notranjega trga, ipd.) primerjalno hitrejši od drugih, večjih gospodarstev.

Hkrati se bo pri načrtovanju in izvedbi internacionalizacije sodelovalo na različnih organizacijskih ravneh, to je na nacionalni, regionalni in lokalni ravni.

3.1. Gospodarska diplomacija

Gospodarska diplomacija predstavlja pomemben vidik spodbujanja internacionalizacije slovenskega gospodarstva. Ministrstvo za zunanje zadeve izpopolnjuje in širi svojo mrežo diplomatskih predstavništev in konzulatov RS v tujini in razvija sistem povečane učinkovitosti. Poleg omenjene mreže, ki predstavlja ključno »orodje« pri izvajanju gospodarske diplomacije, ministrstvo širi mrežo častnih konzulov, poslovnih klubov, krepi že obstoječe poslovne vezi ter odpira vrata slovenskemu gospodarstvu pri prodoru na tuja tržišča. Prav tako so lahko pomemben element internacionalizacije slovenskega gospodarstva tudi Slovenci, ki živijo v zamejstvu in po svetu. Potrebno je izkoristiti tudi vsebinsko sinergijsko povezovanje na področju diplomacije med mrežo diplomatskih predstavništev in konzulatov RS v tujini ter morebitnimi mrežami ostalih institucij, kot na primer mrežo povezanih podpornih družb SID banke na področju Jugovzhodne Evrope (odkup terjatev, izterjava dolgov, spremljanje stanja rizikov, bonitetne informacije,...).

Med glavne naloge gospodarske diplomacije pri spodbujanju internacionalizacije sodijo naslednje aktivnosti:

- posredovanje aktualnih informacij o poslovnem okolju, spremembi zakonodaje z gospodarskega področja, konkretnih poslovnih priložnosti na tujih trgih, javnih razpisov, krepitev neformalnih stikov ipd.,
- pomoč podjetjem pri navezovanju poslovnih stikov preko gospodarskih delegacij, udeležbe na splošnih in specializiranih gospodarskih sejmih na državni in regionalni ravni itd.,
- spodbujanje povezovanja podjetij v obstoječe poslovne klube in ustanavljanje novih poslovnih klubov z namenom pomoči malim in srednjim podjetjem pri prodoru na tuje trge,
- uveljavitev interesov slovenskega gospodarstva na tujih trgih,
- promocija slovenskega gospodarstva kot lokacije za TNI,
- iskanje poslovnih priložnosti slovenskemu gospodarstvu preko Slovencev v zamejstvu in po svetu,
- drugo.

4. DEJAVNOSTI IN NAČINI SPODBUJANJA INTERNACIONALIZACIJE

Namen dejavnosti internacionalizacije je pomoč podjetjem v različnih fazah izvozne aktivnosti, od predizvozne aktivnosti, tržnega vstopa kot tudi samega izvoznega poslovanja ter utrjevanja položaja na trgu. Podjetja imajo različne potrebe in se srečujejo z različnimi izzivi, zato so dejavnosti raznolike, mnogoštevilne in individualizirane. Programi, ki vključujejo individualno pomoč, so z vidika učinkovitosti najuspešnejši in močno povečujejo možnost podjetja, da se bo uspešno vključilo v internacionalizacijo, saj so prilagojeni aktualnim razmeram na trgu in dejanskim potrebam podjetij.

Republika Slovenija spodbuja internacionalizacijo podjetij s sofinanciranjem naslednjih dejavnosti:

1. Informativne ter podpirne aktivnosti:
 - 1.1. Zbiranje in posredovanje zunanje trgovinskih informacij (spletni portal IzvoznoOkno),
 - 1.2. Opravljanje informacijskih, svetovalnih ali drugih storitev za tuje gospodarske subjekte;
2. Analiza tržnih priložnosti ter svetovanje:
 - 2.1. Tržne analize in raziskave (pomoč za tržne analize in raziskave tujih trgov),
 - 2.2. Študije izvedljivosti (pomoč za študije izvedljivosti/smotnosti vstopa na nove izvozne trge),

- 2.3. Poslovno svetovanje za internacionalizacijo;
- 3. Promocijske in pospeševalne aktivnosti:
 - 3.1. Vhodne in izhodne gospodarske delegacije,
 - 3.2. Sejemske predstavitve (pomoč za udeležbo slovenskih podjetij na sejnih),
 - 3.3. Konference, seminarji in okrogle mize,
 - 3.4. Poslovni klubi in »slovenske hiše«,
 - 3.5. Opravljanje drugih nalog, ki prispevajo k uspešnejši internacionalizaciji slovenskih podjetij;
- 4. Izobraževanje za mednarodno poslovanje:
 - 4.1. Akademija internacionalizacije,
 - 4.2. Izobraževanje za pripravo izvoznega načrta;
- 5. Financiranje internacionalizacije (SID):
 - 5.1. Zavarovanje in financiranje mednarodnih gospodarskih poslov.

Razpredelnica 1: Dejavnosti spodbujanja internacionalizacije glede na velikost podjetja in stopnjo internacionalizacije

Ciljna skupina	Dejavnosti
MSP: prvi vstop MSP: začetniki	1.1 Zbiranje in posredovanje zunanje trgovinskih informacij (spletni portal izvozno okno) 1.2 Opravljanje informacijskih, svetovalnih ali drugih storitev za tuje gospodarske subjekte 2.3 Poslovno svetovanje za internacionalizacijo 3.1 Vhodne in izhodne gospodarske delegacije 3.2 Sejemske predstavitve (pomoč za udeležbo slovenskih podjetij na sejnih) 3.3 Konference, seminarji in okrogle mize 3.4 Poslovni klubi in »slovenske hiše« 4.1 Akademija internacionalizacije 4.2 Izobraževanje za pripravo izvoznega načrta 5.1 Zavarovanje in financiranje mednarodnih gospodarskih poslov
MSP: diverzifikacija poslovanja	1.2 Opravljanje informacijskih, svetovalnih ali drugih storitev za tuje gospodarske subjekte 2.1 Tržne analize in raziskave (pomoč za tržne analize in raziskave tujih trgov) 2.2 Študije izvedljivosti (pomoč za študije izvedljivosti/smotnosti vstopa na nove izvozne trge) 3.1 Vhodne in izhodne gospodarske delegacije 3.2 Sejemske predstavitve (pomoč za udeležbo slovenskih podjetij na sejnih) 3.3 Konference, seminarji in okrogle mize 3.4 Poslovni klubi in »slovenske hiše« 4.1 Akademija internacionalizacije 4.2 Izobraževanje za pripravo izvoznega načrta 5.1 Zavarovanje in financiranje mednarodnih gospodarskih poslov
Velika podjetja: diverzifikacija poslovanja	1.2 Opravljanje informacijskih, svetovalnih ali drugih storitev za tuje gospodarske subjekte 2.1 Tržne analize in raziskave (pomoč za tržne analize in raziskave tujih trgov) 2.2 Študije izvedljivosti (pomoč za študije izvedljivosti/smotnosti vstopa na nove izvozne trge) 3.1 Vhodne in izhodne gospodarske delegacije 3.2 Sejemske predstavitve (pomoč za udeležbo slovenskih podjetij na

	sejmih) 3.3 Konference, seminarji in okrogle mize 5.1 Zavarovanje in financiranje mednarodnih gospodarskih poslov
--	---

Slovenske gospodarske subjekte bomo osveščali o pomenu, potrebi in koristih internacionalizacije ter dejavnostih, ki jih Republika Slovenija v ta namen nudi.

Dodeljevanje državnih pomoči

Dejavnosti, ki se nanašajo na dodeljevanje državnih pomoči, dodeljene MSP za svetovalne storitve in udeležbo MSP na sejmih, se izvajajo ob upoštevanju splošnih načel dodeljevanja državnih pomoči do 31.12.2013, kot sledi v nadaljevanju:

- pomoč se dodeljuje v skladu z Uredbo Komisije (ES) št. 800/2008 z dne 6.8.2008 o razglasitvi nekaterih vrst pomoči za združljive s skupnim trgom z uporabo členov 87 in 88 Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti.
- Mala in srednja podjetja (MSP) so podjetja, kot jih določa priloga I Uredbe Komisije (ES) št. 800/2008 z dne 6.8.2008 o razglasitvi nekaterih vrst pomoči za združljive s skupnim trgom z uporabo členov 87 in 88 Pogodbe;
- intenzivnost pomoči: do 50 % vrednosti upravičenih stroškov. V kolikor pomoč za svetovalne storitve MSP in udeležbo MSP na sejmih presega 2.000.000 EUR na podjetje in na projekt, je pomoč potrebno individualno priglasiti Evropski komisiji.
- V skladu z Uredbo Komisije (ES) št. 800/2008 z dne 6.8.2008 se pomoči za MSP ne uporabljajo za naslednje dejavnosti:
 - a) primarna proizvodnja kmetijskih proizvodov iz Priloge I Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti, plutastih izdelkov in proizvodov, ki posnemajo ali nadomeščajo mleko in mlečne proizvode,
 - b) predelava in trženje kmetijskih proizvodov v primerih:
 - i. kadar je znesek pomoči določen na podlagi cene oziroma količine takih proizvodov, ki so kupljeni od primarnih proizvajalcev ali jih je na trg dalo zadevno podjetje,
 - ii. kadar je pomoč pogojena s tem, da se delno ali v celoti prenese na primarne proizvajalce,
 - c) ribištvo in ribogojništvo,
 - d) premogovništvo.
- Pomoč ne bo dodeljena za dejavnosti, povezane z izvozom, in sicer za pomoč, neposredno povezano z izvoženimi količinami, z vzpostavitvijo in delovanjem distribucijske mreže ali z drugimi tekočimi stroški v zvezi z izvozno dejavnostjo.
- Pomoč ne sme biti odvisna od prednostne uporabe domačega blaga pred uporabo uvoženega blaga.
- Pomoč ni dovoljena za podjetje, ki je naslovnik nepravilnega naloga za izterjavo zaradi predhodne odločbe Komisije, ki je pomoč razglasila za nezakonito in nezdružljivo s skupnim trgom.
- Do spodbud niso upravičena podjetja, ki so:
 - a) v prisilni poravnavi, stečaju ali likvidaciji,
 - b) oz. podjetja v težavah v skladu s Smernicami Skupnosti o državni pomoči za reševanje in prestrukturiranje podjetij v težavah (UL C 244 z dne 1.10.2004, str. 2) in Zakonom o pomoči za reševanje in prestrukturiranje gospodarskih družb v težavah (ZPRPGDT-UPB2) (Uradni list RS, št. 44/07). MSP, ki delujejo manj kot tri leta od registracije, se ne štejejo kot podjetja v težavah v smislu Smernic Skupnosti o državni pomoči za reševanje in prestrukturiranje podjetij v težavah, razen če izpolnjujejo merila za stečajni postopek po predpisih, ki urejajo finančno poslovanje podjetij;

- kumulacija: pri dodelitvi pomoči veljajo zgornje meje sofinanciranja upravičenih stroškov v okviru posameznih ukrepov ne glede na to, iz katerih javnih sredstev je pomoč dodeljena za posamezni namen in ali je pomoč dodeljena v okviru več shem ali individualnih pomoči hkrati. Dodelitev spodbud se ne more združiti s podporo »de minimis« za iste upravičene stroške, če bi bile s tem presežene dovoljene meje intenzivnosti spodbud. Kadar podjetje prejme pomoč v obliki tveganega kapitala ter v prvih treh letih po prejemu tveganega kapitala zaprosi za pomoč, lahko najvišja dovoljena stopnja intenzivnosti pomoči za svetovalne storitve znaša do 40 odstotkov upravičenih stroškov svetovanja. Znižanje ne presega zneska vloženega tveganega kapitala. Dajalec pomoči bo od prejemnika pred dodelitvijo pomoči pridobil pisno izjavo o že prejetih (ali zaprošenih) javnih sredstvih za iste upravičene stroške;
- spodbujevalni učinek: pomoč je mogoče dodeliti samo, če je prosilec zanjo vložil vlogo za dodelitev državne pomoči pred začetkom izvajanja aktivnosti.

Dejavnosti, ki se nanašajo na državnih pomoči, dodeljene po pravilu »de minimis«, se izvajajo ob upoštevanju splošnih načel dodeljevanja državnih pomoči do 31.12.2013, kot sledi v nadaljevanju:

- pomoč se dodeljuje v skladu z Uredbo Komisije (ES) št. 1998/2006 z dne 15.12.2006 o uporabi členov 87 in 88 Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti za državno pomoč »de minimis« (Uradni list EU L 379, 28.12.2006, str. 5 – 10),
- intenzivnost pomoči: skupna vrednost pomoči, dodeljena istemu podjetju na podlagi pravila »de minimis«, ne bo preseгла 200.000,00 EUR v obdobju zadnjih treh proračunskih let, ne glede na obliko ali namen pomoči (v primeru podjetij, ki delujejo v cestnoprometnem sektorju, znaša zgornja dovoljena meja pomoči 100.000,00 EUR).
- Pomoči, dodeljene podjetjem, ki delujejo v cestnoprometnem sektorju, ne bodo namenjene za nabavo vozil za cestni prevoz tovora.
- Do de minimis pomoči niso upravičena podjetja iz sektorjev:
 - a) ribištva in ribogojstva,
 - b) premogovništva,
 - c) primarne proizvodnje kmetijskih proizvodov iz seznama v Prilogi I k Pogodbi o ustanovitvi Evropske skupnosti,
 - d) pomoči, dodeljene podjetjem, ki delujejo na področju predelave in trženja kmetijskih proizvodov iz seznama v Prilogi I k Pogodbi v naslednjih primerih:
 - i. če je znesek pomoči določen na podlagi cene ali količine zadevnih proizvodov, ki so kupljeni od primarnih proizvajalcev ali jih zadevna podjetja dajo na trg,
 - ii. če je pomoč pogojena s tem, da se delno ali v celoti prenese na primarne proizvajalce,
 - e) podjetja v težavah.
- Pomoč ne bo namenjena izvozu oziroma z izvozom povezane dejavnosti v tretje države ali države članice, kot je pomoč, neposredno povezana z izvoženimi količinami, z ustanovitvijo in delovanjem distribucijske mreže ali drugimi tekočimi izdatki, povezanimi z izvozno dejavnostjo.
- Pomoč ne bo pogojena s prednostjo rabe domačega blaga pred rabo uvoženega;
- kumulacija: če je prejemnik za iste upravičene stroške prejel ali namerava prejeti tudi drugo državno pomoč, skupni znesek prejete pomoči ne sme preseči dovoljenih intenzivnosti drugih državnih pomoči;
- Priglasitelj bo od prejemnika pomoči pred dodelitvijo sredstev pridobil pisno izjavo o
 1. morebitnih že prejetih (ali zaprošenih) de minimis pomočeh in
 2. drugih že prejetih (ali zaprošenih) državnih pomočeh za iste upravičene stroške in zagotovil, da z dodeljenim zneskom pomoči »de minimis«, ne bo presežena zgornja meja de minimis pomoči ter intenzivnosti pomoči po drugih predpisih.
- Dajalec pomoči bo pisno obvestil prejemnika, da je pomoč dodeljena po pravilu de minimis.

Dejavnosti, ki se nanašajo na dodeljevanje državnih pomoči za usposabljanje, se izvajajo ob upoštevanju splošnih načel dodeljevanja državnih pomoči do 31.12.2013, kot sledi v nadaljevanju:

- pomoč se dodeljuje v skladu z Uredbo Komisije (ES) št. 800/2008 z dne 6.8.2008 o razglasitvi nekaterih vrst pomoči za združljive s skupnim trgom z uporabo členov 87 in 88 Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti.
- Mala in srednja podjetja so podjetja, kot jih določa priloga I Uredbe Komisije (ES) št. 800/2008 z dne 6.8.2008 o razglasitvi nekaterih vrst pomoči za združljive s skupnim trgom z uporabo členov 87 in 88 Pogodbe;
- intenzivnost pomoči: do 25 % vrednosti upravičenih stroškov za posebno usposabljanje in do 60 % vrednosti upravičenih stroškov za splošno usposabljanje. Intenzivnost pomoči se lahko poveča, in sicer do največje intenzivnosti pomoči v višini 80 % upravičenih stroškov, v naslednjih primerih:
 - a) za 10 odstotnih točk, če je usposabljanje namenjeno invalidom ali prikrajšanim delavcem;
 - b) za 10 odstotnih točk, če je pomoč dodeljena srednjemu podjetju, in
 - c) za 20 odstotnih točk, če je pomoč dodeljena malemu podjetju.

Če se pomoč dodeli za področje pomorskega transporta, lahko znaša njena intenzivnost 100 % upravičenih stroškov, ne glede na to, ali gre za posebno ali splošno usposabljanje, če so izpolnjeni naslednji pogoji:

- a) oseba, ki se usposablja, ne sme biti aktivni, temveč pomožni član posadke in
- b) usposabljanje se mora izvajati na krovu ladij, ki so vpisane v evidenco Skupnosti.

V kolikor pomoč za usposabljanje presega 2.000.000 EUR na podjetje in na projekt, je pomoč potrebno individualno priglasiti Evropski komisiji.

Kadar projekt pomoči hkrati zajema elemente posebnega in splošnega usposabljanja, ki jih za izračun intenzivnosti pomoči ni mogoče ločiti, ter kadar ni mogoče ugotoviti, ali je usposabljanje posebno ali splošno, je treba uporabiti intenzivnosti pomoči, ki veljajo za posebno usposabljanje.

- V skladu z Uredbo Komisije (ES) št. 800/2008 z dne 6.8.2008 se pomoč za usposabljanje ne uporablja za predelava in trženje kmetijskih proizvodov v primerih:
 - i. kadar je znesek pomoči določen na podlagi cene oziroma količine takih proizvodov, ki so kupljeni od primarnih proizvajalcev ali jih je na trg dalo zadevno podjetje
 - ii. kadar je pomoč pogojena s tem, da se delno ali v celoti prenese na primarne proizvajalce;
- Pomoč ne bo namenjena izvozu oziroma z izvozom povezane dejavnosti v tretje države ali države članice, kot je pomoč, neposredno povezana z izvoženimi količinami, z ustanovitvijo in delovanjem distribucijske mreže ali drugimi tekočimi izdatki, povezanimi z izvozno dejavnostjo.
- Pomoč ne bo pogojena s prednostjo rabe domačega blaga pred rabo uvoženega;
- kumulacija: pri dodelitvi pomoči veljajo zgornje meje sofinanciranja upravičenih stroškov v okviru posameznih ukrepov ne glede na to, iz katerih javnih sredstev je pomoč dodeljena za posamezni namen in ali je pomoč dodeljena v okviru več shem ali individualnih pomoči hkrati. Dodelitev spodbud se ne more združiti s podporo »de minimis« za iste upravičene stroške, če bi bile s tem presežene dovoljene meje intenzivnosti spodbud. Kadar podjetje prejme pomoč v obliki tveganega kapitala ter v prvih treh letih po prejemu tveganega kapitala zaprosi za pomoč za usposabljanje, se lahko najvišja dovoljena stopnja intenzivnosti pomoči za usposabljanje zniža za 20 odstotkov.

Podrobnejša merila in pogoji se določijo v posameznem javnem razpisu ali na drug način v skladu z veljavno zakonodajo.

Program Vlade RS za spodbujanje internacionalizacije podjetij za obdobje 2010-2014 predstavlja osnovo za prijavo sheme državnih pomoči s področja internacionalizacije.

4.1. Informativne ter podporne aktivnosti

4.1.1. Zbiranje in posredovanje zunanje trgovinskih informacij ter svetovanje (spletni portal IzvoznoOkno)

Pri internacionalizaciji poslovanja je med ključnimi potrebami podjetij v ospredju celovita, visokokakovostna in pravočasna informiranost o poslovnem okolju na tujih trgih.

V ta namen so podjetjem na voljo predvsem informacije o:

- gospodarsko-poslovnem okolju na tujih trgih (gospodarski in politični sistem),
- tržnih gibanjih (potencialni izvozni trgi, struktura in velikost trga, konkurenčna situacija na trgu, distribucijske mreže),
- pogojih in možnih poteh vstopa na tuj trg (potencialni poslovni partnerji, carine, davki, pristojbine,...),
- potencialnih poslovnih partnerjih, njihovi kredibilnosti in boniteti podjetij,
- pravno-formalnih podlagah delovanja na ciljnem trgu (zakonodaja in postopki ustanavljanja podjetij, predstavništva),
- ukrepih ekonomske politike vlad posameznih držav,
- tehničnih predpisih (standardi kakovosti, tehnološki trendi),
- ostalih koristnih informacijah za podjetja (obnašanje potrošnikov, prosto-carinske cone, tehnološki parki, ...).

Informacije so na voljo na spletnem portalu JAPTI IzvoznoOkno (www.izvoznookno.si) oz. se na podlagi povpraševanja podjetij preko spletnega portala IzvoznoOkno podjetjem zagotovijo individualno.

Druge informacije, ki so na voljo na spletnem portalu, so informacije o:

- mednarodni trgovini, ki podjetja seznanjajo o ukrepih trgovinske politike, možnostih dostopa na tretje trge, trgovinskih ovirah in o dogodkih, ki vplivajo na njihovo izvozno-uvožno poslovanje,
- mednarodnih razpisih,
- možnostih iskanja in preverjanja tujih poslovnih partnerjev,
- konkretnih poslovnih priložnostih na tujih trgih ter
- sejnih, gospodarskih delegacijah, izobraževanju za mednarodno poslovanje in drugih dogodkih, povezanih s tujimi trgi.

Ciljna skupina, kateri je namenjena dejavnost zbiranja in posredovanja zunanje trgovinskih informacij:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge in MSP začetniki.

4.1.2. Opravljanje informacijskih, svetovalnih ali drugih storitev za tuje gospodarske subjekte

V okviru promocije ponudbe slovenskega gospodarstva se zagotavljajo visokokakovostne informacije o slovenskem poslovnem okolju in slovenskih ponudbenih možnostih, o razvoju industrijskih grozdov, domačih industrij ter storitvenih omrežij preko portala SloveniaPartner (www.sloveniapartner.si) in baze podatkov Sloexport (www.sloexport.si). Hkrati gre tudi za navezovanje stikov med predstavniki slovenskih in tujih podjetij.

4.2. Analiza tržnih priložnosti ter svetovanje

4.2.1. Tržne analize in raziskave (pomoč za tržne analize in raziskave tujih trgov)

Dejavnost zbiranja in posredovanja zunanje trgovinskih informacij zajema tudi izdelavo tržnih analiz in raziskav, namen katerih je olajšati odločitev slovenskim podjetjem pri vstopu oz. načinu nastopa na izbranih tujih trgih.

Vsak trg je specifičen, opredeljen z lastnimi zakonitostmi in posebnostmi, kar ponavadi vpliva na njegovo segmentacijo in posledično na obnašanje podjetja na trgu. Tržne analize in raziskave obsegajo zelo široko področje aktivnosti in se izvajajo z namenom, da dopolnijo potrebe podjetij ter njihovih managerjev z dodatnimi spoznanji o trgu. Namen tržnih analiz in raziskav je analiza situacije, ki omogoča pregled, prenovo ter sintezo spoznanj o trgu, ki je predmet analize oz. raziskave. Predstavlja pomoč pri odločanju in pridobivanju informacij za zmanjšanje tveganja pri odločanju ter razvija nove ideje, ki so potrebne zato, da podjetje ohranja konkurenčnost na trgu.

Ciljna skupina:

- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih,,
- velika podjetja, ki širijo in diverzificirajo poslovanje na tujih trgih.

Izdelava tržnih analiz in raziskav se realizira na dva načina:

- a) Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI za posamezne perspektivne panoge izdelava ali naroči ter objavi tržne analize in raziskave ter obvesti slovenska podjetja o panožnih priložnostih na tujih trgih,
- b) objava javnega razpisa za sofinanciranje tržnih analiz in raziskav na tujih trgih za specifične potrebe posameznih slovenskih podjetij.

Ukrep št. 1A: Pomoč za tržne analize in raziskave tujih trgov
--

Namen ukrepa: Sofinanciranje tržnih analiz in raziskav tujih trgov

Trajanje ukrepa: 2010 - 2013

Shema pomoči: MSP

Oblika pomoči: dotacija

Upravičeni stroški:

1. stroški svetovalnih storitev, vezanih na pripravo analize oz. raziskave, ki jih zagotovijo zunanji svetovalci z ustreznimi referencami.

Izvajalci: Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI bosta objavila javni razpis.

Merila za izbor:

1. poslovna utemeljenost projekta (kakovost opredelitve, predstavitev in utemeljitve izbranega trga, jasnost in izvedljivost),
2. transparentna finančna konstrukcija (razmerje med stroški in rezultati),
3. absorpcijska sposobnost ciljnega trga,
4. stopnja dodane vrednosti v izdelkih,
5. predstavitev projekta s terminskim načrtom,
6. inovativne in visokotehnološke dejavnosti,
7. reference zunanjih svetovalcev,

8. drugo: dodatna merila bodo določena v javnem razpisu.

Intenzivnost pomoči:

- do 50 % upravičenih stroškov.

Končni upravičenci in pogoji:

- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih.

Ukrep št. 1B: Pomoč za tržne analize in raziskave tujih trgov
--

Namen ukrepa: Sofinanciranje tržnih analiz in raziskav tujih trgov

Trajanje ukrepa: 2010 - 2013

Shema pomoči: de minimis

Oblika pomoči: dotacija

Upravičeni stroški:

1. stroški svetovalnih storitev, vezanih na pripravo analize oz. raziskave, ki jih zagotovijo zunanji svetovalci z ustreznimi referencami.

Izvajalci: Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI bosta objavila javni razpis.

Merila za izbor:

1. poslovna utemeljenost projekta (kakovost opredelitve, predstavitev in utemeljitve izbranega trga, jasnost in izvedljivost),
2. transparentna finančna konstrukcija (razmerje med stroški in rezultati),
3. absorpcijska sposobnost ciljnega trga,
4. stopnja dodane vrednosti v izdelkih,
5. predstavitev projekta s terminskim načrtom,
6. inovativne in visokotehnološke dejavnosti,
7. reference zunanjih svetovalcev,
8. drugo: dodatna merila bodo določena v javnem razpisu.

Intenzivnost pomoči:

- do 100 % upravičenih stroškov.

Končni upravičenci in pogoji:

- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih,
- velika podjetja, ki širijo in diverzificirajo poslovanje na tujih trgih.

Ukrepa se v primeru MSP izključujeta.

4.2.2. Študije izvedljivosti (pomoč za študije izvedljivosti/smotrnosti vstopa na nove izvozne trge)

Študije izvedljivosti so namenjene podrobnejši preučitvi izvedljivosti projekta z različnih vidikov, kot npr. s tehnološkega, ekonomskega, okoljevarstvenega in finančnega vidika. Rezultati študij so izhodišča za kakovostno pripravo investicijskih projektov, ki zmanjšujejo tveganja povezana s projekti ter omogočajo investitorjem enakopravno vrednotenje različnih investicijskih projektov. Ekonomsko upravičeno investiranje ni možno brez kvalitetne analize izvedljivosti oz. učinkovitosti.

Študija izvedljivosti tako največkrat vsebuje:

- analizo stanja,
- primerne tehnično-tehnološke, lokacijske in ekonomske variantne zasnove umestitve investicije skupaj s planom proizvodnje,
- opredelitev optimalne umestitve investicije,
- analizo tehnične izvedljivosti (praktična izvedljivost investicije, dostopnost tehničnih virov in kadra),
- opredelitev časovne izvedljivosti investicije (roki za izvedbo),
- opredelitev ekonomske upravičenosti investicije (analiza stroškov in koristi),
- analizo vplivov na okolje,
- varnost investicije,
- analizo tveganj.

Ciljna skupina:

- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih,
- velika podjetja, ki širijo in diverzificirajo poslovanje na tujih trgih.

Izdelava študij izvedljivosti se realizira na dva načina:

- a) Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI za posamezne perspektivne panoge izdela ali naroči ter objavi študije izvedljivosti,
- b) objava javnega razpisa za sofinanciranje študij izvedljivosti povezanih s tujimi trgi za posamezna slovenska podjetja.

Ukrep št. 2A: Pomoč za študijo izvedljivosti / smiselnosti vstopa na nov izvozni trg

Namen ukrepa: Sofinanciranje študij izvedljivosti / smiselnosti vstopa na nov izvozni trg

Trajanje ukrepa: 2010 - 2013

Shema pomoči: MSP

Oblika pomoči: dotacija

Upravičeni stroški:

1. stroški svetovalnih storitev, vezanih na pripravo študije izvedljivosti / smiselnosti vstopa na nov izvozni trg, ki jih zagotovijo zunanji svetovalci z ustreznimi referencami.

Izvajalci: Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI bosta objavila javni razpis.

Merila za izbor:

1. poslovna utemeljenost projekta (izvozni načrt - kakovost opredelitve, predstavitev in utemeljitve izbranega trga, jasnost in izvedljivost, rezultati na podlagi izvoznega načrta),

2. transparentna finančna konstrukcija (razmerje med stroški in rezultati na podlagi izvoznega načrta),
3. absorpcijska sposobnost trga,
4. stopnja dodane vrednosti v izdelkih,
5. inovativne in visokotehnološke dejavnosti,
6. reference zunanjih svetovalcev,
7. predstavitev projekta s terminskim načrtom (sposobnost za izvedbo izvoznega načrta-tehnična znanja in izkušnje, finančni viri),
8. drugo: dodatna merila bodo določena v javnem razpisu.

Intenzivnost pomoči:

- do 50 % upravičenih stroškov.

Končni upravičenci in pogoji:

- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih.

Ukrep št. 2B: Pomoč za študijo izvedljivosti / smiselnosti vstopa na nov izvozni trg

Namen ukrepa: Sofinanciranje študij izvedljivosti / smiselnosti vstopa na nov izvozni trg

Trajanje ukrepa: 2010 - 2013

Shema pomoči: de minimis

Oblika pomoči: dotacija

Upravičeni stroški:

1. stroški svetovalnih storitev, vezanih na pripravo študije izvedljivosti / smiselnosti vstopa na nov izvozni trg, ki jih zagotovijo zunanji svetovalci z ustreznimi referencami.

Izvajalci: Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI bosta objavila javni razpis.

Merila za izbor:

1. poslovna utemeljenost projekta (izvozni načrt - kakovost opredelitve, predstavitve in utemeljitve izbranega trga, jasnost in izvedljivost, rezultati na podlagi izvoznega načrta),
2. transparentna finančna konstrukcija (razmerje med stroški in rezultati na podlagi izvoznega načrta),
3. absorpcijska sposobnost trga,
4. stopnja dodane vrednosti v izdelkih,
5. inovativne in visokotehnološke dejavnosti,
6. reference zunanjih svetovalcev,
7. predstavitev projekta s terminskim načrtom (sposobnost za izvedbo izvoznega načrta-tehnična znanja in izkušnje, finančni viri),
8. drugo: dodatna merila bodo določena v javnem razpisu.

Intenzivnost pomoči:

- do 100 % upravičenih stroškov.

Končni upravičenci in pogoji:

- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih,

- velika podjetja, ki širijo in diverzificirajo poslovanje na tujih trgih.

Ukrepa se v primeru MSP izključujeta.

4.2.3. Poslovno svetovanje za internacionalizacijo

Poslovno svetovanje je namenjeno ugotavljanju konkurenčnosti podjetja in njegovih potencialov za internacionalizacijo ter oblikovanju načrta za internacionalizacijo.

V okviru ugotavljanja konkurenčnosti se izvedejo srečanja svetovalca s podjetjem, ki za podjetje opravi analizo trenutnega stanja in konkurenčnega položaja na domačem trgu (opis podjetja, analiza položaja podjetja – SWOT analiza, analiza proizvodov, izkušenj, sredstev, informacij, analiza izvoznega potenciala in finančnih sposobnosti).

V nadaljevanju se s pomočjo svetovalca oblikuje strateški načrt za internacionalizacijo podjetja, skladno s profilom podjetja (odločitev za izvoz, odločitev, kako se predstaviti na tujih trgih, izdelava načrta za iskanje informacij, določitev vrste strank oz. trga, na katerega podjetje želi vstopiti, organizacija virov za realizacijo izdelanega plana). Sledi uporaba načrta v praksi, tudi s pomočjo ostalih dejavnosti za spodbujanje internacionalizacije.

Ciljna skupina:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge.

Svetovanje bodo izvajali zunanji izvajalci. Za namen svetovanja podjetjem se bo usposobilo tudi primerno število strokovnjakov zaposlenih v institucijah, ki delujejo na področju internacionalizacije.

Ukrep št. 3: Poslovno svetovanje za internacionalizacijo

Namen ukrepa: Ugotavljanje konkurenčnosti podjetja in njegovih potencialov za internacionalizacijo ter oblikovanje načrta za internacionalizacijo

Trajanje ukrepa: 2010 - 2013

Shema pomoči: MSP

Oblika pomoči: dotacija

Upravičeni stroški:

1. stroški svetovalnih storitev, ki jih zagotovijo zunanji svetovalci.

Izvajalci: Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI bosta objavila javni razpis.

Merila za izbor:

1. stopnja dodane vrednosti v izdelkih,
2. inovativne in visokotehnološke dejavnosti,
3. drugo: dodatna merila bodo določena v javnem razpisu.

Intenzivnost pomoči:

- do 50 % upravičenih stroškov.

Končni upravičenci in pogoji:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge.

4.3. Promocijske in pospeševalne aktivnosti

4.3.1. Vhodne in izhodne gospodarske delegacije

Dejavnost je namenjena:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge,
- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih,
- velikim podjetjem pri širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

Gospodarske delegacije omogočajo podjetjem organiziran obisk na izbranih ciljnih trgih, navezovanje stikov s poslovnimi partnerji in sklepanje poslovnih dogovorov. Ključno pri organizaciji gospodarskih delegacij je zagotoviti ustrezna poslovna srečanja med slovenskimi in tujimi podjetji.

Pri pripravi delegacij je dan poudarek na ciljno usmerjenih delegacijah po panožnem pristopu, z manjšim številom podjetij ter z vključitvijo velikih slovenskih podjetij, ki že delujejo na izbranih ciljnih trgih in s svojimi izkušnjami ter povezavami pomagajo MSP pri vstopu na nove trge.

Pomembna dejavnost internacionalizacije so gospodarske delegacije, ki spremljajo najvišje predstavnike države v tujini, saj odpirajo vrata na najvišji politični ravni v ciljnih državah ter poleg tega omogočajo učinkovito navezovanje stikov s poslovnimi partnerji in sklepanje poslovnih dogovorov.

Pomemben dejavnik povečanja učinkovitosti gospodarskih delegacij so tudi aktivnosti, namenjene podpori udeležencem gospodarske delegacije, v smislu pripravljanih aktivnosti na delegacijo, nujenju ustreznih informacij pred izvedbo delegacije (analize trga, sektorske tržne raziskave, mehke informacije, informacije o dobrih praksah, konkretni primeri sodelovanja in izkušnje podjetij) ter nadaljnjih aktivnostih za učinkovit vstop na izbran ciljni (t.i. follow-up).

4.3.2. Sejemske predstavitve (pomoč za udeležbo slovenskih podjetij na sejnih)

Sejemske aktivnosti so učinkovito trženjsko orodje za pospeševanje izvoza, predstavljajo tudi enega izmed pomembnih virov informacij, saj omogočajo neposredno, osebno komunikacijo s potrošnikom oz. poslovnim partnerjem, hkrati omogočajo tudi možnost informiranja o izdelkih konkurenčnih podjetij ter morebitnih inovacijah.

Namen dejavnosti sejemske predstavitve je omogočiti slovenskim podjetjem prodor na tuje trge s pomočjo predstavitve na sejnih ali razstavah v tujini, kakor tudi splošna promocija slovenskega gospodarstva.

Ciljna skupina:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge,
- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih,
- velika podjetja pri širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

Dejavnost podpore sejmskim predstavitev se realizira na dva načina:

- a) podpora skupinskim sejmskim predstavitev - MG preko JAPTI podpira skupinske sejemске nastope slovenskih podjetij na izbranih sejmih v tujini na podlagi izraženega interesa gospodarstva in sicer v obliki zakupa skupnega razstavnega prostora,
- b) javni razpis za sofinanciranje individualnih sejmskih predstavitev.

Ukrep št. 4A: Pomoč za udeležbo slovenskih podjetij na sejmih

Namen ukrepa: Sofinanciranje individualnih sejmskih nastopov na tujih trgih

Trajanje ukrepa: 2010 - 2013

Shema pomoči: MSP

Oblika pomoči: dotacija

Upravičeni stroški:

1. stroški najema razstavnega prostora,
2. stroški postavitve in ureditve razstavnega prostora,
3. stroški upravljanja razstavnega prostora.

Izvajalci: Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI bosta objavila javni razpis

Merila za izbor:

1. poslovna utemeljenost projekta (izvozni načrt - kakovost opredelitve, predstavitev in utemeljitve izbranega trga, jasnost in izvedljivost, rezultati na podlagi izvoznega načrta),
2. transparentna finančna konstrukcija (razmerje med stroški in rezultati na podlagi izvoznega načrta),
3. absorpcijska sposobnost ciljnega trga,
4. stopnja dodane vrednosti v izdelkih,
5. novi trgi,
6. organizacija nastopa,
7. drugo: dodatna merila bodo določena v javnem razpisu.

Intenzivnost pomoči:

- do 50 % upravičenih stroškov.

Končni upravičenci in pogoji:

Dejavnost je namenjena:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge,
- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih.

Pomoč je namenjena prvi udeležbi MSP na katerem koli sejmu ali razstavi.

Ukrep št. 4B: Pomoč za udeležbo slovenskih podjetij na sejmih

Namen ukrepa: Sofinanciranje individualnih sejemskih nastopov na tujih trgih

Trajanje ukrepa: 2010 - 2013

Shema pomoči: de minimis

Oblika pomoči: dotacija

Upravičeni stroški:

1. stroški najema razstavnega prostora,
2. stroški postavitve in ureditve razstavnega prostora,
3. stroški upravljanja razstavnega prostora.

Izvajalci: Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI bosta objavila javni razpis.

Merila za izbor:

1. poslovna utemeljenost projekta (izvozni načrt - kakovost opredelitve, predstavitev in utemeljitve izbranega trga, jasnost in izvedljivost, rezultati na podlagi izvoznega načrta),
2. transparentna finančna konstrukcija (razmerje med stroški in rezultati na podlagi izvoznega načrta),
3. absorpcijska sposobnost ciljnega trga,
4. stopnja dodane vrednosti v izvoznih izdelkih,
5. novi trgi,
6. organizacija nastopa,
7. drugo: dodatna merila bodo določena v javnem razpisu.

Intenzivnost pomoči:

- do 100 % upravičenih stroškov.

Končni upravičenci in pogoji:

Dejavnost je namenjena:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge,
- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih,
- velikim podjetjem pri širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

Ukrepa se v primeru MSP izključujeta.

4.3.3. Konference, seminarji, okrogle mize

Poslovne konference so s pripravo kvalitetnega programa namenjene specifičnim predstavitev potencialno zanimivih sektorjev, omogočajo širjenje in nadgrajevanje znanja, izmenjavo izkušenj, individualna srečanja podjetij. Ob posameznih poslovnih konferencah se lahko organizirajo tudi promocijsko odmevne spremljajoče aktivnosti.

Poslovne konference, seminarje in okrogle mize bodo izvajali subjekti politike spodbujanja internacionalizacije v Republiki Sloveniji.

Dejavnost je namenjena vsem podjetjem, prvenstveno pa:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge in MSP začetniki,

- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih,
- velikim podjetjem pri širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

4.3.4. Poslovni klubi in »slovenske hiše«

Poslovni klubi v tujini praviloma združujejo predstavnike večjih ter izkušenih slovenskih podjetjih, ki na dotičnih tujih trgih že aktivno in uspešno delujejo. S svojim znanjem in izkušnjami predstavljajo pomemben vir informacij malim in srednjim podjetjem, ki se za vstop na te trge šele odločajo. Prenos znanj in izkušenj poslovni klubi uresničujejo preko aktivnosti, kot so poslovna srečanja, organizacija poslovnih delegacij, promocijski nastopi ter ostale aktivnosti.

Poleg podpore aktivnostim obstoječih poslovnih klubov je zelo pomembno tudi spodbujanje nastajanja novih, predvsem v tistih državah, kjer je specifična na trgu glede vstopa ali delovanja podjetja taka, da so izkušnje tam prisotnih še pomembnejše.

Pomemben del promocije slovenskega gospodarstva ter države kot celote so tudi t.i. »slovenske hiše«, ki združujejo na trgu prisotna slovenska podjetja, agencije, organizacije ter druge akterje. Spodbujanje oblikovanja tovrstnih »hiš« je zato smotrno okrepiti.

Dodatno bo okrepljena tudi podpora aktivnostim, ki jih izvajajo gospodarske organizacije slovenske manjšine v sosednjih državah Avstrije, Hrvaške, Italije in Madžarske.

Ciljna skupina:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge in MSP začetniki,
- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih.

<p>Ukrep št. 5: Pomoč za izvajanje dejavnosti poslovnih klubov in »slovenskih hiš« v tujini</p>
--

Namen ukrepa: Sofinanciranje izvajanja dejavnosti poslovnih klubov in »slovenskih hiš« v tujini

Trajanje ukrepa: 2010 - 2013

Shema pomoči: de minimis

Oblika pomoči: dotacija

Upravičeni stroški:

1. stroški organizacije poslovnih dogodkov v državi, kjer je sedež kluba, hiše in v Sloveniji,
2. stroški promocije,
3. stroški intelektualnih in osebnih storitev, vezanih na organizacijo poslovnih dogodkov,
4. stroški administrativne pomoči pri izvajanju aktivnosti.

Izvajalci: Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI bosta objavila javni razpis.

Merila za izbor:

1. število in kakovost organiziranih poslovnih dogodkov v zadnjih dvanajstih mesecih,
2. kakovost načrtovanih aktivnosti,
3. višina sredstev, načrtovanih za izvedbo aktivnosti, ki so predmet sofinanciranja.

4. drugo: dodatna merila bodo določena v javnem razpisu.

Intenzivnost pomoči:

- do 100 % upravičenih stroškov.

Končni upravičenci in pogoji:

Dejavnost je namenjena:

- poslovnim klubom in »slovenskim hišam« v tujini.

4.3.5. Opravljanje drugih nalog, ki prispevajo k uspešnejši internacionalizaciji slovenskih podjetij

K uspešnejši internacionalizaciji prispevajo tudi druge dejavnosti, kot npr. promocija sodelovanja slovenskih podjetij na javnih razpisih na tujih trgih, aktivna udeležba predstavnikov RS v delovnih telesih gospodarskih integracij in mednarodnih organizacij, podpora pri razvoju oz. prilagoditvi proizvodov, ki se predvsem mednarodno tržijo, sofinanciranje vzpostavitve oziroma nadgradnje spletnih strani v več tujih jezikih...

V času globalizacije se tudi države soočajo z vse večjo konkurenco. Znamka lahko državi na različnih področjih – gospodarskem, turističnem, kulturnem in drugih – poveča vrednost v očeh ciljnih skupin. Zato bomo na vseh promocijskih dogodkih v tujini in doma uveljavljali znamko »I feel Slovenia« in s tem prispevali k povečanju prepoznavnosti Slovenije.

4.4. Izobraževanje za mednarodno poslovanje

Izobraževanje za mednarodno poslovanje je namenjeno dodatnemu usposabljanju slovenskih podjetij s splošnimi in specifičnimi znanji s področja mednarodnega poslovanja (marketing, finance, upravljanje in organizacija za nastop na ciljnih trgih). Izobraževanje se izvaja v Sloveniji in tujini.

Izvajalec je izbran z javnim naročilom.

Ciljna skupina:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge in MSP začetniki,
- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih.

4.4.1. Akademija internacionalizacije

V okviru dejavnosti izobraževanja za mednarodno svetovanje se za slovenska podjetja vzpostavi »Akademija internacionalizacije«, katere namen je seznaniti slovenska podjetja s sodobnimi pogledi na internacionalizacijo podjetij in institucij, od strateških do taktičnih in izvedbenih vidikov na posameznih mednarodnih trgih, spoznavanje različnih pristopov k raziskovanju in analizi trgov, vstopnih strategij, razumevanje različnosti kultur in poslovnega komuniciranja, seznanjanje s strateškim trženjem in izbiro ustreznih trženjskih taktik na izbranih ciljnih trgih. Izobraževanje se izvaja za večje število podjetij v Sloveniji.

Izvajalec je izbran z javnim naročilom.

Ciljna skupina:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge in MSP začetniki,
- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih.

4.4.2. Priprava izvoznega načrta

Izvaja se izobraževanje in usposabljanje za slovenske izvoznike s področja priprave izvoznega načrta in poslovanje na tujih trgih. Prav tako se omogoči dostopnost do interaktivnih vsebin preko spletnega portala Izvozno okno s področja izobraževanja izvoznikov. Izobraževanje se izvaja za manjše število udeležencev iz podjetij, ki imajo velik potencial na tujih trgih, delno lokalno ter delno v tujini na mednarodnih seminarjih v okviru ITM (International Trade Management) programa. Tovrstno izobraževanje omogoča slovenskim izvoznikom tudi vključevanje v mednarodni prostor, mreženje ter sklepanje poslov z udeleženci iz različnih držav.

Izvajalec je izbran z javnim naročilom.

Ciljna skupina:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge in MSP začetniki,
- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih.

Ukrep št. 6: Izobraževanje za mednarodno poslovanje

Namen ukrepa: Sofinanciranje izobraževanja za mednarodno poslovanje: »Akademija internacionalizacije« in »Priprava izvoznega načrta«

Trajanje ukrepa: 2010 - 2013

Shema pomoči: usposabljanje

Oblika pomoči: dotacija

Upravičeni stroški:

1. stroški dela inštruktorjev,
2. potni stroški inštruktorjev in oseb, ki se usposabljujejo, vključno z nastanitvijo,
3. drugi tekoči stroški, kot so material in zaloge, neposredno povezani s projektom,
4. amortizacija orodja in opreme v obsegu, v katerem se uporabljajo izključno za projekt usposabljanja,
5. stroški vodenja in svetovanja, ki se nanašajo na projekt usposabljanja,
6. stroški oseb, ki se usposabljujejo, in splošni posredni stroški (upravni stroški, najemnine, režijski stroški) do skupnega zneska vseh drugih upravičenih stroškov iz točk od (1) do (5). Kar zadeva stroške dela inštruktorjev, se lahko upoštevajo samo ure, ko osebe, ki se usposabljujejo, dejansko sodelujejo pri usposabljanju, potem ko se odštejejo vse produktivne ure.

Izvajalci: Ministrstvo za gospodarstvo ali JAPTI bosta objavila javni razpis.

Merila za izbor:

1. dejavnost podjetja,
2. utemeljenost izvoznega načrta,
3. intenzivnost mednarodnih aktivnosti podjetja,
4. reference s področja mednarodnega sodelovanja,
5. drugo: dodatna merila bodo določena v javnem razpisu.

Intenzivnost pomoči:

- do 25 % vrednosti upravičenih stroškov za posebno usposabljanje in do 60 % vrednosti upravičenih stroškov za splošno usposabljanje. Intenzivnost pomoči se lahko poveča, in sicer do največje intenzivnosti pomoči v višini 80 % upravičenih stroškov, v naslednjih primerih:
 - a) za 10 odstotnih točk, če je pomoč dodeljena srednjemu podjetju, in
 - b) za 20 odstotnih točk, če je pomoč dodeljena malemu podjetju.

Končni upravičenci in pogoji:

Dejavnost je namenjena:

- MSP pri prvem vstopanju na tuje trge in MSP začetniki,
- MSP, ki širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih.

4.5. Financiranje internacionalizacije (SID)

4.5.1. Zavarovanje in financiranje mednarodnih gospodarskih poslov

Sistem zavarovanja in financiranja mednarodnih gospodarskih poslov, kot instrument trgovinske politike Republike Slovenije, je pomemben element celostnega spodbujanja internacionalizacije podjetij.

Pooblaščen institucija za izvajanje aktivnosti javno-spodbujevalnih storitev zavarovanja in financiranja mednarodnih gospodarskih poslov je SID banka, nad izvajanjem teh aktivnosti pa bdi posebna vladna Komisija za pospeševanje mednarodne menjave.

SID banka tako na področju zavarovanja izvoznih kreditov in izhodnih neposrednih investicij, v imenu in za račun države:

- zavarovanje in pozavarovanje kratkoročnih izvoznih kreditov/terjatev pred nekomercialnimi in drugimi nemarketabilnimi riziki,
- zavarovanje srednjeročnih izvoznih kreditov pred nekomercialnimi in/ali komercialnimi riziki,
- zavarovanje izhodnih investicij pred nekomercialnimi in/ali komercialnimi riziki,
- zavarovanje bančnih (storitvenih) garancij,
- program izravnave obresti (PIO), s katerim Republika Slovenija pooblaščen instituciji in drugim udeležencem programa jamči za kritje obrestnih in tečajnih rizikov pri financiranju mednarodnih gospodarskih poslov, in
- ostale posle po pooblastilu.

Za lasten račun pa opravlja posle financiranja mednarodne trgovine in (izhodnih slovenskih neposrednih) investicij kot so npr:

- kreditni posli (dajanje izvoznih kreditov ter investicije v tujini za delno ali popolno financiranje ali refinanciranje poslov mednarodne menjave in investicij), s katerimi udeležencem mednarodne menjave in finančnim institucijam omogoča financiranje mednarodnih gospodarskih poslov.

SID banka deluje na področju internacionalizacije zlasti z namenom spodbujanja dolgoročnih poslovnih transakcij, ki udeležencem omogočajo vstop in poslovanje na tujih trgih, vključno s podporo povezanim uvoznim transakcijam, pripravo na mednarodne gospodarske posle, investicijam in spodbudam za trajnostno rast izvoza in internacionalizacijo gospodarstva ter aktivnostim z namenom spodbujanja oziroma izvajanja poslov po koncesijskih pogojih in spodbujanja skupnega nastopa na tretjih trgih z domačimi, tujimi ali mednarodnimi subjekti.

Ključne strateške usmeritve, ki jim bo SID banka sledila na področju spodbujanja internacionalizacije slovenskega gospodarstva v naslednjem strateškem/programskem obdobju so predvsem:

1. Zagotavljati ustrezno varnost in možnost nastopanja na tujih trgih po mednarodno konkurenčnih pogojih zavarovanja in financiranja.
2. Z aktivno politiko delovanja na ključnih obstoječih trgih in odpiranjem novih trgov na letni ravni zagotavljati najmanj 900 mio EUR spodbud na področju internacionalizacije v obliki kreditov, naložb, garancij in zavarovanj (brez obnov obstoječih kritij). Posebno pozornost namenjati internacionalizaciji MSP.
3. Z zavarovalnimi instrumenti Skupine SID banka pokriti na letni ravni najmanj 15% celotnega izvoza.
4. Razvijati nove produkte in finančni instrumentarij, prilagojen potrebam slovenskega gospodarstva oziroma konkretnim izvoznim poslom.
5. Okrepiti neposredno financiranje nerezidentov (kupcev slovenskega blaga in storitev) in druge oblike internacionalizacije (izhodne investicije, projektno financiranje, ipd.).
6. Zagotavljati podporne storitve tudi lokalno na tujih trgih, predvsem preko izgradnje Informacijskega središča Jugo-vzhodne Evrope (odkup terjatev, izterjava dolgov, bonitetne informacije, monitoring rizikov).
7. Okrepiti pomen in sredstva za bilateralni del mednarodnega razvojnega sodelovanja (CMSR).
8. Vključevanje v pobude (domače in mednarodne), ki bi dodatno pospešile internacionalizacijo slovenskih podjetij (npr. v okviru sistema trgovanja in upravljanja s kjotskimi in emisijskimi kuponi, Western Balkans Investment Framework, ipd.).

5. NAČIN FINANCIRANJA

Vir sredstev za financiranje dejavnosti programa internacionalizacije je večinoma državni proračun RS, kar narekuje racionalno izbiro ciljev, ukrepov in izvajanja dejavnosti, torej takih, ki bodo glede na vložena sredstva ob primerno delujočem sistemu spodbujanja zagotavljala kar največje koristi.

Za financiranje dejavnosti programa internacionalizacije bomo izkoristili tudi morebitna sredstva Evropske unije za ta namen, skladno z izvajanjem evropske kohezijske politike.

SID banka za izvajanje storitev, poleg proračunskih sredstev, tudi najema kredite in izdaja dolžniške vrednostne papirje ali se zadolžuje v drugih oblikah in uporablja sredstva skladov EU ter druga sredstva evropskega proračuna. Prav tako uporablja različne kombinacije instrumentov finančnega inženiringa.

6. ZAKLJUČEK

Rast, razvoj in konkurenčnost podjetij so danes tesno povezani s širitvijo poslovanja preko meja lastne države. Država je zainteresirana za dolgoročni obstoj podjetja, internacionalizacija poslovanja pa je ključnega pomena, da pomaga podjetjem pri širitvi njihovega poslovanja na tuje trge in jim nudi ustrezno podporo s svojimi ukrepi in dejavnostmi. Pri tem morajo vsi subjekti politike spodbujanja internacionalizacije v Republiki Sloveniji delovati skladno, saj bo le tako le-ta najbolj učinkovita.

Priloga 1: Sredstva, viri sredstev, neposredni učinki, rezultati in vpliv Programa Vlade Republike Slovenije za spodbujanje internacionalizacije podjetij za obdobje 2010 - 2014

Ukrepi oziroma projekti	Sredstva 2010	Vir (št. proračunske postavke in delež postavke)	Sredstva 2011	Vir (št. proračunske postavke in delež postavke)	Neposredni učinek oz. output (ciljna vrednost)	Rezultat	Učinek oz. outcome	Vpliv Programa spodbujanja internacionalizacije
Informativne ter podporne aktivnosti							<ul style="list-style-type: none"> • št. sklenjenih pogodb na prioritetnih tržiščih • obseg (vrednost) sklenjenih poslov • obseg (vrednost) sklenjenih poslov • povečanje izvoza MSP • povečanje izvoza velikih podjetij 	<ul style="list-style-type: none"> • novo-ustanovljena podjetja • nova delovna mesta • dodana vrednost/zaposlene ga v podprtih podjetjih • prihodek v podprtih podjetji • število podprtih podjetij z lastniškim/dolžnišk im virom financiranja • vrednost izvoza in TNI
<ul style="list-style-type: none"> • Zbiranje in posredovanje zunanje trgovinskih informacij (spletni portal izvozno okno) • Opravljanje informacijskih, svetovalnih ali drugih storitev za tuje gospodarske subjekte 	250.000,00 evrov	6032-Spodbujanje internacionalizacije	300.000,00 evrov	6032-Spodbujanje internacionalizacije	<ul style="list-style-type: none"> • št. podanih informacij podjetjem • št. opravljenih svetovanj domačim in tujim gospodarskim subjektom 	<ul style="list-style-type: none"> • št. izvedenih kontaktov s partnerji v tujini 		
Analiza tržnih priložnosti ter svetovanje								
<ul style="list-style-type: none"> • Tržne analize in raziskave (pomoč za tržne analize in raziskave tujih trgov) • Študije izvedljivosti (pomoč za študije izvedljivosti/smotnosti vstopa na nove izvozne trge) • Poslovno svetovanje za internacionalizacijo 	100.000,00 evrov	6032-Spodbujanje internacionalizacije	200.000,00 evrov	6032-Spodbujanje internacionalizacije	<ul style="list-style-type: none"> • št. podprtih podjetij • št. podprtih MSP • št. podprtih velikih podjetij 	<ul style="list-style-type: none"> • št. dejanskih vstopov na tuje trge 		
Promocijske in pospeševalne aktivnosti								
<ul style="list-style-type: none"> • Vhodne in izhodne gospodarske delegacije • Sejemske predstavitve (pomoč za udeležbo slovenskih podjetij na sejmih) • Konference, seminarji in okrogle mize • Poslovni klubi in "slovenske hiše" • Opravljanje drugih nalog, ki prispevajo k uspešnejši internacionalizaciji slovenskih podjetij • Svetovna razstava EXPO 2010 v Šanghaju, Kitajska 	400.000,00 evrov 500.000,00 evrov 400.000,00 evrov 3.258.998,00 evrov	6032-Spodbujanje internacionalizacije	800.000,00 evrov 1.000.000,00 evrov 400.000,00 evrov 213.992,00 evrov	6032-Spodbujanje internacionalizacije	<ul style="list-style-type: none"> • št. izvedenih aktivnosti • št. podprtih projektov podjetij 	<ul style="list-style-type: none"> • št. vstopov na tuje trge • št. novih trgov 		

Izobraževanje za mednarodno poslovanje								
<ul style="list-style-type: none"> • Akademija internacionalizacije • Izobraževanje za pripravo izvoznega načrta 	150.000,00 evrov	6032-Spodbujanje internacionalizacije	200.000,00 evrov	6032-Spodbujanje internacionalizacije	• št. izvedenih izobraževanj	• št. vstopov na tuje trge • št. novih trgov		
Financiranje in uradna podpora (zavarovanje v imenu in za račun Republike Slovenije) internacionalizaciji (SID)								
<ul style="list-style-type: none"> • Zavarovanje mednarodnih gospodarskih poslov 	2.075.363,04 evrov (vključno z DDV 2.490.435,60 evrov)	sredstva varnostnih rezerv vodena na TRR SI56 0291 3025 4820 406 odprt pri NLB d.d., Ljubljana na podlagi drugega odstavka 4. člena Pogodbe o ureditvi medsebojnih razmerij v zvezi z izvajanjem II. Poglavlja Zakona o zavarovanju in financiranju mednarodnih gospodarskih poslov sklenjene med MF in SID dne 01.12.2004 in na osnovi četrtega odstavka 4. člena ZZFMGP	2.075.363,04 evrov (vključno z DDV 2.490.435,60 evrov)	sredstva varnostnih rezerv vodena na TRR SI56 0291 3025 4820 406 odprt pri NLB d.d., Ljubljana na podlagi drugega odstavka 4. člena Pogodbe o ureditvi medsebojnih razmerij v zvezi z izvajanjem II. Poglavlja Zakona o zavarovanju in financiranju mednarodnih gospodarskih poslov sklenjene med MF in SID dne 01.12.2004 in na osnovi četrtega odstavka 4. člena ZZFMGP	• št. podprtih projektov/podjetij (MSP in velikih podjetij)	• št. vstopov na tuje trge • št. novih trgov		
<ul style="list-style-type: none"> • Program PIO (vplačila v sredstva rezerv PIO) 	1.881.000,00 evrov	2845 – Program PIO	1.750.000,00 evrov	2845 – Program PIO	• št. podprtih projektov/podjetij (MSP in velikih podjetij)	• št. vstopov na tuje trge • št. novih trgov		
<ul style="list-style-type: none"> • Program PIO (provizija) 	1.740.000,00 evrov	5447 – Provizija SID	1.540.000,00 evrov	5447 – Provizija SID	• št. podprtih projektov/podjetij (MSP in velikih podjetij)	• št. vstopov na tuje trge • št. novih trgov		

<ul style="list-style-type: none"> Financiranje mednarodnih gospodarskih poslov (kreditov in garancije) 	307.000.000,00 evrov in 250.000.000,00 evrov za MSP	Sredstva SID banke, pridobljena na mednarodnih fin. trgih	/	/	<ul style="list-style-type: none"> št. podprtih projektov/podjetij (MSP in velikih podjetij) 	<ul style="list-style-type: none"> št. vstopov na tuje trge št. novih trgov 		
--	---	---	---	---	---	---	--	--