

**SPIRIT  
SLOVENIJA**

**I FEEL  
SLOVENIA**

Javna agencija Republike Slovenija za  
spodbujanje podjetništva, inovativnosti,  
razvoja, investicij in turizma



**PROGRAM DELA  
SPIRIT Slovenija  
2013-2014**

11. februar 2013

## Kazalo

UVOD .....	4
Vizija .....	7
Poslanstvo.....	7
SINERGIJSKI UČINKI MED STEBRI .....	8
<b>I. SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE PODJETNIŠTVA, INOVATIVNOSTI IN TEHNOLOŠKEGA RAZVOJA .</b>	<b>12</b>
Strateški cilji.....	12
Analiza stanja.....	12
Področja delovanja .....	14
Izhodišča .....	15
I.1 RAZVOJ PODPORNEGA OKOLJA ZA PODJETNIŠTVO IN INOVATIVNOST .....	17
I.2 PROGRAM CELOVITE PROMOCIJE PODJETNIŠTVA IN INOVATIVNOSTI TER IZOBRAŽEVANJA ZA PODJETNIŠTVO.....	22
I.3 NEPOSREDNE FINANČNE SPODBUDE.....	26
I.4 SPREMLJANJE IN VREDNOTENJE UKREPOV RAZVOJNE POLITIKE .....	32
I.5 SODELOVANJE V EU IN MEDNARODNEM PROSTORU .....	34
<b>II. SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE INTERNACIONALIZACIJE IN TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ .....</b>	<b>43</b>
Strateški cilji.....	43
Analiza stanja.....	43
Področja delovanja .....	46
Izhodišča .....	47
II.1 SPODBUJANJE INTERNACIONALIZACIJE .....	48
II.2 SPODBUJANJE TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ .....	57

<b>III. SEKTOR ZA TURIZEM .....</b>	<b>63</b>
<b>Strateški cilji.....</b>	<b>63</b>
<b>Analiza stanja.....</b>	<b>63</b>
<b>Področja delovanja .....</b>	<b>66</b>
<b>Izhodišča .....</b>	<b>67</b>
<b>III.1 PROMOCIJA SLOVENIJE KOT TURISTIČNE DESTINACIJE - TRŽENJSKE AKTIVNOSTI na tujih trgih .....</b>	<b>70</b>
<b>III.2 ZAGOTAVLJANJE KONKURENČNEGA PODPORNEGA OKOLJA - TRŽENJSKA PLATFORMA.....</b>	<b>72</b>

## UVOD

Od začetka leta 2013 je slovenski gospodarski prostor bogatejši za novo institucijo, ki pomeni pomemben korak naprej pri doseganju večje učinkovitosti in konkurenčnosti slovenskega gospodarstva. Z začetkom leta je s svojim delom začela **Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, tehnološkega razvoja, investicij in turizma** ali krajše **SPIRIT Slovenija, javna agencija**. SPIRIT Slovenija tako pod eno krovno agencijo združuje najpomembnejša področja slovenskega gospodarstva: podjetništvo, inovativnost, tehnološki razvoj, investicije in turizem. Z združitvijo institucij Javne agencije RS za podjetništvo in tuje investicije, Slovenske turistične organizacije in Javne agencije za tehnološki razvoj RS je tako nastala agencija, ki za slovensko gospodarstvo pomeni zagotavljanje podpore na usklajen, pregleden in celovit način.

Naziv agencije SPIRIT Slovenija je kompleksen in morda ob prvem branju težko zapomljiv. Vendar prav ta naziv v svoji kompleksnosti izraža široko paleto storitev, ki jih agencija nudi slovenskim podjetjem. V 21-letni zgodovini naše države je slovenskemu gospodarstvu tako prvič na voljo institucija, ki pod eno streho združuje ključna področja za rast, razvoj in promocijo slovenskih podjetij na najpomembnejših ciljnih trgih.

Iz poslanstva agencije SPIRIT Slovenija izhaja uresničevanje strateških ciljev in usmeritev razvojnih programov Slovenije kot inovativne, tehnološko razvite, izvozno naravnane, turistične in tujim investitorjem privlačne destinacije. S tem agencija SPIRIT prispeva tudi k strateškim ciljem države in uporabnikov storitev agencije. Ključna točka razlikovanja pri zagotavljanju podpore podjetjem s strani novoustanovljene agencije glede na dosedanjo podporo v okviru treh institucij je prav v izvajanju aktivnosti podpore na eni točki, kar prinaša številne sinergijske učinke.

Naše aktivnosti bodo sledile željam in pričakovanjem slovenskih podjetij, saj se zavedamo, da se bomo v vse bolj zaostrenih globalnih konkurenčnih razmerah ob bok najuspešnejšim državam uvrstili le z usklajenim, predvsem pa partnerskim nastopom. Zaostrene gospodarske razmere od slovenskega gospodarstva namreč zahtevajo še več napora za doseganje zelenih rezultatov, zato bomo v agenciji slovenskim podjetjem nudili celovito podporo pri predstavitvi ter prodaji izdelkov in storitev na izbranih trgih.

Javna agencija SPIRIT Slovenije kot ključna agencija za dvig konkurenčnosti gospodarstva bo delovala kot pomembna agencija na področju analiziranja in izboljšanja konkurenčnega položaja Slovenije, cilj aktivnosti je izboljšanje uvrstitve Slovenije na mednarodnih lestvicah

konkurenčnosti (IMD, WEF, Svetovna banka, Indeks ekonomske svobode, Indeks državnih znamk, Indeks globalne varnosti in drugi indeksi).

Podrobnejši merljivi cilji in učinki so del vsakega posameznega ukrepa in dejavnosti agencije SPIRIT in so opredeljeni v nadaljevanju tega programa, usmerjeni pa so v gospodarsko rast in zaposlovanje.

Sinergijsko prekrivanje aktivnosti posameznih sektorjev in hkrati optimizacija delovanja posameznih področij ter vzpostavljanje sodelovanja z različnimi ciljnimi skupinami

(podjetniki in raziskovalnimi institucijami, investitorji, izvozniki, mreža zunanjih predstavništev in turisti) se bo odražalo na več področjih.

Na področju finančnih spodbud podjetjem bo agencija SPIRIT Slovenija dodeljevala finančne spodbude podjetjem preko javnih razpisov in naročil za (so)financiranje razvojnih projektov podjetij in drugih nosilcev razvoja na primer v obliki neposrednih finančnih spodbud in ukrepov za posebne ciljne skupine (na primer mladim, tujim investitorjem ...).

Sinergije bomo dosegali tudi na področju razvoja in implementacije nacionalne znamke **I FEEL SLOVENIA** in z uporabo le te pri posameznih aktivnostih vseh treh stebrov agencije. Znamka države je najmočnejše tržno orodje sodobnih držav po posameznih področjih (področje gospodarstva, tehnološkega razvoja, znanosti, turizma, športa, kulture ...), zato bo SPIRIT Slovenija delovala v smeri razvoja in implementacije državne znamke na vseh področjih s konsistentno in dosledno uporabo v različnih aktivnosti in orodjih. S tem pa bomo dosegli učinkovitejšo in bolj enotno predstavitev Slovenije in slovenskega gospodarstva v tujini v zeleni smeri izgradnje prepoznavnosti Slovenije na tujih trgih in slovenskih podjetij ter drugih organizacij, kot globalno konkurenčnih, kakovostnih in zanesljivih razvojnih partnerjev.

Agencija bo razvijala in izvajala vrsto podpornih storitev za podjetja: tržne raziskave na tujih trgih, raziskave s ciljem podpore pri oblikovanju politik, analize o ključnih podjetjih in centrih, ki predstavljajo jedra znanja slovenske industrije in kritično maso slovenskega gospodarstva ter raziskovalnih institucij z visoko dodano vrednostjo v svetovnem merilu, vse z namenom povečanja gospodarskega učinka za Slovenijo, spletne portale, ...

Na področju spodbujanja internacionalizacije in tujih neposrednih investicij bo agencija izvajala vrsto komplementarnih aktivnosti za podjetja v vseh fazah mednarodnega poslovanja, s katerimi bo slovenskim podjetjem omogočila učinkovito širjenje poslovanja v tujino. Pri privabljanju tujih neposrednih investicij se bo osredotočala na aktivnosti, povezane z intenzivnim trženjem in promocijo Slovenije kot lokacije za TNI, predvsem v dejavnosti z višjo dodano vrednostjo. Poleg tega bo agencija stremela k organizacij vhodnih in izhodnih sektorskih in specializiranih delegacij, v okviru katerih se bodo prekrivala različna področja. Agencija tudi vzpostavlja sodelovanje s podobnimi institucijami v okviru sporazumov o sodelovanju, ki so podlaga za implementacijo in nadgrajevanje razvojnih partnerstev slovenskih in tujih podjetij.

Povezovalni element treh stebrov agencije je gospodarsko uspešni trajnostni razvoj. Prvič: jedro znamke Slovenije **I FEEL SLOVENIA** je »slovensko zelena«, ki priča o skrbi za ohranitev naravnega okolja. Drugo področje je tehnološki razvoj, ki skrbi za povečevanje konkurenčnosti Slovenije z uporabo lastnega znanja in omogočanje razvojnega sodelovanja v Sloveniji in izven nje. Vse te aktivnosti so namenjene povečanju gospodarsko uspešne uporabe razvitih izdelkov, postopkov in storitev, ki zajemajo tako tehnološke kot netehnološke inovacije. Okoljski vidik predstavlja enega pomembnejših vodil agencije SPIRIT v obliki načela »Naprej z naravo«. In tretjič: hkrati je trajnostni razvoj in spodbujanje zelenih investicij tudi glavna usmeritev evropske nove finančne perspektive – HORIZON 2020.

Na področju turizma bomo nadaljevali zgodbo razvoja in promocije trajnostnega oziroma zelenega turizma, saj temelji na ključni konkurenčni prednosti slovenskega turizma: zeleni, neokrnjeni naravi in naravnih danostih. Nadaljevali bomo z izvedbo prepleta

konsistentnega in celovitega prepleta promocije Slovenije in slovenskega turizma na ključnih trgih in pri tem v največji meri izkoristili možnosti sinergije z drugimi slovenskimi panogami. Naše tržno-promocijske aktivnosti bodo tudi v prihodnje osredotočene na promocijske in trženjske aktivnosti na ključnih in perspektivnih emitivnih trgih z nagovarjanjem ključnih ciljnih javnosti. Virtualno trženje bomo tudi v prihodnje postavili v sam vrh ključnih trženjskih aktivnosti. Nadaljevali bomo s pospeševanjem razvoja in trženja turističnih produktov, posebno skrb pa bomo pri tem posvetili inovativni turistični ponudbi.

Z izvajanjem aktivnosti za spodbujanje domačih in tujih investicij ter internacionalizacije pod okriljem ene agencije bomo dosegli učinkovitejšo porabo proračunskih sredstev, transparentnost in povezovanje do sedaj razpršenih aktivnosti s področja spodbujanja mednarodnega poslovanja. Isto velja za doseganje večje prepoznavnosti Slovenije ter promocije in trženja Slovenije kot turistične destinacije. Na področju turizma si bomo tudi nadalje prizadevali za pozitivni trend gibanja števila domačih in tujih gostov ter prenočitev, ki jih ustvarijo, še posebej pa za zagotavljanje nadaljevanja trenda rasti potrošnje domačih in tujih gostov. Turizem je že danes zelo uspešna gospodarska panoga nacionalne ekonomije, ki ključno prispeva k družbeni blaginji in ugledu naše države v svetu, v prihodnje pa pričakujemo, da se bo njena vloga na tem področju in delež, ki ga prispeva v BDP še povečala. Hkrati bomo na področju turizma spodbujali rast turističnih produktov z visoko dodano vrednostjo, še posebej pa turističnih produktov, ki jih odlikuje visoka stopnja kreativnosti in inovativnosti.

Leto 2013 bo za slovensko gospodarstvo prelomno leto na poti do večje konkurenčnosti. Vloga in pomen javne agencije SPIRIT Slovenija bo pri tem ključna, saj bomo s prizadevanji za intenzivno podporo slovenskim podjetjem pri razvoju, še posebej pa promociji, sledili željam in potrebam gospodarskih subjektov. Program dela javne agencije SPIRIT Slovenija za leto 2013 priča o številnih aktivnostih in projektih, ki jih bo agencija izvedla v naslednjih 12-ih mesecih s ciljem v kar največji meri izkoristiti potencial, ki ga ima slovensko gospodarstvo na ključnih in ostalih trgih.

## Vizija

Javna agencija bo učinkovita, na trajnostnem konceptu razvoja temelječa izvajalska inštitucija, ki bo na področju podjetništva, tehnološkega razvoja, inovativnosti, tujih neposrednih investicij, internacionalizacije in promocije slovenskega gospodarstva ter Slovenije kot turistične destinacije trajnostno zagotavljala rast in razvoj slovenskega gospodarstva.

## Poslanstvo

Poslanstvo agencije je biti aktiven del poslovnega okolja za razvoj, zagotavljanje konkurenčnosti in promocijo slovenskega gospodarstva in turizma. Javna agencija SPIRIT Slovenija si bo prizadevala postati institucija, ki v sodelovanju z Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo ter ostalimi deležniki slovenskim podjetjem nudi učinkovito in celovito podporo slovenskim podjetjem pri razvoju in promociji na globalnem konkurenčnem trgu. Svoje poslanstvo bomo uresničevali s povezovanjem znanja in kompetenc na vseh ključnih, medsebojno povezanih področjih, ki pogojujejo konkurenčnost gospodarstva, s ciljem povečevanja dodane vrednosti, ustvarjanje kakovostnih delovnih mest in dolgoročne konkurenčnosti.

Agencija bo uresničevala cilje strateških usmeritev in ciljnih področij razvojnih programov Vlade RS z učinkovitim izvajanjem ukrepov razvojne politike in stalnim spremljanjem ter vrednotenjem učinkov. Svoje storitve bomo izvajali po načelu vse na enem mestu, saj bodo pod eno streho združene ključne aktivnosti, ki jih potrebujejo podjetja v vseh stopnjah življenjskega cikla.

## SINERGIJSKI UČINKI MED STEBRI

	SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE PODJETNIŠTVA, INOVATIVNOSTI IN TEHNOLOŠKEGA RAZVOJA	SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE INTERNACIONALIZACIJE IN TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ	SEKTOR ZA TURIZEM
PODROČJA DELOVANJA			
<b>A. FINANČNE SPODBUDE PODJETJEM</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Izvajanje in zaključevanje javnih razpisov iz finančne perspektive 2007–2013.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Javni razpis za spodbujanje tujih neposrednih investicij.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Javni razpisi za črpanje evropskih sredstev.</li> </ul>
<b>B. PODPORNO OKOLJE</b>			
	<b>PODPORNO OKOLJE ZA PODJETNIŠTVO IN INOVATIVNOST</b>	<b>PODPORNO OKOLJE ZA TUJE INVESTITORJE IN IZVOZNIKE</b>	<b>ZAGOTAVLJANJE KONKURENČNEGA PODPORNEGA OKOLJA - TRŽENJSKA PLATFORMA</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informacijske, svetovalne in druge podporne storitve za potencialne podjetnike, inovatorje in podjetja (storitve VEM, portal ...);</li> <li>Mreža podjetniškega okolja (vstopne točke VEM);</li> <li>Mreža inovativnega okolja (tehnološki parki in inkubatorji);</li> <li>Pisarne za prenos tehnologij</li> <li>Analitično raziskovalne aktivnosti (ovire, ukrepi);</li> <li>Sodelovanje z drugimi podpornimi institucijami (mreža EEN, zbornice, JRO-ji ...);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informacijske in svetovalne storitve za tuje investitorje in izvoznike (povpraševanja);</li> <li>Spletni portali za tuje investitorje in izvoznike, gradiva in brošure (sektorske brošure, poslovne in investicijske priložnosti);</li> <li>Analitično-raziskovalne aktivnosti za TNI in INT (ovire, ukrepi);</li> <li>Tržne raziskave na tujih trgih;</li> <li>Sodelovanje z mednarodnimi, regionalnimi in lokalnimi partnerji;</li> <li>Izobraževanje za mednarodno poslovanje, poslovno svetovanje in</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Raziskave in razvoj (priprava strateških dokumentov na področju razvoja in trženja turizma, razvoj turističnih produktov, spodbujanje zelenega turizma, pridobivanje in analiziranje rednih tekočih statističnih podatkov, spremljanje sprememb v turističnem povpraševanju in ponudbi na osnovi primarnih in sekundarnih raziskav, merjenje učinkovitosti dogodkov, posredovanje informacij s področja razvoja in raziskav turističnemu gospodarstvu, izvedba letnega strokovnega srečanja »Dnevi</li> </ul>



	SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE PODJETNIŠTVA, INOVATIVNOSTI IN TEHNOLOŠKEGA RAZVOJA	SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE INTERNACIONALIZACIJE IN TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ	SEKTOR ZA TURIZEM
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analize in raziskave s ciljem oblikovanja politik za podporo gospodarstvu in spremljanje učinkov.</li> </ul>	<p>usposabljanje za internacionalizacijo;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mreža poslovnih klubov v tujini.</li> </ul>	<p>slovenskega turizma« in drugih delavnic, projekti s področja spodbujanja inovativnega turizma, kategorizacija, spodbujanje razvoja in trženja Slovenije kot kongresno-turistične destinacije ...);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Integralni turistični informacijski sistem (poenotenje nastopa na socialnih medijih, delovanje v smeri strateških usmeritev ter širjenje sodobnih načinov distribucije informacij in trženja slovenske turistične ponudbe, upravljanje in optimizacija spletnega nastopa ter spodbuditev obiska spletne strani, rezervacijski system ...);</li> <li>Promocijske brošure in artikli (princip zelenega delovanja);</li> <li>Sodelovanje z mednarodnimi turističnimi in nacionalnimi turističnimi organizaciji (ETC, UNWTO ...).</li> </ul>
<b>C. PROMOCIJA</b>			
	PROMOCIJA PODJETNIŠTVA IN INOVATIVNOSTI	PROMOCIJA SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA DOMA IN V TUJINI	PROMOCIJA SLOVENIJE KOT TURISTIČNE DESTINACIJE
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Izvajanje dogodkov z namenom promocije podjetništva in inovativnosti ter promocije podpornega okolja;</li> <li>Promocija lesenih izdelkov doma in</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sejmi (skupinski sejmski nastopi, individualni sejmski nastopi, Investicijsko-nepremičninski sejmi;</li> <li>Predstavitve slovenskega gospodarstva in promocijski dogodki</li> </ul>	<p>Promocija slovenskega turizma na ciljnih trgih:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sejmi, borze;</li> <li>Oglaševanje;</li> <li>Spletno trženje;</li> </ul>

	<b>SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE PODJETNIŠTVA, INOVATIVNOSTI IN TEHNOLOŠKEGA RAZVOJA</b>	<b>SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE INTERNACIONALIZACIJE IN TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ</b>	<b>SEKTOR ZA TURIZEM</b>
	<p>v tujini ter krepitve splošnega zavedanja o lesu;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spodbujanje industrijskega oblikovanja in krepitev blagovnih znamk z vzpostavitvijo Design centra;</li> <li>• Aktivnosti za spodbujanje ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti v osnovnih in srednjih šolah;</li> <li>• Promocijske podjetniške aktivnosti med posebnimi ciljnimi skupinami (ženske, družbeno odgovorna podjetja, socialno podjetništvo ...).</li> </ul>	<p>(Vhodne in izhodne gospodarske delegacije Poslovne, investicijske konference, srečanja in dogodki);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neposredno trženje (Lead generation marketing);</li> <li>• Promocija –oglaševanje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odnosi z javnostmi;</li> <li>• Pospeševanje prodaje (turistične delavnice, študijska potovanja za organizatorje potovanj in turistične agencije);</li> <li>• Partnersko sodelovanje s slovenskim turističnim gospodarstvom pri promociji na posameznih trgih;</li> <li>• Druge trženjsko-komunikacijske aktivnosti.</li> </ul>
<b>D. UPRAVLJANJE IN IMPLEMENTACIJA ZNAMKE SLOVENIJA</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uskladitev skupne vizualne podobe v skladu z znamko I feel Slovenia in skladno s tem upravljanje ter implementacija znamke v gospodarstvu;</li> <li>• Iskanje sinergij med turistično znamko in drugimi variacijami znamk (na različnih dogodkih);</li> <li>• Implementacija in razvoj znamke na področju gospodarstva (gospodarske delegacije, veleposlaništva, tuja predstavništva ...).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uskladitev skupne vizualne podobe nastopov doma in v tujini v skladu z znamko I feel Slovenia in skladno s tem upravljanje ter implementacija znamke v gospodarstvu;</li> <li>• Iskanje sinergij med turistično znamko in drugimi variacijami znamk (na različnih dogodkih);</li> <li>• Implementacija in razvoj znamke na področju gospodarstva (gospodarske delegacije, veleposlaništva, tuja predstavništva ...).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uskladitev skupne vizualne podobe nastopa doma in v tujini v skladu z znamko I feel Slovenia in skladno s tem upravljanje ter implementacija znamke v turizmu;</li> <li>• Iskanje sinergij med turistično in drugimi znamkami (na odmevnih športnih, kulturnih in drugih dogodkih);</li> <li>• Implementacija in razvoj znamke na področju gospodarstva (gospodarske delegacije, veleposlaništva, tuja predstavništva ...).</li> </ul>

	SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE PODJETNIŠTVA, INOVATIVNOSTI IN TEHNOLOŠKEGA RAZVOJA	SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE INTERNACIONALIZACIJE IN TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ	SEKTOR ZA TURIZEM
<b>E. SODELOVANJE V EU IN MEDNARODNEM PROSTORU</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evropski projekti (pridobivanje novih projektov, vodenje in izvajanje evropskih projektov na področju rasti in razvoja podjetij).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sodelovanje v okviru WAIPA in ETPO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Predstavništva in informativni uradi v tujini;</li> <li>Evropski projekti (pridobivanje novih projektov, vodenje in izvajanje evropskih projektov na področju promocije).</li> </ul>

# I. SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE PODJETNIŠTVA, INOVATIVNOSTI IN TEHNOLOŠKEGA RAZVOJA

## Strateški cilji

**Dolgoročne razvojne usmeritve** Sektorja za pospeševanje podjetništva, inovativnosti in tehnološkega razvoja so usmerjene v:

- Ustvarjanje zavesti o pomenu podjetništva za uresničevanje in razvoj ustvarjalnih potencialov državljanov;
- Pospeševanju izkoriščanja podjetniških in inovacijskih potencialov;
- Vzpostavljanju učinkovitega podpornega okolja za podjetništvo in podjetnike, podjetja in potencialne podjetnike v vseh fazah njihovega razvoja;
- Spodbujanju inovativnosti podjetij, izboljšanja pogojev za razvoj in prenos znanja v gospodarstvo;
- Spodbujanju podjetniških vlaganj v rast in razvoj, ki temelji na inovacijah;
- Pripravi enotnega sistema evalvacije obstoječih ukrepov in pregleda nad učinki vlaganj, ki bo služil za pripravo predlogov kontinuiranega izvajanja učinkovitih ukrepov, ter za podporo uspešnih, konkurenčnih nacionalnih projektov;
- Priprava strokovnih podlag za odgovorno črpanje strukturnih sredstev EU v finančni perspektivi 2014-2020, v skladu s prioriteta razvoja;
- Priprava podlag za spodbujanje večjih demonstracijskih projektov industrije - sklopi uporabniških rešitev, ki izpolnjujejo zaveze in obveze iz akcijskih načrtov in podnebnih ciljev Republike Slovenije.

## Analiza stanja

**V času finančne in gospodarske krize, ki je Slovenijo prizadela še bolj kot večino drugih držav članic Evropske unije, je za ohranjanje in povečevanje konkurenčnosti gospodarstva pomembno okrepiti zdravo jedro. Temeljni pogoj za povečanje vlaganj v tehnološki in gospodarski razvoj je izboljšanje poslovnega okolja.** Izboljšanje poslovnega okolja se nanaša na delovanje pravne države, administrativno okolje, trg dela in izobraževalni sistem, davčno okolje, okoljsko, energetska in prostorsko politiko, celovito podjetniško-inovacijsko podporno okolje, dostop do financiranja, okolje naklonjeno ustvarjalnosti, podjetništvu in inovativnosti, učinkovito upravljanje podjetij v državni lasti in družbeno odgovornost podjetij.

**Drugo pomembno področje je krepitev podjetništva in inovativnosti, ki je ključni vzvod za rast produktivnosti in zaposlenosti.** Vloga države na tem področju je, da preko horizontalnih ukrepov izboljšuje okvirne pogoje za podjetništvo in inovacije, kar pomeni predvsem spodbujanje povezovanja med javnim raziskovalnim in izobraževalnim sektorjem ter gospodarstvom, spodbujanje razvojnih dejavnosti in tehnoloških investicij v podjetjih, spodbujanje netehnoloških inovacij, spodbujanje zaposlovanja razvojnikov v podjetjih, spodbujanje mobilnosti visoko kvalificiranih kadrov v gospodarstvo ter

spodbujanje inovativnosti zaposlenih v podjetjih. Glede na to, da k doseganju ciljev višje dodane vrednosti na zaposlenega in hkrati k povečanju zaposlenosti največ prispevajo inovativna in rastoča podjetja, bo posebna pozornost namenjena spodbujanju le-teh.

Globalna uspešnost Slovenije se kaže skozi izvoz, ki sedaj predstavlja že tri četrtine bruto domačega proizvoda. Zato je pomembno, da podjetja delujejo globalno in so mednarodno uspešna. Rast izvoza se v zadnjih letih zmanjšuje, najboljše rezultate pa imajo podjetja, ki imajo visoko tehnološke izdelke in lastne blagovne znamke končnih produktov.

Naslednja tabela s podatki o strukturi izvoza kaže, da se nizkotehnološki izvoz zmanjšuje. Tam smo, kakor smo navedli zgoraj, predragi. Zaskrbljujoče je to, da se visokotehnološki ter tudi srednje visoko tehnološki izvoz ne povečujeta, kar pomeni, da vlaganja v raziskave in razvoj invencij niso dala inovacijskega učinka.

**Tabela 1:** Struktura izvoza

	Struktura izvoza, v %				
	2008	2009	2010	2011	2012 I-IV
Visoko tehnološko zahtevne (21, 26)	11,3	13,3	12,7	12,4	12,6
Srednje visoko tehnološko zahtevne (20, 27, 28, 29, 30)	44,4	44,9	44,0	42,2	42,4
Srednje nizko tehnološko zahtevne (19, 22, 23, 24, 25)	22,5	19,1	21,1	22,7	23,1
Nizko tehnološko zahtevne (10-18, 31, 32)	17,3	17,9	16,3	15,6	15,3
<b>C PREDELOVALNE DEJAVNOSTI</b>	<b>95,5</b>	<b>95,2</b>	<b>94,1</b>	<b>92,9</b>	<b>93,4</b>

Vir: UMAR, na podlagi podatkov SURS - SKD klasifikacija.

### Struktura gospodarstva glede na velikost podjetij

V Sloveniji je v letu 2011 delovalo nekaj več kot 130.000 poslovnih subjektov (od tega 57.798 gospodarskih družb in 73.072 samostojnih podjetnikov). Glede strukture gospodarskih družb po velikostnih razredih, veliko večino podjetij (99,8 %) predstavljajo mikro, mala in srednje velika podjetja – MSP (glej tabelo 1). Med njimi je le malo podjetniških zvezd, ki uspešno poslujejo doma in v tujini ter se dinamično razvijajo in rastejo. Hitro-rastoča, tehnološko napredna in inovativna MSP so potencial Slovenije za prihodnost.

Slovenska MSP presegajo povprečni prispevek evropskih MSP glede zaposlenosti in prispevka k dodani vrednosti gospodarstva. Prispevajo namreč 63 % k dodani vrednosti in 70,6 % k zaposlenosti v privatnem, nefinančnem sektorju. 33 % MSP je aktivnih v

visoko tehnoloških predelovalnih dejavnostih in v znanju intenzivnih storitvenih sektorjih, ki so ključni za prihodnjo konkurenčnost države<sup>1</sup>.

Velika podjetja, ki jih je nekaj manj kot 700, so prav tako izrednega pomena, saj predstavljajo motor slovenskega gospodarstva in omogočajo dostop do tujih trgov tudi manjšim podjetjem. Podjetja v tehnološko bolj zahtevnih panogah, se praviloma večinoma uvrščajo med srednje velika in velika podjetja. Večina mikro in malih družb (93 %) pa posluje v tehnološko manj zahtevnih panogah, ki ustvarijo le dobro polovico dodane vrednosti.

**Tabela 2:** Podjetja po velikosti (s.p. niso vključeni), 2011

Velikost	Družbe		Zaposleni	Prihodki*	Izvoz
	Število	v %	Delež, v %		
Mikro	53.966	93,4	28,4	17,2	9,6
Majhne	2.397	4,1	15,9	13	9,4
Srednje	740	1,3	16,4	15,4	14,2
Velike	695	1,2	39,2	54,4	66,8
<b>SKUPAJ</b>	<b>57.798</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* čisti prihodki od prodaje  
Vir: AJPES.

## Področja delovanja

Glede na zgoraj navedene podatke, bodo aktivnosti sektorja na področju spodbujanja podjetništva in inovativnosti osredotočene na:

- Promocijo in razvoj podjetniške kulture, ustvarjanje pozitivne klime za razvoj podjetništva ter podjetniško izobraževanje in usposabljanje;
- Koordinacijo aktivnosti, aktivno sodelovanje in spremljanje izvajanja nalog, ki jih v skladu z zakonom o podpornem okolju za podjetništvo izvajajo subjekti podjetniškega in inovativnega okolja na lokalni ravni ter priprava predlogov za koncept celovitega podpornega okolja za podjetništvo v Sloveniji;
- Analizo in pripravo predlogov ukrepov in aktivnosti za podporo razvoju podjetništva in konkurenčnosti in odpravljanje administrativnih ovir pri nastajanju in delovanju podjetij;
- Izvajanje ukrepov za krepitev razvoja človeških virov in vlaganj v znanje in razvoj za dvig produktivnosti in inovativnosti v podjetjih;
- Izboljšanje pogojev za razvoj in prenos znanja v podjetja;
- Spodbujanje inovativnosti in inovacij v podjetjih;
- Spodbujanje različnih oblik medsebojnega povezovanja podjetij in njihovega povezovanja z raziskovalnimi, izobraževalnimi in drugimi institucijami;

<sup>1</sup> [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-12-783\\_en.htm?locale=en](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-12-783_en.htm?locale=en)

- Vključevanje v programe Evropske unije, ki predstavljajo dodano vrednost in sinergijske učinke k obstoječim programom SPIRIT, in druge mednarodne povezave na področju pospeševanja podjetništva in inovativnosti z namenom izboljšanja podpornega okolja za podjetja in podjetništvo kot tudi prenosa znanja in dobrih praks.

V sektorju se bodo izvajali in zaključevali ukrepi v okviru Programa ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti 2007-2013, financirani iz sredstev kohezijske politike. Z izvajanjem ukrepov, namenjenim podpori podjetništvu in inovacijam ter preko priprav strokovnih podlag za oblikovanje Operativnih programov finančne perspektive 2014-2020 usmerjenih v razvoj perspektivnih tehnoloških in industrijskih področij, ki odgovarjajo na družbene izzive, bo sektor pripomogel k ustvarjanju pogojev za prestrukturiranje obstoječe industrije in podpornega okolja v skupnost znanja in inovativnosti za nova in kvalitetnejša delovna mesta ter večjo vpetost v mednarodne tokove poslovanja.

## Izhodišča

V Sektorju za pospeševanje podjetništva, inovativnosti in tehnološkega razvoja je ključna programska podlaga dopolnjen Program ukrepov Vlade RS za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007-2013, Resolucija o nacionalnih razvojnih projektih 2007-2023 ter Raziskovalna in inovacijska strategija Slovenije 2011-2020. Programsko razvojne usmeritve sektorja so tako usklajene s Strategijo razvoja Slovenije, Programom reform za izvajanje Lizbonske strategije v Sloveniji, Predlogom konceptov ekonomskih in socialnih reform za povečanje konkurenčnosti slovenskega gospodarstva.

Pravne podlage za določitev obsega in vsebine ter načina izvedbe nalog, ki jih izvaja SPIRIT Slovenija so naslednje:

- Zakon o podpornem okolju za podjetništvo (ZPOP-1, Uradni list RS, št. 102/07 in 57/2012) določa javno agencijo kot izvajalca nalog in programov podjetniškega in inovativnega okolja ter eksplicitno tudi določa katere naloge in programe za oblikovanje in razvoj podjetniškega in inovativnega okolja na nacionalni ravni izvaja javna agencija;
- Dopolnjenega programa ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007-2013 (sklep Vlade RS št. 31001-1/2009/9 z dne 15.10.2009);
- Zakon o razvojno raziskovalni dejavnosti (ZRRD, Uradni list RS št. 22/2006, 61/2006, 112/2007, 9/2011 in 57/2012-ZPOP-1A);
- Uredba Sveta (ES) št. 1083/2006 z dne 11. julija 2006 o splošnih določbah o Evropskem skladu za regionalni razvoj, Evropskem socialnem skladu in Kohezijskem skladu in razveljavitvi Uredbe (ES) št. 1260/1999 (UL L, št. 210 z dne 31.06.2006, str. 25, v nadaljnjem besedilu: Uredba 1083/2006/ES);

- Uredba (ES) št. 1081/2006 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 5. julija 2006 o Evropskem socialnem skladu in razveljavitvi Uredbe (ES) št. 1784/1999 (UL L, št. 210 z dne 31.07.2006, str. 12, v nadaljnjem besedilu: Uredba 1081/2006/ES);
- Uredbe (ES) št. 1080/2006 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 5. julija 2006 o Evropskem skladu za regionalni razvoj in razveljavitvi Uredbe (ES) št. 1783/1999 (UL L, št. 210 z dne 31.07.2006, str. 1, v nadaljnjem besedilu: Uredba 1080/2006/ES);
- Uredba Komisije (ES) št. 1828/2006 z dne 8. decembra 2006 o pravilih za izvajanje Uredbe Sveta (ES) št. 1083/2006 o splošnih določbah o Evropskem skladu za regionalni razvoj, Evropskem socialnem skladu in Kohezijskem skladu ter Uredba (ES) št. 1080/2006 Evropskega parlamenta in Sveta o Evropskem skladu za regionalni razvoj (UL L, št. 371 z dne 27. 12. 2006, str. 1, z vsemi spremembami, v nadaljnjem besedilu: Uredba 1828/2006/ES);
- Uredbe Komisije (ES) št. 800/2008 z dne 6. avgusta 2008 o razglasitvi nekaterih vrst pomoči za združljive s skupnim trgom z uporabo členov 87 in 88 Pogodbe (Uredba o splošnih skupinskih izjemah) (Uradni list ES, št. 214 z dne 9.8.2008, Uredba 800/2008/ES);
- Uredba o izvajanju postopkov pri porabi sredstev evropske kohezijske politike v Republiki Sloveniji v programskem obdobju 2007 – 2013 (Uradni list RS, št. 17/2009, 40/2009, 3/10, 31/10).
- Mednarodnih sporazumov o sodelovanju med javno agencijo in japonsko tehnološko agencijo NEDO, madžarskim Nacionalnim uradom za inovacije in finsko tehnološko agencijo TEKES;
- Priporočila in usmeritve Akta za mala podjetja, Akcijskega načrta za podjetništvo 2020 in Okvirnega programa za konkurenčnost in inovativnost (CIP).

Javna agencija pri svojem delu v okviru sektorja upošteva tudi priporočila deležnikov na nacionalni ravni (GZS, OZS idr.) in z njimi sodeluje pri pripravi ukrepov za spodbujanje slovenskega gospodarstva.



## **I.1 RAZVOJ PODPORNEGA OKOLJA ZA PODJETNIŠTVO IN INOVATIVNOST**

Javna agencija bo prevzela vlogo koordinatorja podpornega okolja za podjetništvo in inovativnost ter v letu 2013 spodbudila in promovirala njihovo delovanje in izmenjavo dobrih praks z namenom izboljšanja njihovega skupnega delovanja, specializacije njihovih storitev ter dviga kompetenc zaposlenih v podpornih institucijah z merljivimi učinki v podjetjih. Prav tako bo javna agencija pripravila koncept enotne promocije podpornih institucij ter njihovih storitev kot ene od aktivnosti znotraj strateškega cilja, da javna agencija prevzame vlogo osrednje nacionalne kontaktne točke za informacije in osnovno svetovanje podjetjem – domačim in tujim, z interesom delovanja v Sloveniji.

V okviru sektorja bomo v letu 2013 pripravili predlog usklajenih in usmerjenih ukrepov za razvoj celovitega podpornega okolja v Sloveniji (INO, TTO, SIO, VEM, EEN) v enoten, celovit koncept, ki bo zagotavljal večjo prepoznavnost subjektov podpornega okolja in usmerjenost, specializacijo in kvaliteto storitev, ki jih te institucije zagotavljajo podjetjem in sinergije med njimi.

### **1. IZVAJANJE PODPORNIH STORITEV ZA PODJETJA**

#### **Opis programa:**

Javna agencija izvaja koordinacijo mreže vstopnih točk VEM, ki opravljajo naloge na podlagi Zakona o podpornem okolju za podjetništvo (Uradni list RS, št. 102/2007 in 57/2012), razvoja in izboljševanje podpornih storitev vstopnih točk VEM.

Javna agencija bo preko podpornih storitev vstopnih točk VEM zagotovila kakovostne, brezplačne in na lokalnem nivoju dostopne celovite podporne storitve za spodbujanje podjetništva, ki bodo zajemale celostno obravnavo potencialnih podjetnikov (spremljanje aktivnosti potencialnega podjetnika od razvoja podjetniške ideje do morebitne registracije podjetja), izvajanje postopkov registracije ter postopkov statusnih sprememb ali izbrisa podjetij, osnovnega svetovanja, povezanega z zagonom, rastjo in razvojem podjetja, informiranje ter izvajanje informativno-promocijskih in tematskih delavnic.

V sklopu izbranih vstopnih točk VEM bo zagotovljeno izvajanje celovitih podpornih storitev na celotnem območju Slovenije. Javna agencija bo v letu 2013 prevzela koordinativno vlogo delovanja mreže vstopnih točk VEM, ter v okviru usposabljanja mreže aktivnosti usmerila v dvig kakovosti njihovih storitev ter iskanju sinergij s sorodnimi podpornimi institucijami. V ta namen bomo spodbudili izmenjavo znanj in izkušenj med sorodnimi institucijami podpornega okolja, poiskali dobre prakse sodelovanja, ki v nekaterih lokalnih okoljih že obstajajo ter jih poskusili prenesti v druga lokalna okolja.

**Cilji programa:**

- zagotoviti kakovostne in dostopne brezplačne podporne storitve na lokalnem nivoju,
- spodbuditi sodelovanje med sorodnimi podpornimi institucijami ter izmenjavo dobrih praks,
- nadgraditi podporne storitve vstopnih točk VEM,
- povečati zadovoljstvo uporabnikov s podpornimi storitvami.

**Pričakovani rezultati na letni ravni na posamezno vstopno točko VEM:**

- vsaj 60 % potencialnih podjetnikov, ki bodo deležni celostne obravnave in bodo imeli primerno poslovno idejo, bo ustanovilo podjetje,
- uspešno zaključenih vsaj 100 postopkov e-VEM,
- izvedenih vsaj 150 osnovnih svetovanj,
- vsaj 15 delavnic za podjetnike in potencialne podjetnike.

**Ciljne skupine:**

Mladi, študentje, ostale podporne institucije, potencialni podjetniki, podjetja, samostojni podjetniki in drugi zainteresirani.

**Predvidena sredstva:**

PP	2013	2014
<b>172410</b>	700.000,00	700.000,00

**2. PODPORA IZVAJANJU NALOG SUBJEKTOV INOVATIVNEGA OKOLJA****Opis programa:**

Naloge in aktivnosti subjektov inovativnega okolja (tehnološki parki, podjetniški inkubatorji in univerzitetni (visokošolski) inkubatorji s pisarnami za prenos tehnologij) so prepoznane kot nujno potrebne za ustvarjanje učinkovitega podpornega okolja za nastajanje novih inovativnih podjetij. Subjekti inovativnega okolja so koncentrirana infrastrukturna in strokovna središča katerih najpomembnejše naloge so promocija ustvarjanja znanja ter poslovnih zamisli in komercializacije le-teh.

Javna agencija bo izvajala obveznosti v skladu s Pravilnikom o vodenju evidence subjektov inovativnega okolja. Sodelovala bo z Združenjem tehnoloških parkov in inkubatorjev, prevzela povezovalno vlogo z drugimi sorodnimi podpornimi institucijami z namenom izmenjave izkušenj in dobrih praks, ter pripravila predloge novih ukrepov za spodbujanje in promocijo uspešnih slovenskih start-upov.

Javna agencija bo v okviru točke 2 tega programa financirala izvajanje nalog univerzitetnih inkubatorjev za podporo inovativno naravnanim podjetniškim zamislim, vse do realizacije le-teh, kakor tudi že obstoječim inovativnim podjetjem.

Podpora podjetniškim inkubatorjem in tehnološkimi parkom, v kolikor bodo izpolnjevali pogoje iz javnega razpisa, bo omogočena v okviru točke 3 tega programa.

S tem bomo spodbudili nastanek novih inovativnih podjetij in povečali stopnjo preživetja novonastalih podjetij.

Javna agencija bo pri izvajanju programa sodelovala s Slovenskim podjetniškim skladom v sklopu ukrepa P2, ki je namenjen financiranju novonastalih inovativnih podjetij.

#### Cilji programa:

- Zagotoviti kakovostne storitve subjektov inovativnega okolja potencialnim podjetnikom in mladim inovativnim podjetjem;
- Spodbuditi nastajanje novih inovativnih podjetij v subjektih inovativnega okolja ter s tem nastajanje novih delovnih mest;
- Spodbuditi sodelovanje med sorodnimi podpornimi institucijami ter izmenjavo dobrih praks;
- Identificirati konkretne potrebe mladih start-up podjetij ter oblikovati predlagati nove ukrepe oziroma nadgradnjo obstoječih.

#### Pričakovani rezultati na letni ravni skupno za vse univerzitetne inkubatorje:

- Identifikacija vsaj 30 novih podjetniških idej in zamisli;
- Inkubacija vsaj 10 novih inovativnih podjetij;
- Vsaj 15 novo ustvarjenih bruto delovnih mest.

#### Ciljne skupine:

- Študenti;
- Potencialni podjetniki: nosilci inovativne poslovne zamisli (potencialni inkubiranci);
- Delujoča inovativna podjetja z visoko vsebnostjo znanja v storitvah ali proizvodih.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>172410</b>	173.750,00	222.500,00

### 3. PODPORA NACIONALNEMU SISTEMU INOVACIJ

#### Opis programa:

Javna agencija bo na podlagi javnega razpisa financirala predlagatelje za dejavnosti na področju tehnološkega razvoja in inovacij (TRI), z namenom povečanja gospodarsko uspešne inovacijske dejavnosti v zasebnem sektorju, ki je temeljna za rast in razvoj celotne družbe na osnovi tehnološko zahtevnejših izdelkov z višjo dodano vrednostjo. Cilj javnega razpisa je podpreti delovanje predlagateljev samih oziroma konzorcijev, ki jih zastopajo in s tem prispevati k dvigu inovacijskih dejavnosti na različnih področjih zasebnega sektorja.

#### Cilji programa:

Podpreti inovacijska vozlišča, ki nudijo različne oblike pomoči s področja tehnološko razvojno inovacijskih dejavnosti. Program spodbuja rast in razvoj novih inovativnih podjetij in produktov ter vpliva na povečanje dodane vrednosti.

#### Pričakovani rezultati:

- Vsaj 50 novih inovativnih podjetij;
- Vsaj 50 novih izdelkov, postopkov, storitev;
- Vsaj 50 vloženih patentov/modelov.

#### Ciljne skupine:

- Podjetja, inovatorji posamezniki, podporne institucije (skladno s točko 2 tega programa sta zajeti tudi ciljni skupini tehnoloških parkov in podjetniških inkubatorjev).

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>568611</b>	1.000.000,00	1.000.000,00
<b>172410</b>	500.000,00	500.000,00

#### 4. PODPORA PRENOSU TEHNOLOGIJ V JAVNIH RAZISKOVALNIH ORGANIZACIJAH

##### Opis programa:

Javna agencija bo aktivnosti usmeril v krepitev inovacijskih sposobnosti podjetij ter povečanju učinkovitosti podpornega okolja za inovativnost. V okviru javnega razpisa bomo sofinancirali dejavnosti prenosa tehnologij v javnih raziskovalnih organizacijah, to so javni raziskovalni zavodi in visokošolski zavodi, katerih ustanoviteljica je Republika Slovenija (JRO). S tem želimo spodbuditi dejavnosti prenosa tehnologij, tehnološkega razvoja in inovativnosti v JRO z namenom prenosa znanja in tehnologij v gospodarsko uporabo.

##### Cilji programa:

**Spodbujanje dejavnosti prenosa tehnologij, tehnološkega razvoja in inovativnosti v javnih raziskovalnih organizacijah. Program spodbuja prenos tehnologij, licenciranje, ustanavljanje novih inovativnih podjetij.**

##### Pričakovani rezultati na letni ravni za vse javne raziskovalne organizacije:

- Vsaj 20 podeljenih oziroma vloženih patentov;
- Vsaj 20 novih »spin out« in »spin off« podjetij.

##### Ciljne skupine:

Javne raziskovalne organizacije.

##### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>568611</b>	450.000,00	550.000,00

## I.2 PROGRAM CELOVITE PROMOCIJE PODJETNIŠTVA IN INOVATIVNOSTI TER IZOBRAŽEVANJA ZA PODJETNIŠTVO

Z izvajanjem programa celovite promocije podjetništva in inovativnosti ter izobraževanja za podjetništvo bomo pripomogli k ustvarjanju okolja za podjetnike, v katerem bo podjetništvo nagrajeno in pozitivno sprejeto. Aktivnosti za promocijo podjetništva bodo usmerjene v povečevanje zavesti o pomenu podjetnosti, ustvarjalnosti in inovativnosti, spodbujanje podjetniške kulture in inovativnosti, ki vplivata na ustvarjanje nove in višje dodane vrednosti v Sloveniji, krepitev zaupanja mladih in potencialnih podjetnikov v lastne sposobnosti in znanje, promocijo celovitega podpornega okolja za podjetništvo in inovativnost. Učinki promocije bodo vidni na dolgi rok in se bodo dolgoročno odražali v povečanem številu novih delovnih mest ter rasti in razvoju podjetij (rasti dodane vrednosti na zaposlenega).

V okviru tega programa bomo pripravili strategijo promocije podjetništva in inovativnosti, kot dela celovite promocije s strani SPIRIT. V okviru tega se bodo izvajale aktivnosti za promocijo podjetništva in razvoj podjetniške in inovativne kulture, aktivnosti izobraževanja za podjetništvo ter aktivnosti za spodbujanje posebnih ciljnih skupin.

### 1. PROMOCIJA PODJETNIŠTVA IN INOVATIVNOSTI

#### Opis programa:

V okviru programa bomo izvajali naslednje sklope aktivnosti:

- Razvoj in nadgradnja že obstoječih tematskih spletnih portalov s področja podjetništva in inovativnosti v skupno podporno storitev informiranja v skladu s skupnim ciljem agencije, da postane nacionalna vstopna točka za informacije podjetjem;
- Izvedba in podpora ključnih promocijskih aktivnosti in dogodkov z namenom razvoja podjetniške in inovativne kulture ter promocije podpornega okolja (Slovenski forum inovacij, Gazela, Podjetnik leta, Evropski teden podjetništva ...) Poseben poudarek bomo v okviru promocije namenili pomembnim temam kot so: družbeno odgovorno podjetništvo, promocija ponovnega zagona podjetij;
- Podpora izvajanju akcijskega načrta za povečanje konkurenčnosti gozdno-lesne verige v Sloveniji do leta 2020 »les je lep« v delu, ki se nanaša na področje promocije lesenih izdelkov doma in v tujini ter krepitev splošnega zavedanja o lesu;
- Spodbujanje industrijskega oblikovanja in krepitev blagovnih znamk z vzpostavitvijo design centra, ki bi kot del agencije izvajal pretežno promocijske aktivnosti z namenom osveščanja javnosti o pomenu ustvarjalnih industrij in njihovem vplivu na dvig dodane vrednosti izdelkov in storitev;

- Proučitev drugih področij/panog skladno s Slovensko industrijsko politiko in priprava predlogov za izvedbo ukrepov promocije posameznih področij.

Vsi navedeni sklopi aktivnosti bodo podrobneje opredeljeni z dvoletnim Akcijskim načrtom za promocijo podjetništva in inovativnosti.

### Cilji programa:

- Dvig kazalcev v okviru raziskav GEM za posamezna leta in sicer glede pogostosti pojavljanja zgodb o uspešnih podjetnikih in ocene, da je podjetništvo primerna izbira kariere: ustvarjanje zavesti o pomenu podjetništva za razvoj in uresničenje ustvarjalnih potencialov državljanov, pospeševanje izkoriščanja podjetniških in inovacijskih potencialov, promocija podpornega okolja za podjetnike, podjetja in potencialne podjetnike z namenom večje prepoznavnosti le-tega in povečanja koriščenja njihovih storitev s strani vseh zainteresiranih ciljnih skupin;
- Krepitev splošnega zavedanja o pomenu lesa z vidika njegove uporabne vrednosti in spodbujanja konkurenčnosti lesno predelovalne verige;
- Krepitev zavedanja o pomenu ustvarjalnih industrij ter njihovem vplivu na dvig dodane vrednosti.

### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- V promocijske aktivnosti vključiti skupaj vsaj 10.000 uporabnikov.

### Ciljne skupine:

Vsi prebivalci Slovenije, potencialni podjetniki in že obstoječi podjetniki in mladi.

### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>172410</b>	600.000,00	600.000,00

## 2. SPODBUJANJE USTVARJALNOSTI, PODJETNOSTI IN INOVATIVNOSTI MED MLADIMI

### Opis programa:

Aktivnosti se bodo izvajale z namenom, da bi tako mladi kot učitelji in profesorji (sedanji in bodoči) na vseh ravneh vzgojno-izobraževalnega sistema pridobivali kompetence s področja ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti, ki so ključne za ustvarjalne in podjetne posameznike. V okviru podprograma bomo na podlagi učinkov obstoječega programa ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti med mladimi nadgradili aktivnosti, v okviru katerih smo že v preteklih letih uspešno izvajali usposabljanja za mentorje/učitelje ter delavnice za učence/dijake.

### Cilji programa:

- Spodbujanje razvoja osebnostnih lastnosti, ki so pomembne za podjetništvo: ustvarjalnost, samoiniciativnost, sprejemanje tveganja in odgovornosti, samozavest ...;
- Oblikovanje osnovnih znanj in stikov s poslovnim svetom in s tem razumevanje vloge ustvarjalnosti, podjetnosti in podjetništva za družbo;
- Razvijanje zavesti o podjetništvu kot družbeni kategoriji, tudi zato, da se posamezniki odločajo za uresničevanje svojih idej in udejanjanja lastnih podjetij;
- Delovanja na vse deležnike in celotno družbo, kar pomeni vključevanje tako mladostnikov, staršev, učiteljev, podjetij in lokalne skupnosti ter pomeni tudi celovito regionalno pokritost.

### Pričakovani rezultati:

- V krožke za spodbujanje ustvarjalnosti, podjetnosti in inovativnosti vključenih vsaj 100 otrok;
- V programe usposabljanja vključenih vsaj 50 učiteljev.

### Ciljne skupine:

Osnovnošolci in srednješolci, učitelji.

### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>172410</b>	150.000,00	150.000,00



### 3. SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA IN INOVATIVNOSTI MED POSEBNIMI CILJNIMI SKUPINAMI

#### Opis programa:

Pripravili in izvedli bomo večletni akcijski načrt za izvajanje ukrepov za ženske podjetnice, družbeno odgovorna podjetja ter socialno podjetništvo ter v povezavi z ostalimi resorji pripravili predloge nadaljnjih ukrepov in spodbud za navedene ciljne skupine, znotraj katerih bo jasno definirana tudi vloga agencije.

#### Cilji programa:

- Pripraviti in izvesti celovit akcijski načrt za izvajanje ukrepov za posebne ciljne skupine;
- Spodbuditi neizkoriščen podjetniški in inovativni potencial med posebnimi ciljnimi skupinami.

#### Pričakovani rezultati:

- V promocijske aktivnosti vključenih vsaj 100 udeležencev;
- Pripravljeni predlogi ukrepov in spodbud za navedene ciljne skupine.

#### Ciljne skupine:

Ženske podjetnice, družbeno odgovorna podjetja, socialna podjetja ...

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>172410</b>	40.000,00	40.000,00

## I.3 NEPOSREDNE FINANČNE SPODBUDE

### 1 PRIPRAVA PREDLOGOV NOVIH UKREPOV OZIROMA NADGRADNJA OBSTOJEČIH INSTRUMENTOV V NOVI FINANČNI PERSPEKTIVI 2014-2020 ZA RAZVOJ STIMULATIVNEGA POSLOVNEGA OKOLJA IN INOVATIVNOSTI

#### Opis programa:

Namen programa je povezovanje gospodarskih in raziskovalnih potencialov Slovenije za dvig tehnološke razvitosti in inovativnosti države, kar bo prispevalo k povečevanju konkurenčnosti gospodarstva, s tem pa k trajnostnemu razvoju in kvaliteti življenja za vse.

V okviru programa dela javne agencije bo sektor za pospeševanje podjetništva, inovativnosti in tehnološkega razvoja na podlagi monitoringa obstoječih instrumentov v 2013 pripravil strokovne podlage in predlog programa za Spodbujanje razvojnega potenciala visokotehnoloških podjetij, ki bo povečeval konkurenčnost malih in srednjih podjetij ter krepil povezave med raziskavami, tehnološkim razvojem in inovacijami.

Program Spodbujanje razvojnega potenciala visokotehnoloških podjetij in MSP, ki ga bo pripravila in izvajala agencija se predloži v potrditev kot instrument neposrednega potrjevanja operacij, ki ga izvaja agencija kot upravičenec v okviru prednostne usmeritve ESRR za obdobje 2014–2020.

#### Cilji programa:

Cilj programa temelji na nadgradnji dosedanjih instrumentov s področja podjetništva in konkurenčnosti in prispeva k večji transparentnosti in učinkovitosti sistema dodeljevanja razvojnih spodbud države z zmanjšanjem administrativnih ovir. Izvajanje programa bo vezano na obdobje nove finančne perspektive. Program bo prispeval k spodbujanju:

- rasti in zaposlovanja preko mehanizmov ki bodo povečevala konkurenčnost visokotehnoloških podjetij in MSP,
- krepitev raziskav, tehnološkega razvoja in inovacij, s ciljem spodbujanja razvoja končnih izdelkov,
- in financiranju investicij ter razvoja novih, inovativnih storitev in procesov,
- sodelovanja med podjetji in raziskovalno ter izobraževalno sfero in komercializacija raziskovalnih dosežkov.

#### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- Priprava predlogov ukrepov za novo finančno perspektivo;
- Pripravljen program Spodbujanje razvojnega potenciala visokotehnoloških podjetij in MSP;
- Pripravljen program uskladiti s vsemi akterji PT, OU in gospodarstvom ter ga dati v potrditev na Vlado RS.

**Način izvedbe:**

V okviru aktivnosti se bo na podlagi pridobljenih strokovnih podlag evalvacije že zaključenih operacij in programov ter njihovega monitoringa, oblikoval sistem spremljanja operacij ter pripravil predlog ukrepov za novo finančno perspektivo. Predlogi bodo temeljili na pridobljenih strokovnih podlagah ter evidentiranih potrebah slovenskega gospodarstva za dvig konkurenčnosti.

Izdelal se bo program Spodbujanje razvojnega potenciala visokotehnoloških podjetij in MSP. Program se bo javno predstavil ciljnim deležnikom. V programu bodo navedeni tako učinki, kot rezultati programa ter sistem izbora izvajalcev programa, spremljanja, vrednotenja in črpanja nepovratnih sredstev. Priprava programa bo vključevala tudi presojo kombinacije različnih finančnih virov in različnih načinov financiranja (tako nepovratna, kot povratna sredstva).

Končni izvajalci so visokotehnološka podjetja in MSP.

**Predvidena sredstva:**

PP	2013	2014
	0,00	0,00

**2. IZVAJANJE IN ZAKLJUČEVANJE JAVNIH RAZPISOV IZ FINANČNE PERSPEKTIVE 2007-2013****Opis programa:**

V okviru javnih razpisov iz finančne perspektive 2007-2013 bodo aktivnosti vezane na izvajanje javnih razpisov v letu 2013 osredotočene na finančno zaključevanje instrumentov kohezijske politike. Podlaga za zaključevanje so izdana Navodila Organa upravljanja za zaključevanje operativnih programov za doseganje cilja 1 pri izvajanju kohezijske politike v programskem obdobju 2007-2013 (v nadaljevanju Navodila).

Skladno z Navodili bomo izvedli:

- Enotno zaključevanje operacij;
- Minimalni nabor podatkov, ki morajo biti navedene v poročilu o zaključku operacije oziroma zagotovljeni v sistemu ISARR kot njegov sestavni del;
- Minimalni nabor podatkov, ki morajo biti navedeni v poročilu o izvajanju prednostne usmeritve oziroma zagotovljeni v sistemu ISARR kot njegov sestavni del;
- Minimalni nabor podatkov, ki morajo biti navedeni v končnem poročilu o izvajanju operativnega programa oziroma zagotovljeni v sistemu ISARR kot njegov sestavni del;
- Zagotavljanje revizijske sledi;
- Sistem zajema, hrambe in varovanja dokumentacije, ki nastaja pri udeležencih, vključenih v izvajanje kohezijske politike.

Javna agencija bo v letu 2013 zaključila naslednje javne razpise:

- Mladi raziskovalci za gospodarstvo,
- Sofinanciranje zaposlitev raziskovalcev ob prehodu v gospodarstvo,
- Spodbujanje mobilnosti visokokvalificiranega osebja,
- Raziskovalno razvojne dejavnosti interdisciplinarnih razvojnih skupin v podjetjih,
- Razvojno investicijski projekti RIP08 IN RIP09,
- Strateški raziskovalno-razvojni projekti v podjetjih (SRRP),
- Neposredne spodbude za raziskovalno razvojne dejavnosti v podjetjih- projekti 2008,
- Spodbujanje investicij v gospodarsko- razvojno- logističnih platformah.

Poleg zaključevanja operacij zgoraj navedenih javnih razpisov bo javna agencija v letu 2013 izvedla administrativno kontrolo zahtevkov za izplačilo na programih Mladi raziskovalci v gospodarstvu za financiranje 281 pogodb v skupni višini **13.661.969 EUR** ter operaciji RIP v skupni višini **2.457.373,00 EUR** subvencioniranih sredstev ter zaključila administrativno kontrolo in/ali izplačala sredstva še desetim upravičencem sofinanciranim iz naslova javnega razpisa za sofinanciranje zaposlitev raziskovalcev ob prehodu v gospodarstvo.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>694210</b>	11.612.673,65 (Mladi raziskovalci)	4.579.011,00 (Mladi raziskovalci)
<b>698310</b>	2.049.295,35 (Mladi raziskovalci)	808.061,00 (Mladi raziskovalci)
<b>689010</b>	2.088.767,05 (RIP)	0,00 (RIP)
<b>695810</b>	368.605,95 (RIP)	0,00 (RIP)
<b>688210</b>	145.180,00 (Prehod raziskovalcev v podjetja)	0,00 (Prehod raziskovalcev v podjetja)
<b>696610</b>	25.620,00 (Prehod raziskovalcev v podjetja)	0,00 (Prehod raziskovalcev v podjetja)

### 3. ZAKLJUČEVANJE AKTIVNOSTI V OKVIRU PROGRAMA VAVČERSKE PODPORE RASTI IN RAZVOJU PODJETIJ

#### Opis programa:

V okviru Programa vavčerske podpore rasti in razvoju podjetij bodo opravljene zaključne aktivnosti javnega razpisa Mentorski vavčer 2011 in Procesni vavčer 2011/2012, vezane na zaključevanje pogodb s prejemniki sredstev. Skladno s pogodbenimi obveznostmi bomo izvedli ugotavljanje realizacije pogodbenih obveznosti oz. zastavljenih ciljev projekta na podlagi pregleda bilančnih podatkov prejemnikov sredstev ter njihovih zaključnih poročil. Dodatno bomo pripravili tudi analizo javnih razpisov v okviru Programa vavčerske podpore rasti in razvoju podjetij v obdobju 2010–2011 kot podlago za pripravo predlogov in izvedbo nadaljnjih ukrepov v podporo rasti in razvoju podjetij.

#### Cilji programa:

- Ugotoviti realizacijo zastavljenih ciljev v okviru programov mentorstva pri upravičencih (Mentorski vavčer);
- Ugotoviti načrtovane prihrankov v okviru izboljšav poslovnih procesov pri upravičencih (Procesni vavčer);
- Ugotoviti realizacijo ciljev v okviru programa Inovacijski vavčer;

#### Pričakovani rezultati:

- Kontrola realizacije projektnih ciljev pri vseh prejemnikih sredstev;
- Pripravljena analiza razpisov v okviru programa vavčerske podpore rasti in razvoju podjetij v 2010-2011 kot podlaga za pripravo predlogov nadaljnjih ukrepov v podporo rasti in razvoju podjetij.

#### Ciljne skupine:

Mikro, mala in srednja podjetja.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
	0,00	0,00

#### 4. OPRAVLJANJE PRVOSTOPENJSKIH KONTROL PROGRAMOV EVROPSKEGA TERITORIALNEGA SODELOVANJA (ETS) IN INSTRUMENTA PREDPRISTOPNE POMOČI (IPA)

Agencija izvaja prvostopenjske kontrole projektov programov ETS in IPA, kar predstavlja:

- Izvajanje administrativnih kontrol po 13. členu uredbe (es) 1828/2006, z dne 8. Decembra 2006, o pravilih za izvajanje uredbe sveta (es) št. 1083/2006 o splošnih določbah o evropskem skladu za regionalni razvoj, evropskem socialnem skladu in kohezijskem skladu ter uredbe (es) št. 1080/2006 evropskega parlamenta in sveta o evropskem skladu za regionalni razvoj in
- Kontrole po uredbi komisije (es) št. 718/2007 z dne 12. Junija 2007 o izvajanju uredbe sveta (es) št. 1085/2006 o vzpostavitvi instrumenta za predpristopno pomoč in njenih dopolnitvah v uredbi komisije (es) št. 80/2010 z dne 28. Januarja 2010 ter po uredbi komisije (es) št. 1292/2011 z dne 9. Decembra 2011 – izvedbena uredba.

##### Pričakovani rezultati:

Aktivnosti se v skladu s pogodbo izvajajo do 31.12.2013 z možnostjo podaljšanja, prav tako je s pogodbo določen obseg opravljenih kontrol in število strokovno usposobljenih oseb z delovnimi izkušnjami na področju izvajanja programov in kontrol EU sredstev.

##### Ciljne skupine:

Mikro, mala in srednja podjetja, podporne institucije ter druge organizacije.

##### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
	0,00	0,00

#### 4.1 OPRAVLJANJE PRVOSTOPENJSKIH KONTROL V SKLOPU PROGRAMOV TP ZA IZVAJANJE PROJEKTOV MR TER SRRP

V pomoč izvajanju ukrepov za podporo tehnološkim razvojnim projektom podjetij, financiranih iz sredstev Evropske kohezijske politike 2007-2013, prek javnih razpisov za strateške raziskovalno razvojne projekte podjetij ter za zaposlovanje mladih raziskovalcev za gospodarstvo so agenciji zagotovljena dodatna sredstva za pokrivanje stroškov dela in materialnih stroškov v okviru programov tehnične pomoči pri izvajanju Evropske kohezijske politike v Sloveniji. Agencija na podlagi pogodbe o financiranju projekta št. 3211-08-000097 izvaja projekt TP OP RČV (sklep OU št. TP OP RČV TIA/8; št dokumenta 3083-48/2007/50 z dne 21.6.2012) in na podlagi pogodbe št. 3211-08-000098 projekt TP OP RR (sklep OU št. TP OP RR TIA/9; št dokumenta 3083-48/2007/51 z dne 21.6.2012).

##### Pričakovani rezultati:

Aktivnosti izvajanja kontrol in zaključevanja projektov se v skladu s pogodbo izvajajo do avgusta 2015.

##### Ciljne skupine:

Podjetja.

##### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>694010</b>	51.597,85 (OP RR)	55.182,23 (OP RR)
<b>696410</b>	9.105,51 (OP RR)	9.738,05 (OP RR)
<b>760710</b>	216.417,03 (OP RČV)	213.906,51 (OP RČV)
<b>760910</b>	38.191,24 (OP RČV)	37.748,22 (OP RČV)

Za leto 2013 je glede na trenutno veljavno verzijo projektov tehnične pomoči predvidenih 315.311,63 EUR prihodkov (izvajanje ukrepov, sofinanciranih iz sredstev strukturnih skladov za obdobje 2007-2013). Za leto 2014 pa 316.575,01 EUR.

## I.4 SPREMLJANJE IN VREDNOTENJE UKREPOV RAZVOJNE POLITIKE

### 1. ZAGOTAVLJANJE INFORMACIJ IN RAZISKAV S CILJEM OBLIKOVANJA POLITIK ZA PODORO GOSPODARSTVU IN SPREMLJANJE UČINKOV

#### Opis programa:

Aktivnosti zajemajo:

- Analiziranje konkurenčnosti Slovenije kot lokacije za podjetništvo (GEM in lastne raziskave);
- Pridobivanje informacij podjetij in podpornega okolja glede ovir za delovanje podjetij (sodelovanje s predstavniki podjetij (zbornice) in pridobivanje informacij o potrebah podjetij ter predlogi sprememb zakonodaje za odpravo ovir za podjetja ipd.);
- Izdelava analiz, potreb poslovnega okolja in podjetij z namenom evalvacije ukrepov ter priprave predlogov usmeritev za naprej ter
- Razvoj in predlog ukrepov za izboljšanje podpornega okolja za podjetništvo ter za podporo rasti in razvoju podjetij.

#### Cilji programa:

- Na osnovi izvedenih analiz pripraviti predloge za programe in ukrepe razvoja podjetništva in inovativnosti.

#### Pričakovani rezultati:

- Izdelani vsaj dve analizi, izvedeni s strani SPIRIT;
- Izdelan predlog usmeritev za izboljšanje podjetniškega in inovativnega okolja ter za podporo rasti in razvoju podjetij.

#### Ciljne skupine:

Podjetja, podporne institucije, razvojno-raziskovalne institucije, druga zainteresirana javnost.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>222410</b>	50.000,00	50.000,00



## 2. PRIPRAVA STROKOVNIH PODLAG ZA IZDELAVO MEDNARODNO PRIMERLJIVEGA EVALVACIJSKEGA SISTEMA OBSTOJEČIH INSTRUMENTOV IN PROGRAMOV ZA PODJETNIŠTVO IN INOVATIVNOST

### Opis programa:

S programom želimo evalvirati obstoječe instrumente in programe za podjetništvo in inovativnost. Evalvacije so namenjene spremljanju in vrednotenju učinkov obstoječih programov in ukrepov ter prepoznavanju iniciativ na tem področju. Sistematično spremljanje, prepoznavanje izzivov, možnosti in učinkov razvojne politike je kot prioriteto izpostavljeno v razvojnih dokumentih države in EU ter ustanovnem aktu agencije SPIRIT. Na podlagi preteklih izvedenih instrumentov in programov ter komuniciranja z zainteresirano javnostjo bo Sektor za pospeševanje podjetništva, inovativnosti in tehnološkega razvoja analiziral rezultate in oblikoval strokovne podlage za evalvacijo in pametno specializacijo, kot npr:

- Rezultate preteklih instrumentov podpora podjetništvu in tehnološkemu razvoju s ciljem identifikacije prednostnih področij, kompetenc v državi s ciljem identifikacije usmeritev prihodnjega razvoja in predlogov o izboljševanju obstoječih in sooblikovanju novih instrumentov;
- Dopolnjevanje obstoječe(ih) baz podatkov na nivoju agencije v povezavi z mednarodnimi z namenom ustvarjanja dolgoročne sledi oblikovanja gospodarskih/podjetniških trendov v državi, regiji in širše.

Rezultati analiz so lahko izhodišče in podpora NCP in EEN – v smislu optimizacije izvajanja storitev za podjetja te mreže na nacionalni ravni ter je podlaga za nove ukrepe.

### Cilji programa:

- Izvesti evalvacije;
- Izdelati strokovne podlage za pametno specializacijo (oblikovanje strokovnih podlag za usmerjanje pametne specializacije v področja (ožja področja), na katerih v državi lahko zagotavljamo kritično maso znanja in kompetenc za podporo rastočih industrijskih panog ter nastajajočih industrij ter tehnološko prenavo tradicionalnih panog);
- Podpora in sodelovanje z NCP (NCP za mala in srednja podjetja ter okolje) in mrežo EEN;
- S strokovnimi podlagami in predlogi sodelovati pri oblikovanju finančne perspektive 2014–2020.

### Način izvedbe:

Sektor bo na podlagi izvedenih instrumentov, s pomočjo gospodarstva ter drugih virov in podlag za gospodarski razvoj, pripravil dokumente, ki bodo vsebovali strokovne podlage za evalvacijo in pametno specializacijo ter bodo v pomoč NCP mreži in EEN. Agencija si bo prizadevala pri ministrstvu pridobiti podporo za vlogo nosilnega partnerja nacionalnega konzorcija, v katero se bo aktivno vključeval.

**Pričakovani rezultati na letni ravni:**

- Vključiti rezultate evalvacije v oblikovanje novih ukrepov/monitoring izvajanja obstoječih ter njihova optimizacij;
- Pomoč NCP mreži in EEN - prenos aktivnosti dveh NCP za MSP in okolje na agencijo;
- Strokovne podlage za evalvacijo;
- Strokovne podlage za pametno specializacijo ter druge strateške in operativne dokumente v okviru priprav na finančno perspektivo 2014–2020;
- Predstavitev rezultatov javnosti.

**Ciljne skupine:**

- Podjetja, ministrstva, mreže (NCP, EEN, inovativne skupine in sorodne podporne organizacije)

**Predvidena sredstva:**

PP	2013	2014
<b>222410</b>	30.000,00	30.000,00
<b>568711</b>	20.000,00	20.000,00

**I.5 SODELOVANJE V EU IN MEDNARODNEM PROSTORU**

Agencija SPIRIT se bo vključevala v mednarodne razvojne projekte, ki predstavljajo dodano vrednost in sinergijske učinke k obstoječim programom SPIRIT in jih bo potrdilo MGRT. Vključevala se bo tudi v povezovanja na področjih, ki bodo prispevala k razvoju novih politik in instrumentov za večjo konkurenčnost in boljšo podporo slovenskemu gospodarstvu.

**1. MEDNARODNI PROJEKTI ZA SPODBUJANJE RAZVOJA IN INOVATIVNOSTI****Opis programa:**

Javna agencija razvija in izvaja različne programe podpore podjetjem na področju visokotehnoloških izdelkov oziroma storitev, gradi mrežo domačih in mednarodnih povezav med podpornimi inštitucijami, nudi podporo podjetjem pri povezovanju v mednarodne razvojne povezave, gradi kompetence na področju razvoja znanja, komercializacije znanja in razvojnega povezovanja podjetij z raziskovalci iz javnih raziskovalnih zavodov oziroma univerz. Na teh področjih javna agencija sodeluje v več mednarodnih projektih tako, da gradili in vzdržuje mrežo partnerskih organizacij v

Sloveniji in po Evropi za izmenjavo izkušenj, razvoj novih znanj in izgradnjo infrastrukture za povezovanje in krepitev inovacijskih sposobnosti podjetij.

Razvoj novih storitev za rast gospodarstva in podjetniškega okolja, usposabljanje zaposlenih ter vključevanje zunanjih partnerjev bo potekalo na osnovi že podpisanih pogodb o izvajanju projektov. Javna agencija kot partner sodeluje v 12. sprejetih mednarodnih projektih EU (okvirni program FP7, Leonardo da Vinci, programi čezmejnega in transnacionalnega sodelovanja), ki se bodo izvajali v letu 2013 in 2014.

### **Cilji programa:**

Mednarodni projekti so namenjeni prenosu znanj, spodbujanju in usmerjanju gospodarskih aktivnosti ter razvoju novih storitev agencije na področjih:

- Spodbujanje vključevanja podjetij v mednarodne programe in povezave;
- Razvoj znanja in storitev za podporo inovativnim MSP v vseh fazah razvoja, s posebnim poudarkom na start up podjetjih;
- Razvoj znanja in storitev v podporo razvojnim iniciativam podjetij na prednostnih področjih ključnih omogočitvenih tehnologij;
- Spodbujanje sodelovanja med podjetji in podpornimi institucijami na mednarodni ravni;
- Razvoj znanja in storitev na področju spodbujanja povezovanje v grozdih in mrežah ter uvajanja novih poslovnih modelov (promocija in uveljavljanje novih poslovnih modelov, prenos izkušenj in dobrih praks na področju mednarodnega povezovanja in vključevanja v verige vrednosti ...);
- Razvoj znanja in dodatnih storitev na področju prenosa znanja, upravljanja intelektualne lastnine in povezovanja gospodarstva in jro (prenos izkušenj in dobrih praks, razvoj storitev in programov usposabljanja za ciljne skupine, izvajanje pilotnih projektov s podjetji in JRO ...).

### **Pričakovani rezultati:**

- Identifikacija in promocija prednostnih tehnoloških področij podjetij in regije, mednarodni pretok znanja in modelov s področja podjetništva in inovativnosti;
- Vzpostavitev mednarodnih mrež in vključevanje inovativnih podjetij;
- Podpora prenosu znanja in razvoj/rast novih podjetij.

### **Ciljne skupine:**

- Podjetja, podporno okolje za podjetništvo, raziskovalne inštitucije.

Namen programa je zagotavljati stalno podporo gospodarstvu in organizacijam v procesu identifikacije in vključevanja v razvojne projekte, s tehnološko in ne-tehnološko vsebino.

## Opis projektov in navedba učinkov

	Projekti	Namen projekta	Vrednost projekta v EUR	Vrednost dela agencije projekta v EUR	Učinki projekta	Končni upravičenci projekta	Št. partnerjev
1	CLUSTRAT	Pregled obstoječih grozdov po sektorjih v Osrednji Evropi in identifikacijo novih konceptov spodbujanja povezovanja podjetij	3.691.346	243.934	Analiza perspektivnih tehnoloških področij, izvedba 1 mednarodnega pilotnega projekta v letu 2014	Agencije, ministrstva; grozdi	20
2	FLAME	Vpeljuje delovanje t.i. Laboratorij prihodnosti (future lab) za širjenje in uporabo inovacij na področju materialov	2.448.338	232.472	5 pogodbe o sodelovanju (prenos znanja) med podjetji, promocija tehnoloških prioritet iz Slovenije v Evropo	Pisarne za prenos tehnologij, podjetja in centri znanja	11
3	FINNO	S pomočjo analiz razviti metodologijo in orodja za evalvacijo učinkov ukrepov inovacijske politike v podjetjih	1.495.537	349.436	Vzpostavila Odbor za stalno sodelovanje inovacijskih agencij s ciljem podpora rednemu spremljanju učinkov razvojne politike, Razvoj portala, ki bo prevzel funkcijo borze priložnosti za inovatorje, start upe	Inovacijske agencije in ministrstva v regiji; podjetja in povezovalne mreže	15
4	DIFASS	Razviti načrt za izboljšanje politik, ki obravnavajo dostop do financiranja za mala in srednja podjetja	3.077.054	79.731	Zbiranje informacij in dobrih praks za oblikovanje svetovalca agencije v 2014/2015	Ministrstva, agencije, posredno podjetja, ki jim lahko predstavimo boljše javne produkte agencij ter informacijo ter kontakte za sodelovanje v finančnih instrumentih EU	26
5	S- Life	Celosten pristop k analizi vrednostnih verig transportne industrije (s poudarkom na avtomobilski industriji)	2.782.050	48.878	5 slovenskih podjetji povežemo z EU partnerji	Grozdi in podjetja v avtomobilski industriji	7
6	KBB Trans	Posodobitvi obstoječih (zaključen projekt KBB) modulov usposabljanja svetovalcev za prenos znanja, dostopni širši ciljni skupini	335.254	30.651	Eno izobraževanje za upravičence in izdelava izobraževalnih modulov, ki jih lahko izvajamo neomejeno v lastni režiji (ali svetovanja na te teme: intelektualna lastnina, prenos znanja, inovativni poslovni modeli)	Podjetja, posredniki (tehnološki parki, inkubatorji, razvojne agencije)	10
7	IP4SME	Povezovanje znanosti in gospodarstva v območju med Slovenijo in Italijo	1.350.000	90.000	Usposabljanja za ciljne publike na temo intelektualne lastnine – svetovanje 10 podjetjem na področju IL;	Mala podjetja, posredniki (tehnološki parki, inkubatorji, razvojne agencije)	13

	Projekti	Namen projekta	Vrednost projekta v EUR	Vrednost dela agencije projekta v EUR	Učinki projekta	Končni upravičenci projekta	Št. partnerjev
					Oblikovanje in promocija spletnega e-learning portala; Svetovanje za podjetja (identifikacija dobrih praks v EU; uporaba) Usposabljanje svetovalcev za področje IL.		
8	AATT	Razvoj novih storitev na področju prenosa znanja. Vzpostavitev pisarne za prenos znanja. Ustanovitev sklada za podporo konkretnim oblikam sodelovanja med podjetji	1.141.430	263.160	Analiza možnosti sodelovanj podjetij v 3 sektorjih (pametna omrežja, pametne stavbe ter obnovljivi viri energije) – 9 delavnic s podjetji in Slovenije in Avstrije 20 konkretnih sodelovanj med sodelujočimi podjetji	Agencije, podjetja, inovativne skupine (grozdi, centri znanja)	3
9	FIDES	Identifikacija tveganj in aktivnosti povezane z osveščanjem za zaščito intelektualne lastnine (IL) pri prenosu znanja na trg	263.160	187.808	Izvedba 6 pilotnih projektov povezanih z IL. Regionalne delavnice na temo promocije in zaščite IL	Podjetja ter posredniki (tehnološki parki, inkubatorji, razvojne agencije)	8
10	VIBE	Identificirati vse akterje, ki so v Jugovzhodni Evropi nosilci kapitala in predstavljajo potencial za mlada, inovativna podjetja	1.698.000	478.000	Organizirali 4 investicijske forume, izdelali zemljevid finančnih možnosti/priložnosti v regiji	Start up podjetja, tudi nosilci podpornih storitev zanje; investitorji, ustvarili platformo za usposabljanje/pripravo podjetij za pridobivanje finančnih sredstev	12
11	CEEM	Ustvariti spletno orodje za MSP v tradicionalnih sektorjih za spremljanje njihove porabe energije	1.603.000	159.280	Promocija področja in aplikacije v nastanku, ki bo zniževala porabo energije za 5-15% na posamezno podjetje Izvedba usposabljanj za podjetja; konkretna svetovanja 20 podjetjem v obdobju 2013-2014	Podjetja in agencija (eko točka)	10
12	EVLIA	Pridobiti metodologijo vrednotenja IL v tehnološkem podjetju in mu predstaviti poti do virov financiranja	1.460.000	85.000	Izdelati metodologijo za evalvacijo IL za testiranja v 2014, 2 delavnici na temo evalvacija intelektualne lastnine v podjetjih	Podjetja (mlada), investitorji, finančne organizacije	13

**Predvidena sredstva:**

Planirani stroški aktivnosti v letu 2013 so okvirno 810.281 EUR. Celotni predvideni prihodki iz naslova potrjenih projektov za leto 2013 znašajo 486.163 EUR in vključujejo odobrena sredstva ESRR (z nacionalno udeležbo v višini 17.000 EUR) ter sofinanciranjem MGRT-PP v okvirni višini 100.284 EUR.

Za zagotavljanje tekoče likvidnosti SPIRIT Slovenija koristi sredstva EZR, ki se bodo po planu v celoti povrnila v letu 2015. V letu 2014 se predvideva priliv sredstev v skupni višini 810.281 EUR iz naslova ESRR ter sofinanciranjem MGRT-PP v okvirni višini 64.462 EUR in s tem že zmanjšanje potrebnega financiranja s sredstvi EZR.

ESRR prilivi: 385.879 EUR.

PP 568711: 100.284,00 EUR - Sodelovanje v evropskem raziskovalnem prostoru in 3211-11-0035 - Krepitev mednarodnega R&R sodelovanja.

Za leto 2014 pričakujemo iz EU 810.281,00 EUR. Presežek sredstev se vrne v EZR, ki so se najela za izvedbo programov v letu 2013.

PP	2013	2014
<b>568711</b>	100.284,00 Sodelovanje v evropskem raziskovalnem prostoru in 3211-11-0035 - Krepitev mednarodnega R&R sodelovanja.	64.462,00 Sodelovanje v evropskem raziskovalnem prostoru in 3211-11-0035 - Krepitev mednarodnega R&R sodelovanja.
<b>ESRR prilivi</b>	385.879,00	810.281,00

## 2. MODEL ZA RAZVOJNA PARTNERSTVA SLOVENSКИH IN TUJIH VISOKO TEHNOLOŠKIH PODJETIJ NA PODROČJU NOVIH TEHNOLOGIJ ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ

### Opis programa:

V okviru sporazuma o sodelovanju med javno agencijo ter sorodnimi institucijami v tujini (npr. z japonsko tehnološko agencijo NEDO, madžarskim Nacionalnim uradom za inovacije, v pripravi podpis sporazuma s finsko tehnološko agencijo TEKES) se načrtuje postavitve in izvajanje modela sodelovanja, dopolnjevanja znanj, aplikacije in testiranja najnaprednejših tehnologij v realnem okolju v okviru skupnih demonstracijskih/pilotnih projektov ter izmenjava dobrih praks. Model je alternativa klasičnim tujim neposrednim investicijam in internacionalizaciji.

Slovenska industrija ima veliko priložnost povezovanja in vzpostavljanja sodelovanja z uveljavljenimi tujimi tehnološkimi nosilci v okviru demonstracijskih projektov. To velja tako za tradicionalne industrije kot tudi za nove, rastoče industrije, ki nastajajo na presečiščih različnih tehnologij ter za uspešno rast in razvoj potrebujejo dostop do mednarodnih verig znanja in trgov.

Demonstracijski projekti omogočajo preizkus novih, tehnološko naprednih produktov podjetij v realnem okolju ter testiranje in standardizacijo za njihovo implementacijo na drugih trgih. S tem pa omogočajo podjetjem, ki so nosilci tehnologij, tudi prve reference in konkurenčno prednost na globalnem trgu. Zato so demonstracijski projekti prepoznani kot vse pomembnejši instrumenti razvojne politike za povečevanje konkurenčnosti gospodarstva tudi v EU in v Sloveniji.

Pri vzpostavljanju tovrstnih povezav in doseganju sporazumov o sodelovanju med državami/institucijami nadaljujemo že vzpostavljeno sodelovanje z Ministrstvom za zunanje zadeve (Sektor za bilateralno gospodarsko sodelovanje ter Sektor za gospodarsko promocijo) in diplomatsko mrežo (veleposlaništva in gospodarska predstavništva).

### Cilji programa:

Cilj programa je vzpostaviti čim več novih kontaktov s sorodnimi tujimi agencijami in nadaljevati aktivnosti z agencijami, s katerimi so sporazumi o sodelovanju že podpisani. V okviru sporazumov se po modelu za razvojna partnerstva identificirajo nacionalna jedra znanja po tehnoloških področjih in na področju inovativnosti in ki so obojestranski interes obeh držav za sodelovanje.

### Pričakovani rezultati:

- Izdelava študije izvedljivosti o implementaciji demonstracijskega projekta;
- Prenos znanja v sklopu mednarodnih konzorcijev;
- Podpis sporazumov o sodelovanju s tujimi sorodnimi agencijami;

- Organizacija »spoznavnih« dni slovenskih podjetij s tujimi podjetji po predhodno identificiranih področjih, ki so v obojestranskem interesu in predstavljajo nacionalno znanje z dodano vrednostjo v svetovnem merilu (v sodelovanju z MZZ, GZS ...).

#### Ciljna skupina:

Sorodne tuje agencije, podjetja.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>568711</b>	25.000,00	25.000,00

### 3. PODPORA KOMUNICIRANJU NA PODROČJU VISOKO TEHNOLOŠKIH IZDELKOV IN STORITEV

#### Opis programa:

Javna agencija bo podjetjem in raziskovalnim institucijam pomagala pri učinkovitejši predstavitvi prednosti posameznih inovativnih rešitev različnim ciljnim javnostim (npr. kaj visoka tehnologija ponuja, kakšen problem reši, kakšne ima prednosti v primerjavi s konkurenčnimi tehnologijami ...).

Teksti in vsebine na področju visoke tehnologije večinoma niso prilagojeni komuniciranju z različnimi ciljnimi skupinami (npr. z mediji, B2B komuniciranje – iskanje strateških partnerjev, predstavitve start up podjetij investitorjem ...).

Visoko tehnološka podjetja se soočajo z izzivi pri komuniciranju o visoko tehnoloških izdelkih in storitvah; teksti, ki prevladujejo v visoki tehnologiji so namreč strokovno tehnični in vsebujejo podatke, ki so splošni javnosti težko razumljivi. Prav tako se z izzivi soočajo raziskovalne institucije, ki komunicirajo o izsledkih in rezultatih opravljenih raziskav.

Izvajalo se bo v obliki pripravljalnih seminarjev oz. delavnic npr. pred odhodom podjetij na sejme in delegacije.

Prav tako bo javna agencija pomagala k učinkovitejši predstavitvi nacionalnih razvojnih področij in jeder znanja v Sloveniji z namenom komercializacije in prodora na tuje trge (katalog). Ministrstvo za zunanje zadeve (Sektor za bilateralno gospodarsko sodelovanje, Sektor za gospodarsko promocijo), diplomatska mreža (veleposlaništva in gospodarska predstavništva) in Poslovni klubi bodo posredovali tujim kontaktom in potencialno zainteresiranim katalog - pregled vrhunskih specializiranih visoko tehnoloških in inovativnih znanj na nacionalnem nivoju.



V katalogu bodo predstavljena visoko tehnološka področja, kjer ima Slovenija na nacionalnem nivoju kritično maso znanja tako gospodarstva kot raziskovalnih institucij, ki se medsebojno povezujejo in na določenih visoko tehnoloških področjih sodijo v vrh svetovnega znanja. Gospodarska diplomacija potrebuje te podatke pri navezovanju stikov in vzpostavljanju sodelovanja s tujimi državami. Ko so stiki vzpostavljeni med dvema država, se lahko sodelovanje nadaljuje v obliki gospodarskih delegacij, ki pa so lahko v prihodnje bolj sektorsko usmerjene oziroma po tehnoloških področjih.

Podatke bo javna agencija pridobila na podlagi baze visoko tehnoloških podjetij in institucij znanja, ki so sodelovali v okviru že izvedenih razvojno raziskovalnih in razvojno investicijskih projektov, ki so jih v letih 2006–2012 financirali Slovenija in EU.

Narejen je že pregled rezultatov javnih razpisov, struktura prejemnikov sredstev v okviru javnih razpisov in analiza rezultatov in učinkov sofinanciranih projektov. Razpisana vrednost sofinanciranja na vseh javnih razpisih je bila 295 milijonov evrov, skupno je bilo odobrenih 642 projektov, v katerih je sodelovalo 977 podjetij.

Pomembno je nadaljnje celoletno pregledovanje in spremljanje razvojnih dogajanj in strateških povezovanj po različnih tehnoloških področjih – vzpostavljanje in ažuriranje baze.

#### **Cilji programa:**

Cilj programa je pomagati podjetjem in raziskovalnim institucijam pri premagovanju izzivov na področju komuniciranja o visoko tehnoloških izdelkih in storitvah ter s tem pospešiti komercializacijo in internacionalizacijo tehnološko inovativnih rešitev. Nacionalni pregled jeder znanja v obliki kataloga bo orodje za predstavitev nacionalnih kompetenc in področij, kjer se v Sloveniji ustvarja največja dodana vrednost.

#### **Pričakovani rezultati:**

- Izvedba vsaj 3 pripravljalnih seminarjev, delavnic s področja tehnološkega komuniciranja;
- Izdelava kataloga - predstavitev vrhunskih specializiranih visoko tehnoloških znanj na nacionalnem nivoju.

#### **Ciljna skupina:**

Podjetja, raziskovalne institucije, Ministrstvo za zunanje zadeve, Poslovni klubi.

#### **Predvidena sredstva:**

PP	2013	2014
	0,00	0,00

#### **4. PODPORA VKLJUČEVANJU SLOVENSKIM PODJETJEM IN RAZISKOVALNIM INSTITUCIJAM V MEDNARODNE INICIATIVE EIT - EVROPSKEGA INŠTITUTA ZA INOVATIVNOST IN TEHNOLOGIJO**

##### **Opis programa:**

Javna agencija je že vzpostavila tudi kontakt z Evropskim inštitutom za tehnologijo, EIT.

V tem letu bo organiziran predstavitveni dan EIT. Dogovorjen je že termin za predstavitveni dan EIT v Sloveniji, predstavitev dosedanjih izkušenj in programov EIT za naslednje finančno obdobje.

Evropski inštitut za inovativnost in tehnologijo (EIT: <http://eit.europa.eu/>) je bil s strani Evropske unije ustanovljen leta 2008. Poslanstvo EIT je krepitev inovacijskega potenciala EU s povezovanjem izobraževanja, znanosti in gospodarstva. Osnovni inštrument, s katerim EIT sledi zadanemu cilju je ustanavljanje t.i. skupnosti znanja in inovativnosti (Knowledge and Innovation Communities – KICs). V letu 2009 so bili ustanovljeni trije KIC-i, in sicer na področjih klimatskih sprememb (Climate KIC), informacijskih in komunikacijskih tehnologij (EIT ICT Labs) in trajnostnih energij (KIC InnoEnergy).

##### **Cilji programa:**

Cilj programa je vključitev slovenskih podjetij v načrtovane programe EIT in povezovanje z obstoječimi ter novimi inovacijskimi centri KIC - Knowledge Innovation community (do leta 2018 je predvidena ustanovitev šestih novih KICs na različnih področjih).

##### **Pričakovani rezultati:**

- Izvedba seminarja.

##### **Ciljna skupina:**

Podjetja, institucije znanja – univerze, raziskovalne institucije.

##### **Predvidena sredstva:**

PP	2013	2014
	0,00	0,00

## II. SEKTOR ZA POSPEŠEVANJE INTERNACIONALIZACIJE IN TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ

### Strateški cilji

#### INTERNACIONALIZACIJA

- Povečanje internacionalizacije slovenskih podjetij;
- 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.

Vir: Program Vlade za spodbujanje internacionalizacije za obdobje 2010-2014.

#### TUJE NEPOSREDNE INVESTICIJE

- Povečanje tujih neposrednih investicij v Republiki Sloveniji (letnih prilivov iz naslova začetnih TNI);
- Zagotavljanje novih TNI, ki bodo prispevale k ustvarjanju višje dodane vrednosti v določeni dejavnosti oz v gospodarstvu.

Vir: Program Vlade za spodbujanje tujih neposrednih investicij za obdobje 2005-2009; Program Vlade za spodbujanje internacionalizacije za obdobje 2010-2014.

### Analiza stanja

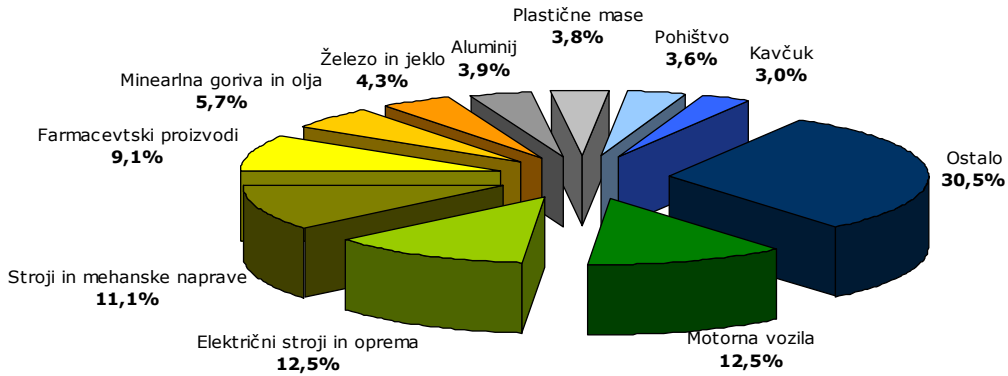
#### INTERNACIONALIZACIJA

##### IZVOZ

Mednarodna trgovina je glavno gonilo globalne gospodarske rasti, le-ta pa odprtim gospodarstvom omogoča povečevanje svoje konkurenčnosti in produktivnosti, izboljšanje življenjskega standarda in doseganje gospodarske rasti, potrebne za nemoten razvoj. Pomen izvoza pa je za majhno gospodarstvo, kakršno je slovensko, še toliko večji in predstavlja enega najpomembnejših dejavnikov razvoja Slovenije. Izvozno poslovanje namreč prispeva k povečanju prodaje podjetjem, stopnje zaposlenosti, s tem pa je podjetjem omogočena boljša izkoriščenost razpoložljivih proizvodnih zmogljivosti in zmanjševanje stroškov. Izvozna usmerjenost pomaga odpraviti ciklična nihanja v povpraševanju domačega trga in usmerja podjetja k nenehnemu izpopolnjevanju ponudbe, še posebej zaradi delovanja v konkurenčnih okoljih. Izvozna podjetja so tako sposobna hitrejšega prilagajanja konkurenčnim razmeram na trgu in iskanju novih tržnih priložnosti.

Slovenska podjetja so v letu 2011 izvozila za 20,8 mio EUR izdelkov in storitev, kar predstavlja 72,3 % BDP (Vir: UMAR, Poročilo o razvoju 2012). Izvoz tretjega četrtnega (Q3) 2012 je znašal 15.650.118 EUR, kar pomeni, da se je izvoz v primerjavi s tretjim četrtnjem 2011 realno zmanjšal, in sicer za 2,3 %.

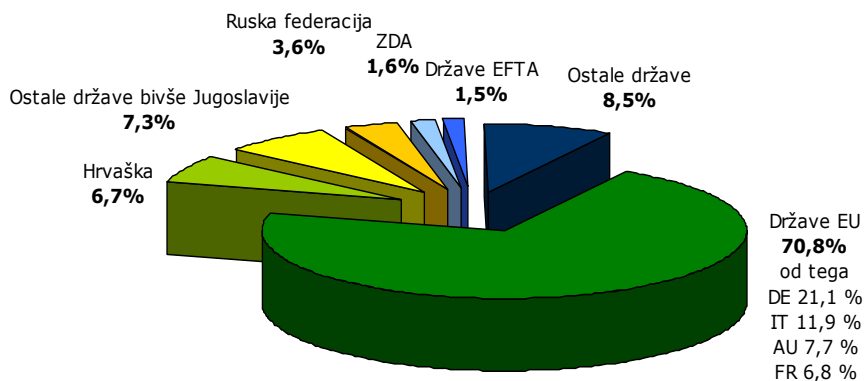
**Slika 1:** Struktura slovenskega izvoza



Vir: SURS.

V Sloveniji je registriranih približno 13.000 podjetij-izvoznikov, od le-teh približno 100 največjih izvoznih podjetij ustvari kar 50 % odstotkov celotnega izvoza oz 600 največjih izvoznih podjetij kar 85 odstotkov izvoza. Geografsko jih je preko 10.000 vezanih na trge jugovzhodne Evrope, vendar trgi jugovzhodne Evrope predstavljajo zgolj 14 % celotnega izvoza. Tudi odvisnost slovenskega izvoza od EU se nenehno povečuje, izvoz v države EU-27 je že presegel 70 odstotkov vsega slovenskega izvoza. 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 soseščini. Priložnosti se tako odpirajo v povečevanju izvoza na trge tretjih držav (skupina BRIK, prioritetni trgi<sup>2</sup>, ostali razvijajoči se trgi ...)

**Slika 2:** Geografska porazdelitev izvoza



Vir: SURS.

<sup>2</sup> Dokument Mednarodni izzivi MI 2013 predvideva 6 prioritetnih trgov.

## INTERNACIONALIZACIJA SLOVENSКИH PODJETIJ

Ob vse hitrejšem tehnološkem napredku, hitrem prilagajanju spremembam v poslovnem okolju ter neizbežni globalizaciji, postaja mednarodno poslovanje za podjetja vse bolj neizbežna nujnost. Slovenija je majhen trg in za večino podjetij, ki želijo rasti in se razvijati hitro postane premajhna, zato so prisiljena iskati priložnosti na drugih tujih trgih. Podjetja, ki internacionalizirajo svoje poslovanje tako lahko pridobijo ne le nove kupce pač pa tudi novo znanje in tehnologije, kar jim omogoča večjo konkurenčnost, rast in razvoj. Pozitivne makroekonomske posledice internacionalizacije podjetij se kažejo v povečani prodaji, zaposlenosti, produktivnosti, izvozni intenzivnosti in dodani vrednosti na zaposlenega. Zaradi vsega omenjenega je internacionalizacija poslovanja ključni instrument povečanja mednarodne konkurenčnosti slovenskih podjetij in pomemben generator gospodarske rasti.

Vrednost izhodnih investicij slovenskih podjetij v tujini je konec leta 2011 znašala 6.030,2 milijona EUR. Od leta 1994 do 2008 so neposredne investicije slovenskih podjetij v tujini neprestano naraščale, od leta 2009 naprej pa so se zmanjševale. Gre za nekaj nad 900 podjetji, ki so skupaj ustvarila 2.255 investicij v tujini. Med prvimi petimi največjimi državami gostiteljicami slovenskih neposrednih investicij so bile konec leta 2011 štiri države bivše Jugoslavije s 67-odstotnim deležem v celotnih slovenskih investicij v tujini. Četrta po vrednosti slovenskih investicij v tujini je bila Ruska federacija. Delež izhodnih TNI glede na BDP je po podatkih Banke Slovenije tako konec leta 2010 (zadnji razpoložljiv podatek) znašal 15,6%.

## TUJE NEPOSREDNE INVESTICIJE

Tuje neposredne investicije prinašajo številne prednosti državam prejemnicam in igrajo pomembno vlogo v njihovem razvojnem procesu. Prispevajo k stabilnosti, učinkovitosti in rasti gospodarstva države prejemnice, in sicer prek dodatnih virov v obliki kapitala, tehnologije, organizacijskih, marketinških in drugih znanj, novih managerskih postopkov ter dostopa do novih trgov. Pomemben vpliv na gospodarstvo države prejemnice imajo tudi posredni učinki tujih neposrednih investicij; strukture in stopnje konkurence na domačem trgu, izboljšana kakovost ponudbe, priložnost za učenje in pridobivanje znanj domačim podjetjem ipd.

Tuje neposredne investicije so namreč za razvoj Slovenije izjemnega pomena, saj doprinašajo k večji gospodarski rasti, prenosu znanja in tehnologij, skladnemu regionalnemu razvoju in sinergičnim učinkom povezovanja tujih investitorjev s slovenskimi podjetji.

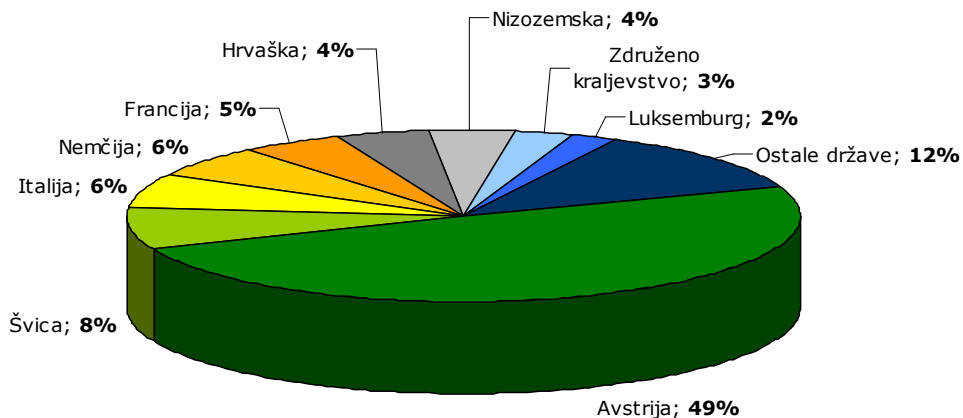
Konec leta 2011 je bil delež TNI v strukturi BDP 30,5-odstoten, medtem ko znaša povprečni delež v članicah EU 42,8 %, v konkurenčnih državah, t.j. Češka, Slovaška, Madžarska, Poljska in Estonija, pa kar 57,2 % (Vir: OECD Factbook 2013). Slovenija tako ostaja med državami EU z najnižjim stanjem vhodnih TNI v primerjavi z BDP, nižji delež od Slovenije imajo le še Grčija, Italija in Nemčija. Takšen obseg TNI v Sloveniji je še vedno prenizek, da bi lahko pomembneje prispeval k prestrukturiranju in izboljšanju konkurenčnosti slovenskega gospodarstva.

Vendar kljub temu, da zajemajo le relativno ozko populacijo podjetij (4,4 % populacije slovenskih podjetij) pa v Sloveniji dosegajo izjemne rezultate. Posebno pozornost zasluži ta ozki segment podjetij ravno zaradi relativno velikega pomena v slovenskem gospodarstvu. Konec leta 2011 so imela namreč podjetja s tujimi kapitalom 18,6 % kapitala, 20,8 % sredstev in 18,5 % zaposlenih celotnega podjetniškega sektorja. Pomembno vlogo zavzemajo podjetja s tujim kapitalom tudi v celotnem izvozu in uvozu blaga, kjer po vrednosti zavzemajo dve petini vseh poslov.

V Sloveniji je vrednost TNI konec leta 2010 znašala 10.771,5 milijona EUR, konec leta 2011 pa 11.676,4 milijona EUR. V primerjavi z letom 1994 so se neposredne naložbe povečale za skoraj 11-krat. Rast neposrednih naložb je bila pozitivna v celotnem obdobju razen leta 2001 in 2009.

Največji, kar 81,9-odstoten delež TNI prihaja iz držav članic EU (Avstrija 48,9 %, Italija, Nemčija, Francija, Nizozemska, VB, Luksemburg, Belgija) in Švice (7,9 %). Raste delež naložb v storitvenih dejavnostih, ki predstavljajo konec leta 2011 že 75,5 % vrednosti tujih neposrednih naložb v Sloveniji.

**Slika 3: Države porekla TNI**



Vir: Banka Slovenije.

## Področja delovanja

Na področju **internacionalizacije** bomo izvajali vrsto komplementarnih programov za podjetja v vseh fazah mednarodnega poslovanja, s katerimi bomo podjetjem omogočili učinkovito širjenje poslovanja v tujino. Preko spletnega portala Izvozno okno, izvoznega svetovanja, izobraževanja in poslovno svetovanje za mednarodno poslovanje in sofinanciranja tržnih raziskav bodo podjetja preučila tuje trge ter pridobila dodatna znanja za načrtovanje mednarodnih aktivnosti. Predstavitev podjetij na tujih trgih in navezavo stikov s tujimi poslovnimi partnerji bomo podjetjem omogočili z organizacijo in sofinanciranjem skupinskih in individualnih nastopov na sejnih v tujini ter gospodarskimi delegacijami. S sodelovanjem s slovenskimi poslovnimi klubi v tujini bo agencija omogočila prenos znanj in izkušenj podjetij - članov klubov - na slovenska podjetja. Agencija bo izvajala tudi promocijo ponudbenih možnosti slovenskega

gospodarstva in storitve za tuje kupce slovenskih izdelkov/storitev. Glavni cilji izvajanja programov na področju internacionalizacije so zniževanje stroškov poslovanja slovenskih podjetij na tujih trgih ter povečanje in geografska razpršitev izvoza.

Na področju **tujih neposrednih investicij** se bomo osredotočali na aktivnosti, povezane z intenzivnim trženjem Slovenije kot lokacije za TNI ter privabljali dejavnosti z višjo dodano vrednostjo. V ta namen bomo izvajali vrsto tržno-komunikacijskih aktivnosti: promocija poslovnega in investicijskega okolja Slovenije, priprava promocijskega gradiva za tuje in domače partnerje, ažurno vzdrževanje spletne strani [www.InvestSlovenia.org](http://www.InvestSlovenia.org), izvedba sektorskih investicijskih seminarjev in konferenc, predstavitve na specializiranih sejmih, neposredno trženje oziroma identificiranje potencialnih tujih investitorjev in drugo. Poleg tega bomo zagotavljali kakovostne informacijske, svetovalne in druge storitve za tuje investitorje ter ugotavljali in predlagali ukrepe za izboljšanje konkurenčnega položaja Slovenije in intenzivirali aktivnosti in sodelovanje z že obstoječimi tujimi investitorji v Sloveniji. Tujim investitorjem bomo preko javnega razpisa dodeljevali nepovratne finančne spodbude in nudili pomoč pri posebnem postopku dodeljevanja finančnih spodbud preko MGRT.

## Izhodišča

- Program Vlade RS za spodbujanje internacionalizacije podjetij za obdobje 2010-2014;
- Program Vlade RS za spodbujanje tujih neposrednih investicij za obdobje 2005-2009;
- Nacionalni reformni program (NRP) 2011-2012;
- Strategija razvoja Slovenije 2006-2013.

## II.1 SPODBUJANJE INTERNACIONALIZACIJE

### 1. INFORMATIVNE, IZOBRAŽEVALNE IN SVETOVALNE AKTIVNOSTI

#### 1.1 SPLETNI PORTALI IN SVETOVANJE

##### Opis programa:

SPIRIT bo preko spletnega portala [www.izvoznookno.si](http://www.izvoznookno.si) zagotavljal kakovostne in ažurne informacije o tujih trgih, podjetjem omogočil dostop do nekaterih tujih baz podatkov in nudil svetovalne ter izobraževalne vsebine.

Tujo poslovno javnost bo SPIRIT informiral o slovenskih ponudbenih možnostih preko portala za tuje kupce [www.sloveniapartner.eu](http://www.sloveniapartner.eu) in zagotavljal ažurnost baze slovenskih izvoznikov SloExport.

##### Cilji programa:

- Obveščanje ciljne javnosti z informacijami o izvoznih trgih;
- Svetovanje podjetjem o vstopu na tuje trge;
- Zagotavljanje informacij o slovenskih ponudbenih možnostih tuji poslovni javnosti (spletni portal [www.sloveniapartner.eu](http://www.sloveniapartner.eu) vključno z vsebinami Trendelicious);
- Zagotavljanje storitev potencialnim tujim kupcem;
- 1x letno posodobitev baze SloExport.

##### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- Povečanje števila obiskov na spletnem portalu IzvoznoOkno glede na predhodno leto;
- Ohranitev števila novih kontaktov oz. naročnikov na e-info glede na predhodno leto;
- 70 % zadovoljstvo uporabnikov storitev portala IzvoznoOkno (anketa);
- 5 % povečanje obiska portala SloveniaPartner glede na predhodno leto.

##### Način izvedbe:

Aktivnosti bo SPIRIT izvajal samostojno ali v sodelovanju s partnerji (ekonomskimi svetovalci na DKP RS, slovenskimi poslovnimi klubi v tujini ter drugimi organizacijami oz. subjekti) ali z zunanjimi partnerji, izbranimi preko javnih naročil v skladu z Zakonom o javnih financah, Zakonom o izvrševanju proračuna RS, Pravilnikom o izvrševanju proračuna RS in Zakonom o javnih naročilih.

##### Ciljna skupina:

Mikro, mala in srednje velika podjetja, ki izvoz širijo oz. o izvozu šele razmišljajo ter tuja podjetja, ki so potencialni kupci slovenskih izdelkov oz. storitev.



**Predvidena sredstva:**

PP	2013	2014
<b>603210</b>	250.000,00	250.000,00

**1.2 OGLAŠEVANJE IN PROMOCIJSKA GRADIVA****Opis programa:**

SPIRIT bo v slovenski in tuji poslovni javnosti promoviral dejavnosti agencije SPIRIT in slovensko poslovno okolje preko izdaje in distribucije promocijskih gradiv v slovenskem in tujih jezikih, preko zakupa oglasnega prostora v slovenskih in tujih tiskanih in elektronskih medijih in organizacije promocijskih dogodkov.

**Cilji programa:**

- Obveščanje ciljne javnosti z informacijami o izvoznih trgih;
- Povečanje prepoznavnosti osrednjega slovenskega izvoznega portala IzvoznoOkno in storitev za podjetja, ki internacionalizirajo svoje poslovanje;
- Promocija slovenskega gospodarstva v tujini;
- Zagotavljanje ažurnih promocijskih gradiv o slovenskem poslovnem okolju.

**Pričakovani rezultati na letni ravni:**

- 5 % povečanje obiskov na spletnem portalu IzvoznoOkno glede na predhodno leto;
- 5 % povečanje obiska portala SloveniaPartner glede na predhodno leto,

**Način izvedbe:**

Aktivnosti bo SPIRIT izvajal samostojno ali v sodelovanju z zunanjimi partnerji, izbranimi preko javnih naročil v skladu z Zakonom o javnih financah, Zakonom o izvrševanju proračuna RS, Pravilnikom o izvrševanju proračuna RS in Zakonom o javnih naročilih.

**Ciljna skupina:**

Mikro, mala in srednje velika podjetja, ki izvoz širijo oz. o izvozu šele razmišljajo ter tuja podjetja, ki so potencialni kupci slovenskih izdelkov oz. storitev.

**Predvidena sredstva:**

PP	2013	2014
<b>603210</b>	170.000,00	150.000,00

### 1.3 IZOBRAŽEVANJE ZA MEDNARODNO POSLOVANJE

#### Opis programa:

SPIRIT bo organiziral izobraževanje za mednarodno poslovanje v obliki mednarodnih seminarjev in delavnic s področja priprave izvoznega načrta in poslovanja na tujih trgih. Prav tako bo SPIRIT organiziral lokalne dogodke s področja izobraževanja in priprave podjetij na vstop ter poslovanje na tujih trgih.

#### Cilj programa:

- Povečati znanje v podjetjih s področja mednarodnega poslovanja in s tem olajšati vstop slovenskim podjetjem na tuje trge;
- V izobraževanje za mednarodno poslovanje vključiti do 15 podjetij in jim pomagati pri opredelitvi konkretnih aktivnosti za vstop na nove trge za naslednji dve leti;
- Zadovoljstvo podjetij vključenih v program izobraževanja za mednarodno poslovanje.

#### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- Priprava konkretnih izvoznih načrtov – izvoznih strategij udeležencev izobraževanja za mednarodno poslovanje. Najkasneje dve leti po opravljenem izobraževanju se pričakuje porast izvoznih aktivnosti sodelujočih podjetij;
- Več kot 80 % zadovoljstvo podjetij vključenih v program izobraževanje za mednarodno poslovanje.

#### Način izvedbe:

Delavnice in seminarje izobraževanje za mednarodno poslovanje bo SPIRIT izvedel v sodelovanju s partnersko agencijo "Swedish Trade Council" ter fundacijo ITM WorldWide, s katerima ima agencija sklenjena dogovora o sodelovanju in s katerima na navedenem projektu sodeluje že od leta 2006. Lokalne dogodke bo SPIRIT organiziral samostojno in v sodelovanju s strokovnjaki z omenjenega področja.

#### Končni upravičenci:

Mikro, mala in srednje velika podjetja, ki izvoz širijo oz. o izvozu šele razmišljajo.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>603210</b>	180.000,00	180.000,00

## 1.4 PODPORA ZA TRŽNE RAZISKAVE NA TUJIH TRGIH

### Opis programa:

Namen izdelave tržnih raziskav je olajšati odločitev slovenskim podjetjem pri vstopu oz. načinu vstopa na izbranih tujih trgih. Vsak trg je specifičen, opredeljen z lastnimi zakonitostmi in posebnostmi, kar navadno vpliva na njegovo segmentacijo in posledično na obnašanje podjetja na trgu. Tržne raziskave obsegajo zelo široko področje aktivnosti in se izvajajo z namenom, da dopolnijo potrebe podjetij z dodatnimi spoznanji o trgu. **Namen tržnih raziskav je analiza situacije, ki omogoča pregled, prenovo ter sintezo spoznanj o trgu, ki je predmet 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.**

### Cilj programa:

- Podpreti do 40 slovenskih podjetij pri izdelavi tržnih raziskav na tujih trgih.

### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- Sofinanciranje tržnih raziskav do 40 podjetjem

### Način izvedbe:

Sofinanciranje tržnih raziskav na novih tujih trgih bo SPIRIT izvajal preko javnega razpisa in v okviru določil, predvidenih v Programu Vlade RS za internacionalizacijo 2010-2014.

### Končni upravičenci:

Slovenska mikro, mala in srednje velika podjetja, ki vstopajo na novi tuji trg oziroma širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujih trgih.

### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>603210</b>	250.000,00	200.000,00

## 1.5 POSLOVNO SVETOVANJE IN USPOSABLJANJE ZA INTERNACIONALIZACIJO

### Opis programa:

Poslovno svetovanje je namenjeno ugotavljanju konkurenčnosti podjetja in njegovih potencialov za internacionalizacijo ter oblikovanju strateškega načrta za internacionalizacijo skladno s profilom podjetja (odločitev za izvoz, predstavitev na tujih trgih, izdelava načrta za iskanje informacij, določitev vrste strank oz trga, na katerega podjetje želi vstopiti, organizacija virov za realizacijo izdelanega plana). Program vključuje tudi identifikacijo in nabor podjetij – poslovnih priložnosti za predstavitev na tujih trgih.

### Cilj programa:

- Preko javnega razpisa podpreti vsaj 20 podjetij pri oblikovanju strateškega načrta za internacionalizacijo;
- Povečati znanje v podjetjih s področja mednarodnega poslovanja in s tem olajšati vstop slovenskim podjetjem na tuje trge;
- Izoblikovati nabor poslovnih priložnosti za predstavitev na tujih trgih.

### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- Priprava strateških načrtov za internacionalizacijo, najkasneje dve leti po opravljenem izobraževanju se pričakuje porast izvoznih aktivnosti sodelujočih podjetij;
- Nabor 50 poslovnih priložnosti.

### Način izvedbe:

Izvedba javnega razpisa (v skladu z Zakonom o javnih financah, Zakonom o izvrševanju proračuna RS, Pravilnikom o izvrševanju proračuna RS), izvedba postopkov javnega naročanja in izvedba v okviru določil, predvidenih v Programu Vlade RS za internacionalizacijo 2010-2014.

### Končni upravičenci:

Zunanji svetovalci ter izvajalci politike spodbujanja internacionalizacije.

### Ciljna skupina:

Slovenska mala in srednje velika podjetja pri prvem vstopanju na tuje trge, širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
603210	300.000,00	0,00

## 2. PODPORA PREDSTAVITVAM SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA DOMA IN V TUJINI

### 2.1 GOSPODARSKE DELEGACIJE

#### Opis programa:

SPIRIT bo organiziral in soorganiziral vhodne in izhodne gospodarske delegacije. Na tak način SPIRIT slovenskim podjetjem olajša vstop na tuji trg, jih seznani s konkretno situacijo na tujem trgu in informacijami o tujem trgu ter zagotovi konkretna srečanja s potencialnimi tujimi poslovnimi partnerji. Posledično take aktivnosti vodijo do lažje sklenitve novih poslov oz. posledično do večjega izvoza Slovenije.

#### Cilj programa:

- Organizacija predvidoma do 10 vhodnih in do 8 izhodnih gospodarskih delegacij s spremljajočimi konferencami, pri čemer bodo povprečno zagotovljeni 2 do 3 sestanki na vsako podjetje, ki se bo gospodarske delegacije udeležilo ter organizacija pripravljalnih seminarjev z usposabljanji.

#### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- Sklenjen vsaj 1 nov posel v povprečju neposredno po izvedeni gospodarski delegaciji ali več mesecev po izvedbi posamezne gospodarske delegacije (anketa ob koncu dogodka in anketa ob koncu leta);
- Povprečno pridobljeni 2 do 3 novi poslovni kontakti na vsako podjetje ob udeležbi na gospodarski delegaciji (anketa ob koncu dogodka);
- 70 % zadovoljstvo udeležencev delegacije (anketa ob koncu dogodka).

#### Način izvedbe:

SPIRIT bo vhodne in izhodne gospodarske delegacije, predstavitve, konference in seminarje izvajal samostojno ali v sodelovanju s partnerji (Uradom predsednika države RS, Kabinetom predsednika Vlade RS, ministrstvi in vladnimi službami, GZS, OZS, TZS, SID banko in ostalimi relevantnimi subjekti).

#### Končni upravičenci:

Slovenska podjetja pri prvem vstopanju, širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>603210</b>	300.000,00	150.000,00

## **2.2 SKUPINSKE PREDSTAVITVE SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA NA SEJMIH V TUJINI**

### **Opis programa:**

SPIRIT bo organiziral skupinske predstavitve slovenskega gospodarstva na sejmih v tujini. Na ta način se slovenskim podjetjem olajša vstop na tuje trge oz. utrdi njihovo že vzpostavljeno prisotnost na določenem trgu. V okviru skupinskih predstavitev slovenskega gospodarstva na sejmih v tujini se udeleženci seznanijo z novimi izdelki oz. storitvami znotraj posameznih gospodarskih panog, preverijo njihovo konkurenco, zaznajo trende na svojem področju, obnovijo stike s svojimi obstoječimi poslovnimi partnerji in pridobijo nove poslovne kontakte. Te aktivnosti vodijo do lažje sklenitve novih poslov oz. posledično do večjega izvoza Slovenije.

### **Cilj programa:**

- Organizacija in najem razstavnega prostora do 20 predstavitev slovenskega gospodarstva na sejmih v tujini;
- Na predstavitev slovenskega gospodarstva na sejmih v tujini predstaviti vsaj 70 podjetij;
- Predstavitve slovenskega gospodarstva pod enotno blagovno znamko in celotno enotno grafično podobo.

### **Pričakovani rezultati na letni ravni:**

- Pridobiti povprečno 25 novih kontaktov na sejmu na podjetje;
- Zagotoviti povprečno 1 nov konkreten posel na sejmu na podjetje.

### **Način izvedbe:**

Predstavitve slovenskega gospodarstva na sejmih v tujini bo SPIRIT organiziral samostojno ali v sodelovanju z zbornicami, panožnimi združenji, grozdi, ostalimi relevantnimi subjekti in skupinami podjetij. Nabor skupinskih predstavitev slovenskega gospodarstva na sejmih v tujini bo izdelan na osnovi predhodno objavljenega javnega vabila slovenskim podjetjem za posredovanje interesa za skupinsko udeležbo na mednarodnih sejmih v tujini. Na osnovi posredovanega interesa podjetij bo Programski odbor, ki ga s sklepom imenuje direktor SPIRIT, pripravil končni nabor skupinskih sejmskih predstavitev, ki jih bo SPIRIT organizacijsko in finančno podprl.

### **Končni upravičenci:**

Slovenska podjetja pri prvem vstopanju, širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

**Predvidena sredstva:**

PP	2013	2014
<b>603210</b>	550.000,00	400.000,00

**2.3 PODPORA INDIVIDUALNIM SEJEMSKIM NASTOPOM****Opis programa:**

SPIRIT bo slovenskim podjetjem, ki prvič vstopajo na tuji trg ali pa širijo in diverzificirajo svoje poslovanje na tujem trgu, sofinanciral individualne nastope na mednarodnih sejmi v tujini. Na tak način SPIRIT slovenskim podjetjem poveča možnost predstavitve izdelkov/storitev mednarodni poslovni javnosti, s tem poveča možnost poslovnega sodelovanja slovenskih podjetij s tujimi partnerji in zviša stopnjo internacionalizacije slovenskih podjetij.

**Cilj programa:**

- Preko javnega razpisa podpreti do 80 podjetij pri njihovih individualnih predstavitev na sejmi v tujini;
- S pomočjo pogojev javnega razpisa usmerjati in izobraževati slovenska podjetja pri pripravi za nastop na sejmu v tujini;
- Spodbujati slovenska podjetja za vstop na ne-tradicionalne trge.

**Pričakovani rezultati na letni ravni:**

- Pridobiti povprečno 20 novih kontaktov na sejmu na podjetje;
- Zagotoviti povprečno 1 nov konkreten posel na sejmu na podjetje.

**Način izvedbe:**

Individualno udeležbo podjetij na sejmi v tujini bo SPIRIT izvajal preko javnega razpisa in v okviru določil, predvidenih v Programu Vlade RS za internacionalizacijo 2010-2014.

**Končni upravičenci:**

Slovenska podjetja pri prvem vstopanju, širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

**Predvidena sredstva:**

PP	2013	2014
<b>603210</b>	700.000,00	400.000,00

## 2.4 PODPORA SLOVENSKIM POSLOVNIM KLUBOM V TUJINI

### Opis programa:

Poslovni klubi v tujini praviloma združujejo predstavnike večjih ter izkušenih slovenskih podjetij, ki vrsto let delujejo na tujih trgih. S svojim znanjem in izkušnjami predstavljajo pomemben vir informacij za manjša in manj izkušena podjetja.

### Cilj programa:

Na podlagi javnega razpisa vzdrževati mrežo vsaj 15 slovenskih poslovnih klubov in z njihovo pomočjo oz. njihovimi izkušnjami zagotoviti prenos znanj in izkušenj o poslovanju na tujih trgih na manjša in manj izkušena slovenska podjetja (zlasti MSP). Navedeno bodo poslovni klubi uresničevali preko aktivnosti (poslovna srečanja, organizacija poslovnih delegacij ter promocijski nastopi ipd, zagotavljanje informacij na portalu IzvoznoOkno, sprotne svetovanje podjetjem itd), pri čemer jih bo SPIRIT vsebinsko in finančno podpiral.

### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- Posredovanje konkretnih poslovnih priložnosti in aktualnih novic o poslovnem okolju v tujini za portal IzvoznoOkno (najmanj 200);
- Priprava poslovnih dogodkov (najmanj 20);
- Individualna svetovanja podjetjem (najmanj 400).

### Način izvedbe:

Izvedba javnega razpisa (v skladu z Zakonom o javnih financah, Zakonom o izvrševanju proračuna RS, Pravilnikom o izvrševanju proračuna RS).

### Končni upravičenci:

Poslovni klubi v tujini.

### Ciljna skupina:

Slovenska podjetja pri prvem vstopanju, širitvi in diverzifikaciji poslovanja na tujih trgih.

### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>603210</b>	300.000,00	270.000,00



## II.2 SPODBUJANJE TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ

Aktivnosti **pospeševanja tujih neposrednih investicij (TNI)** so usmerjene v privabljanje tujih neposrednih investicij v Slovenijo in tako namenjene širši poslovni tuji in domači javnosti, regionalnim razvojnim agencijam, lokalnim skupnostim in ostalim partnerjem.

Delovanje pospeševanja TNI zajema na eni strani aktivnosti spodbujanja tujih neposrednih investicij, ki obsega celo paletu aktivnosti informacijskih, svetovalnih in drugih storitev za tuje investitorje, aktivnosti promocije in trženje Slovenije in njenih regij kot lokacije za TNI ter aktivnosti analiziranja konkurenčnosti Slovenije kot lokacije za TNI, na drugi strani pa dodeljevanje finančnih spodbud za tuje investicije.

### 1. SPODBUJANJE TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ

#### Opis:

Najpomembnejše vodilo je nudenje kakovostnih informacijskih, svetovalnih in drugih storitev za tuje investitorje v vseh investicijskih fazah. Predinvesticijska faza investicijskega projekta se običajno začne s povpraševanjem s strani tujega investitorja, za katerega je potrebno **zbrati** ustrezne **informacije** (stroški, zaposlovanje, potencialni partnerji, zakonodaja, davki itd.). V tej fazi je za tuje potencialne investitorje potrebno **organizirati obiske posameznih investitorjev ali delegacij** ter jim pripraviti sestanke na državni in lokalni ravni, pomagati pri iskanju primernih lokacij (industrijska zemljišča, poslovne cone ali že obstoječe hale in druge stavbe) in potencialne investitorje spremljati pri poslovnih razgovorih. V investicijski fazi igra pomembno vlogo možnost pridobivanja finančnih spodbud (informiranje o možnostih pridobivanja sredstev na JR) za hitrejšo izvedbo investicijskih projektov ter pomoč pri iskanju rešitev za morebitne nastale ovire (iskanje primerne delovne sile, potencialnih dobaviteljev, kupcev...). V poinvesticijski fazi t.i. »after-care« fazi je potrebno **spremljanje delovanja obstoječih tujih investitorjev**, da pride do hitrejše realizacije nadgradenj že obstoječih investicije oz. reinvesticije in pravočasno ukrepa ob morebitnih težavah.

Da bi na državni in lokalni ravni potencialni investitorji dobili ustrezne informacije je potrebno **organizirati izobraževanja** v obliki delavnic s ciljem ozaveščanja ponudnikov informacij in storitev, kakšen servis potrebuje in pričakuje tuji investitor.

V okviru promocije in trženja Slovenije in njenih regij kot lokacije za TNI so zajete aktivnosti, ki delujejo v smeri splošne promocije Slovenije kot lokacije za TNI in so istočasno usmerjene na pridobivanje TNI oziroma v privabljanje konkretnih tujih podjetij za investiranje v Slovenijo.

Direktno trženje je potrebno izvajati preko vseh neposrednih oblik komunikacije s potencialnimi tujimi investitorji, predvsem z načrtovanimi **predstavitvami** investicijskega okolja v Sloveniji in konkretnih investicijskih projektov **na specializiranih sejmih** (predvsem mednarodnih investicijsko-nepremičninskih kot so

MIPIM v Cannesu, EIRE v Milanu in ExpoReal v Münchnu ter drugih sejnih), na **investicijskih in poslovnih konferencah** ter na drugih promocijskih **dogodkih doma in v tujini**. Te aktivnosti se izvajajo tudi sodelovanje in povezovanje z drugimi partnerji, predvsem z mednarodnimi svetovalnimi agencijami na področju investicij.

Za namene aktivnosti direktnega trženja je potrebno nadaljevati z **iskanjem** primernih konkretnih **investicijskih projektov** v javni ali zasebni lasti ter skupaj z nosilci projektov pripraviti ustrezno predstavitev posameznega projekta.

Aktivno iskanje tujih investorjev zahteva različne pristope, katerih cilj je izvedba sestankov in pridobivanje investicijskih projektov tujih podjetij za investiranje v Slovenijo. V ta namen se izvaja t.i. »lead generation« marketing, t.j. **program identifikacije tujih investorjev**, ki preučujejo Slovenijo kot lokacije za njihovo prihodnjo investicijo in jo na osnovi tega programa uvrstijo višje kot bi jo verjetno sicer. **Iskanje** tujih potencialnih investorjev (kvalificirani profili) se glede na kadrovske in finančne zmožljivosti izvaja predvsem **na trgih največjih izvoznih tujih investicij** v Slovenijo (Avstrija, Italija, Nemčija, Švica, Velika Britanija). Tržno-komunikacijske aktivnosti (promocija, dogodki, neposredno trženje) se bodo izvajali tudi v državah GCC (Gulf Cooperation Countries) ter drugih držav izvoznih kapitala, kjer obstaja največja verjetnost, da bo prišlo do realizacije investicije v Slovenijo. S potencialnimi investitorji se običajno v njihovi državi **izvede sestanek**, na katerem se jim predstavi Slovenijo in možnosti za investiranje.

Tržno-komunikacijske aktivnosti zaokrožujejo med seboj povezujoče dejavnosti na določenem trgu. Izvajajo se na treh ravneh, in sicer na ravni domače, regionalne in globalne medijske strategije. V domačem okolju se strategija osredotoča na **oglaševanje** v medijih, katerih ciljna skupina je tuja javnost. Regionalna tržno-komunikacijska strategija pokriva medije iz bližnjih trgov, ki so hkrati za Slovenijo tudi glavni ciljni trgi in kjer nas bolj ali manj poznajo, zato so medijska sporočila namenjena podpori ostalim aktivnostim, ki se izvajajo na določenem trgu. Medijska strategija na globalnem trgu služi vzpostavitvi prepoznavnosti tržne znamke *Invest Slovenia* in splošne promocije Slovenije kot primerne lokacije za investiranje. Namen tovrstne taktike je vzpostaviti in povečati prepoznavnost Slovenije med širšo poslovno javnostjo. Večja pozornost se namenja **oglaševanju v elektronskih medijih**, predvsem na svetovnem spletu, ker je to najbolj ekonomičen in učinkovit medij.

Na svetovnem spletu je potrebno oglaševati tudi **spletni portal** [www.InvestSlovenia.si](http://www.InvestSlovenia.si), ki poleg splošne predstavitve Slovenije in predstavitve ključnih sektorjev vsebuje tudi makroekonomske podatke, podatke o davčnem in finančnem sistemu, infrastrukturi, človeških virih ter pregled zakonodaje, davčnega sistema in podatkov o tujih investicijah, aplikacija *Lokacije* pa omogoča prikaze večjih industrijskih con, poslovnih parkov in drugih lokacij, primernih za investiranje. Te informacije so potencialnim tujim investitorjem in drugim zainteresiranim javnostim dosegljive v angleškem jeziku, delno pa tudi v nemškem, italijanskem in francoskem jeziku. Spletni portal je potrebno **redno prenavljati** tako vsebinsko kot oblikovno ter zagotavljati **tehnično in vsebinsko optimizacijo**. Spletni portal služi tudi obveščanju ciljne javnosti s pomočjo **(ne)standardiziranih sporočil** ter predstavitvi konkretnih investicijskih priložnosti (projektov).

Ostala **promocijska gradiva** (drobni material, spot, e-knjige...) in tiskane **publikacije** (lastne, partnerske in odkupljene) se komplementarno uporabljajo pri izvajanju vse promocijske aktivnosti in jih dopolnjujejo.

Potrebno je izvajati **animacijske aktivnosti med obstoječimi tujimi investitorji** (predstavitve, letna srečanja, podelitev nagrad), saj so zadovoljni investitorji v Sloveniji najboljši »ambasadorji« Slovenije na področju TNI.

Da bi izboljšali prepoznavnosti Slovenije kot lokacije za TNI in podkrepili verodostojnost Slovenije kot lokacije za TNI je potrebno izvesti **študij po metodologiji IMD in WEF** in drugih raziskav na področju merjenja ravni konkurenčnosti Slovenije kot lokacije za TNI.

Na letni ravni se izvaja **analiza posameznih elementov** (industrijska zemljišča in hale, različne spodbude ...) investicijskega okolja, ki se izkazujejo kot najbolj ključne ovire med potencialnimi tujimi (in tudi domačimi) investitorji, saj lahko ti primerjajo Slovenijo z drugimi konkurenčnimi državami.

Te raziskave služijo tudi pripravi vsebinskih podlag za učinkovito privabljanje tujih neposrednih investitorjev, k analiziranju slovenskega gospodarstva v luči ustvarjanja ugodnega poslovno podjetniškega okolja in analiziranju potencialnih in obstoječih investitorjev. Cilj posameznih raziskav je predvsem prenos ustreznih znanj in posledično priprava konkurenčnih in zanimivih ponudb na področju politike stavbnih zemljišč.

### Cilji programa:

Najpomembnejše vodilo je nudenje vso potrebno podporo ciljni skupini tujih uporabnikov, ki jo le-ti potrebujejo pri preučevanju Slovenije kot možne lokacije za njihov projekt TNI, kakor tudi pri poslovnem odločanju tujega investitorja v poinvesticijskem obdobju (po izvedeni investiciji). Cilji so tako usmerjeni k nadaljnjemu izboljšanju kakovosti tako imenovanih »servisnih storitev« in odgovorov na povpraševanja, ki jih s strani tujih investitorjev oz uporabnikov storitev prejemamo na SPIRIT, ter k splošnemu dvigu ravni drugih storitev, ki jih izvajamo za tuje investitorje (organizacija obiskov, iskanje potencialnih dobaviteljev ipd.).

Glavni cilj programa je vsekakor izboljšanje prepoznavnosti Slovenije kot lokacije za tuje neposredne investicije in povečanje zanimanja tujih potencialnih investitorjev za investiranje v konkretne investicijske projekte v Sloveniji. Povečati zanimanje tujih podjetij za investiranje v Slovenijo in povečati število realiziranih projektov.

Za učinkovito privabljanje tujih neposrednih investitorjev je potrebno postaviti vsebinske podlage na osnovi analiziranja slovenskega gospodarstva v luči ustvarjanja ugodnega poslovno podjetniškega okolja in analiziranja potencialnih in obstoječih investitorjev. Cilj posameznih raziskav je predvsem prenos ustreznih znanj in posledično priprava konkurenčnih in zanimivih ponudb.

### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- Odgovoriti na vsaj 250 povpraševanj s strani ciljne skupine uporabnikov storitev SPIRIT za tuje investitorje v predinvesticijskem obdobju (poleg podjetij so všteta tudi povpraševanja svetovalnih podjetij, novinarjev, institucij in drugih);
- Nuditi poglobljene in podrobnejše informacije na 50 povpraševanj (večkratno povpraševanje);
- Spremljati in svetovati 30-im resnejšim tujim potencialnim investitorjem;
- Organizirati 40 obiskov tujih potencialnih investitorjev;
- (So)organizirati vsaj eno delavnico (workshop) na temo spodbujanja tujih investicij za lokalne in tuje partnerje;
- Na specializiranih sejmih vzpostaviti 60 kontaktov in posledično izvesti 40 sestankov s potencialnimi investitorji;
- Povečanje števila različnih obiskovalcev in števila obiskov na portalu InvestSlovenia za 3 % v primerjavi z letom 2012;
- Povečevati število naročnikov standardiziranih sporočil (newsletter) za 5 % v primerjavi z letom 2012;
- Prek lead generation marketinga izslediti in določiti 20 novih minimalno kvalificiranih kontaktov in izvesti sestanke z njimi;
- Organizirati dogodek »Tuji investitor leta« z izborom treh najuspešnejših investitorjev;
- Definiranje vsaj 5 glavnih ovir poslovnega okolja na podlagi neposrednega stika s potencialnimi in že obstoječimi tujimi investitorji;
- Identifikacija že izvedenih sprememb v zvezi z izboljšanjem poslovnega okolja glede na leto 2012;
- Predlaganje ukrepov za izboljšanje konkurenčnega položaja Slovenije z vidika privabljanja TNI;
- Izoblikovanje seznama 10 obstoječih podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji, ki nameravajo širiti poslovanje;
- Nabor vsaj 3 potencialnih tujih investitorjev iz poinvesticijskih aktivnosti.

### Način izvedbe:

Aktivnosti bomo izvajali sodelavci SPIRIT (pri izvajanju aktivnosti v tujini bomo izkoristili mrežo zunanjih predstavništev - predstavniki MZZ in slovenski poslovni klubi v tujini) in zunanji izvajalci, ki bodo izbrani v skladu s postopki JN (v skladu z Zakonom o javnih financah, Zakonom o izvrševanju proračuna RS, Pravilnikom o izvrševanju proračuna RS in Zakonom o javnih naročilih) ter javno povabilo za izbor investicijskih projektov, ki bodo predstavljeni na posameznem sejmju.

### Ciljna skupina uporabnikov:

- Potencialni tuji investitorji;
- Obstoječi tuji investitorji;
- Tuje poslovne javnosti;
- Tuji mediji (uredniki, novinarji) in drugi zainteresirani posamezniki;

- Specializirana svetovalna podjetja in inštitucije;
- Nosilci investicijskih projektov;
- Regionalne razvojne agencije in lokalne skupnosti in upravljavci industrijskih con.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>534310</b>	1.150.000,00	850.000,00

## 2. DODELJEVANJE FINANČNIH SPODBUD ZA TUJE INVESTICIJE

#### Sklic na ukrep v programu ukrepov:

- Zakon o spodbujanju tujih neposrednih investicij in internacionalizacije podjetij (ZSTNIIP) (Uradni list RS št. 107/2006, 11/2011, 57/2012);
- Uredba o finančnih spodbudah za tuje neposredne investicije (Uradni list RS št. 11/2007, 19/2009 in 11/2011-ZSTNIIP-B).

#### Opis:

Glede na zaostrene gospodarske razmere in veliko konkurenco sosednjih držav je potrebno promocijske aktivnosti pri Javnemu razpisu za spodbujanje tujih neposrednih investicij še povečati, saj možnost pridobivanja finančnih spodbud ter posledično sofinanciranje investicijskih projektov tujih investitorjev omogoča lažjo, predvsem pa hitrejšo izpeljavo njihovih načrtovanih investicijskih aktivnosti. Večina aktivnosti opisanih v prejšnji točki služi temu, da se na razpis prijavijo tuji investitorji z dobrimi investicijskimi projekti, ki prinašajo nova delovna mesta, predvsem v panogah z višjo dodano vrednostjo, prenos znanja in tehnologij v domače okolje ter sodelovanje znanstveno-raziskovalnih podjetij v Sloveniji s tujimi investitorji, skladnejši regionalni razvoj ter povečanje sinergijskih učinkov povezovanja tujih in domačih podjetij.

Izvajanje Javnega razpisa za spodbujanje tujih neposrednih investicij vključuje sledeče funkcije: kontaktna oseba, vodja razpisa, predsednik in člani komisije ter ocenjevalca in skrbniki nad pogodbami. V letu 2013 je predvidenih 10 mio EUR sredstev, to pa pomeni tudi povečano število pogodb in skrbnikov, ki so zadolženi za spremljanje izvajanja pogodb in sicer za obdobje več let (v povprečju cca. 6 let, lahko tudi do 11 let).

#### Cilji programa:

- Znižati vstopne stroške za tuje investitorje, ki so višji od stroškov domačih podjetij;
- Izboljšati konkurenčni položaj Slovenije v primerjavi z drugimi državami, ki prav tako dodeljujejo finančne spodbude tujim investitorjem;
- Ustvariti nova kvalitetna delovna mesta;
- Izkoristiti podjetniške in inovacijske potenciale;

- Prispevati k prenosu znanja in tehnologij;
- Skladnejši regionalni razvoj.

#### Pričakovani rezultati na letni ravni:

- Zagotoviti možnosti za odprtje 500 novih in kvalitetnih delovnih mest;
- Doseči 3-krat višjo vrednost investicije prijavljenih projektov glede na vrednost dodeljenih spodbud;
- Vsaj 50 % prijavljenih investicijskih projektov izvesti v regijah, kjer je indeks razvojne ogroženosti regije višji od 90.

#### Način izvedbe:

Dodeljevanje finančnih spodbud bo potekalo v skladu z JR za spodbujanje TNI (v skladu z ZSTNIIP, Zakonom o javnih financah, Zakonom o izvrševanju proračuna RS in Pravilnikom o izvrševanju proračuna RS).

#### Ciljna skupina uporabnikov:

Tuji investitorji registrirani v Republiki Sloveniji oz. tuji investitorji, ki so v fazi odločitve o ustanovitvi hčerinskega podjetja v Sloveniji.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>534310</b>	10.290.000,00	10.000.000,00

## III. SEKTOR ZA TURIZEM

### Strateški cilji

#### TRŽENJSKI CILJI SLOVENSKEGA TURIZMA V LETU 2013

SPIRIT Slovenija – sektor za turizem si bo z izvedbo zastavljenega Programa dela za leto 2013 **prizadeval uresničiti pričakovane rezultate oz. prispevati k uresnitvi naslednjih ciljev slovenskega turizma:**

##### 1. Letna rast števila PRIHODOV v letu 2013:

Število prihodov na enaki ravni: **indeks 100**, od tega:

- Domači trg: **indeks 100**
- Tuji trgi: **+1 % do +2 %**

##### 2. Letna rast števila PRENOČITEV v letu 2013:

Število prenočitev na enaki ravni: **indeks 100**, od tega:

- Domači trg: **indeks 100**
- Tuji trgi: **+1 % do +2 %**

##### 3. Letna rast VREDNOSTI IZVOZA POTOVANJ 2013:

Letna rast vrednosti izvoza potovanj za **1 do 2 %**.

### Analiza stanja

#### ANALIZA SLOVENSKEGA TURIZMA V LETIH 2011 IN 2012

##### SLOVENSKI TURIZEM V LETU 2011

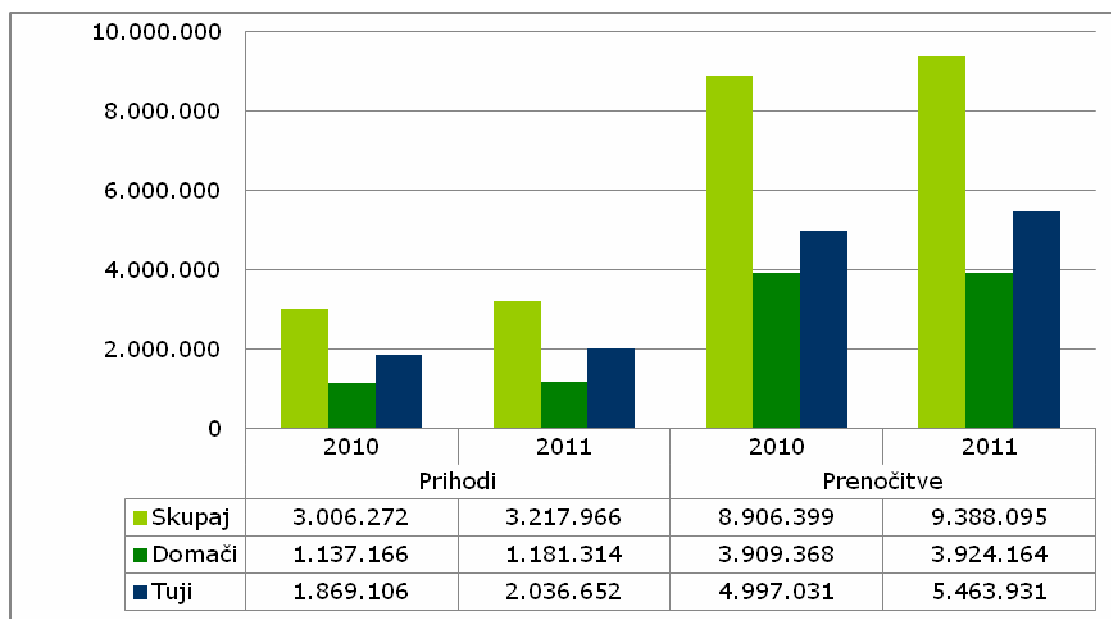
V letu 2011 je bilo v Sloveniji več turistov kot v do takrat najboljšem letu 2008. Skupno število prenočitev turistov se je glede na leto 2008 povečalo za 1 %, od tega število prenočitev tujih turistov za 2 %. Rast mednarodnih prihodov je na svetovni ravni v letu 2011 dosegla 4 %, v Evropi 6 %, v Sloveniji pa je bilo zabeleženih za 9 % več tujih turistov. Leto 2011 je tudi v Sloveniji, na strani turističnega prometa, pokazalo znake okrevanja v turističnem sektorju, predvsem pri turistih iz tujine.

Na strani **turističnega obiska** se je število prihodov skupaj povišalo za 7 % glede na leto 2010, od tega je število tujih turistov naraslo za 9 %, domačih pa za 4 %. Na strani **turističnih prenočitev** beležimo 5% povečanje, od tega 9% povečanje števila prenočitev tujih turistov in 1% povečanje števila prenočitev domačih turistov. Povprečna

doba prenočitvev turistov v Sloveniji je v letu 2011 znašala 2,7 dneva (pri vseh turistih 2,9 dneva, pri domačih 3,3).

Med turističnimi prenočitvami je bilo v letu 2011 58 % tujih prenočitvev, med prihodi turistov pa je bilo tujih turistov kar 63 %. Največji delež prihodov turistov predstavljajo turisti iz Evrope (57 %, + 9 % glede na 2010), najvišjo rast pa smo zabeležili pri obisku turistov iz Afrike, kar 31 %, katerih delež pa je v strukturi vseh turistov le desetino odstotka. Visoka rast obiska je bila zabeležena tudi iz držav Azije in Oceanije (+ 10 %), katerih delež predstavlja 4 %.

**Slika 4:** Število prihodov in prenočitvev v letu 2010 in 2011



Vir: SURS.

Turisti s **ključnih evropskih trgov**<sup>3</sup> so ustvarili 70 % prenočitvev tujih turistov, 18 % prenočitvev so prispevali turisti z drugih evropskih trgov<sup>4</sup>, 6 % pa turisti s prekomorskih trgov.

V letu 2011 so največ prenočitvev v Sloveniji ustvarili **italijanski turisti** (18,4 % tujih prenočitvev), sledijo turisti iz Avstrije (12,3 %) in Nemčije (11,8 %). Razveseljiva je rast števila turistov s tradicionalno pomembnih trgov slovenskega turizma: **Nemčije**, po slabših rezultatih v prejšnjih dveh letih, je leta 2011 obisk porasel za 13 % (prenočitve: + 12 %), **Avstrije** za 10 % (prenočitve: + 9 %) in **Italije** za 2 % (prenočitve: + 2 %).

<sup>3</sup> Nemčija, Avstrija, Italija, Beneluks, Hrvaška, Srbija, Velika Britanija, Irska, Rusija in Ukrajina.

<sup>4</sup> Druge evropske države in Izrael.



**Tabela 3:** Prvih deset držav po številu tujih prenočitev v letu 2011

	Država	Število prenočitev	Indeks 11/10	Delež med tujimi turisti (v %)
1.	Italija	1.005.222	101,8	18,4
2.	Avstrija	674.194	108,9	12,3
3.	Nemčija	646.696	111,8	11,8
4.	Hrvaška	291.186	106,1	5,3
5.	Ruska federacija	257.173	123,4	4,7
6.	Združeno kraljestvo	240.729	100,9	4,4
7.	Nizozemska	234.390	112,3	4,3
8.	Srbija	209.971	104,1	3,8
9.	Madžarska	165.059	114,5	3,0
10.	Belgija	152.612	129,4	2,8

Vir: SURS.

Kljub rekordnim številkam turistov in njihovih prenočitev so se skupni prihodki podjetij v turizmu le malo povečali. Vzroke lahko iščemo v zaostrenih razmerah in večji konkurenci, ki je žal vplivala tudi na nižanje cen. Na drugi strani so se odhodki povečali z višjo stopnjo, predvsem finančni odhodki. Zaradi navedenega turistična panoga beleži v letu 2011 70 mio zgube, kar je več kot v letu 2010.

### SLOVENSKI TURIZEM V LETU 2012 (JANUAR - JUNIJ)

V prvi polovici leta 2012 se je skupno število prihodov in prenočitev turistov v Sloveniji še nekoliko povečalo. Na strani **turističnega obiska** se je število prihodov v šestih mesecih leta 2012 skupaj povišalo za 3 % glede na enako obdobje leta 2011, od tega je število tujih turistov naraslo za 6 %, število domačih turistov pa je na enaki ravni kot v preteklem letu. Na strani **turističnih prenočitev** beležimo 1 % povečanje, od tega 4 % povečanje nočitev tujih turistov in 3 % padec nočitev domačih turistov. **V mesecu juniju je število domačih turistov poraslo za 8 %**, medtem ko je bilo domačih prenočitev za 1 % več, kar nakazuje na porast dnevnih obiskovalcev.

**Tabela 4:** Število prihodov in prenočitev v prvi polovici leta 2012

	Prihodi turistov				Prenočitve			
	VI 12	I-VI 12	Indeksi		VI 12	I-VI 12	Indeksi	
			VI 12	I-V 12			VI 12	I-V 12
			VI 11	I-VI 11			VI 11	I-V 11
<b>Skupaj</b>	319.178	1.375.739	102,0	103,1	893.251	3.881.723	98,1	101,0
<b>Domači</b>	110.018	530.429	107,8	99,4	354.677	1.684.579	100,9	97,4
<b>Tuji</b>	209.160	845.310	99,3	105,5	538.574	2.197.144	96,3	103,9

Vir: SURS.

**Tujih turistov** je bilo v prvih šestih mesecih za 6 % več, ustvarili pa so za 4 % več prenočitev. Opazen je pozitiven trend prenočitev z nizozemskega (+ 29 %) in ruskega trga (+ 26 %). Rast beležimo tudi pri prenočitvah turistov iz Avstrije (+ 6 %), Hrvaške (+ 6 %) in Nemčije (+ 4 %). Italijani še vedno ustvarijo največji delež prenočitev, sledijo Avstrijci in Nemci. Kljub še vedno visokemu deležu italijanskih turistov med tujimi turisti, pa se število italijanskih prenočitev manjša.

**Tabela 5:** Prvih deset držav po številu tujih prenočitev v prvi polovici leta 2012

	Država	Št. prenočitev	Indeks 12/11	Delež med tujimi turisti
1.	Italija	375.834	92,1	17,1
2.	Avstrija	307.781	105,8	14,0
3.	Nemčija	239.052	103,6	10,9
4.	Hrvaška	179.574	106,0	8,2
5.	Ruska federacija	149.375	126,1	6,8
6.	Srbija	105.979	99,0	4,8
7.	Velika Britanija	84.434	92,3	3,8
8.	Madžarska	69.836	93,8	3,2
9.	Nizozemska	52.842	129,1	2,4
10.	Združene države	48.732	108,0	2,2

Vir: SURS.

## Področja delovanja

SPIRIT Slovenija znotraj katere deluje Sektor za turizem izvaja aktivnosti krovne nacionalne turistične organizacije za:

1. Načrtovanje in izvajanje **promocije države kot turistične destinacije**;
2. **Povezovanje obstoječih in pospeševanje razvoja novih produktov** ter projektov nacionalnega pomena;
3. **Vzpostavljanje integralne turistične informacijske infrastrukture** in
4. Izvajanje **razvojno-raziskovalnega** dela.

## Izhodišča

Program dela SPIRIT Slovenija - sektorja za turizem je osnovan na podlagi **Strategije razvoja slovenskega turizma 2012–2016** in udejanja **strateške razvojne in trženjske usmeritve zelenega turizma** ter upošteva in se ustrezno odziva na aktualne razmere na mednarodnem turističnem trgu.

**Strategija razvoja slovenskega turizma 2012–2016** s podnaslovom »Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma« za doseg splošnega cilja - povečati obseg turistične dejavnosti – opredeljuje tri razvojna področja s posameznimi ukrepi: dvig konkurenčnosti, ugodno poslovno okolje ter učinkovito trženje in promocija Slovenije (povečanje prepoznavnosti, tržna segmentacija in strateško-razvojni načrt po posameznih trgih, konkurenčni, jasno pozicionirani turistični proizvodi temelječi na načelih trajnosti, inovativno in učinkovito trženje preko virtualnega sveta in partnersko trženje). Poslanstvo SPIRIT Slovenija - sektorja za turizem je uresničevanje tretjega razvojnega področja, pri čemer izhaja iz krovne zgodbe Slovenije, ki je bila s strategijo opredeljena kot Zelena, aktivna, zdrava Slovenija. Dobro ohranjena narava in naravne danosti so namreč ključna konkurenčna prednost Slovenije, iz katere izhajajo temeljna področja turistične ponudbe Slovenije, ki utrujejo znamko Slovenije in slovenskega turizma **I feel Slovenia**.

Zaradi zaostrenih gospodarskih razmer v Sloveniji so se sredstva nacionalne turistične organizacije za trženje v letu 2012 zmanjšala za 53 %, sredstva za trženje v letu 2013 pa ostajajo na približno enaki ravni. Poleg rednega Programa dela za leto 2013, se bo v letu 2013 (in 2014) izvedel evropski projekt »*Krepitev prepoznavnosti Slovenije kot turistične destinacije*«, financiran iz sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj / Kohezijski sklad; Naložbe v infrastrukturo, ki bo nadgradil in delno dopolnil aktivnosti rednega Programa dela. Na ta način si bo SPIRIT Slovenija, kljub manjšemu osnovnemu proračunu prizadevala za izvedbo konsistentnega in čim bolj celovitega prepleta aktivnosti na ključnih in perspektivnih prekomorskih trgih v skladu s strateškimi usmeritvami trženja slovenskega turizma.

Podlage za pripravo Programa dela torej so:

- Nova strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016;
- Program dela STO 2012 po rebalansu proračuna RS (maj 2012);
- Globalni trendi in gospodarska situacija ter konkurenčne prednosti Slovenije;
- Aktualne gospodarsko politične razmere;
- Finančna izhodišča za program dela 2013.

## TRAJNOSTNI RAZVOJ KOT TEMELJNI KONCEPT RAZVOJA IN PROMOCIJE SLOVENIJE KOT TURISTIČNE DESTINACIJE<sup>5</sup>

Trajnostni oziroma zeleni turizem je razvojna priložnost Slovenije in nujna razvojna smer za zagotavljanje dolgoročne konkurenčnosti slovenskega turizma. V Strategiji razvoja slovenskega turizma 2012-2016 trajnostni razvoj turizma ni opredeljen kot samostojna politika, temveč kot koncept, ki je prisoten in se udejanja na vseh področjih in politikah turističnega razvoja.

Predstavniki Direktorata za turizem in internacionalizacijo, STO, Turistične zveze Slovenije, Turistično gostinske zbornice, Sekcije za gostinstvo in turizem in 20 drugih podpornikov je v okviru prvih Dnevov slovenskega turizma leta 2011 podpisalo deklaracijo o partnerstvu za trajnostni razvoj, ki k enotnem ukrepanju in partnerstvu zavezuje vse sektorje turističnega gospodarstva: javnega, zasebnega in civilnega.

### KLJUČNI POUČENKI PROGRAMA DELA

#### 1. CILJNO POZICIONIRANJE Slovenije

Slovenija je jasno pozicionirana kot **zelená, aktivna, zdrava butična srednjeevropska turistična destinacija na stičišču Sredozemlja, Alp in Panonske nižine** s prepoznavno in uspešno zeleno turistično znamko z močnim pozitivnim čustvenim nabojem, ki komunicira kakovostno in individualno izkušnjo gosta v Sloveniji. Pozicioniranje Slovenije temelji na zelenih dejstvih (60% gozdnih površin, količina vode na prebivalca itd.) in usmeritvi v trajnostni razvoj Slovenije ter edinstvenih posebnosti (Lipica, Bled, kras s Postojnsko jamo itd.).

#### 2. PRIORITETNA PODROČJA DELOVANJA

- Koncentracija promocije na **KLJUČNIH EMITIVNIH TRGIH** in **RAZVOJ NOVIH TRGOV & SEGMENTOV**;
- Krepitev prepoznavnosti in uspešnosti turistične **ZNAMKE I FEEL SLOVENIA**;
- Krepitev **DIGITALNEGA TRŽENJA** in **INOVATIVNIH TRŽENJSKIH PRIJEMOV**;
- Spodbujanje razvoja in trženje **ZELENEGA (TRAJNOSTNEGA) TURIZMA**;
- Krepitev in povečevanje učinkovitosti **PARTNERSTVA** in **CO-BRANDINGA** (produktna združenja, destinacije, podjetja, medsektorsko povezovanje).

<sup>5</sup> Shema 1

### 3. POUDARKI leta 2013

- TEMATIKA: **Zelena, aktivna, zdrava Slovenija** (s poudarkom na »*Slovenija, dežela dobrega počutja*«);
- POMEMBNEJŠI DOGODEK: **Evropsko prvenstvo v košarki - EuroBasket 2013.**

### 4. KLJUČNI TURISTIČNI PRODUKTI

SPIRIT pospešuje razvoj in trženje atraktivnih, inovativnih in na trajnostnem razvoju temelječih turističnih produktov, z visoko dodano vrednostjo in vključujoč lokalne značilnosti. Na krovni ravni se tako trži **osem prioriternih celostnih turističnih produktov**:

- **Zdravje in dobro počutje;**
- **Aktivne počitnice;**
- **Doživetja v naravi;**
- **Poslovni turizem;**
- **Gastronomija;**
- **Mesta in kultura;**
- **Zabavišni turizem in igralništvo;**
- **Križarjenja.**

### 5. STRUKTURA AKTIVNOSTI PROGRAMA DELA:<sup>6</sup>

- **PROMOCIJA SLOVENIJE KOT TURISTIČNE DESTINACIJE - TRŽENJSKE AKTIVNOSTI** na tujih in na domačem trgu<sup>7</sup> (= sejmi in borze, odnosi z javnostmi, pospeševanje prodaje, spletno trženje in posebni promocijski dogodki oziroma projekti)

= V letu 2013 zgoraj našteje **trženjske aktivnosti** na tujih in na domačem trgu predstavljajo **79 %** (oz. 3.405.700,00 EUR) proračuna Sektorja za turizem.

- **ZAGOTAVLJANJE KONKURENČNEGA PODPORNEGA OKOLJA - TRŽENJSKA PLATFORMA<sup>8</sup>** (= raziskave in razvoj, integralni turistični informacijski sistem, promocijske brošure in artikli, evropski projekti itd.)

<sup>6</sup> Shema 2

<sup>7</sup> Priloga 4

<sup>8</sup> Priloga 5

= V letu 2013 zgoraj naštetih aktivnosti **trženjske platforme** predstavljajo **21 %** (oz. 894.300,00 EUR) proračuna Sektorja za turizem.

#### Predvidena sredstva:

PP	2013	2014
<b>173210</b>	4.300.000,00	4.300.000,00

### III.1 PROMOCIJA SLOVENIJE KOT TURISTIČNE DESTINACIJE - TRŽENJSKE AKTIVNOSTI na tujih trgih

**1. KLJUČNI EVROPSKI TRGI** – gre za ključne emitivne trge, ki so v letu 2011 skupaj ustvarili **70 %** vseh tujih prenočitev (**v letu 2013 jim bo namenjenih 1.506.200 EUR oz. 78 % promocijskih sredstev za tuje trge**)<sup>9</sup>.

**Trgi: Nemčija, Avstrija, Italija, države Beneluksa, Hrvaška, Srbija, Velika Britanija in Irska, Rusija in Ukrajina**

= To so trgi z največjim deležem prihodov turistov, večinoma bližnji, kjer je Slovenija že vsa pretekla leta najmočnejše prisotna. V letu 2013 na teh trgih ohranjamo koncentracijo promocije, s ciljem konsistentne obdelave trgov na intenziven in inovativen način v učinkovitem partnerstvu s slovenskim turističnim gospodarstvom in s pomočjo združevanja sredstev skozi co-branding, s čimer želimo izboljšati pozicijo Slovenije (prepoznavnost, privlačnost in konkurenčnost) na teh trgih. Z učinkovito podporo kakovostne trženjske platforme se okrepi in izboljša učinkovitost aktivnosti do končnega kupca (B2C) – s poudarkom na nagovarjanju jasnih ciljnih segmentov s konkretnimi produkti, hkrati pa se nadalje krepi sodelovanje s poslovnimi javnostmi (B2B).

**2. OSTALI EVROPSKI TRGI** – gre za ostale evropske trge, ki so v letu 2011 skupaj ustvarili **18 %** vseh tujih prenočitev (**v letu 2013 jim bo namenjenih 150.500 EUR oz. 8 % promocijskih sredstev za tuje trge**)<sup>10</sup>.

= To so evropski trgi, ki za Slovenijo že predstavljajo določeno realizacijo, vendar je slednja še vedno šibka. Zaradi manjšega proračuna bomo delež sredstev na teh trgih koncentrirali na izvedbo aktivnosti na največ treh emitivnih trgih. Cilj predstavlja izvajanje trženjskih aktivnosti do poslovnih javnosti (B2B) v učinkovitih partnerstvih s slovenskim turističnim gospodarstvom (kot tudi s pomočjo co-brandinga).

<sup>9</sup> Priloga 1

<sup>10</sup> Priloga 2

**3. PREKOMORSKI TRGI** – gre za prekomorske trge – večinoma za nove trge, ki so v letu 2011 skupaj ustvarili 6 % vseh tujih prenočitev (v letu 2013 jim bo namenjenih **274.000 EUR** oz. 14 % promocijskih sredstev za tuje trge)<sup>11</sup>.

**Trgi: ZDA, Kanada, Japonska, Indija, Kitajska, drugi prekomorski trgi**

= Gre za prekomorske trge, poleg ZDA in Kanade (kjer je Slovenija sistematično prisotna že več let, a v omejenem obsegu), večinoma za nove trge, kot so trgi Kitajske, Indije, Japonske in drugih azijskih držav, v prihodnjih letih pa tudi še drugih novih trgov, kot je na primer arabski trg. V prihodnjem letu večamo delež promocijskih sredstev za te trge, s ciljem izkoriščanja potenciala in visoke stopnje rasti turistov iz teh držav. Za vstop na prekomorske trge Slovenija na eni strani izkorišča povezave in partnerstva s slovenskim turističnim gospodarstvom (ki so jim ti trgi poslovno zanimivi), na drugi pa s partnerstvi s sosednjimi državami, s katerimi lahko razvije privlačne in konkurenčne produkte.

**4. SKUPNI PROJEKTI PROMOCIJE** – trženjske aktivnosti so, kot prikazano zgoraj, razdeljene na tri sklope trgov. Poleg aktivnosti po posameznih trgih, bodo izvedeni t.i. skupni projekti promocije, ki jih je zaradi njihove **globalnosti** nemogoče razčleniti na posamezne trge oz. sklope trgov. Gre za **aktivnosti strateškega pomena**, ki so neposredno povezane s prioritetenimi področji delovanja SPIRIT Slovenija v letu 2013 in dodatne **delovno intenzivne aktivnosti**, ki bodo izvedene zaradi zmanjšanja obsega finančnih sredstev.

**1.316.000 EUR** bo namenjenih globalnemu e-komuniciranju (socialni mediji), globalnim borzam, B2B dogodkom v Sloveniji, promociji na odmevnejših prireditvah, projektu Alpe Adria pohodniška pot, pospeševanju prodaje Slovenije kot avio destinacije in za razvoj »industrije« križarjenj, dodatnim aktivnostim po trgih (aktivnosti odnosov z javnostmi, pospeševanja prodaje, sejmskih in borznih nastopov, digitalnega trženja itd.), sejmski opremi in mednarodnim članarinam.

\*\*\*

**159.000 EUR** bo namenjenih za **aktivnosti na domačem trgu**, in sicer za oglaševanje, odnose z javnostmi, pospeševanje prodaje in druge marketinško-komunikacijske aktivnosti.

---

<sup>11</sup> Priloga 3

## III.2 ZAGOTAVLJANJE KONKURENČNEGA PODPORNEGA OKOLJA - TRŽENJSKA PLATFORMA

### 1. Razvoj in raziskave ter Evropski projekti

= Gre za aktivnosti, kot so priprava strateških dokumentov na področju razvoja in trženja turizma, pospeševanje razvoja turističnih produktov v skladu s produktnimi strategijami, spodbujanje razvoja zelenega (trajnostnega) turizma v skladu s strateškimi usmeritvami, pridobivanje in analiziranje rednih tekočih statističnih podatkov o turističnih rezultatih, spremljanje sprememb v turističnem povpraševanju in ponudbi na osnovi primarnih in sekundarnih raziskav, merjenje učinkovitosti aktivnosti in dogodkov, posredovanje informacij s področja razvoja in raziskav slovenskemu turističnemu gospodarstvu in javnemu sektorju ter drugim ciljnim skupinam in usklajevanje razvojno-raziskovalnih aktivnosti preko sodelovanja z domačimi in mednarodnimi strokovnimi institucijami. Poleg naštetih razvojno raziskovalnih aktivnosti sem uvrščamo tudi izvedbo letnega strokovnega srečanja (Dnevi slovenskega turizma oziroma Slovenski turistični forum) za slovensko turistično gospodarstvo skupaj z ostalimi glavnimi turističnimi inštitucijami, pospeševanje razvoja in trženja turizma skozi sodelovanje v evropskih projektih (EDEN, SLOW Tourism, T-lab), nadaljevanje projektov za spodbuditev inovativnega turizma (Sejalec, BTPS), kategorizacija, spodbujanje razvoja in trženja Slovenije kot kongresno-turistične destinacije ter spodbujanje projektov civilne društvene organiziranosti in turističnih prireditev v organizaciji turističnih društev.

Za aktivnosti razvoja in raziskav ter evropskih projektov bo namenjenih **145.000 EUR**.

### 2. Razvoj informacijskega sistema in e-poslovanja

= Gre za aktivnosti, kot so poenotenje nastopa oz. komuniciranja na socialnih medijih, delovanje v smeri strateških usmeritev ter širjenje sodobnih načinov distribucije informacij in trženja slovenske turistične ponudbe (XML, GPS in spletna partnerstva), vsebinska in tehnična nadgradnja STIP in izboljšanje uporabniške izkušnje, podpora aktivnostim direktnega marketinga, ohraniti, upravljati vzpostavljeno skrbniško mrežo uradnega slovenskega turističnega portala, upravljanje in optimizacija spletnega nastopa ter spodbuditev obiska spletne strani [www.slovenia.info](http://www.slovenia.info) ter prodaja slovenskih turističnih storitev preko rezervacijskega sistema in povezanih rezervacijskih sistemov.

Za aktivnosti razvoja informacijskega sistema in e-poslovanja bo namenjenih **215.500 EUR**.



### 3. Produkcija promocijsko-informativnega materiala

= Gre za aktivnosti, kot so produkcija promocijskih katalogov in brošur po principu zelenga delovanja (uporaba okolju prijaznih materialov pri tisku katalogov), priprava tiskanih materialov za potrebe dogodkov v okviru Evropskega prvenstva v košarki in priprava osnovnih promocijskih izdelkov.

Za produkcijo promocijsko-informativnega materiala bo namenjenih **266.000 EUR**.

### 4. B2B Dogodki v Sloveniji in JV Evropi

= Gre za aktivnosti, kot sta izvedba Slovenske turistične borze (SIW), največjega poslovnega dogodka slovenskega turističnega gospodarstva in sodelovanje pri izvedbi specializiranih poslovnih dogodkov na področju JV Evrope (Conventa, Space, TNG 13).

Za B2B dogodke doma in v JV Evropi bo namenjenih **255.800 EUR**.

### 5. Dodatni strateški projekti

= Gre za čezmejni projekt 3 partnerjev – pohodniška pot Alpe Adria.

Za dodatne strateške projekte bo namenjenih **12.000 EUR**.

## Pregled uporabljenih kratic v dokumentu

### Splošno:

B2B:	Business to Business	MSP:	Mala in srednje velika podjetja
B2C:	Business to Customers	NTO:	Nacionalna turistična organizacija
BSC:	Balance scorecard (uravnoteženi sistem kazalnikov)	Outbound turizem:	Emitivni (iniciativni) turizem
BTPS:	Banka turističnih priložnosti Slovenije	PR:	Public Relations (Odnosi z javnostmi)
Conventa:	Borza kongresne dejavnosti v regiji Jugovzhodne Evrope	PVT:	Predstavništvo Slovenske turistične organizacije
CRM:	Customer Relationship Management (Sistem za upravljanje odnosov s strankami)	SIO:	Subjekti inovativnega okolja
DST:	Dnevi slovenskega turizma	SIW:	Slovenian Incoming Workshop (Slovenska turistična borza)
EEN:	European Enterprise Network (Evropska podjetniška mreža)	STG:	Slovensko turistično gospodarstvo
EK:	Evropska komisija	STIP:	Slovenski turistični informacijski portal
EP:	Evropsko prvenstvo	TA:	Turistična agencija
ETC:	European Travel Commission (Evropska turistična komisija)	TO:	Tour Operator (organizator potovanj)
HTZ:	Hrvatska turistička zajednica	TK:	Tržno komuniciranje
INO:	Inovacijska vozlišča	TNI:	Tuje neposredne investicije
INT:	Internacionalizacija	TRI:	Tehnološki razvoj in inovacije
ISEP:	Informacijski sistem in e-poslovanje	TTA:	Turistična tiskovna agencija
ITM:	Izobraževanje za mednarodno poslovanje	TTO:	Transfer Technology Organisation (Pisarne za prenos tehnologij)
JRO:	Javne raziskovalne organizacije	VEM:	Vse na enem mestu

### Ministrstva, organizacije, združenja, podjetja:

ETPO:	European Trade Promotion Organisation (Evropsko združenje za trgovino in promocijo)	SPIRIT:	Javna agencija RS za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma
EU:	Evropska unija	TIA:	Tehnološka agencija Slovenije
JAPTI:	Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije	TZS:	Turistična zveza Slovenije
KTU:	Kongresno-turistični urad	UKOM:	Urad vlade za komuniciranje
MICE:	Meetings Incentives Congresses Exhibition	UNWTO:	World Tourism Organization (Svetovna turistična organizacija)
MGRT:	Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo	WAIPA:	World Association of Investment Promotion Agencies (Svetovno združenje agencij za promocijo in investicije)
MZZ:	Ministrstvo za zunanje zadeve		
SURS:	Statistični urad Republike Slovenije		

**SPIRIT  
SLOVENIJA**

Javna agencija

**I FEEL  
SLOVENIA**

Javna agencija Republike Slovenije za  
spodbujanje podjetništva, inovativnosti,  
razvoja, investicij in turizma

Dimičeva 13, SI-1000 Ljubljana