



Европейска
комисия

Поредица наръчници

Как да се подкрепи
политиката за МСП с помощта
на структурните фондове

Подкрепа за
интернационализацията
на МСП

Поредица наръчници

Как да се подкрепи
политиката за МСП с помощта
на структурните фондове

Подкрепа за интернационализацията на МСП

Ръководство за създатели на политики, заинтересовани лица и управителни органи, по-специално на регионално равнище, които желаят да подпомогнат с помощта на структурните фондове малките и средните предприятия в ЕС и по света да се възползват от възможностите на международния пазар.

Настоящият наръчник е изготвен от Европейската комисия въз основа на източниците, посочени в приложение 2. При все това становищата, изразени в настоящия документ, не отразяват непременно позицията на Европейската комисия.

За повече информация:

Европейска комисия

Генерална дирекция „Предприятия и промишленост“

Отдел D.2: Пазарен достъп на МСП

Електронна поща: Entr-SME-Access-to-Markets@ec.europa.eu

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

Преводи на настоящия наръчник на няколко европейски езика могат да бъдат намерени в интернет на адрес: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies>.

Въпреки че настоящият наръчник е изготвен с цел да се помогне на заинтересованите лица да използват структурните фондове на ЕС, за да подпомогнат МСП, не се поема никаква юридическа отговорност за точността или изчерпателността на предоставената информация. Конкретните искания за използване на структурните фондове на ЕС ще се оценяват винаги в съответствие с правилата, които са в сила към съответната дата в държавата, в която е подадено искането.

Настоящият наръчник е част от поредица наръчници. Досега са публикувани следните наръчници:

- № 1 Изграждане на предприемаческо мислене и умения в ЕС
- № 2 Използване на стандарти за подпомагане на растежа, конкурентоспособността и иновациите
- № 3 Улесняване на прехвърлянето на предприятия
- № 4 Интелигентен наръчник за иновации в сферата на услугите
- № 5 Прилагане на SBA на регионално равнище
- № 6 Как да се подкрепи политиката за МСП и предприемачество с помощта на структурните фондове.
- № 7 Подкрепа за интернационализацията на МСП

ПРАВНА ИНФОРМАЦИЯ

Нито Европейската комисия, нито лицата, действащи от нейно име, носят отговорност за използването на информацията, съдържаща се в настоящата публикация, както и за възможните грешки, въпреки внимателното изготвяне и проверка на документа. Публикацията не отразява задължително становището или позицията на Европейския съюз.

Люксембург, Служба за официални публикации на Европейския съюз, 2014 г.

ISBN 978-92-79-36462-4

ISSN 1977-6810

DOI 10.2769/92358

© Европейски съюз, 2014 г.

Отпечатано в Белгия

Възпроизвеждането е разрешено, ако е посочен източникът, освен ако не е предвидено друго. За използване/възпроизвеждане на материали на трета страна, посочени като такива, е необходимо разрешение от носителите на авторските права.

Предговор



В глобализирания свят е необходимо малките и средните предприятия (МСП) да могат да издържат на все по-голямата конкуренция от развитите страни и страните с бързо развиващи се икономики и да се възползват от пазарните възможности, които тези страни предоставят. Има пряка връзка между интернационализацията и по-доброто представяне на МСП. Международните дейности засилват растежа и заетостта, подобряват конкурентоспособността и подпомагат дългосрочната устойчивост на предприятията. Европейските МСП все още обаче зависят в голяма степен от своите вътрешни пазари въпреки възможностите, предлагани от по-широкия единен пазар на ЕС и от глобализацията като цяло.

В стратегията на ЕС за МСП, изложена в „Small Business Act“ за Европа (SBA), стартиран от Комисията през юни 2008 г. и преработен през 2011 г., ЕС и държавите членки бяха приканени да подкрепят МСП и да ги насърчат да се възползват от растежа на пазарите извън ЕС, по-специално чрез подпомагане в рамките на специфични пазари и дейности по бизнес обучение.

По този начин те могат да се възползват от по-силния акцент върху конкурентоспособността на МСП и иновациите в структурните и инвестиционните фондове на ЕС, и по-специално Европейския фонд за регионално развитие, който е най-големият източник на финансиране в ЕС в подкрепа на МСП.

През периода 2007–2013 г. структурните фондове предоставиха подкрепа в размер на около 70 млрд. евро на предприятията, основно на МСП. Почти 200 000 проекта, финансирани от ЕФРР, предоставиха помощ специално на МСП (много проекти, подпомагащи множество МСП). В резултат на тези проекти бяха създадени 78 000 новоучредени дружества и поне 268 000 постоянни работни места в МСП (а много повече работни места бяха запазени). Тези резултати ще продължат да се увеличават, тъй като проектите ще продължат до края на 2015 г.

Препоръчваме настоящото ръководство на създателите на политики, заинтересованите лица и управляващите органи, по-специално тези на регионално равнище, с цел да ги насърчим да предприемат практически мерки по оползотворяването на структурните фондове за подпомагане растежа на европейските МСП и разширяване на тяхната дейност отвъд граница.

Antonio Tajani

Антонио ТАЈАНИ

Заместник-председател на Европейската комисия,
отговарящ по въпросите на промишлеността
и предприемачеството

Johannes Hahn

Йоханес ХАН

Член на Европейската комисия,
отговарящ за регионалната политика

Съдържание

Съкращения	8
1. Резюме	9
2. Защо МСП трябва да „стъпят на международния пазар“?	13
2.1. Въведение.....	13
2.2. Ситуацията в момента.....	14
2.3. Движещи сили на интернационализацията на МСП.....	15
2.4. Основни пречки за интернационализацията на МСП	17
3. Публична подкрепа за интернационализацията на МСП	19
3.1. Ролята на публичната подкрепа ...	19
3.2. Осведоменост относно програмите за публична подкрепа и използване на тези програми сред МСП.....	20
3.3. Как да се подкрепи интернационализацията на МСП	22
4. Как европейските структурни и инвестиционни фондове могат да се използват за проекти за интернационализация.....	25
5. Примери за добри практики	29
5.1. Проекти за подкрепа, група 1.....	31
5.2. Проекти за подкрепа, група 2: съфинансирани от структурните фондове на ЕС.....	39
5.3. Проекти за подкрепа, група 3: оценени проекти.....	48
Приложение I — Мерки за подкрепа и действия, предприети на равнище ЕС	55
Приложение II — Източници.....	61
Приложение III — Други полезни публикации	62

Съкращения

АПЕС	Организация за азиатско-тихоокеанско икономическо сътрудничество
АСЕАН	Асоциация на народите от Югоизточна Азия
BRIC	Бразилия, Русия, Индия и Китай
BSR-CBP	Програма за изграждане на капацитет в региона на Балтийско море
CNBC	Сътрудничество в клъстери и мрежи за успех на предприятията в Централна Европа
СРР	Регламент за общоприложимите разпоредби
ЕБО	Европейски бизнес организации
ЕК	Европейска комисия
ЕФРР	Европейски фонд за регионално развитие
ЕСИФ	Европейски структурни и инвестиционни фондове
ЕС	Европейски съюз
ПЧИ	Преки чуждестранни инвестиции
ЕПРВ	Еквивалент на пълно работно време
ИС	Интелектуална собственост
ПИС	Права върху интелектуална собственост
ИТ	Информационни технологии
JOSEFIN	Съвместна програма за финансиране на иновации на МСП
ОИСР	Организация за икономическо сътрудничество и развитие
SBA	Small Business Act (Акт за малкия бизнес)
МСП	Малки и средни предприятия

Резюме

Подпомагане на МСП от ЕС да се интернационализират

Малките и средни предприятия (МСП) са гръбнакът на европейската икономика. В ЕС те съставляват 99 % от всички предприятия, осигуряват 67 % от всички работни места в частния сектор и почти 85 % от всички новоразкрити работни места и около 59 % от добавената стойност на икономиката. Чрез установяването на международни връзки се откриват нови пазари за МСП и може значително да се повишат конкурентоспособността и растежът на МСП.

В настоящия наръчник понятието „интернационализация“ се отнася за всички дейности, с които МСП установяват значими бизнес отношения с чуждестранен партньор: износ, внос, преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ–преместване на производства или възлагане на дейности на външни изпълнители), подизпълнителски дейности от международен мащаб и международно техническо сътрудничество. Интернационализацията може да се извършва на трансгранично равнище, на

транснационално равнище в ЕС или на международно равнище извън ЕС.

Интернационализацията може да доведе до увеличаване на конкурентоспособността на равнище предприятия, което може евентуално да се изрази в по-добри икономически резултати на национално и европейско равнище:

- осъществяването на дейност на международно равнище е тясно свързано с по-висок растеж на оборота;
- МСП, които са международно активни, отчитат по-висок растеж на заетостта от онези, които не осъществяват дейност на международно равнище;
- съществува тясна връзка между интернационализацията и иновации.

Въпреки това много малко МСП от ЕС осъществяват стопанска дейност на международно равнище, било то в ЕС или извън него. Съгласно проучване, проведено през 2010 г., 25 % от установените в ЕС МСП са извършвали износ (във и извън Европа) през предходните три години. Едва 13 % от установените в ЕС МСП са били насочени към развиващите се пазари извън ЕС.

Движещи сили за интернационализацията и пречки пред нея

Размерът, възрастта и опитът на МСП оказват влияние върху тяхното желание и способност за интернационализация:

- колкото по-голямо е дружеството, толкова по-вероятно е то да се интернационализира;
- износът и вносът на предприятията се увеличават с тяхното навлизане във фаза на по-голяма зрялост;
- много малко МСП, които не са международно активни, планират в действителност да започнат международни дейности в близко бъдеще.

Някои сектори са по-подходящи за интернационализация от други:

- търговията, производството, транспортът и съобщенията и научните изследвания са секторите, в които се осъществяват най-много международни дейности;
- дружествата, които осъществяват електронна търговия, са по-активни в международен мащаб, отколкото техните традиционни конкуренти.

С цел оказване на помощ на повече МСП да работят с чуждестранни партньори е необходимо да се разберат пречките за това. Основните пречки, докладвани от МСП, са:

- недостатъчен оборотен капитал за финансиране на износа;
- трудност при откриване на чуждестранни бизнес възможности;
- недостатъчна информация, която да им помогне да открият/анализират пазари;
- неспособност за осъществяване на контакти с потенциални чуждестранни клиенти;
- трудност при получаване на надеждно чуждестранно представителство;
- липса на време от страна на управленския състав;
- недостатъчен и/или необучен персонал.

Ролята на публичната подкрепа

Публичната подкрепа може да играе важна роля за насърчаване на по-голяма интернационализация сред МСП. Съгласно проучване, проведено през 2011 г. от Комисията, програмите за публична подкрепа на МСП (финансова и нефинансова, на национално и европейско равнище) средно:

- са увеличили оборота на МСП в целевия пазар с 28 %;
- са увеличили общия оборот на предприятието с 11 %;
- са допринесли за създаване или запазване на три работни места;
- са обусловили приблизително 12 % от оборота за следващата година.

Успешната подкрепа трябва да се основава преди всичко на изграждането на капацитет вътре в МСП, като достъпът до обучение и консултантски услуги играе основна роля. Необходимо е дружествата да бъдат класифицирани, проверени и анализирани, преди наборът от (обикновено) стандартизирани програми за подкрепа да бъде пригоден за разработване на специфичен за дружеството план за подкрепа. Освен това, с цел повишаване на конкурентоспособността и растежа, програмите трябва да подпомагат всички видове форми на интернационализация, а не само износа.

Въпреки че има много програми за подпомагане на интернационализацията на МСП, те са неизвестни в голяма степен: процентът МСП на ЕС, които са запознати с тези възможности, варира от 15 % за микропредприятията до 27 % за средните предприятия и от 10 % за предприятията, които не са активни в международен мащаб, до 22 % за МСП, които осъществяват международни дейности.

Използване на структурните и инвестиционните фондове на ЕС за подпомагане на интернационализацията

Структурните фондове могат да стимулират създаването на практически проекти за подпомагане на МСП в установяването на международни контакти. Настоящият наръчник предлага действия, които могат да бъдат успешно предприети във всички държави членки и във всички региони с помощта на европейските структурни фондове.

Целевата група са основно създатели на политики, заинтересовани лица и управляващи органи на регионално равнище.

Как да се подкрепи интернационализацията на МСП

В приложение 1 са изброени мерките на ЕС с лесен достъп, които могат да бъдат от помощ при консултиране на МСП.

В глава 3.3 се съдържа преглед на някои подходи, които са се доказали като успешни в държавите членки. Тези програми предоставят помощ на отделни МСП или работят чрез мрежи и клъстери. Те са най-ефективни, когато са насочени към специфични сектори.

В глава 4 е описано как да се използват структурните фондове на ЕС за проекти за интернационализация.

Глава 5 съдържа примери на добри практики, които дават импулс на предприемането на практически действия за насърчаване на европейските МСП да се разширяват в международен мащаб и за повишаване на растежа.

2

Защо МСП трябва да „стъпят на международния пазар“?

2.1 Въведение

Малките и средните предприятия (МСП)¹ са гръбнакът на европейската икономика. Те представляват 99 % от всички предприятия на ЕС, осигуряват 67 % от всички работни места в нефинансовия частен сектор, почти 85 % от всички новоразкрити работни места (ЕК, 2011 г. (3), стр. 5–6) и около 59 % от добавената стойност на икономиката.

Интернационализацията разкрива нови пазари за МСП и може значително да повиши конкурентоспособността и растежа на МСП.²

В настоящия наръчник понятието „интернационализация“ се отнася за всички дейности, с които МСП установяват значими отношения с чуждестранен партньор: износ, внос, преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ – преместване на производства или възлагане на дейности на външни изпълнители), подизпълнителски дейности от международен мащаб и международно техническо сътрудничество (ЕК, 2010 г., стр. 5) – с други думи: бизнес дейности, с които се откликва на възможностите и предизвикателствата,

породени от глобализацията (ЕК, 2007 г., стр. 13). Интернационализацията може да се извършва на трансгранично равнище, на транснационално равнище в ЕС или на международно равнище извън ЕС.

Интернационализацията може да доведе до увеличаване на конкурентоспособността на равнище предприятия, което може евентуално да се изрази в по-добри икономически резултати на национално и европейско равнище (ЕК, 2010 г., стр. 57). При едно проучване, обхващащо 2007 г. и 2008 г., което бе публикувано през 2010 г., бяха отчетени следните резултати (ЕК, 2010 г., стр. 8).

- **Осъществяването на стопанска дейност на международно равнище е тясно свързано с по-висок растеж на оборота.** Повече от 50 % от МСП, които са инвестирали в чужбина или са осъществявали подизпълнителски дейности от международен мащаб, са отчетели повишен оборот, като средният процент за МСП като цяло е бил около 33 %.

¹ Според Европейската комисия едно предприятие се счита за МСП, ако има до 250 служители, годишният му оборот не надвишава 50 млн. евро и счетоводният му баланс общо е в размер не по-голям от 43 млн. евро.

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

- **МСП, които са международно активни, отчитат по-висок растеж на заетостта** от другите МСП. Например:
 - Растежът на заетостта на износители-те е бил 7 %, а този на неизносители-те – 3 %.
 - Растежът на заетостта на вносителите е бил 8 %, а този на невносителите – 2 %.
 - МСП, които са осъществявали едновременно внос и износ, са отчели 10 % растеж на заетостта; останалите – 3 %.
 - МСП с ПЧИ са отчели растеж на заетостта в размер на 16 %, а останалите – само 4 %.

- **Връзката между интернационализация и иновации е силна.**

26 % от международно активните МСП са пуснали продукти или услуги, които са нови за техния сектор в тяхната държава, докато за другите МСП тази стойност е едва 8 %. Международно активните МСП са били по-успешни и при иновациите в процесите, които са нови за техния сектор в тяхната държава (11 % спрямо 3 % за останалите МСП).

Международно активните МСП следователно са по-конкурентоспособни от своите национални конкуренти (ЕК, 2010 г., стр. 70). Като навлизат на трудни пазари, те получават достъп до познания и технологии, постигат по-висока ефективност и икономии от мащаба и по-голяма компетентност и се възползват от предимствата на съвременните технологии (ЕК, 2007 г., стр. 10). При повишена пазарна интеграция МСП могат да играят важна роля в световните вериги за създаване на стойност.

Въпреки това, само малка част от МСП на ЕС осъществяват стопански дейности на международно равнище във или извън ЕС.

2.2 Ситуацията в момента

Международните дейности помагат на дружествата да се конкурират, да се разрастват и да оцеляват в дългосрочен план. Съгласно проведено през 2010 г. проучване обаче, 25 % от установените в ЕС МСП са извършвали износ (във и извън Европа) през предходните три години.³

Само 13 % от тях са насочили своя износ към пазари извън ЕС.

Следователно за голяма част от европейските МСП ЕС е техният основен пазар. Той е също добра и подходяща първа стъпка за започване на международни дейности извън ЕС. В повечето случаи вътрешният пазар на ЕС позволява на малките предприятия и на микропредприятията да се развият до етап, когато те могат успешно да се конкурират извън границите на ЕС. Поради това за повечето МСП ЕС може да служи като трамплин за по-успешно участие в международните пазари (ЕК, 2007 г., стр. 5).

Ползите от интернационализацията произтичат не само от износа, но и от всички видове международна дейност. Вносът например може да подобри ефективността, като предоставя достъп до нови технологии и компетентности и има повече европейски дружества, които се занимават с внос, отколкото с износ. Скоростта набират също преките чуждестранни инвестиции (преместване на производства или възлагане на дейности на външни изпълнители), трансферът на технологии, участието в международни вериги по създаване на стойност и другите форми на сътрудничество между МСП. При всички случаи дружествата основно търсят по-голямо конкурентно предимство: достъпът до технологии и ентити или по-лесно достъпни ресурси е също толкова важен за тях, както и достъпът до други пазари, ако не и по-важен (ЕК, 2007 г., стр. 8).

³ ЕК, 2010 г., стр. 5; статистическите данни се основават на извадка от приблизително 1 000 МСП от 26 сектора. Данните са събрани през пролетта на 2009 г. (когато държавите – членки на ЕС са били 27) и обхващат периода 2006–2008 г.

Следната таблица съдържа преглед на различните подходи, прилагани от МСП на ЕС (ЕК, 2010 г., стр. 16, 17, 33, 36).

Вид на интернационализацията	...% от всички МСП на ЕС	...% от онези, чиито дейности са насочени към		...% от всички МСП на ЕС, чиито дейности са насочени към пазари извън ЕС
		трансграничен регион (прибл.)	други държави от ЕС (прибл.)	
Внос	29 %		89 %	14 %
Износ	25 %	47 %	80 %	13 %
Технологично сътрудничество с чуждестранен партньор	7 %	неприложимо		
Подизпълнителски дейности за чуждестранен партньор	7 %			
Използване на чуждестранни подизпълнители	7 %			
Преки чуждестранни инвестиции	2 %			

Общо над 40 % от европейските МСП участват в някаква форма на международни бизнес отношения. Много малко обаче са активните извън ЕС (ЕК, 2010 г., стр. 15).

От кои развиващи се пазари извън ЕС европейските предприятия извличат най-голяма полза?

Съгласно едно проучване от 2011 г. следните седем целеви пазара са все по-важни за европейските предприятия: Бразилия, Русия, Индия, Китай („държавите BRIC“), Япония, Южна Корея и Украйна. Делът на интернационализираните МСП на ЕС със стопански дейности в тези развиващи се пазари през периода от 2009 г. до 2010 г. е бил следният: Русия: 13 %, Китай: 10 %, Украйна: 8 %, Япония: 7,5 %, Бразилия: 6,5 %, Индия: 6 %, и Южна Корея: 4,5 % (ЕК, 2011 г. (1), стр. 13).

2.3. Движещи сили на интернационализацията на МСП

Доставчиците на услуги за подкрепа следва да бъдат запознати с факторите на бизнес сре-

дата, които насърчават или спират интернационализацията: „движещи сили“ и „пречки“. Те не могат да влияят пряко върху тях, но когато са запознати с тях, те могат да се възползват по най-добрия начин от движещите сили и да намалят до колкото е възможно пречките.

Да разгледаме движещите сили.

Основните характеристики на настоящата вълна на глобализация са (ЕК, 2007 г., стр. 6):

- безпрецедентно намаляване на търговските бариери по света;
- значително подобрени системи за логистика и комуникации, достъпни за всички дружества;
- революцията в информационните технологии, която отвори пътя за по-голям обмен на технологии и знания и началото на нови видове икономически сделки като електронна търговия.

Тези ползи се отнасят както за големи корпорации, така и за МСП, но изглежда, че МСП не знаят как да се възползват от тях.

Развиването на повече международно активни МСП означава развиване на повече международни предприемачи, които още от самото начало, за предпочитане чрез образователната система, да бъдат запознати с международната среда и с ползите от международната насоченост (ЕК, 2007 г., стр. 10).

Ако се разгледат внимателно различните вътрешни пазари на МСП, се забелязва, че колкото по-малка е държавата, толкова по-международно активни са нейните МСП. В държави като Естония, Дания, Швеция, Чешката република или Словения делът на износителите е между 55 % и 35 %, докато средният процент за ЕС е 25 %, а в Германия, Франция и Обединеното кралство тази стойност е 20 % (ЕК, 2010 г., стр. 24).

Не е изненадващо, че МСП, намиращи се до граница, са много по-активни в своите презгранични региони, но не и в по-широк мащаб от това (ЕК, 2010 г., стр. 6).

Размерът, възрастта и опитът на МСП са важни фактори за тяхното желание и способност за интернационализация:

- **По принцип колкото по-голямо е дружеството, толкова по-вероятно е то да се интернационализира:** 24 % от микропредприятията, 38 % от малките предприятия и 53 % от средните предприятия извършват износ; по отношение на вноса съответните проценти са 28 %, 39 % и 55 % (ЕК, 2010 г., стр. 5).
- **Износът и вносът на предприятията се увеличават, когато предприятието стане по-зряло.** Процентът на МСП, които извършват износ, се увеличава постепенно от малко над 15 % за предприятия, които съществуват от 4 години, до почти 30 % за предприятия, които съществуват от 25 години или от по-дълго време (ЕК, 2010 г., стр. 6).
- По отношение на **опита**, много малко МСП, които не са международно активни, планират да започнат да осъществяват

международни дейности в близко бъдеще. Само около 4 % от всички неинтернационализирани дружества заявяват намерение да започнат някакви международни дейности (ЕК, 2010 г., стр. 6).

Има ли някакъв специфичен вид интернационализация, който е особено подходящ за начало?

МСП започват най-често с внос. По отношение на МСП, които извършват едновременно внос и износ, почти двойно по-голям е процентът (39 %) на онези, които са започнали първо с внос, в сравнение с онези, които са започнали с износ (18 %). 42 % са започнали с внос и износ в същата година (ЕК, 2010 г., стр. 6).

Накрая, някои сектори са по-подходящи за интернационализация от други:

Търговията, производството, транспортът и съобщенията и научните изследвания са секторите, в които се осъществяват най-много международни дейности. Секторите с най-голям дял на изнасящи МСП са рудодобивът (58 %), производството (56 %), търговията на едро (54 %), научноизследователската дейност (54 %), продажбата на моторни превозни средства (53 %), рентиерството (39 %), и транспортът и съобщенията (39 %). Сред услугите най-голям е процентът на научноизследователския сектор (ЕК, 2010 г., стр. 6).

Дружествата, които осъществяват електронна търговия, са по-активни в международен мащаб. Наличието на средства за продажба на продукти или услуги по интернет е тясно свързано с активността на дадено предприятие на износните или вносните пазари (дори когато то се използва за определяне на други ефекти като размер на дружеството). Може да се направи изводът, че интернет е улеснил преодоляването на пречките пред интернационализацията за МСП от всякакъв мащаб. Всъщност връзката между определени пречки и мащаба на дружеството е станала по-слаба поради интернет (ЕК, 2010 г., стр 7).

2.4. Основни пречки за интернационализацията на МСП

Разбирането за пречките за интернационализацията на МСП позволява подкрепата да бъде насочена към специфичните нужди на МСП (ЕК, 2010 г., стр. 57).

При все че частните и публичните международни пазари предлагат значителни възможности за европейските дружества, МСП са изправени пред конкретни пречки, които възпрепятстват възползването им от световния пазар, и не на последно място, когато става въпрос за достъп до информация за пазара, откриване на потенциални клиенти и намиране на правилните партньори. Наред с това те са изправени пред по-сложни проблеми като спазване на чуждестранни закони, като например задължителни норми на договорното право, митнически правила, технически разпоредби и стандарти, управление на трансфера на технологии и защита на правата на интелектуалната или индустриалната собственост. При справянето с тези предизвикателства МСП обикновено не разполагат в достатъчна степен с необходимия експертен опит и финансови или човешки ресурси в сравнение с по-големите предприятия (ЕК, 2011 г. (2), стр. 3).

Успешните политики за подпомагане разширяването в международен мащаб на МСП трябва да започнат от разбирането на проблемите, пред които те са изправени, когато обмислят дали да започнат да осъществяват стопански дейности с чуждестранен партньор. Според ОИСР⁴ основните пречки, докладвани от МСП, са (ЕК, 2007 г., стр. 10–11):

- недостатъчен оборотен капитал за финансиране на износа;
- трудност при откриване на чуждестранни бизнес възможности;
- недостатъчна информация за откриване/анализиране на пазари;
- неспособност за осъществяване на контакти с потенциални чуждестранни клиенти;
- трудност при получаване на надеждно чуждестранно представителство;

- липса на време от страна на управленския състав за интернационализация;
- недостатъчен и/или необучен персонал.

Предприятията, които все още не са активни на международния пазар, могат да подценят някои пречки и да надценят други, поради това когато се разработват и развиват услуги за подкрепа на предприятия, е необходимо да се вземе предвид международният опит на дружествата или липсата на такъв (ЕК, 2010 г., стр. 57).

Съгласно проучване, извършено през 2010 г. (ЕК, 2010 г., стр. 58–59), МСП отчитат следните **пречки вътре в дружествата**:

- цената на техния продукт или услуга;
- високите разходи за интернационализация;
- качеството на продукта и липсата на квалифициран персонал;
- спецификациите на продуктите на дружеството;
- езикова компетентност.

Най-важната пречка според МСП е цената на продуктите или услугите на дружеството. Разбира се, тя зависи от общите цени на вътрешния пазар и нивото на ефективност на предприятието; поради това мерките за подкрепа, които са специфични за интернационализацията, вероятно не са насочени към преодоляване на тази пречка. Ефективни могат да се окажат обаче мерките за изграждане на вътрешен капацитет, които са насочени към повишаване на ефективността на предприятията чрез комбиниране на политика за интернационализация с политика за иновации или чрез насърчаване на ефективната доставка на ресурси, по вероятност чрез пряк внос.

Втората най-важна пречка е „високите разходи за интернационализация“. Задачата на ЕС е да работи за разработването на правила за международната търговия, които отговарят на специфичните нужди на европейските МСП. Европейската комисия има за цел понижаване на тарифните и нетарифните пречки пред търговията чрез договаряне на споразумения за свободна търговия с държави извън ЕС. Друг стремеж е сближаването на

⁴ Окончателен доклад за съвместния проект на ОИСР и АРЕС „Премахване на пречките за достъп на МСП до международни пазари“, Международна конференция на ОИСР и АРЕС, 6–8 ноември 2006 г., Атина, Гърция.

нормативните уредби чрез различни диалози, например в контекста на Европейската политика за съседство, т.е. Източното партньорство и евро-средиземноморското сътрудничество в областта на промишлеността.

МСП могат да получат пряка техническа помощ, например чрез улесняване достъпа до информация за международните пазари, чрез подпомагане установяването на международни партньорства в областта на бизнеса, научните изследвания или технологиите (например чрез мрежата „Enterprise Europe“, вж. приложение 1) или субсидиране участието в международни търговски панаири.

Мащабът на дружествата няма голямо значение за вътрешните пречки, освен по отношение на липсата на достатъчно квалифициран персонал: колкото по-малко е предприятието, толкова по-голяма се счита тази пречка.

Проучването разглежда също **външните пречки** в бизнес средата (ЕК, 2010 г., стр. 59–60). Факторите, които повечето МСП са счели, че спират интернационализацията, са:

- липса на капитал;
- липса на достатъчна публична подкрепа;
- липса на достатъчна информация;
- разходите или трудностите, свързани с документацията, която се изисква за транспорта;
- други закони и подзаконови актове в чуждата държава;
- тарифи или други пречки за търговията на чуждестранния пазар;
- културни различия (включително бизнес културата).

Моделите на възприеманите външни пречки в ЕС и останалата част от света са доста сходни, въпреки че „тарифните ограничения и другите пречки за търговията“, „другите закони и подзаконови актове в чуждите държави“, „тарифните ограничения или другите пречки за търговията в собствената държава“ и „културните различия“ се посочват по-рядко във връзка с ЕС. Изненадващо е, че МСП посочват „липсата на капитал“ и „липсата на подходяща публична подкрепа“ по-често във връзка с ЕС, отколкото със световните пазари. По принцип вероятната причина за това е, че МСП, които са активни на пазари извън ЕС, са по-големи и по-опитни. По-големите МСП считат „другите закони и подзаконови актове в чуждите държави“ за по-важни пречки, а микропредприятията посочват по-често „липсата на капитал“.

3

Публична подкрепа за интернационализацията на МСП

© tfoxfoto/Stock/Thinkstock

Ролята на публичната подкрепа

Вече беше посочено, че МСП играят важна роля за стабилността и потенциала на всяка национална икономика по отношение на заетостта и добавената стойност. Тъй като повечето МСП разполагат с ограничени ресурси, те се нуждаят от помощ, за да придобият необходимите способности за успешно конкуриране на международния пазар (ЕК, 2007 г., стр. 17).

Поради това в стратегията на ЕС за МСП, изложена в „Small Business Act“ за Европа (SBA), стартиран от Комисията през юни 2008 г.⁵ и преработен през 2011 г.⁶, ЕС и държавите членки бяха призовани да подкрепят МСП и да ги насърчат да се възползват от растежа на пазарите извън ЕС, по-специално чрез подпомагане в рамките на специфични пазари и дейности по бизнес обучение (ЕК, 2011 г. (2), стр. 5). Тази идея беше доразвита по-подробно в съобщението на Комисията от 2011 г. „Малък бизнес, голям свят – ново

партньорство за подпомагане на МСП да се възползват от глобални възможности“.⁷

МСП определено ценят публичната подкрепа: 11 % от тези, използващи мерки за публична подкрепа, предоставена от техните правителства, заявяват, че не биха могли да развият международни дейности без нея. Общо 55 % от международно активните МСП са съгласни с поне едно от следните четири твърдения (ЕК, 2010 г., стр. 70):

- Без подкрепа те не биха могли въобще да се интернационализират.
- С предоставената подкрепа те са се интернационализирали по-рано, отколкото биха го постигнали в други случаи.
- С предоставената подкрепа те са участвали в допълнителни дейности по интернационализиране.
- С предоставената подкрепа те са получили по-добро разбиране за възможностите на чуждестранния пазар.

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

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

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

Освен това публичната подкрепа може да осигури ценен принос, като се насочва към онези проблеми, които се разглеждат като основните пречки за интернационализацията: достъп до информация и достъп до финансова подкрепа (ЕК, 2010 г., стр. 70).

Проучването на Комисията от 2011 г. показва, че средно използването на програми за публична подкрепа (финансова и нефинансова, на национално равнище и на равнище на ЕС) (ЕК, 2011 г. (1), стр. 8):

- е увеличило оборота на МСП в целевия пазар с 28 %;
- е увеличило общия оборот на предприятието с 11 %;
- е допринесло за създаване или запазване на три работни места;
- е обусловило 12 % от оборота за следващата година.

3.2. Осведоменост относно програмите за публична подкрепа и използване на тези програми сред МСП

Въпреки че има много програми за подпомагане на интернационализацията на МСП, те са неизвестни в голяма степен: процентът на МСП на ЕС, които са запознати с тези възможности, варира от 15 % за микропредприятията до 27 % за средните предприятия и от едва 10 % за предприятия, които не са активни в международен мащаб, до 22 % за МСП, които осъществяват международни дейности (ЕК, 2010 г., стр. 7).

Съществуват различия между секторите: 20 % до 25 % от МСП в сектора на търговията на едро и производството са осведомени за програмите за подкрепа, докато в сектора на търговията на дребно, транспорта и личните услуги само от 10 % до 13 % от предприятията са осведомени за наличната публична подкрепа. Поради това първата стъпка за адекватно подпомагане на достъпа на МСП до възможностите на международните пазари е повишаване на твърде ниската осведоменост за програмите за под-

помагане на бизнеса сред МСП (ЕК, 2010 г., стр. 7).

Въпреки че малките дружества са изложени в много по-голяма степен на въздействията на пречките за търговия от големите дружества, големите предприятия са онези, които са по-добре запознати с достъпните мерки за подкрепа, и които впоследствие ги оползотворяват (ЕК, 2010 г., стр. 63, 64). До този момент много малко са МСП на ЕС, които в действителност използват мерки за публична подкрепа. Според проучването от 2010 г. нефинансовата подкрепа се използва в по-голяма степен от най-малките предприятия, които развиват икономическа дейност в международен мащаб: 10 % от микропредприятията спрямо 8 % от малките предприятия и 6 % от средните предприятия. От друга страна финансовата подкрепа се използва в по-голяма степен от по-големите МСП, които са международно активни: 10 % от микропредприятията, 13 % от малките предприятия и 16 % от средните предприятия (ЕК, 2010 г., стр. 7).

Различията между отделните държави са съществени. Голям процент от МСП в Австрия (47 %) са заявили, че използват финансова подкрепа, докато в държави като Португалия, Дания и Нидерландия тази стойност е 1 % или по-малко. Използването на нефинансова подкрепа е най-голямо в Словения (23 %), Кипър (19 %) и Латвия (16 %), но значително по-ниско в останалите държави членки (ЕК, 2010 г., стр. 7, 67). Следната таблица представя използването на мерки за финансова и нефинансова публична подкрепа за интернационализация за 2009 г., представено по държави като процент на МСП, които извършват стопанска дейност в международен мащаб:

Процент на международно активните МСП, които използват финансова или нефинансова подкрепа

Позиция	Държава	% на използване на финансова подкрепа	Позиция	Държава	% на използване на нефинансова подкрепа
1	Австрия	47 %	1	Словения	23 %
2	Турция	32 %	2	Кипър	19 %
3	Гърция	17 %	3	Латвия	16 %
4	Латвия	17 %	4	Литва	12 %
5	Норвегия	14 %	5	Люксембург	11 %
6	Германия	14 %	6	Италия	11 %
7	Испания	10 %	7	Норвегия	11 %
8	Италия	9 %	8	Гърция	11 %
9	Словакия	9 %	9	Франция	9 %
10	Франция	7 %	10	Испания	9 %
11	Румъния	6 %	11	Германия	7 %
12	Унгария	5 %	12	Дания	5 %
13	Швеция	5 %	13	Обединено кралство	5 %
14	Кипър	5 %	14	Ирландия	4 %
15	Обединено кралство	5 %	15	Австрия	3 %
16	Словения	4 %	16	Полша	3 %
17	Люксембург	4 %	17	БЮРМ	2 %
18	Лихтенщайн	4 %	18	Финландия	2 %
19	Белгия	4 %	19	Белгия	1 %
20	Финландия	3 %	20	Словакия	1 %
21	Естония	3 %	21	Нидерландия	0 %
22	Литва	3 %	22	Естония	0 %
23	Полша	3 %	23	Малта	0 %
24	Ирландия	3 %	24	Хърватия	0 %
25	Малта	2 %	25	Португалия	0 %
26	България	2 %	26	Швеция	0 %
27	Хърватия	2 %	27	Чешка република	0 %
28	Чешка република	2 %	28	България	0 %
29	Португалия	1 %	29	Унгария	0 %
30	Дания	1 %	30	Исландия	0 %
31	Нидерландия	1 %	31	Лихтенщайн	0 %
32	БЮРМ	0 %	32	Румъния	0 %
33	Исландия	0 %	33	Турция	0 %

Кой вид публична подкрепа се използва най-често от МСП?

Сред финансовите услуги най-често използвани са „субсидиите и безвъзмездната помощ“, като те се считат също и за най-полезни от МСП, които развиват международна стопанска дейност. Сред наличните услуги за нефинансова подкрепа МСП използват основно следните шест услуги, поради което е важно да им се обърне внимание (ЕК, 2011 г. (1), стр. 51):

- информация за правила и подзаконовни актове;
- информация за възможностите на пазара;
- изложения на международни търговски панаири;
- определяне на потенциални чуждестранни бизнес партньори;
- бизнес сътрудничество и работа в мрежа;
- прояви за намиране на партньори.

3.3. Как да се подкрепи интернационализацията на МСП

Успешната помощ за интернационализация зависи основно от изграждането на капацитет вътре в МСП, като индивидуалната подкрепа и достъпът до обучение и консултантски услуги играят основна роля. Това изисква класифициране, подбор и анализ на дружествата, преди да се осигури някаква подкрепа и преди наборът от (обикновено) стандартизирани програми за подкрепа да бъде пригоден за разработване на специфичен за всяко дружество план за подкрепа. Освен това, с цел повишаване на конкурентоспособността и растежа, програмите трябва да подпомагат всички видове интернационализация, а не само износа (ЕК, 2007 г., стр. 32).

Основните програми за интернационализация трябва да привлекат възможно най-голям брой МСП (ЕК, 2007 г., стр. 32). Препоръчително е да се обърне специално внимание на микропредприятията и малките предприятия, т.е. МСП, които разполагат с по-малко от 50 служители, годишен оборот не по-голям от 10 млн. евро и счетоводен баланс

общо в размер по-малък от 10 млн. евро. Те представляват болшинството от МСП на ЕС и са особено уязвими. Усилията следва да бъдат насочени едновременно към разширяване на капацитета за иновации и за международна икономическа дейност, тъй като те са тясно свързани (вж. предходните глави). Електронната търговия е друг компонент, на който трябва да се наблегне: предвид това, че интернет като канал за разпространение е лесно достъпен дори за най-малките МСП, трансграничната електронна търговия осигурява огромен потенциал за растеж за тези дружества (ЕК, 2010 г., стр. 71–75).

По отношение на седемте целеви пазара Бразилия, Русия, Индия, Китай, Япония, Южна Корея и Украйна, видовете публична подкрепа, от които европейските МСП очакват най-голям ефект, обикновено са (ЕК, 2011 г. (1), стр. 7):

- помощ при определяне на бизнес партньори в тези държави;
- предоставяне на подходяща информация за възможностите на пазара;
- предоставяне на подходяща информация за правила и подзаконовни актове.

Не всяка публична подкрепа обаче е еднакво ефективна.

Първо, публичната подкрепа трябва да е насочена към области, където има пазарна неефективност, за да се избегне всяка неоправдана конкуренция с частните доставчици на услуги. Освен това тя трябва да определя ясни цели и задачи със съответния контрол и оценка на резултатите. Това е с цел да се гарантира, че подкрепата достига до целевите получатели, постига необходимите резултати и не разхищава публични ресурси (ЕК, 2010 г., стр. 70).

Съществуват редица бизнес центрове, информационни бюра, уебсайтове, бази данни и други услуги, управлявани или подпомагани от Европейската комисия, които са предназначени да помогнат на МСП да се интернационализират. Освен това има богат източник на информация за организациите

за подпомагане на МСП. Тези мерки и действия са посочени в приложение 1.

Освен това широк набор от дейности за подпомагане на предприятията на пазари, във и извън ЕС, се предлагат от частни, полупублични и публични доставчици на услуги в държавите членки (например национални търговски камари, бизнес сдружения, търговски консултанти, агенции за МСП и организации за насърчаване на търговията), всеки от които има огромен експертен опит при подпомагането на МСП в развиването на международна стопанска дейност.⁸

Тези програми могат да предоставят индивидуална подкрепа или подкрепа чрез мрежи и клъстери.

Индивидуална подкрепа

Индивидуалната подкрепа се основава на анализ на отделното МСП и областите, в които то се нуждае от подкрепа; след това подкрепата се адаптира към неговите специфични ресурси и способности (ЕК, 2007 г., стр. 22).

Тези програми обикновено започват с оценка на „готовността на МСП за интернационализация“ и продължават с дългосрочно консултиране за помагане на дружествата да изградят управленски умения, които са необходими за развиване на международна стопанска дейност. Тези програми обикновено се допълват със серия от мерки, насочени към другите области, за които често се изисква подкрепа: информация и понякога подкрепа за финансиране на международна стопанска дейност, достъп до информация, мрежи и т.н.

Програмите за индивидуална подкрепа имат холистичен подход към дружеството и разглеждат специфичните пречки, които отделното МСП среща при развиването на международна стопанска дейност. Всъщност те представляват „програма от програми“, чийто акцент е разработването на устойчива стратегия за интернационализация на отделното МСП (ЕК, 2007 г., стр. 22).

Мрежи и клъстери

Мрежите разширяват капацитета на отделните МСП за интернационализация и продължават да бъдат важен компонент от тази подкрепа. Има два вида мрежи: мрежи за подкрепа и мрежи за сътрудничество (ЕК, 2007 г., стр. 24–25).

Мрежите за подкрепа се управляват от правителството (например търговските офиси в чужбина) или големи бизнес сдружения. Те играят важна роля при подпомагането на всеки вид интернационализация, тъй като те предоставят достъп до информация, която може да се използва пряко от МСП. По този начин те обхващат една от областите с най-голямо търсене и потребности по отношение на МСП (ЕК, 2007 г., стр. 24–25).

Мрежите за сътрудничество се концентрират върху насърчаването на пряко сътрудничество между дружествата. Според проучванията подходите за сътрудничество, обединенията и мрежите между МСП ще се увеличават в бъдеще (ЕК, 2007 г., стр. 24–25).

Клъстерите, бизнес мрежите и консорциумите за износ могат да играят важна роля при подпомагане на МСП да придобият по-международна насоченост. По-специално **консорциумите за износ** играят специфична роля, тъй като те представляват групи от предприятия, които работят заедно по проект за развитие на дейности по износ. Например при скорошни проучвания бе установено, че новосъздадените МСП, които разработват нови продукти и услуги в рамките на конкретна ниша, често са активни на международните пазари от самото начало и техният капацитет за износ се подсилва от членството им в клъстер (ЕК, 2011 г. (2), стр. 13).

МСП, които участват в **клъстери и бизнес мрежи**, могат да извлекат полза от контактите, бизнес връзките и официалните и неофициалните знания, които се обменят в рамките на даден клъстер и бизнес мрежа, както и от персонализирани услуги, осигурявани от

⁸ Глава 5 съдържа някои примери за добри практики, които дават импулс за предприемането на практически мерки за подпомагане на европейските МСП да развиват международна стопанска дейност и да се разрастват.

кълъстерни и мрежови организации. Тези ползи улесняват например развитието на партньорства в чужбина, така че МСП разполагат с по лесен достъп до световни вериги за създаване на стойност, създават стратегически съюзи с международни научноизследователски организации в партньорски кълъстери или мрежи, разширяват своите търговски дейности в чужбина, включително в областта на обществените поръчки, и получават подходящи умения и персонализирани професионални съвети (ЕК, 2011 г. (2), стр. 13).

Държавите членки трябва да признаят кълъстерните и мрежовите организации като важни посредници и да ги включат в схемите за подкрепа на бизнеса, ориентирани към насърчаване на интернационализацията на МСП (ЕК, 2011 г. (2), стр. 13).

Секторни програми

Секторът, в който дружествата осъществяват дейност, е от съществено значение за „присъствието“ на чуждестранни пазари, тъй като не всички сектори са еднакво засегнати от глобализацията. По принцип високотехнологичните и среднотехнологичните сектори обикновено са по-интернационализирани от секторите, които използват по-малко технологии. В това отношение няма съществена разлика между секторите за продукти и секторите за услуги. Дружествата във високотехнологичните сектори трябва да бъдат тясно специализирани и ориентирани към конкретна ниша, за да бъдат конкурентоспособни. Поради това енергично се препоръчват персонализирани програми за подкрепа (ЕК, 2007 г., стр. 25–26).

4

Как европейските структурни и инвестиционни фондове могат да се използват за проекти за интернационализация

© monkeybusinessimages/iStock/Thinkstock

Измежду различните източници за финансиране, достъпни за програмите за интернационализация, настоящите наръчните се концентрират върху най-големия: европейските структурни и инвестиционни фондове (ЕСИФ). (За другите възможности за финансиране вж. последното издание на „Преглед на основните възможности за финансиране, достъпни за европейските МСП“⁹, публикуван на уебсайта на Европейската комисия.)

Регламентите за ЕСИФ определят тематични цели и инвестиционни приоритети, свързани с целите на стратегия „Европа 2020“ за увеличаване на заетостта и растежа в целия ЕС.

Програмите се разработват и управляват на национално и/или регионално равнище. При разработването на програми държавите членки избират целите, които са най-важни за тях предвид собствените им нужди за развитие и европейските приоритети като специфичните препоръки към всяка държава,

определени по време на европейския семестър за координация на икономическите политики, и общи принципи като необходимост от концентриране, акцент върху резултатите и допълняемост (не съществува заместител на националното финансиране).

С цел постигане на подходящо ниво на собственост, ангажираност и ефективност на ресурсите държавите членки включват всички съответни административни равнища и заинтересованите лица от социално-икономическата сфера.

На практика:

- Въз основа на стратегия „Европа 2020“ между Европейската комисия и всяка държава членка се сключва договор за партньорство за периода 2014–2020 г., който обединява всички отделни ангажменти на съответната държава членка за постигане на европейските цели и задачи.

⁹ http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5778.

- Въз основа на своя договор за партньорство всяка държава членка разработва няколко оперативни програми, които определят приоритетите за финансиране за 2014–2020 г. Тези програми се ръководят от управляващи органи, определени на регионално или национално равнище от различните държави членки.
- През програмния период (т.е. от 2014 г. до 2020 г.) всеки управляващ орган ще публикува серия от покани за предложения за проекти, които ще бъдат финансирани на регионално равнище. Възможно е като част от текуща програма да се представи нов проект.

От инструментите за финансиране, създадени за подпомагане на регионалната политика и политиката на сближаване на ЕС, ЕФРР е най-големият, който подпомага МСП. Неговата цел е намаляване на различията в развитието на регионите и подпомагане на социалното и икономическото сближаване в ЕС.

С цел насърчаване създаването на МСП и повишаване на тяхната конкурентоспособност ЕФРР съфинансира дейности в широк спектър от области (ЕК, 2012 г., стр. 2, 10):

- предприемачество, иновации, конкурентоспособност на МСП (например наставничество за предприемачи, иновационни технологии и системи за управление в МСП, екологични иновации и по-добро използване на информационните и комуникационните технологии);
- подобряване на регионалната и местната среда за МСП (например достъп до капитал в началната фаза и фазата на растеж, бизнес инфраструктура и услуги за подкрепа, регионални и местни научни изследвания, техническо развитие и капацитет за иновации и бизнес сътрудничество и капацитет за иновации);
- междурегионално и трансгранично сътрудничество с МСП;
- инвестиции в човешки ресурси (заедно с финансиране от Европейския социален фонд).

Конкурентоспособността на МСП е една от единадесетте тематични цели на новата политика на сближаване. Нейните инвестиционни приоритети за повишаване на конкурентоспособността на МСП са:¹⁰

- поощряване на предприемаческия дух, по-специално чрез улесняване на икономическото оползотворяване на нови идеи и стимулиране на създаването на нови предприятия, включително чрез бизнес инкубатори;
- разработване и прилагане на нови бизнес модели за МСП, по-специално за насърчаване на тяхната интернационализация;
- подкрепа за създаването и увеличаването на усъвършенстваните възможности за разработване на продукти и услуги;
- подкрепа за капацитета на МСП за растеж в рамките на регионалните, националните и международните пазари и участие в процеса на иновации;

Повече информация може да бъде намерена на интернет страницата на Генерална дирекция „Регионална политика“ на Европейската комисия.¹¹

В раздел „Във Вашата страна“ е предоставен:

- списък на органите на управление на структурните фондове във всяка държава членка;
- обобщение на програмите, достъпни във всеки регион.

В раздел „С какво се занимаваме/Фондовете“ е предоставена:

- информация за достъп до фондовете.

В раздел „Източници на информация/ Публикации/Брошури и изложения“ е публикувано:

- ръководство за органите на управление на ЕФРР за разработване на подходящи мерки за подкрепа с цел подпомагане на МСП да увеличат в най-голяма степен ползите от регионалните стратегии за „интелигентна специализация“.

¹⁰ Вж. Регламент (ЕС) № 1303/2013 („Регламент за общоприложимите разпоредби“) и специфичните за фонда регламенти: http://ec.europa.eu/regional_policy/information/legislation/index_bg.cfm.

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

Как се подава заявление за помощ от ЕС?

Предприятия, образователни институции, научноизследователски институти, общини и други организации или комбинации от горепосочените могат да предлагат проекти за съфинансиране от ЕС. Ако принадлежите към една от тези групи и имате идея за проект за подпомагане на МСП да станат по-конкурентни, като развиват международна стопанска дейност:

1. Уверете се, че Вашият проект е с ограничен срок и обхват, ако желаете да получите финансова помощ от ЕС. Необходим Ви е план на проекта, който включва съществените елементи на проекта, цели и етапи, разпределение на дейностите, бюджет и план и график за изпълнение.
2. Запознайте се с оперативните програми за Вашия регион и идентифицирайте органа за тяхното управление. Органът за управление обикновено има интернет страница с описани в нея процедури за подаване на заявления за финансиране, крайните срокове и процента на съфинансиране.
3. Изпратете Вашия проект в отговор на подходяща „покана за предложения“.

За допълнителна информация относно достъпа до структурните фондове на ЕС, моля направете справка с наръчника „Как да се подкрепи политиката за МСП и предприемачество с помощта на структурните фондове“.¹²

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

5

Примери за добри практики

© David Sacks/Photodisc/Thinkstock

Настоящата глава има за цел да послужи като вдъхновение, като дава примери за добри програми за интернационализация, реализирани от различните държави членки и регионите. Имайте предвид, че мерките, които се предлагат за финансиране от ЕСИФ, трябва да отговарят на съответните разпоредби от Регламента за общоприложимите разпоредби (CPR), специфичните за фондовете регламенти и правилата за съфинансиране на специфичните оперативни програми.¹³

През 2008 г. Европейската комисия публикува брошура с добрите практики в тази област: „Подпомагане на интернационализацията на МСП – избрани добри практики“¹⁴. Тя съдържа 27 примера и може да бъде изтеглена от уебсайта „Eurora“. Някои от тези примери са описани в първата група по-долу. Втората група включва проекти, които са съфинансирани от структурните фондове на ЕС в периода между 2007 г. и 2013 г. (ЕК, 2013 г.). В третата група са проекти за подкрепа, оценени при проучване, проведено през 2011 г. (EIM, 2011 г., стр. 67–77).

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

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

	Добра практика	Държава	Добра практика за следните задачи за подкрепа*:
ГРУПА 1			
А	Програми за обучение: регионална програма за насърчаване на износа и интернационализацията на МСП	Норвегия	3, 8
Б	МСП и трансгранично финансиране	Нидерландия	2, 4
В	PIREnet	Испания	6, 8
Г	Договори за промишлена, научноизследователска и развойна дейност (ДПНИРД)	Норвегия	4, 6, 7
Д	Програма „Премести се или остани и се усъвършенствай“	Швеция	2, 7, 8
Е	Първи полет (First Flight)	Ирландия	2, 3, 8
Ж	Програма за инкубация	Италия	8
З	Транснационална мрежа – занаятчийство в Големия регион	Люксембург	2, 8, 9
ГРУПА 2 – СЪФИНАНСИРАНИ ОТ СТРУКТУРНИТЕ ФОНДОВЕ НА ЕС			
И	BioFix	Естония	9
Й	Развиване на бизнес клъстери в Централна Европа	няколко	3, 5
К	Иновации в региона на Балтийско море	няколко	4
Л	Разрастване на клъстерите в региона на Балтийско море	няколко	3, 5
М	Скандинавски модел за дружества, управлявани от жени	няколко	1, 5, 7
Н	Устойчива енергия, получена от дървесина от Северна Карелия	Финландия	3, 5, 6
О	Инвестиции в цифрови технологии в сектора на туризма на Гърция	Гърция	4, 7
П	Стремеж към растеж	няколко	5
Р	Платформа за интелигентен маркетинг за малки дизайнерски фирми	Обединено кралство	2, 3, 6, 8
ГРУПА 3 – ОЦЕНЕНИ ПРОЕКТИ ЗА ПОДКРЕПА			
С	Групите от експортни партньори като посредници на интернационализацията	Финландия	2, 3, 8
Т	Инициатива за износ на „ технологии за възобновяема енергия“	Германия	2, 4
У	Подготовка за старт (Prepare2start)	Нидерландия	2, 4, 8
Ф	Центрове за подкрепа на бизнеса в Нидерландия	Нидерландия	2, 8
Х	Шведско партньорство (Swedpartnership)	Швеция	4
Ц	Програма на UK Trade & Investment за достъп до търговски изложения	Обединено кралство	4
Ч	Международна политика за развитие на Шотландия	Обединено кралство	2, 4, 8

*** Задачи за подкрепа:**

1. Повишаване на осведомеността
2. Високостойностна информация
3. Програми за развитие на човешките ресурси
4. Подпомагане на финансовите нужди на интернационализацията
5. Насърчаване на мрежите
6. Подпомагане на интернационализацията на услуги
7. Използване на интернационализацията за повишаване на конкурентоспособността
8. Индивидуализирана помощ
9. Гранични зони и трансгранично сътрудничество

5.1. Проекти за подкрепа, група 1

А

Норвегия

Програми за обучение:
Регионална програма за насърчаване на износа и интернационализацията на МСП

Проблем, цел и географска област

Тази регионална програма се стреми към повишаване на конкурентоспособността на МСП чрез насърчаване и подпомагане на износа и интернационализацията.

Кратко описание на практиката

В основата на програмата е идея, разработена с оглед на онези МСП, които разполагат с потенциала и способностите да увеличат своята глобална конкурентоспособност чрез новаторство и интернационализация. Става въпрос за програма за развитие на бизнеса, в която дружествата вземат участие в процес на развитие за период от 12 до 14 месеца. Програмата „Innovation Norway“ отпуска на дружествата безвъзмездна помощ за проект за развитие на бизнеса.

Програмата е разделена на четири етапа:

1. идентифициране и оценка на нуждите и жизнения цикъл на заинтересованите дружества, т.е. дали те имат желание, способност и готовност и дали могат да се възползват от програмата;
2. анализиране на способността на дружеството за новаторско пазарно и технологично развитие; това съставлява основата на пазарните и технологичните проекти, които се изпълняват;
3. планиране: подпомагане на дружеството при разработване на план за негов собствен пазарен и/или технологичен проект;
4. изпълнение: подпомагане на дружествата при изпълнение на проектите чрез персонализирана помощ посредством различни експертни, консултантски, финансови услуги и услуги за създаване на мрежа от контакти.

Допълнителна информация

През 1999 г. областите Sør-Trøndelag и Nord-Trøndelag поемат инициативата да изготвят по-силна и по-координирана програма за подпомагане на дружествата да развият международна икономическа дейност. Въз основа на предварително проучване през 2001 г. започва тригодишна програма, финансирана от двете области и Innovation Norway. Програмата е продължена и след 2003 г. въз основа на положителната оценка за първите три години. Програмата е организираща и управлява няколко секторни мрежи в областите. До края на 2005 г. има пет различни мрежи: околна среда, здравеопазване, енергетика, ИКТ, нефт и газ.

Оценка/резултати

През периода 2001–2003 г. над 300 предприятия са взели участие в една или няколко дейности по програмата, а над 170 дружества са преминали през задълбочен анализ. Участващите дружества са увеличили своите експортни продажби средно със 7 % като цяло. Тясното сътрудничество между регионалната търговска камара, сдружения за износ, Innovation Norway, частни консултанти, институции за научноизследователска и образователна дейност, общности и областни съвети е довело до по-качествено и по-целесъобразно подпомагане на интернационализацията на МСП.

Данни за връзка

Christian Peter Haugen

Старши консултант – Innovation Norway

Тел.: (47) 74 13 54 00 – Факс (47 74) 13 54 01

Електронна поща: christian.peter.haugen@invanor.no

www.innovasjon Norge

Програми за обучение:
МСП и трансгранично финансиране

Проблем, цел и географска област

Информацията за финансови продукти и въпроси е разпокъсана и непрозрачна. Това е особен проблем за МСП, които желаят да се интернационализират и се нуждаят от финансиране, както и от пътна карта за подготовката си за това. Целта е да се подобри достъпът до финансиране за МСП чрез събиране на наличната информация и публикуването ѝ на интернет страница. За целта е установено сътрудничество с частния сектор, включително конфедерации от банки (NVB) и МСП (МКВНИ), т.е. търсенето е определящият фактор. Интернет страницата е използвана навсякъде по света и е насочена към нидерландските МСП и техните партньори. Практиката е започната от нидерландския търговски съвет – DTB (публично-частен консултативен съвет към правителството) и се изпълнява от Агенцията за международен бизнес и сътрудничество, EVD.

Кратко описание на практиката

Интернет страницата (www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering) представя продуктите на частния финансов сектор, държавата, ЕС и многостранните институции. Включени са специални продукти като застраховка на експортни продажби на кредит, международни кредитни рейтинги, както и факторинг, рисков капитал, практики при плащанията, кредитиране и пътни карти, които могат да бъдат много полезни за трансграничното финансиране. Привидно разнородни продукти са уеднаквени, т. е. групирани заедно и представени по опростен и удобен за потребителя начин, сравнени по условия и цени. Уебсайтът съдържа кратки, но подробни страници и „преки връзки“ към търсената страница от уебсайта на доставчика, което позволява бързото намиране на информация от посетителя. EVD все още обновява информацията: опростени пътни карти, бизнес проекти, а в скоро време и препратки към финансови/правни консултанти за МСП (одитори, адвокати) и т.н.

Целева група

Целевата група включва нидерландски МСП, които изнасят, инвестират и са ангажирани в трансгранично сътрудничество. Тук се включват около 75 000 дружества (от които около 70 000 са износители). Голямото мнозинство (оценено на 80 %) няма нужда от външна информация/съвети за финансиране, тъй като тези дружества могат да се справят сами или заедно със своите чуждестранни клиенти. Поради това потенциалната целева група се състои от около 15 000 МСП. Опитът показва, че консултантите на МСП (одитори, търговски камари, адвокати и др.) също намират информацията за много полезна.

Очаквани или постигнати резултати

Реакцията на финансовия сектор, търговските камари, конфедерацията на МСП и т.н. е много положителна. Изглежда е открита пазарна ниша. Това се потвърждава от:

- **броя на отчетените посетители.** EVD е преработила своите инструменти за измерване на броя посетители с цел корекция за „посещенията“ от системи за обхождане на интернет страници. Това дава по-ясна представа за броя единични посетители. Резултатите: приблизително 3 900 единични посетители през 2007 г. Това е добър резултат спрямо други части от интернет сайта, особено вземайки предвид „специализираната“ ниша, до която се отнася;
- **ранга на страницата в уебсайта за търсене Google.** Сайтът има около 80 страници и в 85 % от случаите те се откриват сред първите три резултата при търсене в Google. Това показва неговата популярност. Това означава също и че „клиентът“ намира в уебсайта почти веднага това, което търси.

Данни за връзка

EVD

Juliana van Stolberglaan 148 – 2595 CL Den Haag, Нидерландия

Тел.: (31-70) 778 80 79 – Електронна поща: brouwer@evd.nl

B

Испания

Програми за обучение:
PIPEnet**Проблем, цел и географска област**

Насърчаване на стратегии за международен бизнес за всяко дружество посредством персонализирани консултантски услуги и най-подходящите технологични инструменти. PIPEnet оптимизира нови информационни и комуникационни технологии (ИКТ) за участващите МСП. Мярката обхваща цялата територия на Испания.

Кратко описание на практиката

Мярката е разработена и се изпълнява от Испанския институт за външна търговия (ICEX) с финансовата подкрепа на Европейската комисия (съфинансиране). Тя осигурява стратегически план чрез срещи с дружеството, провеждани от консултантско бюро. Планът включва два научноизследователски проекта: първият се отнася до състоянието на новите технологии в целевите държави, а вторият – до водещи дружествата в интернет сектора. Разглеждат се и нуждите на дружеството по отношение на технологии, бюджет и персонал. През първата година след представянето на окончателната документация, консултантското бюро е на разположение на МСП за техническа помощ по отношение на плана. Участващите дружества заплащат 20 % от цената на персонализираната консултантска услуга, а ICEX финансира 80 % от оставащите разходи, общо до 6000 EUR.

Целева група

Всички сектори, включително услугите, и дружества от всички региони на Испания. Само за МСП, които изнасят по-малко от 30 % от своя оборот.

Очаквани или постигнати резултати

Само за двете години на съществуване на PIPEnet около 1500 дружества са преминали през първоначалната консултантска среща с експерт и над 300 са завършили цялата консултантска програма.

Отзиви

Хулио Габриел Естебан, ръководител на износа, NIKAI

„Бяхме запознати с възможностите, предлагани от интернет, но не знаехме как да се възползваме от тях [...]. Това е средство за постигане на повече ефективност, подпомагане на търговската мрежа, изграждане на силна търговска марка и евентуално разграничаване от конкурентите.“

CREYCONFЕ, Мадрид

„Това беше забележителен опит за дружеството. Той ще ни помогне да се възползваме от интернет по-ефективно. (...) В момента подобряваме нашата интернет страница с ново съдържание. В близко бъдеще планираме да въведем инструменти от типа „бизнес към бизнес“ (B2B).“

Данни за връзка

Managing Director of Export
Initiation and New Projects
ICEX – Instituto Espanol de Comercio Exterior
Paseo de la Castellana, 18 – 5a planta
E-28046 Madrid
Тел.: (34) 91 349 6335
Факс: (34) 91 349 0686
Електронна поща: mar.castro@icex.es
www.portalpipe.com

Програми за обучение:
Договори за промишлена, научноизследователска и развойна дейност

Проблем, цел и географска област

Целта на тази програма е да стимулира и подобри способността на малки и средни доставчици да извършват пазарно ориентирана научноизследователска и развойна дейност за нови и новаторски продукти и услуги в тясно сътрудничество с търсещ клиент. Тъй като чуждестранната дейност от гледна точка на сътрудничество за новаторство поражда по-високо ниво на новаторство, чуждестранните дружества са особено желани като партньори.

Кратко описание

Налице е растяща международна осведоменост относно големия бизнес потенциал в тясното сътрудничество между доставчик и голям търсещ клиент с общ интерес – разработване на уникален нов продукт или услуга. Договорът за промишлена, научноизследователска и развойна дейност представлява обвързващо споразумение между две или повече дружества за сътрудничество в разработването на нов съвременен продукт, процес или услуга. Клиентът трябва да е пазарен лидер, признат от професионална гледна точка и с широк пазарен достъп. Самите страни ще определят съдържанието на договора по такъв начин, че да извлекат максималната полза от схемата за подпомагане. Договор за промишлена, научноизследователска и развойна дейност може да се сключи само за проекти с изключително ниво на новаторство и създаване на стойност, ясно определен пазарен потенциал и голям вторичен ефект.

От предприятията се изисква да попълнят и подадат официално заявление до Innovation Norway. В проекта за промишлена, научноизследователска и развойна дейност едната страна, наречена доставчик, трябва обикновено да е класифицирана като по-малко развойно дружество (МСП). Ако дадено дружество отговаря на тези изисквания, може да се сключи договор за покриване на до 35 % от допустимите разходи. Ако доставчикът не е МСП, могат да бъдат осигурени само до 25 % от разходите по проекта.

Целева група

МСП с национални и/или чуждестранни клиенти.

Очаквани или постигнати резултати

Оценката, направена през 2007 г. въз основа на повече от 1 200 финансирани проекта в периода 1995–2005 г., показва, че 44 % от тях са били успешни в търговско отношение. Само 12 % от проектите са били неуспешни. Дружествата с високо обучен персонал, стратегия за новаторство и международни партньори са сред най-успешните. Проектите пораждат значителен оборот и износ, равностойни поне на общите отпуснати суми през последните 10 години (над 1,4 млрд. NOK през периода 1995–2005 г.). Договорите за промишлена, научноизследователска и развойна дейност се считат за едни от най-успешните схеми за подпомагане на Innovation Norway, които насърчават едновременно новаторството и интернационализацията.

Данни за връзка

Per Niederbach, директор
 Innovation Norway
 Електронна поща: per.niederbach@invanor.no
 Тел.: (47) 22 00 25 00
 Факс: (47) 22 00 25 01
 www.innovasjon Norge.no

Д

Швеция

Програми за обучение:

„Премести се или остани и се усъвършенствай“ – инструмент за изчисляване на рентабилността на интернационализацията на МСП

Проблем, цел и географска област

Тази мярка се стреми да предостави на МСП по-задълбочена информация за повече променливи, не просто цената на труда в други държави, с цел постигане на по сигурни решения в международния бизнес. Инструментът за изчисляване в съчетание с консултантски съвети се използва в производствени дружества из цяла Швеция.

Кратко описание

Програмата „Премести се или остани и се усъвършенствай“ е създадена от Агенцията за развитие ALMI, като 35 консултанти са били обучени да използват инструмента. Това е компютризиран инструмент, използващ собствения доклад за резултатите и счетоводния баланс на МСП. Попълват се стойности за 18 различни фактора с цел сравняване на ситуацията в 10 различни държави. Изчисляването показва как ще се променят приходите на дружеството, ако то премести бизнеса си в различни държави. В момента инструментът се доразработва, за да може да симулира ефекта от различни дейности за усъвършенстване, ако дружеството избере да остане в рамките на същата държава, както и за да се види как тези дейности ще се отразят върху приходите на дружеството. Стойностите, с които борави инструментът, се обновяват ежегодно. Този инструмент стимулира дружествата да работят върху своята производителност, вместо да пренасят производството си. Това подсилва европейското измерение, защото дружествата са насърчени да обмислят начини за сътрудничество с европейски фирми, вместо да наблягат на азиатското производство.

Целева група

МСП, обмислящи да преместят своя бизнес извън Швеция, или дружества, желаещи да проверят своята международна конкурентоспособност.

Очаквани или постигнати резултати

Общо 104 дружества са използвали компютризирания инструмент, за да оценят дали биха спечелили или загубили от преместване на производството. От тези дружества, 52 са решили да подобрят ефективността на своето производство и 12 са избрали да преместят цялото или част от своето производство в чужбина. Четиридесет дружества са използвали инструмента за други цели, като анализ на конкуренцията, анализ на рентабилността или просто като документ за вътрешни стратегически разисквания. Проведени са общо 128 информационни прояви относно инструмента.

Отзиви

„Сега имаме отлична база за решения, с която да направим следващата стъпка в нашето развитие.“
 „Това би трябвало да е полезен инструмент за много дружества, дори ако те не обмислят преместване на производството си.“

Данни за връзка

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

Програми за обучение:
Първи полет (First Flight)

Проблем, цел и географска област

Програмата „Първи полет“ е насочена към подпомагане на дружества – чрез оценка и развиване на ключовите способности – с цел управление на рисковете, сроковете и разходите, свързани с интернационализацията.

Кратко описание на практиката

„Първи полет“ представлява процес, предназначен за подпомагане на клиенти, които се нуждаят от за международно развитие, тъй като достъпът до нови пазари е съществена страна на бизнес развитието, която е скъпа и отнема време. Програмата „Първи полет“ подпомага ръководния екип на дружеството при структуриране на планирането в систематичен и последователен ред чрез въвеждане на широк набор от въпроси за разглеждане.

За оценяване на дружеството е налице въпросник, който се попълва от дружеството с помощта на консултант по развитие и обхваща следните области: преглед на дружеството, представяне на дружеството, ръководни ресурси, познания за пазара, състоянието на бизнеса и бюджети и финансиране.

След това с дружеството се разработва план за действие и може да се кандидатства за широка гама помощи от Enterprise Ireland (EI), включително:

- достъп до предлагани от EI услуги от чуждестранна мрежа, напр. пазарно изследване;
- развитие на способността за ръководене чрез участие в различни програми за обучение;
- достъп до „мрежата от консултанти“ по посочени области, напр. финансово планиране, пазарно развитие и т.н.;
- участие в търговски мисии;
- включване на ключов персонал (с необходимите умения), ако е целесъобразно.

Целева група

„Първи полет“ е услуга на Enterprise Ireland, насочена конкретно към дружества, които са нови износители или износители на ранен етап (износ под 30 000 EUR).

Очаквани или постигнати резултати

„Първи полет“ осигурява голямо въздействие и високостойностна информация, която може да се използва пряко от участващите МСП. Процесът се управлява с цел свеждане до минимум на риска за дружеството и е персонализиран спрямо нуждите на дружеството. „Първи полет“ се разглежда като първата стъпка към дългосрочна стратегия за интернационализация и износ.

Данни за връзка

Neil Cooney
Policy Division Enterprise Ireland
Glasnevin, Dublin 9
Ирландия

Тел.: (353-1) 808 20 00

Факс (353 -1) 808 20 20

Електронна поща: neil.cooney@enterprise-ireland.com

www.enterprise-ireland.com

Ж

Италия

Програми за обучение:
Програма за инкубация

Проблем, цел и географска област

Програмата представлява новаторски подход към нуждите на МСП и започва с пряк контакт с дружествата чрез „кампания за изслушване“, а след това предлага поделяне на рисковете и успехите с тях. Приложима е в рамките на Италия.

Кратко описание

Услугата за специализирано подпомагане е насочена към предоставяне на напълно персонализирана помощ според нуждите на клиента: търсене на клиенти, избиране на партньори, анализ на пазара и на конкурентоспособността. Услугата инкубация за интернационализация е насочена към подпомагане на МСП, които не могат да си позволят предизвикателството на интернационализацията. Услугите предлагат споделяне на рисковете и успехите. В частност, стремежът е към действие като инкубатор, който развива продажбите на дружествата на целевия пазар. Съществува споразумение за сътрудничество с национални сдружения на ръководители с цел формиране на добре обучени експерти/консултанти.

Целева група

Най-честите потребители са малки и микропредприятия без ограничение по сектор, размер или оборот.

Очаквани или постигнати резултати

От започване на услугите 261 дружества са били подпомогнати във връзка с интернационализацията: 249 по услугата за специализирано подпомагане, 10 по услугата инкубация за интернационализация и две по споразумението със сдружения на ръководители.

Отзиви

Д-р Барбара Калвани, ръководител на износа, Centerglass Line spa: „След търговската мисия в Казабланка, организирана с помощта на специализираните услуги за интернационализация, Centerglass Line развива бизнес с някои марокански оператори и продава своите продукти на пазара. Позволете ми да изразя своето удовлетворение от екипа на специализираните услуги, както и надеждата, че това сътрудничество ще продължи.“

Данни за връзка

Commercial Director of Promofirenze
Special Agency of the Florence
Chamber of Commerce and Industry
Enterprise Europe Network
Via Por S. Maria –
Palazzo Borsa Merci
I-50122 Флоренция
Тел.: (39) 055 267 16 48
Факс: (39) 055 267 14 04

Електронна поща: gianpaolo.gansi@promofirenze.com
www.promofirenze.com

Програми за обучение:
Транснационална мрежа – занаятчийство в Големия регион

Проблем, цел и географска област, в която програмата е приложима

Целта на тази програма е развитието на трансгранични дейности на МСП в сектора на занаятчийството чрез информационни и подпомагащи дейности и дейности за израждане на мрежи и придружаване на занаятчийски предприятия на трансгранични пазари, по-точно в Големия регион: Саарланд–Лотарингия–Люксембург–Валония–Райнланд–Пфалц, включително граничните региони на Люксембург, Германия, Франция и Белгия.

Кратко описание на практиката

Географското местоположение на Големия регион включва немски, люксембургски, белгийски и френски региони и е в съседство с два други важни гранични региона: единият включва Маастрихт в Нидерландия, Северен Рейн-Вестфалия и провинция Лиеж, а другият – Елзас, Баден-Вюртемберг и Базел (Швейцария). Това голямо разнообразие представлява конкурентно и търговско предизвикателство за занаятчийските предприятия. Предприемачите в отделните занаяти в сектора трябва да се справят с административни, правни, технически, езикови и културни затруднения. Този проект, който е с цялостен обхват, разчита на съвременни съобщителни технологии за развитие на „информационна и консултантска мрежа“.

За целта са проектирани CD-ROM и интернет страница за занаятчийството в Големия регион. Те обхващат процедурите, регулаторните разпоредби и формулярите за кандидатстване, с които занаятчийските предприятия би трябвало да са наясно при специфичната си търговия, с цел получаване на достъп до гореспоменатите трансгранични пазари. Обхванати са следните области:

- развиване на общ „диагностичен метод“ за занаятчийството за предоставяне на информация на предприятия, основан на свързани в мрежа индивидуални консултации;
- провеждане на кампании за осведомяване чрез тематични „форуми за обмяна“;
- използване на съпътстваща система за проучване на дружества с трансграничен опит (структурни въпросници и сравнителни периодични въпросници);
- структурирано и обобщено представяне на тематично информационно съдържание, свързано със занаятчийството в Големия регион.

Целева група

МСП от занаятчийския сектор в петте региона на Големия регион, общо 156 975 предприятия: 4 258 в Люксембург 11 155 в Саарланд (Германия), 47 027 в Райнланд-Пфалц (Германия), 27 535 в Лотарингия (Франция) и 67 000 във Валония (Белгия).

Данни за връзка

Marc Gross
Saar-Lor-Lux Interregional Council
of Chambers of Skilled Crafts
2, circuit FIL
L-1347 Luxembourg
Електронна поща: marc.gross@cdm.lu

Christiane Bram
Enterprise Europe Network/PME
Chambre des Metiers
2, circuit FIL
L-1347 Luxembourg
Електронна поща: christiane.bram@cdm.lu

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

CD-ROM: „Транснационални пазари – занаятчийство без граници“

5.2. Проекти за подкрепа, група 2: съфинансирани с помощ от структурните фондове на ЕС

Не всички от следните проекти са насочени към интернационализацията, но те пряко допринасят за нея.

И	Естония
<p align="center">Програми за обучение: BioFix – Чиста вода и стабилен бизнес</p>	

Тази програма е дала възможност на новаторските МСП да разработят екологична процедура и успешно да я приложат в пазарите на съседните държави.

Контекст

В Естония правителствената агенция Enterprise Estonia (Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus / EAS) е една от институциите, която отговаря за управлението на структурните фондове на ЕС. С помощта на Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР), тя стартира различни програми за подпомагане на бизнеса, насочени към научноизследователската и развойната дейност, износа и новочредените дружества. EAS предлага консултации по различни въпроси в областта на патентите, технологиите и новаторските услуги, развитието на бизнеса, конкуренцията и т.н., както в етапа на предварителните проучвания, така и преди представянето на основния проект.

Проект BioFix

Създадено през 1992 г., Fixtec е малко дружество, работещо в областта на екологичните технологии, които то разработва само или внася. То започва да произвежда малки устройства за органично пречистване на отпадъчни води, наречени „BioFix“, които са предназначени за използване в частни домове, домове за възрастни хора, хотели и др. Идеята е породена от голямото търсене на финландския пазар. Финландия, която е известна със своята строга нормативна уредба в областта на околната среда, въвежда изискване за биохимично пречистване на отпадъчните води през 2003 г., дори и за частните домове. Fixtec е осъзнало, че повечето производители не предлагат този вид пречиствателни съоръжения и така е достигнало до идеята за своя проект за разработване на този продукт и изнасянето му на финландския пазар.

Финландия е основният пазар в момента, но Fixtec произвежда също и за пазарите на Естония и Латвия, където се изисква преработване на отпадъчните води преди освобождаването им в естествената среда.

Партньори

За стартиране на проекта са наети двама естонски консултанти (изследовател и инженер-проектант). Те са работили в тясно сътрудничество с редица чуждестранни дружества. Анализите на водата са извършвани от упълномощени лаборатории в Естония. Необходимите изпитвания за получаване на маркировка „CE“ са били проведени във Финландия.

Резултати

Инициативата BioFix е пример за това как финансирането може да се оползотвори в регионален контекст. С помощта на програма, съфинансирана от ЕС, Fixtec успешно е разработило този нов продукт и нов процес и е навлязло на нови пазари. През 2006 г. устройството BioFix вече е продадено на няколко стотици клиенти във Финландия. EAS е помогнала за разработване на бизнес плана за износ на продукта в голям мащаб.

Техническа информация

Програма: Цел 1 Естония 2004–2006 г.

Общ размер на инвестициите: 43 460 EUR – Размер на инвестициите от ЕС: 14 380 EUR

Данни за връзка

Fixtec – Väike-Ameerika 15 – EE-10129, Tallinn – Естония
 Управителен директор: Mait, Põldema
 Тел.: +372 646 6305 – Електронна поща: fixtec@fixtec.ee
 Интернет страница: www.fixtec.ee/

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

Й

Италия, Унгария, Австрия, Полша, Словения, Словакия

Програми за обучение:

Развиване на бизнес кълстери в Централна Европа за подобряване на конкурентоспособността и иновациите

Секторните кълстери от взаимосвързани предприятия и доставчици, които работят заедно в сходни или свързани сектори, са важно средство за повишаване на производителността и постигане на икономическо развитие и иновации. Кълстерите могат да играят важна роля за подобряване на конкурентоспособността на даден регион, като повишават неговата привлекателност, насърчават научноизследователската дейност, споделят добри практики и подпомагат малките и средните предприятия.

Транснационалният проект „Сътрудничество в кълстери и мрежи за успех на предприятията в Централна Европа (CNBC)“, който се изпълнява в седем държави в Централна Европа, има за цел да подпомогне кълстерите и ръководителите на кълстери да подобрят своите управленски умения, да оптимизират своя набор от услуги и да се разширят на международен мащаб. Тези цели са постигнати частично чрез организиране на обучение за ръководители на кълстери за разработване на съвместна учебна програма и подробно методическо ръководство за тях.

Въпреки че проектът CNCB е насочен главно към кълстерите в Централна Европа, той е отворен също и за образователни институции, създатели на политики и агенции за иновации.

Широк набор от сектори

Въпреки че бизнес кълстерите от цяла Европа са били на различни етапи от своето организационно развитие, широк набор от промишлени сектори са взели участие в проекта CNBC, включително кълстери в сектора на алтернативната енергия, шивашката промишленост, дизайна, въздухоплаването, пластмасовите изделия и автомобилната промишленост. Средствата по проекта са били изразходвани основно за разходи за персонала, участващ в организирането на проучвания на участващите дружества, за дейности по информиране и разпространение на информацията (включително създаването на уебсайт) и за организиране на конференции, на които са били представяни резултатите от проучванията.

Освен до разработване на методическо ръководство проектът ще доведе и до публикуване на наръчник за оптимизиране на кълстерите и трети наръчник за интернационализацията.

Очаква се в резултат на проекта да бъдат създадени между 10 и 20 работни места, главно в кълстерните организации.

Техническа информация

Програма: ЕФРР за програмния период 2007–2013 г.

Общ размер на инвестициите: 2 129 157 EUR

Размер на инвестициите от ЕС: 1 715 630 EUR

За връзка:

Управляващ орган:

City of Vienna, department 27 – Urban Affairs
Schlesingerplatz 2
A-1080, Vienna
Австрия
Heinrich Weber
Тел.: +43 1400027050
Електронна поща: Heinrich.weber@wien.gv.at

Бенефициент:

Clusterland Upper Austria Ltd (водещ партньор)
Hafenstraße 47-51
A-4040, Linz
Австрия
Ръководител на проекта: Andreas Geiblinger
Тел.: +43 798105086
Факс: +43 798105080
Електронна поща:
andreas.geiblinger@clusterland.at

¹⁶ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=IT&the=51&sto=2821&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defl=EN.

К

Германия, Естония, Латвия, Литва, Полша, Швеция, Норвегия

Програми за обучение:

Повишаване на иновациите в региона на Балтийско море с нови инструменти за търговия

Регионът на Балтийско море е известен със своята стабилна новаторска, основана на знанията икономика, като ключова роля в този процес на иновациите играят МСП. МСП често изпитват затруднения при намирането на средства за проекти за иновации и за транснационални проекти. С цел справяне с този проблем, проектът JOSEFIN (Съвместно финансиране на иновациите на МСП) предлага интегрирани финансови услуги на МСП в региона на Балтийско море, включително индивидуално обучение и персонализирани съвети.

Оползотворяване на потенциала за иновации

Партньорството JOSEFIN включва основните участници в процеса на иновациите: инкубатори, агенции за развитие на бизнеса като партньори на мрежата „Enterprise Europe“, публични органи, които отговарят за разработването и изпълнението на политики, публични финансови институции и научноизследователски организации и организации за технологично развитие. Съвместно те са разработили модели и подходи, както и конкретни средства и инструменти в участващите държави за подобряване на достъпа до финансите и на сътрудничеството и интернационализацията на предприятията.

Проектът учредява нови фондове за гарантиране на заеми с цел обезпечаване на заемите на МСП с интегрирани услуги за обучение, като по този начин се намалява рискът от неизплащане на кредити за банките, финансиращи проекти за иновации и транснационални проекти на МСП. Освен това са подписани нови споразумения за използване на инициативи на ЕС като JEREMIE и механизма за гарантиране по отношение на МСП на Рамковата програма за конкурентоспособност и иновации, управлявани от европейския инвестиционен фонд. До края на проекта през януари 2012 г. гаранциите за заеми по JOSEFIN са помогнали за получаване на заеми за МСП в общ размер на 150 млн. евро и много повече след края на проекта.

За връзка:

Joint Technical Secretariat Rostock
Investitionsbank Schleswig-Holstein
Grubenstrasse 20
18055 Rostock, Германия
Тел.: +49 381 45484 5281
Факс: +49 381 45484 5282
Електронна поща: info@eu.baltic.net
Уебсайт: <http://www.josefin-org.eu>

Дата на изготвяне на проекта: 4 януари 2010 г., актуализиран през 2014 г.

(Източник¹⁷)

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

L

Дания, Латвия, Швеция

Програми за обучение:
Разрастване на клъстерите в Балтийския регион

Клъстерите предлагат идеални възможности за съчетаване на талант и ресурси при разработването на услуги и продукти. За подобряване на ефективността на клъстерите в Дания, Латвия и Швеция проектът „Програма за изграждане на капацитет в региона на Балтийско море“ (BSR-CBP) разработи обща рамка за политики в областта на клъстерите и транснационални програми за иновации.

„Трите курса за напреднали по подпомагане развитието на клъстери по проекта BSR-CBP обхванаха предизвикателствата, с които се сблъсквам в ежедневната си работа като самообучил се посредник в областта на клъстерите. Чрез лекциите и груповите дискусии разбрах по-добре как да подпомагам процеса по създаване на клъстер и придобих знания за различни практически инструменти, които мога да прилагам в ежедневната си работа.“

Hans A Pedersen, Ръководител на проект, Датски клъстер в областта на охладителните технологии (Danish Cooling Cluster)

Попълване на фонда от ресурси

Партньорите по проекта са от т.нар. регион „Триъгълника“, а именно Дания (основател на REG X, Датската академия по клъстери), Швеция чрез VINNOVA, Шведската правителствена агенция за системите за иновации, и Латвия чрез LIAA, Латвийската агенция за инвестиции и развитие. Трансферът на знания и опит по отношение на управлението на клъстери е основен елемент на проекта и допълва фонда от ресурси, с който разполага регионът.

Обучение за растеж

Партньорите са осъзнали необходимостта от разработване и пилотно стартиране на модули за обучение по подпомагане на процеса по създаване на клъстери, програми за подкрепа, управление, проектиране и изпълнение. Целевите групи на проекта са участници в публичната сфера като ръководители от клъстерни организации, организации за подкрепа на бизнеса и държавни служители на местно, регионално и национално равнище. Проектът включва разработване и пилотно стартиране на два модула за основно обучение, предназначени за използване на регионално или национално равнище, три модула за по-нататъшно обучение, предназначени за използване на транснационално равнище и три модула по публичните програми за подкрепа на клъстери, които също са предназначени за използване на транснационално равнище. Целта е впоследствие модулите за обучение да се включат в транснационална стратегическа платформа за сътрудничество за региона на Балтийско море.

Техническа информация

Програма: ЕФРР за периода януари 2009 г. – януари 2010 г.
 Размер на инвестициите от ЕС: 300 000 EUR

За връзка:

BSR CBP

Lottes Langkild

Тел.: +45 2061 2440

Електронна поща: lottelangkilde@mac.com

BSR CBP

Susanne Krawack

Тел.: +4575508383

Електронна поща: sk@trekantomraadet.dk

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

М

Дания, Швеция, Норвегия

Програми за обучение:
Скандинавски модел за дружества, управлявани от жени

Жени предприемачи от три скандинавски държави са обединили сили за подобряване на малките и средните предприятия, ръководени от жени. Тяхната цел е да се засили конкуренцията в региона Категат/Скагерак чрез иновации, развитие и устойчив растеж. Мрежата включва регионални власти, жени предприемачи и учени от Дания, Норвегия и Швеция. Основна част от тяхната работа включва шест семинара, които са посветени на растежа.

Силата на партньорството

Само една трета от всички нови дружества в Норвегия, Швеция и Дания се учредяват от жени. В отговор на това общо 10 различни партньори от тези три държави се обединяват през периода от 2007 г. до 2008 г., за да създадат проект „Жените в бизнеса“. Частично финансиран от ЕС, този проект ще продължи три години.

Една от целите на новия проект е да се насърчат повече жени да учредят свои предприятия в региона Категат/Скагерак, **като работят заедно през границите на трите държави**, участващи в проекта. Няколко успешни жени предприемачи, които споделят своите знания и експертен опит, им оказват подкрепа.

Водещият партньор е Föreningen Norden, политически независима организация (неправителствена организация), с приблизително 60 000 членове в скандинавските държави. Другите партньори са четири регионални власти. Проектът включва няколко групи с членове от всичките три държави и си сътрудничи с различни академични институти за оценяване на пречките пред жените предприемачи в региона.

Знания и експертен опит

Тяхната крайна цел е разработване на скандинавски модел за жените предприемачи след изпитване на методите от най-добрите практики, които могат да се приложат във всяка една от тези три държави. Освен това дейностите следва да доведат до ново разбиране на факторите, които помагат за разширяването и развитието на дружества, управлявани от жени, като насърчават използването на иновации и нови подходи към бизнеса.

Техническа информация

Програма: ЕФРР за програмния период 2007–2013 г.

Общ размер на инвестициите: 724 990 EUR

Размер на инвестициите от ЕС: 362 490 EUR

За връзка:

Föreningen Norden
Postboks 77
NO-4801, Arendal
Норвегия
Hilde, Lona

Дата на изготвяне на проекта: 16 март 2011 г.

(Източник¹⁹)

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

Програми за обучение:
Устойчива дървесна енергия от Северна Карелия

Източна Финландия е световен лидер в лесовъдните технологии. Точно там се създава център Wenet – мрежа за експертен опит в областта на устойчивата енергия, **чрез която регионалният експертен опит в тази област се увеличава на международно равнище.**

Мрежата Wenet в регион Северна Карелия изнася експертен опит в областта на дървесната енергия от 2004 г. насам. Междурегионалният проект „Wenet Centre“, финансиран от ЕС, който стартира през 2009 г., имаше за цел да укрепи допълнително позицията на региона на пазара на енергия от възобновяеми източници. Центърът, който е формиран от дружества, работещи в областта на устойчивата енергия, както и от институти за научни изследвания, образование и обучение, търсеше най-подходящите решения по отношение на енергийните услуги за своите клиенти и даде възможност за изграждане на връзки между експертите.

Повече международни възможности за регионалните участници на енергийния пазар

С цел обединяване на най-добрия експертен опит в Източна Финландия, центърът Wenet имаше за цел подпомагане на местните дружества, за да се превърнат в силни международни участници в тази сфера. Проектът беше насочен към подобряване на предлагането на международния пазар на енергийни продукти и услуги. Той също така разработи проекти за увеличаване на възможностите за износ и за уреждане на посещения в Източна Финландия с цел износ и интернационализация.

Обхващане на цялата производствена верига

С мрежа от почти 30 дружества, работещи с устойчива енергия, и над 15 организации от Източна Финландия и други части на страната, центърът Wenet успя да обедини експертен опит в областта на енергетиката и технологиите, който обхваща цялата верига за производство на енергия: производство на дървесина за енергия, транспорт, централно отопление, общуване с клиенти, преработка на дървесна пепел в тор и пр. Центърът също така осигури съответни изследвания и услуги за обучение, заедно с доклади за оценка на въздействието върху околната среда.

Jouko Parviainen, мениджър на проекта, обобщава ползите от него със следните думи: „В резултат на проекта дружества и организации, работещи с устойчива енергия, създадоха по-тясно свързана мрежа; успяхме да създадем международни партньорства и да споделим знания и технологии с Канада, Русия и държави от ЕС“. „Благодарение на проекта Източна Финландия стана известна като пионер в областта, което повиши конкурентоспособността на местните експерти, по специално в областта на дървесната енергия и на биоикономиката, използваща горски ресурси.“

Техническа информация

Програма: Европейския фонд за регионално развитие в периода 2007–2013 г.

Общ размер на инвестицията: 464 000 EUR

Инвестиция на ЕС: 162 400 EUR

За контакт:
(не е посочено)

Програми за обучение:

Инвестиране в информатизацията на туристическия сектор в Гърция

Digi-lodge е инициатива в Гърция, подкрепена от държавата, чиято цел е да ускори инвестициите в информатизацията на туристическия сектор на страната, по специално в лицензираните от нея бази за туристически престой (хотели, малки туристически бази, мотели, стаи под наем и пр.). Масовото въвеждане на съвременни ИКТ инструменти в хотели и други туристически обекти привлича увеличен брой посетители с по-голяма добавена стойност **както от Гърция, така и от чужбина**, което води също до повишаване на ефективността на управление на хотелите.

Туристическият сектор в Гърция изостава в използването на предимствата на съвременните интернет технологии и услуги за привличане на по-голям брой туристи с по-висока добавена стойност.

Малките и средните хотели обикновено предлагат услуги, насочени към почивки на гръцки семейства, докато по-големите хотели са силно зависими от туроператорите. В резултат на това хотелите и пансионите в Гърция не успяват да достигнат директно до по-широка клиентска база от туристи и посетители от чужбина.

Едва 74 % от гръцките хотели имат достъп до интернет, като тази цифра намалява до 37 % при по-малките хотелски комплекси. Едва 63 % от хотелите имат интернет страница (30 % от по-малките туристически бази); около 71 % от съществуващите интернет страници на хотели не предлагат информация за броя на свободните стаи; при около 77 % липсва информация за цените; а над 67 % от резервациите се извършват по традиционните начини.

Стимулиране на инвестициите, свързани с технологии

Една от основните цели на инициативата е да постигне ръст на инвестициите, свързани с технологии, дори при по-малките туристически бази и при семейните хотели в цяла Гърция. Digi-lodge предлага да съфинансира частни инвестиции в информационни и комуникационни технологии с цел да помогне на тези обекти:

- да подобрят присъствието си в интернет и да повишат международната си експозиция;
- да увеличат онлайн резервациите чрез напълно автоматизирани онлайн транзакции;
- да намалят сезонните промени и да повишат целогодишния туристически поток;
- да повишат цялостното качество на услугите си, като предоставят допълнителни удобства, като например безжична интернет връзка (wifi), цифрови забавления и пр.;
- и да подобрят значително ефективността на работата си чрез модернизацията на административно-управленските дейности.

В момента 1500 хотела и малки туристически бази предлагат онлайн услуги.

Digi-lodge подкрепя ИКТ инвестиции от порядъка на 7000 – 40 000 EUR и ги съфинансира на 60 %. Общият допустим бюджет за инвестиции е пряко обвързан с вида на държавния лиценз и броя на звездите на хотела. Всяко предложение за инвестиция е представено и проверено през автоматизиран електронен портал, което опростява процеса.

До момента по схемата Digi-lodge са сключени инвестиционни споразумения с почти 1500 хотела и малки туристически бази, които вече могат да предложат онлайн транзакции и електронни услуги..

Техническа информация

Общ размер на инвестицията: 75 000 000 EUR – Инвестиция на ЕС: 36 000 000 EUR

За контакт:

Managing Authority for Digital Convergence
23-25 Lekka Str
EL-10562, Athens
Гърция
Emmanouil Giampouras
Тел.: +30 2103722488
Електронна поща: e.giampouras@infosoc.gr

Digital Aid SA
8, Kolokotroni Str
EL-10561, Athens
Гърция
Alexandros Bregiannis
Тел.: +30 2103377941
Електронна поща: abregiannis@digitalaid.gr

П

Германия, Ирландия, Обединеното кралство

Програми за обучение:
проект DRIVE for Growth

Проект **DRIVE for Growth** (от английски – Directing Research into Viable Enterprise for Growth, „Насочване на научни изследвания в жизнеспособни предприятия за растеж“)

Този проект отговаря на потребността от по-добра мрежа за споделяне на наличното знание в регионите на ЕС. За да се улесни този процес, всеки партньорски регион създава група за регионални иновации и развитие (GRID), която да насърчава и подкрепя по-тесни връзки, взаимодействие и продуктивност между научноизследователските общности, агенциите, оказващи подкрепа, и промишлеността. На транснационално равнище тези групи съдействат за насърчаване на единно пространство, в което МСП и научноизследователските институции в Северозападна Европа ще могат да се възползват от критична маса от ресурси по отношение на развитие на пазара, налични научноизследователски разработки, производствен капацитет и мрежи.

Динамична интернет платформа

Важна иновация в проекта е разработването на напълно автоматизирана интернет платформа, която е внедрена във всички партньорски региони. След като физическо лице или организация се регистрира, инструментът ще започне автоматично да следи за новости, които представляват интерес, като например нови научни изследвания или възможности за извършване на подоставки. Той също така помага на изследователите да открият в множество сектори партньори от промишлеността и дружества, работещи в мрежи.

Резултати

Към 2007 г. някои от конкретните резултати от проекта включват:

- завършване на сравнителни изследвания за бизнес иновации във всеки партньорски регион, в които са участвали общо 350 респондента;
- създаване на четири регионални групи GRID с участието на публичния сектор, агенции/мрежи за бизнес развитие, научноизследователски организации и частния сектор;
- разработка на нова интернет платформа, която да насърчава обмен и сътрудничество между публични власти, агенции за подпомагане на предприятия, научноизследователски институции и промишлеността;
- регистрация на над 170 предприятия в платформата „DRIVE for Growth“ с над 200 редовни потребители и цел от 600 потребители до края на проекта;
- участие на 10 научноизследователски института в проекта към момента;
- участие на над 600 предприятия в регионални събития в рамките на проекта;
- регистрация на над 4 000 предприятия от всички партньорски региони за получаване на бюлетина на проекта.

Техническа информация

Програма: „INTERREG IIIB NWE“

Общ размер на инвестицията: 1 075 000 EUR – Инвестиция на ЕС: 516 000 EUR

За контакт:

South West Regional Authority
Innishmore
Ballincollig Co. Cork
Ръководител на проект: Sinead Crowley
Тел.: +353 21 4876877, +353 87 2360143
Факс: +353 21 4876872
Електронна поща: drive@swra.ie

South West Regional Authority
Innishmore
Ballincollig Co. Cork
Директор: John McAleer
Тел.: +353 21 4876877, +353 87 2360143
Факс: +353 21 4876872
Електронна поща: jmcAleer@swra.ie

Q

Обединено кралство

Програми за обучение:

Предоставяне на „интелигентна“ маркетингова платформа за малки проектантски фирми

Hidden Art е организация с идеална цел, чиято дейност е насочена към оказване на съдействие на микропредприятията от района на Лондон, които осъществяват дейност в областта на проектиране-то и се намират в неравностойно положение, с цел те да получат достъп до конкурентния световен пазар. Тя предоставя специално предназначена за целта мрежа и платформа за директни бизнес контакти (B2B) между дизайнери и им оказва съдействие за обучение, информация и възможности за бизнес сътрудничество.

Проектът на Hidden Art, който носи името „Иновативни мрежи за сътрудничество за интелигентен растеж“, има за цел да насърчи интелигентния растеж в местната дизайнерска общност в Лондон чрез иновативни услуги, мрежи за сътрудничество и обучение. Той осигурява инфраструктура и подкрепя дизайнерите, които често са еднолични търговци, при предлагането на продуктите им на международния пазар чрез електронния магазин на Hidden Art, временни магазини, международни панаири, уебсайт на дружеството и информация в пресата.

Интегрирана мрежа за подкрепа

Проектът на Hidden Art предлага интегрирана мрежа за подкрепа и планира в бъдеще да предоставя на проектантски микропредприятия ресурси и достъп, с каквито обикновено разполагат големи дружества.

Освен специалната платформа B2B, на дизайнерите се предлагат и персонализирани насоки чрез месечни мероприятия за изграждане на мрежи и индивидуални консултации. Моделът за подкрепа е съсредоточен върху набор от специално създадени методи за напредък, чиято цел е да повишат търговските умения на проектантите, както и да предложат платформи за сътрудничество, изработване и разпространение на продуктите от тяхната дейност.

Програми за разработване на продукти

Програмите за разработване на продукти също са организирани така, че да помагат на участниците да развият идеите си в продукти, които да предложат на пазара.

Мрежата на Hidden Art е отворена към всички дизайнери и в момента наброява около 2000 члена, от които 67 % са жени. Около 100 дизайнери предлагат продуктите си в електронния магазин на Hidden Art (<http://hiddenart.co.uk/shop/>) и около 300 имат свои страници на уебсайта Hidden Art (<http://hiddenart.co.uk/>).

Hidden Art планира и администрира дейности по съвместно предлагане на пазара, събития и програми, чиято е цел да увеличат възможностите за търговско присъствие. Към днешна дата подкрепа се оказва на над 450 предприятия. Около 150 предприятия вземат участие в мрежите за сътрудничество.

Проектът е повишил доверието в общността на дизайнерите от района на Лондон. Създават се примери за подражание в отрасъла, като доказателство за това са конкретни случаи, при които хора успешно са развили предприятията си благодарение на помощта на проекта.

Техническа информация

Общ размер на инвестицията: 1 490 000 EUR – Инвестиция на ЕС: 750 000 EUR

За контакт:

Mazorca Projects
Shoreditch Stables, Ground Floor Rear, 138
Kingsland Road
UK-E2 8DY, London
Обединено кралство
Dieneke Ferguson

Тел.: +44 207 7293800 ext 22

Електронна поща: dieneke@mazorcaprojects.com

Greater London Authority
City Hall, The Queen's Walk
UK- SE1 2AA, London
Обединено кралство
Andrei Popescu
Тел.: +44 2079834829

Електронна поща: andrei.popescu@london.gov.uk

5.3. Проекти за подкрепа, група 3: оценени проекти

С	Финландия
Програми за обучение:	
По-бързи, по-добри и по-ефективни? Партньорските групи за износ като средство за улесняване на интернационализацията	

Целта на мярката „Партньорство за износ“ е да улесни навлизането на дружествата на целевите пазари чрез формиране на кълстери за съвместна действия при извършване на износ. Тя представлява проект за сътрудничество между МСП, насочили се заедно към избран целеви пазар(и), като минимум четири дружества формират кълстер за съвместни действия при извършване на износ.

Изпълнителният агент назначава външен ръководител на износа за групата, който действа като допълнителен ресурс за дружествата и осигурява местно присъствие на целевия пазар в допълнение към тяхната мрежа. Ръководителят на износа може също да е със седалище във Финландия, ако оперативният режим е съвместим с това. Участващите дружества имат активна роля в проекта. Този начин на работа им предлага също отлична възможност за обучение и растеж. Длъжностната характеристика на ръководителя на износа може да бъде оформена според нуждите на дружеството. Тя се изразява предимно в отваряне на врати към нови възможности, пазарни проучвания, търсене на партньори и напътстване.

Finpro има ролята на ръководител на проекта и управлява годишно приблизително 30 партньорства за износ, които ежегодно си поставят за цел различни пазари и различни промишлености. Максималната продължителност на правителствената помощ е три години и половина. Въпреки това, задължението и финансирането винаги са за по една година. В ранния етап е възможно да се проведе шестмесечен подготвителен период.

Целевата група са финландски МСП с особен акцент върху разрастващи се дружества. Могат да участват и по-големи предприятия, но в зависимост от размера на дружеството, стойността на правителствената помощ може да бъде намалена или такава може изобщо да не бъде предоставена.

Бюджет около 3,7 млн. EUR (годишно)

Мярката е в действие от 1993 г. насам (Finpro)

Изпълнителен агент Търговско сдружение: Finpro

Период на оценяване 1998–2002 г.

Методология

Бяха използвани няколко източника:

- интервюта по телефона, проведени с 226 предприятия и 51 ръководители на съвместен износ
- лични интервюта с представители на 7 от интервюираните дружества.

Дейности, за които се използва мярката

Участващите предприятия използваха мярката за различни дейности по интернационализация. Най-общо дейностите могат да бъдат разделени на финансови и нефинансови. Основната цел беше създаването на контакти с нови клиенти и започването или увеличаването на износната търговия. Други цели на мярката бяха (подредени по важност): достъп до нови целеви пазари, придобиване на знания за пазарите и конкуренцията, намиране на нова мрежа за разпространение, споделяне на рисковете и разходите, свързани с интернационализацията с други участващи дружества и подобряване на квалификацията и готовността за извършване на износ. Освен това мярката имаше за цел намиране на международни партньори, различни от клиенти или разпространители, усъвършенстване на съвместни доставки и разработване на план или стратегия за интернационализацията на дружеството.

Удовлетвореност на потребителите

90 % от всички участващи дружества биха препоръчали мярката на други дружества. При все това, нивото на удовлетвореност от партньорството за износ се различава при различните дружества: 38 % считат, че финансовите цели на партньорството са изпълнени или изцяло, или частично, докато 64 % от респондентите са изцяло или частично удовлетворени от нефинансовите резултати.

Т

Германия

Програми за обучение:
Инициатива за износ за „Енергии от възобновяеми източници“

Инициативата за износ има за цел да подпомогне германските дружества в износа на технологии за енергия от възобновяеми източници чрез предоставяне на информация, оптимизиране на съществуващите инициативи и дейности и активно подпомагане на проекти в чужбина. Една от основните задачи на инициативите е популяризиране в чужбина на немските продукти на технологии за енергия от възобновяеми източници и дружества за технологии за енергия от възобновяеми източници. Федералното министерство на икономиката и технологиите финансира няколко пакета за подкрепа, които се прилагат от различни доставчици на услуги в Германия и чужбина.

Инициативата за износ използва следните мерки за подкрепа:

- търговски панаири (отчасти интегрирани в Програмата за международни търговски панаири на Федерална република Германия)
- командировки с цел посещение на потенциални бизнес партньори в чужбина и организиране на специални тематични конференции в чужбина (с подкрепата на Network of German Chambers Abroad)
- информационни събития и събития за създаване на контакти (включени в програмата за информационни събития и събития за създаване на контакти, свързани с външна търговия, които се координират от Germany Trade and Invest)
- пътувания до Германия на чуждестранни отговорни лица с цел научаване „на място“ на по-подробна информация за немските технологии за енергия от възобновяеми източници и сключване на търговски договори
- въвеждане в експлоатация на водещи или приоритетни проекти в чужбина в немски официални институции, заедно със съпътстващите ги мероприятия за връзки с обществеността
- Платформа B2B
- предоставяне на информация на чужди пазари и търговия в чужбина (Немска агенция по енергетика – *dena*)
- Публична финансова подкрепа (напр. *KfW Bankengruppe*).

Като цяло, основната цел на мярката е предоставяне на информация за пазара и създаване на бизнес контакти. Мярката е насочена към предприятия, основно МСП, които осъществяват дейност, свързана с енергия от възобновяеми източници като слънчева енергия, вятърна енергия, биогорива, геотермална енергия и водна енергия.

Бюджет През 2006 г. размерът на разходите, свързани с изпълнението на различните инициативи за износ, е около 8,8 млн. евро.

Мярката е в действие от 2003 г. насам.

Уебсайт www.exportinitiative.de

Изпълнителен агент Различни специални агенции, координирани от Germany Trade and Invest.

Период на оценяване: 2003–2006 г.

Методология

Проучване сред участващи предприятия (244) и интервюта с търговски сдружения и експерти. Резултатите от индивидуалните мерки бяха представени заедно с общите констатации. В този мета-анализ фокусът е поставен върху общите констатации.

Дейности, за които се използва мярката

Най-често използваните мерки са тези в подкрепа на бизнес пътуванията (Network of German Chambers Abroad), търговските панаири, информацията за чужди пазари и търговията в чужбина (*dena*).

Удовлетвореност на потребителите

74 % от интервюираните предприятия са запознати с инициативата, а 53 % са се възползвали от някои от мерките. Те оценяват инициативата като доста добра: общата средна оценка е 2,2 по скала от 1 (много добър) до 5 (незадоволителен). Интервюираните предприятия обаче изразяват известни критики по отношение на организацията на инициативата (твърде сложна, не достатъчно прозрачна).

у

Нидерландия

Програми за обучение:
Prepare2start

Целта на мярката е консултиране и оказване на съдействие при изготвяне и осъществяване на план за интернационализация, както и отпускане на 50 % субсидия за дейности като търсене на партньори, участие на търговски панаири и правни консултации. Prepare2start е продължението на предходната мярка PSB: Programme Starters in Foreign Markets (Програма за начинаещи в извършването на износи към чуждестранни пазари) (1999–2007 г.). Целевата група включва МСП с персонал под 100 души, с малко или никакъв международен опит, които желаят да започнат да осъществяват износ към (нов) чуждестранен пазар.

Бюджет Около 12 млн. евро (2010 г.)

Мярката е в действие от 1999 г. насам (от 2007 г. тя има ново наименование)

Уебсайт <http://www.rvo.nl/>

Изпълнителен агент Специална агенция: *Agentschap NL* (по-рано EVD)

Период на оценяване Оценката обхваща периода 2002–2006 г.

Методология

Бяха извършени следните изследователски дейности: проучване на документи; проучвания по телефона сред потребители; подробни интервюта с политици, изпълнителни агенти, заинтересовани лица и други организации, които насърчават търговията; фокус групи на предприемачи, които са участвали.

Дейности, за които се използва мярката

Дейностите, за които мярката се използва в най-голяма степен – наред с изготвянето на план за интернационализация с консултант – са представяне на продукти, материали за ориентирание и представяне на пазара.

Удовлетвореност на потребителите

70 % от интервюираните участници посочват, че субсидираните дейности по мярката за подкрепа са били свързани в достатъчна или много голяма степен с потребностите на техните дружества. Изпълнението на мярката изглежда задоволително като цяло и е възприето като професионално и бързо.

(Източник: EIM, 2011 г., стр. 70)

Ф

Нидерландия

Програми за обучение:
Служби за подкрепа на нидерландските предприятия (СПНП)

Мярката имаше за цел да подкрепи интернационализацията на нидерландски фирми на обещаващи, но относително недостъпни пазари, но обхващат ѝ беше разширен няколко години по-късно, за да бъдат включени в него по-близки пазари. Тя е гъвкава: след като бъдат открити, СПНП могат и са били закривани след извършване на вътрешни оценки на тяхната ефективност. През 2010 г. нидерландската мрежа от СПНП включва 24 служби в 11 държави: в това число шест в Китай, по две в Индия и Бразилия и една в Русия. СПНП са предназначени както за големи, така и за средни предприятия.

Бюджет около 2,5 млн. евро (2007 г.)

Мярката е в действие от 1997 г. насам

Уебсайт <http://www.rvo.nl/>

Изпълнителен агент Специална агенция: *Agentschap NL* (по-рано EVD)

СПНП предлагат обща информация и (регионални) икономически доклади за местния пазар, те улесняват местните контакти с правителството или предприятия и подкрепят посещения от нидерландски фирми.

Период на оценяване: Оцененият период е 2001–2006 г.

Методология

Оценъчното проучване използва материал от различни източници: документни проучвания, подробни интервюта с вътрешни лица и заинтересовани лица, целеви групи със служители на СПНП, интернет проучвания сред служители на СПНП и проучване сред потребители на СПНП.

Дейности, за които се използва мярката

Най-често използваните услуги са 1) улесняване на местните контакти, 2) обща информация за региона, в който се намира СПНП, 3) (регионален) икономически доклад за конкретния пазар, 4) посещения на регион, в който се намира СПНП, с цел оказване на подкрепа, 5) специфични изследвания за предприятието.

Удовлетвореност на потребителите

По-голямата част от потребителите считат, че информацията, получена от СПНП, е полезна: информацията е счетена за полезна или много полезна от 82 % от интервюираните потребители. Най-висок резултат е отчетен за СПНП в Китай (88 %). Нидерландските фирми оценяват както местоположенията на СПНП, така и предлаганите от тях услуги: те описват служителите на СПНП като достъпни и отзивчиви.

(Източник: EIM, 2011 г., стр. 71)

X

Швеция

Програми за обучение:
Swedpartnership

През април 2010 г. Swedfund започна програма, наречена Swedpartnership и насочена конкретно към МСП в Швеция, които имат намерение да осъществяват бизнес с развиващи се държави, т.е. Индия, Китай, Украйна, Армения, Азербайджан, Беларус, Грузия и Молдова. Swedfund е шведско дружество за рисков капитал, специализирано в инвестиране в развиващи се държави. Подкрепата представлява заем, който може да бъде отписан след приключване и одобряване на проекта. Максималният размер на помощта за даден проект е 75 000 EUR. Може да бъде предоставена финансова помощ в размер до 40 % от стойността на проекта.

Бяха оценени програмите STARTsouth и STARTeast, които предшестват Swedpartnership. Тези мерки се фокусираха върху МСП в Швеция, желаещи да инвестират в държави в Африка, Азия, Латинска Америка, Източна и Централна Европа. Заемите и условията са сходни на заемите и условията на програмата Swedpartnership.

Бюджет 3 млн. евро

Мярката е в действие от 2009 г. насам (налице е и предшестваща мярка, която е в действие от 2002 г. насам)

Уебсайт www.swedpartnership.se и www.swedfund.se

Изпълнителен агент Правителство: Swedfund International

Период на оценяване: Бяха интервюирани потребителите на програмите в периода 2002–2005 г.

Методология

Проучване по телефона сред 169 участващи предприятия, от които на въпросите са отговорили 109 предприятия.

Дейности, за които се използва мярката

Не е направена оценка на тези дейности.

Удовлетвореност на потребителите

Повечето участници са удовлетворени от контактите си, осъществени със съответните агенции. Малко участници са неудовлетворени. 95 % от участващите предприятия посочват, че е отговорено на техните очаквания.

(Източник: EIM, 2011 г., стр. 72)

Програми за обучение:

Програма на UK Trade & Investment (UKTI) за достъп до търговски изложения

Програмата за достъп до търговски изложения (TAP) на UKTI предоставя подкрепа чрез безвъзмездна помощ за търговски изложения в чужбина. Достъпът до участие е възможен под две форми – TAP Group или TAP SOLO. TAP Group предлага на предприятията възможността да участват като част от група британски предприятия, водена от акредитирана търговска организация (ATO). Размерът на безвъзмездната помощ за TAP Group варира от 1000 до 1800 британски лири. TAP SOLO подпомага по-малък брой предприятия на независима или индивидуална („соло“) основа, които желаят да се представят на търговски изложения, когато няма водена от акредитирана търговска организация група. Те получават безвъзмездна помощ с фиксиран размер от 1000 британски лири. През март 2010 г. бяха предоставени безвъзмездни средства за над 400 търговски изложения на много пазари. Това включваше конкретни събития в Китай, Индия, Русия, Украйна, Япония и Бразилия. Основните цели на схемата за TAP са:

- оказване на подкрепа на нови износители да преодолеят първоначалните пречки пред износа;
- оказване на подкрепа на високотехнологични предприятия и фирми, които са нови за развиващите се пазари, за да се научат как да използват чуждестранни търговски панаири като част от техните планове за развитие на търговията; и
- оказване на подкрепа на британски фирми да максимизират ползите от излагане на чуждестранни търговски панаири.
- Целевата група включва, както следва:
 - МСП или британски публично финансирани центрове за висше образование или британски публично финансирани научноизследователски организации, които са:
 - нов износител (на базата на процента от оборота, формиран от износа) и
 - са получили безвъзмездна помощ по TAP по-малко от три пъти (във връзка с повече от един пазар) – през 2009 г. тази бройка беше увеличена на шест.

Бюджет 8 млн. британски лири годишно

Мярката е в действие от 2006 г. насам

Уебсайт <http://www.ukti.gov.uk/>

Изпълнителен агент Правителство: UK Trade and Investment (UKTI)

Период на оценяване: януари 2005 г. – март 2006 г.

Методология

- Използване на съществуващи материали: базата данни на TAP, Проучването за мониторинг на представянето и въздействието (PIMS) на UKTI и финансовата база данни Amadeus, както и проучване на публикациите относно посещаемостта на търговски изложения.
- Събиране на нови материали: телефонно проучване на фирми, които са получили безвъзмездна помощ, и такива, които не са получили такава (проучване на хипотетичните сценарии; обмисляне на контролна група), и телефонни интервюта с акредитираните търговски организации (ATO), които организират делегации за търговски панаири (TAP Group), и с консултанти по международна търговия, които администрират индивидуалното участие на фирмите на търговски панаири (TAP SOLO).
- Описателен и иконометричен анализ.

Дейности, за които се използва мярката

Около 30 % от търговските панаири са т.нар. „глобални търговски панаири“: търговски панаири, фокусирани не върху конкретен национален пазар, а върху промишления сектор в глобален или регионален мащаб. Около 20 % са „високо приоритетни търговски панаири“, фокусирани върху пазари, определени от UKTI като пазари с особено стратегическо значение (например Япония, Южна Корея, Китай, Индия, Бразилия и Русия). Около половината от субсидиите са били използвани за търговски панаири на други пазари.

Удовлетвореност на потребителите

Предприятията, които получават услуги, като цяло са удовлетворени от тях. Бяха оценени седем аспекта. 70 % или повече оцениха подкрепата при „оказване на помощ за подготовка“, „практическа организация“, „качество на събитието“ и „качество на създадените контакти“ като добра или много добра. Профил на делегацията на Обединеното кралство: критерият „проведени дейности“ е получил по-слаба оценка.

Програми за обучение:
Международна политика за развитие на Шотландия

„Международна политика за развитие на Шотландия“ (Scottish Development International – SDI) е правителствена организация и съвместно предприятие между шотландското правителство, Scottish Enterprise (SE) и Highlands and Islands Enterprise (HIE), което предоставя услуги за подкрепа на вътрешните инвестиции и интернационализацията за цялата територия на Шотландия. В подкрепа на интернационализацията на бизнеса се предлагат следните услуги:

- подготовка за международен бизнес
- разработване на международна стратегия
- международно менторство
- подкрепа на чуждестранен пазар
- подкрепа за участие в изложения, търговски мисии и пътувания с цел обучение, международни пакети за настаняване.

В представените цифри не са включени търговските панаири в рамките на TAP SOLO.

Бюджет Около 5 милиона британски лири годишно за услуги за интернационализация на SDI, средна стойност за периода от 2005/2006 г. до средата на 2009 г.

Мярката е в действие от 2002 г. (Подкрепа на чуждестранен пазар) и 2003 г. (Изложения, търговски мисии и пътувания с цел обучение).

Изпълнителен агент Правителство: Международна политика за развитие на Шотландия (Scottish Development International – SDI)

Мярката „Подкрепа на чуждестранен пазар“ (OMS) осигурява на предприятията, установени в Шотландия, персонализирана подкрепа за разработване на нови пазари в международен план: например доклади за пазара и информация, установяване на потенциални бизнес контакти и партньори, както и проектиране на рекламни материали в подкрепа на навлизането на даден чуждестранен пазар. При наличие на финансиране могат да бъдат покрити до 50 % от допустимите разходи. Подкрепата следва международния стратегически план на предприятието, договорен с SDI. Целевата група се състои от предприятията, установени в Шотландия, които искат да разширят дейността си на нови световни пазари, с оборот от или над 400 000 британски лири.

Инициативата „Международни изложения, търговски мисии и пътувания с цел обучение“ (EMLJ) на SDI може да помогне на предприятията да създадат връзки с чуждестранни купувачи и потенциални бизнес партньори. SDI организира групови щандове на ключови международни изложения и провежда задгранични мисии, основани на отрасли, и пътувания с цел обучение. Субсидии могат да бъдат предлагани на дружества, които участват в изложения, търговски мисии или пътувания с цел обучение заедно с SDI. Целевата група на мярката е същата като при „Подкрепа на чуждестранен пазар“.

Период на оценяване: 2006–2009 г. (данни за иконометричен анализ: 2003–2006).

Методология

Основните елементи на оценката са били:

- интервюта с 250 предприятия, получаващи подпомагане за интернационализация
- иконометричен анализ на база данни, включваща 1480 предприятия, които са получавали услуги от SDI в периода 2003–2006 г.
- 10 казуса
- консултации с агенцията, заинтересованите страни и външни партньорски организации.

Дейности, за които се използва мярката

По-голямата част от предприятията са използвали подкрепата за чуждестранни изложения и мисии (53 %) и пазарна подкрепа под различни форми (50 %). Мерките EMLJ и OMS са използвани сравнително често.

Удовлетвореност на потребителите

Като цяло, около 70 % от потребителите на SDI са (много) удовлетворени от получените услуги. Най-високо се оценяват качеството и приложимостта на информацията и полезността на консултациите.



Приложение

ПРИЛОЖЕНИЕ I – МЕРКИ ЗА ПОДКРЕПА И ДЕЙСТВИЯ, ПРЕДПРИЕТИ НА РАВНИЩЕ ЕС

Редица бизнес центрове, информационни бюра, уебсайтове, бази данни и други услуги, управлявани или подпомагани от Европейската комисия, могат да помогнат на МСП да се интернационализират.

По-долу са изброени 1) услуги, които обхващат само пазара на ЕС; 2) услуги, които обхващат и държави извън ЕС, и 3) услуги, фокусирани единствено върху развиващите се пазари извън ЕС.

Интернационализация в рамките на ЕС

Your Europe Business Portal (Бизнес портал „Вашата Европа“)

Този портал предоставя на дружествата, които планират трансгранични дейности, информация и интерактивни услуги, които да им помогнат да разширят бизнеса си в рамките на ЕС.

<http://europa.eu/youreurope/business/>

European IPR Helpdesk

IPR Helpdesk на Европейската комисия предоставя безплатни консултации от първа линия и информация по въпроси на интелектуалната собственост (ИС) и правата на интелектуална собственост (ПИС). Услугата е насочена към изследователи и малки и средни предприятия, които участват в съвместни изследователски проекти, финансирани от ЕС. Тя има за адресат и МСП, които участват в процеси на международен трансфер на технологии.

Ако се нуждаете от помощ по конкретен въпрос относно ПИС или от информация за последните новини или обучения в областта на интелектуалната собственост, се свържете с „European IPR Helpdesk“.

<https://www.iprhelpdesk.eu>

European network of national intellectual property offices (Европейска мрежа на националните служби за интелектуална собственост)

Поддържана от ЕС.

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

„Еразъм“ за млади предприемачи

Тази трансгранична програма за обмен предоставя на нови или бъдещи предприемачи възможността да се учат от опитни предприемачи, които управляват малки предприятия в други европейски държави. Ползите за предприемача—домакин се изразяват в нови перспективи за собствения бизнес и възможността за установяване на сътрудничество с чуждестранни партньори или опознаване на нови пазари. Престоят е частично финансиран със средства от Европейския съюз.

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

Solvit

Solvit помага на гражданите и фирмите да разрешават спорове с държавни органи в други държави членки без завеждане на съдебно производство и безплатно.

http://ec.europa.eu/solvit/site/index_bg.htm

Интернационализация в рамките и отвъд границите на ЕС

Enterprise Europe Network (Европейска мрежа в подкрепа на бизнеса)

Обикновено когато малко или средно предприятие планира излизане на международен пазар, то търси подпомагане на бизнеса и насоки на най-близкото място. Enterprise Europe Network помага на европейските малки и средни предприятия да се възползват максимално не само от вътрешния пазар, но също и от развиващите се пазари в чужбина. Мрежата предлага действително „обслужване на едно гише“, като оказва помощ на МСП за

- развиване на техния бизнес на нови пазари;
- набавяне или лицензиране на нови технологии;
- достъп до финансиране от ЕС, както и безвъзмездни средства от ЕС.

Освен това, онлайн базата данни на Enterprise Europe Network осигурява за клиентите на мрежата преки контакти между самите предприятия.

Близко 600 партньорски организации – търговски и индустриални камари, технологични центрове, университети и агенции за развитие – с над 3000 души опитен персонал формират Enterprise Europe Network и предоставят тези услуги във всички държави – членки на ЕС, както и чрез присъствие в 26 трети страни, в това число САЩ, Русия, Китай, Индия и Бразилия.

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

Европейски портал за малък и среден бизнес

Този портал предоставя информация за политики, програми и инициативи на ЕС за подпомагане на МСП.

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

EUREKA: програма Eurostars

Програмата предлага финансиране за международни изследвания на МСП от ЕС, които отделят 10 % от техния оборот или общ еквивалент на пълна заетост (FTE) на персонала за научни изследвания.

www.eurekanetwork.org/activities/eurostars

European Cluster Collaboration Platform (Европейска платформа за сътрудничество на клъстерите – ЕПСК)

ЕПСК е интернет платформа, която улеснява сътрудничеството между клъстерите в рамките на Европа и отвъд нейните граници. В момента тя наброява над 900 регистрирани клъстерни организации от цяла Европа и представлява основният инструмент за клъстерните организации в Европа за определяне на техния профил, обмяна на опит и откриване на потенциални партньори за транснационално сътрудничество в полза на малките и средните предприятия, които са техни членове.

Платформата също така играе важна роля за насърчаване на международното сътрудничество между клъстерите. Тя е подписала редица меморандуми за разбирателство с партньори в Япония, Индия, Бразилия, Южна Корея, Тунис, Мароко, Мексико и Чили за създаване на рамка за дългосрочно сътрудничество между платформата и партньорски организации в държави извън ЕС. С тези меморандуми за разбирателство се улеснява обменът на информация за картографиране на клъстерите, за инициативи и събития, както и се оказва подкрепа за организиране на мисии за намиране на подходящи партньори на клъстерите в Европа и в държави извън ЕС.

www.clustercollaboration.eu

Международни събития за намиране на подходящи партньори на клъстерите

Организираните събития за намиране на подходящи партньори на клъстерите с цел оказване на подкрепа на клъстерните организации и МСП, които са техни членове, в техните усилия за получаване на достъп до глобалните вериги на добавена стойност и за развитие на международни стратегически партньорства и бизнес сътрудничество. При всяко събитие делегация от европейски клъстерни организации и МСП, които са техни членове, идва от Европа, за да се срещне с международните партньори и да започне стратегическо сътрудничество.

Бяха организирани три събития, а именно в Япония – в областта на екологичните материали и чистите технологии,²⁴ в Бразилия – в областта на биотехнологиите²⁵, и в Индия – в областта на ефективното използване на ресурсите.²⁶ Още такива събития са планирани за 2014 и 2015 г.

Достъпът за участие е открит за клъстерни организации от Европа и европейските МСП, които са техни членове. Клъстерните организации трябва да са регистрирани в Европейската платформа за сътрудничество на клъстерите (ЕПСР). Участниците се избират чрез покани за изразяване на интерес, публикувани на ЕПСР.

Интернационализация извън ЕС

Бизнес с Азия

Информационни бюра в областта на правата на интелектуална собственост

Съвети за малки и средни предприятия по отношение на правата на интелектуална собственост (ПИС) се предоставят от информационни бюра в областта на ПИС на ЕС за Китай, Югоизточна Азия (региона на АСЕАН) и държавите от Латинска Америка (Меркосур). Информационните бюра предлагат експертни съвети от първа линия по въпроси в областта на ПИС, връзка с външни експерти, както и подготовка на общо и специализирано обучение. МСП от ЕС могат да отправят запитвания за поверителни случаи директно към информационното бюро лично или по електронна поща, телефон или факс, и безплатно да получат бърз отговор.

ASEAN IPR SME Helpdesk (Информационно бюро за МСП в областта на ПИС за АСЕАН)

ASEAN IPR SME Helpdesk подкрепя малките и средните предприятия от ЕС в защитата, както и в упражняването на техните права върху интелектуална собственост в държавите от АСЕАН чрез предоставяне на безплатни информация и услуги.

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

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

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

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

China IPR SME helpdesk (Информационно бюро за МСП в областта на ПИС за Китай)

Това информационно бюро предоставя безплатни информация, консултации и обучение за европейски МСП, за да им помогне в защитата и упражняването на техните права върху интелектуална собственост в Китай.

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

Mercosur IPR SME Helpdesk (Информационно бюро за МСП в областта на ПИС за Меркосур)

Информационното бюро предлага безплатно подкрепа от първа линия по въпросите на правата на интелектуална собственост, за да се улесни разширяването на европейските малки и средни предприятия в региона на Меркосур, в Чили и в други държави от Латинска Америка.

www.mercosur-iprhelpdesk.eu

Бизнес центрове на ЕС

Към днешна дата бизнес центрове на ЕС обхващат три развиващи се пазара извън ЕС; Европейският център за бизнес и технологии в Индия, Центърът на ЕС за МСП в Китай и Европейският бизнес център на АСЕАН в Тайланд предоставят съвети на европейските МСП за това как да инвестират и да се възползват от възможностите за бизнес в съответните страни.

Европейската комисия изгражда допълнителни структури под наименованието SEBSEAM (Подкрепа за европейския бизнес на пазарите в Югоизточна Азия) в Малайзия, Виетнам, Филипините, Индонезия, Мианмар, Камбоджа и Лаос въз основа на помощни структури, които вече съществуват. Общата цел на тези структури SEBSEAM е увеличаване на търговията и инвестиционните потоци между ЕС и отделните икономики, в които те се намират, както и по-широкия регион на АСЕАН.

Европейски бизнес център за АСЕАН, Тайланд

Тази европейска търговска организация се намира в Банкок, Тайланд, и има за цел да допринесе за подобряване на търговията и инвестициите за европейските дружества в Тайланд.

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

Европейски център за бизнес и технологии в Индия

Центърът подпомага бизнеса, науката и изследователската общност в Европа и Индия, като създава нови възможности за бизнес и трансфер на технологии и насърчава европейските чисти технологии в Индия.

Той се намира в Ню Делхи, като предстои да бъдат открити филиали в Мумбай, Калкута и Бангалор. Съфинансиран от Европейската комисия, той е открит през януари 2009 г. Центърът се ръководи от Eurochambres (Асоциацията на европейските търговски и индустриални камари), в партньорство с 16 бизнес и научноизследователски организации от 4 сектора (биотехнологии, енергетика, околна среда и транспорт). Неговата цел е да се превърне в отправна точка за европейските предприятия и научноизследователски организации, които желаят да стъпят на индийския пазар.

Извършваните дейности обхващат широк спектър от действия: информационни и разузнавателни услуги, помощ и дейности, специфични за съответните сектори (ЕК, 2012 г.).

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

Център на ЕС за МСП в Китай

Центърът на ЕС за подкрепа на европейските малки и средни предприятия („EU SME Centre“) се финансира от Европейската комисия и предоставя на европейските МСП, които желаят да изнасят или да инвестират на китайския пазар, възможности за информация, консултиране, обучение и намиране на партньори (ЕК, 2012 г.).

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

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

Кратък тест: Център на ЕС за МСП – Готови ли сте за Китай?

Този кратък онлайн тест позволява на МСП да преценят своята готовност за развиване на бизнес в Китай, като им дава възможност да диагностицират дали се насочват в правилната посока.

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

Understanding China (Да разберем Китай по-добре)

Тази програма за обучение е била проведена от Eurochambres и други заинтересовани страни и съфинансирана от Европейската комисия. В нейните рамки бизнес организациите са били обучавани да оказват помощ на европейските компании да разбират по-добре китайската икономика и да повишат конкурентоспособността си на този пазар. Програмата е приключила, но уебсайтът все още предоставя полезна информация относно китайския пазар.

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

EU Project Innovation Centre (Проектен иновационен център на ЕС) (Китай)

(подпомаган от ЕС)

EUPIC е широкообхватна платформа за насърчаване на търговията, инвестициите и техническото сътрудничество между ЕС и Китай.

www.eupic.org.cn

EU-Japan Centre for Industrial Cooperation (Центъра за промишлено сътрудничество между ЕС и Япония)

Тази организация насърчава обмена на опит и ноу-хау между предприятията на ЕС и японските фирми и им помага да подобрят техните конкурентоспособност и сътрудничество.

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

EU Business in Japan (Бизнес на ЕС в Япония)

Този сайт включва няколко глави, обхващащи всички аспекти на правенето на бизнес в или с Япония. Сайтът разполага и с база данни с публични доставчици на услуги. Някои части на уебсайта са достъпни само за членове.

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

Step in Japan

„Step in Japan“ е инициатива за безплатна логистична подкрепа за МСП, която действа като „площадка за кацане“ за базираните в ЕС малки и средни предприятия, които планират стъпване на пазара или разширяване на дейността си на територията на Япония.

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

Обучителни сесии

Обучителни сесии се предлагат в Япония за предприятия от ЕС от всякакъв мащаб. Те включват стипендии за участници от малки фирми.

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

Програма на ЕС „Gateway“ – Възможности за предприятия от ЕС в Япония и Южна Корея

Тази програма е предназначена за предприятия от ЕС в конкретни сектори, които искат да развият бизнес сътрудничество с Япония и Южна Корея. По нея се финансират и организират бизнес мисии, свързани с високи технологии и дизайн, в тези две страни.

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

Executive training programme (Програма за обучение на управленски кадри в Япония и Южна Корея)

Тази програма има за цел да помогне на европейските предприятия, включително малки и средни предприятия, да успеят на японските и южнокорейските пазари. Тя предлага и финансира схема за интензивно обучение за управленски кадри, която комбинира лекции, езиково обучение и стажове.

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

European Business Council (Европейски бизнес съвет) (Япония)

(подпомаган от ЕС)

Осигурява косвена подкрепа за МСП, има за цел подобряване на търговския и инвестиционен климат чрез търговска политика.

www.ebc-jp.com

Бизнес с двете Америки

Трансатлантически портал за правата върху интелектуална собственост на ЕС—САЩ

Този сайт насърчава МСП от двете страни на Атлантика да получат достъп до широк спектър от ресурси за правата върху интелектуална собственост.

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

Бази данни

SME Internationalisation Portal (Портал за интернационализация на МСП)

През 2014 г. ЕС ще пусне в действие „Портал за интернационализация на МСП“. МСП, които планират да разширят своята дейност извън границите на ЕС, ще намерят в базата данни на портала списък на (полу-)публичните доставчици на услуги за подкрепа, заедно с данни за контакт и подробности за предлаганите услуги. <https://webgate.ec.europa.eu/smeip/>

Market access database (База данни за достъп до пазари)

Базата данни дава основна информация на износителите от ЕС за прилаганите тарифи, формалности по вноса, статистика и търговски бариери и дава възможност да се докладва на Европейската комисия за търговските бариери.

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

Taxation and Customs: electronic databases (Данъчно облагане и митници: електронни бази данни)

Този сайт предоставя списък на всички бази данни на Комисията, свързани с митниците и данъчното облагане

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

Информация/инструменти за обратна връзка за МСП:
 Инструменти за търговска защита и технически пречки пред търговията

Инструменти за търговска защита – гарант за справедливи условия за търговия на МСП в ЕС
 Научете как да предпазите МСП срещу мерките за търговска защита, включително субсидиран внос и внос на ниска цена от държави извън ЕС, и какво да направите, ако МСП изнася в държава извън ЕС и е засегнато от антидъмпинговите, антисубсидийни или защитни мерки, приложени от тази държава.

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

Проучвания и новини относно интернационализация, предоставени от Европейската комисия

Promoting international activities of SMEs (Насърчаване на международните дейности на МСП)
 Този сайт съдържа връзка към списък с изследвания, които се занимават с интернационализацията на МСП.

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

Глобализация

Възможностите очакват европейските малки фирми отвъд рамките на единния пазар. Прочетете повече за достъпа до пазари, конкуренцията на световния пазар и либерализацията на търговията.

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

ПРИЛОЖЕНИЕ II – ИЗТОЧНИЦИ

Европейска комисия (ЕК), 2013 г. *Регионална политика – База данни по проектите*. http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/index_bg.cfm

Европейска комисия (ЕК), 2012 г. *Преглед на основните възможности за финансиране, предлагани за европейските МСП. НОВО издание от януари 2012 г.*, ГД „Предприятия и промишленост“, Брюксел. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5778

EIM Business & Policy Research 2011. *Opportunities for the internationalisation of EUROpean SMEs – Background document 2: Overview of 310 Policy Support Measures at Member State Level*, (Бизнес и политически изследвания на EIM, 2011 г. *Възможности за интернационализацията на европейските малки и средни предприятия – Основен документ 2: Преглед на 310 мерки за подкрепа на политиката на равнище държави членки*) (финансирано от Европейската комисия), Zoetermeer.

Европейска комисия (ЕК) и Бизнес и политически изследвания на EIM, 2011 г. (1). *Opportunities for the internationalisation of EUROpean SMEs (Възможности за интернационализацията на европейските малки и средни предприятия)*, ГД „Предприятия и промишленост“, Брюксел.

Европейска Комисия (ЕК), 2011 г. (2). „*Малък бизнес, голям свят – ново партньорство за подпомагане на МСП да се възползват от глобални възможности*“, Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите, Европейска комисия, Брюксел. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0702:FIN:BG:PDF>

Европейска комисия (ЕК) и Бизнес и политически изследвания на EIM, 2011 г. (3). *Do SMEs create more and better jobs? (МСП създават ли повече и по-добри работни места?)*, ГД „Предприятия и промишленост“, Брюксел.

Европейска комисия (ЕК) и Бизнес и политически изследвания на EIM, 2010 г. *Internationalisation of European SMEs, final report (Интернационализация на европейските МСП, окончателен доклад)*, ГД „Предприятия и промишленост“, Брюксел.

Европейска комисия (ЕК), 2008 г. *Подпомагане на интернационализацията на МСП. Сборник с добри практики*, ГД „Предприятия и промишленост“, Брюксел.

Европейска комисия (ЕК), 2007 г. *Supporting the Internationalisation of SMEs, final report of the Expert Group (Подпомагане на интернационализацията на МСП. Окончателен доклад на експертната група)*, ГД „Предприятия и промишленост“, Брюксел.

ПРИЛОЖЕНИЕ III – ДРУГИ ПОЛЕЗНИ ПУБЛИКАЦИИ

Поредицата наръчници „Как да се подкрепи политиката за МСП с помощта на структурните фондове“ е предоставена за изтегляне от http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies/index_en.htm:

- № 1 Изграждане на предприемаческо мислене и умения в ЕС
- № 2 Използване на стандарти за подпомагане на растежа, конкурентоспособността и иновациите
- № 3 Улесняване на прехвърлянето на предприятия
- № 4 Интелигентен наръчник за иновации в сферата на услугите
- № 5 Прилагане на SBA на регионално равнище
- № 6 Как да се подкрепи политиката за МСП и предприемачество с помощта на структурните фондове.
- № 7 Подкрепа за интернационализацията на МСП

Серия от ръководства, свързани с регионалната политика и интелигентната специализация, включително подкрепа за МСП, могат да бъдат изтеглени от <http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/guides>.

Тази поредица включва наред с други:

- Regional policy for smart growth of SMEs (Регионална политика за интелигентен растеж на малките и средните предприятия)
- Smart Guide to Innovation-Based Incubators (IBI) (Интелигентно ръководство за основани на иновации инкубатори (ОИИ))

Поредица наръчници Как да се подкрепи политиката за МСП с помощта на структурните фондове

Подкрепа за
интернационализацията
на МСП

ISBN 978-92-79-36462-4



9 789279 364624