

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Jana Glumac

Mentor: prof. dr. Lojze Sočan

**VLOGA PODJETNIŠKEGA SEKTORJA IN DRŽAVE V PROCESU
VKLJUČEVANJA SLOVENIJE V EVROPSKO UNIJO**

Diplomsko delo

Ljubljana 2004

1. UVOD	4
1.1. Hipoteza	6
1.2. Raziskovalni pristop.....	6
1.3. Temeljni pojmi.....	7
2. KREPITEV KONKURENČNOSTI GOSPODARSTVA	9
2.1. Krepitev konkurenčnosti podjetniškega sektorja	10
2.1.1. Povezovanje podjetij v grozde.....	13
2.2. Pomen MSP v gospodarstvu	14
2.3. Glavni problemi podjetniškega sektorja, predvsem MSP	17
3. PODJETNIŠKA POLITIKA V EU IN V SLOVENIJI	20
3.1. Podjetniška politika EU	20
3.1.1. Cilji podjetniške politike	22
3.1.2. Programi podjetniške politike EU	24
3.2. Podjetniška politika v Sloveniji	28
3.2.1. Programi EU in Slovenija.....	29
4. RAZVOJNA NALOGA DRŽAVE	33
4.1. Državne strategije in programi.....	34
4.1.1. Strategija gospodarskega razvoja Slovenije 2001-2006.....	35
4.1.2. Državni razvojni program (2001 – 2006).....	36
4.1.3. Strategija razvoja malega gospodarstva (SRMG)	38
4.1.4. Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji.....	39
5. RAZVOJNO OKOLJE	40
5.1. Podporne institucije	41
5.2. Razvojno zasnovane regije	44
5.3. Pravno – administrativno okolje	45
5.4. Finančno okolje.....	46
5.5. Davčno okolje	47
5.6. Prostorska politika in dostop do poslovnih lokacij	48
5.7. Družbeno in socialno okolje	50
6. IN KAKO JE V PRAKSI?	51
6.1. Primer srednje velikega podjetja.....	51
6.2. Primer malega podjetja	54
7. ZAKLJUČEK	58
8. LITERATURA	60

KRATICE:

BDP – bruto družbeni proizvod

DDV – davek na dodano vrednost

DRP – Državni razvojni program

EIC – Euro-Info Center

EPD – Enotni programski dokument

GZS – Gospodarska zbornica Slovenije

JSMG – Javni sklad Republike Slovenije za razvoj malega gospodarstva

MG – Ministrstvo za gospodarstvo

MSP – mala in srednja podjetja

OECD – Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj

PCMG – Pospesovalni center za malo gospodarstvo

PDRP – Predhodni državni razvojni program

SGRS – Strategija gospodarskega razvoja Slovenije

SRMG – Strategija razvoja malega gospodarstva

SRMSPP – Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva

UMAR – Urad za makroekonomske analize in razvoj

1. UVOD

V zadnjih desetih letih se je mednarodno okolje močno spremenilo. Slovenija se je intenzivno pripravljala na vstop v EU, v katero je tudi formalno vstopila maja 2004. Proces vključevanja je povzročil val sprememb, na vseh razvojnih področjih, torej socialnih, okoljskih in gospodarskih. Slednjemu področju je bilo tudi namenjeno največ pozornosti in to čisto upravičeno. Gospodarstvo je namreč eden izmed ključnih elementov, ki sestavljajo blaginjo posamezne države. Da bi stopnjo blaginje ohranili oziroma jo povečali tudi v spreminjajočem se mednarodnem okolju, je potrebno krepiti konkurenčno sposobnost gospodarstva. To pa pomeni visoko stopnjo fleksibilnosti in inovativnosti, ki sta potrebni za sledenje nenehnim spremembam na mednarodnem trgu. Ključni elementi konkurenčnega gospodarstva so ustrezna institucionalna infrastruktura, razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije in konkurenčen podjetniški sektor. Podrobneje sem se odločila predstaviti prav ta slednji element, ker sem mnenja, da bo to področje v prihodnosti predstavljalo gonilno silo gospodarstvu. Vendar pa bo za uspešno krepitev konkurenčnosti podjetniškega sektorja potrebno nadpovprečno vlaganje v znanje in človeške vire, raziskave in razvoj (R&R), v nastanek visoko-tehnoloških podjetij z inovativnimi izdelki. Bolj se bo potrebno tudi posvetiti sodelovanju in povezovanju med samimi podjetji in univerzami ter ostalimi raziskovalnimi inštituti in tako pospešiti pretok znanja in tehnologije. Kot učinkovit način povezovanja podjetij, se je izkazalo grozdenje, saj si tako podjetja zagotovijo kritično maso znanja, tehnologije, virov in sredstev ter učinkovit prenos najboljših praks, s čimer povečujejo svoje konkurenčne prednosti. H krepitevi konkurenčnosti prispeva tudi internacionalizacija poslovanja podjetja, preko katere doseže boljšo učinkovitost, specializacijo in produktivnost. Posebno pozornost bo potrebno nameniti sektorju MSP, ki ima velik pomen za krepitev podjetniškega sektorja in gospodarstva. Je namreč sektor, ki je sposoben hitrega prilagajanja tržnim spremembam, zato potrebuje ustrezno razvojno okolje in infrastrukturo. Torej če želi Slovenija v novem mednarodnem okolju ohraniti konkurenčnost gospodarstva, mora le-ta v prihodnosti temeljiti na krepitevi konkurenčnih prednosti podjetij.

V skladu z novo razvojno vizijo EU – postati najbolj dinamično in konkurenčno gospodarstvo na svetu do leta 2010, je prišla v ospredje nova podjetniška politika, ki spodbuja inovativna, hitro rastoča podjetja, temelječa na znanju. Kot ključne elemente za uresničevanje te politike, je EU navedla vlaganje v znanje, tehnologijo in v razvoj ustreznega podpornega okolja. Tako je npr. ustanovila Generalni direktorat za podjetja, ki skrbi za krepitev

konkurenčnosti podjetniškega sektorja in predstavila številne programe za izboljšanje podpornega okolja in krepitev investiranja v človeške vire in tehnologijo. Tudi Slovenija je vključila evropske smernice podjetniške politike v strategijo gospodarskega razvoja. Svojo politiko podjetništva je usmerila predvsem v razvoj inovativnih, visoko-tehnoloških podjetij, saj na tem področju zelo zaostaja za EU. Prepozno je namreč začela spodbujati prehod iz tradicionalnih industrijskih panog v visoko-tehnološke. Zato sedaj svoj razvojni zaostanek poskuša zmanjševati tudi preko vključevanja v programe EU.

Skladno s spremembami v mednarodnem okolju, se je spremenila tudi vloga države. Ne gre več za samovoljno delovanje, ampak za sodelovanje z vsemi družbenimi akterji. Če želi Slovenija čimprej zmanjšati razvojni razkorak z EU, bo morala vložiti bistveno večji razvojni napor, kot pa ga je vložila v preteklih desetih letih. Bistvenega pomena je seveda stabilno makroekonomsko okolje in opredelitev razvojnih ciljev in ukrepov. Vsem državnim strategijam, od Strategije gospodarskega razvoja Slovenije (SGRS), ki je opredeljena kot temeljni strateški dokument države, pa do Strategije razvoja MSP in podjetništva v Sloveniji, ki obravnava specifično problematiko razvoja MSP, je skupen cilj vzpostaviti na znanju temelječo družbo, gospodarstvo pa spremeniti v mednarodno konkurenčno. Na poti do tega cilja, bo imel pomembno vlogo dialog med družbenimi akterji oziroma konsenz med njimi. Za visoko razvite države je namreč značilna visoka stopnja konsenza, kar pomeni da vsi družbeni akterji sodelujejo pri razvojnih odločitvah ter podpirajo njihovo uresničitev. Šele takrat je namreč možna vzpostavitev kvalitetnega razvojnega okolja, okolja v katerem sodelujejo nacionalne, regionalne in lokalne institucije. Ne glede na to na kateri ravni delujejo, pa morajo biti prepoznavne in dostopne, podjetja morajo usmerjati, jih informirati in jim svetovati. Potrebno je poudariti da je za mala, hitro razvijajoča se podjetja izredno pomembno »proaktivno« razvojno okolje. To pomeni okolje z ugodno podjetniško klimo, ustreznimi poslovnimi lokacijami, primernimi davčnimi in finančnimi spodbudami ter brez odvečne administracije, ki po mnenju mnogih slovenskih podjetnikov, predstavlja največjo oviro pri poslovanju.

V drugi polovici naloge sem poskušala na primeru malega in srednje velikega podjetja, primerjati teorijo in prakso, predvsem na področju kvalitete slovenskega podpornega okolja. S tem sem želela osvetliti problem razhajanja med cilji zapisanimi v državnih strategijah in dejanskimi ukrepi ki se izvajajo. Namen diplomske naloge ni kazati s prstom na krivca, ampak poudariti vlogo države, ki jo ima pri razvoju ustreznega razvojnega okolja, da bi

podjetja lažje rasla in se razvijala, saj je to tudi edini način za povečanje konkurenčnosti nacionalnega gospodarstva.

1.1. Hipoteza

Aktivno sodelovanje države v procesu vključevanja Slovenije v EU in konkurenčnost podjetniškega sektorja, bosta imela pomembno vlogo pri krepitvi konkurenčnosti nacionalnega gospodarstva.

1.2. Raziskovalni pristop

Kot idejno izhodišče za nalogo mi je služila SGRS, ki opredeljuje tudi osnovne usmeritve delovanja države na gospodarskem področju. Pri pisanju naloge, sem se oprla predvsem na raziskovalna dela strokovnjakov (dr. Janez Šušteršič, dr. Matija Rojec, dr. Mojmir Mrak, dr. Aleš Vahčič, dr. Miroslav Glas, dr. Lojze Sočan), ki podrobneje preučujejo problematiko konkurenčnosti slovenskega gospodarstva in vlogo, ki jo imata podjetništvo in država pri krepitvi le-tega. Na področju vloge države, so mi bili v posebno pomoč: Državni razvojni program za obdobje 2001 – 2006, Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji, Dopolnitve in spremembe strategije razvoja malega gospodarstva v Sloveniji v luči usklajenosti z EU. Ta dela so nastala kot rezultat sodelovanja med pristojnimi ministrstvi, Ekonomsko fakulteto, Pospeševalnim centrom za malo gospodarstvo (PCMG) in Gospodarsko zbornico Slovenije (GZS). Zaradi aktualnosti obravnavane problematike, sem uporabila veliko virov iz spletnih strani predvsem tam, kjer je šlo za primerjavo s podjetniško politiko EU in članke strokovnih revij, kot so Glas gospodarstva in Podjetnik. V zadnjem poglavju, kjer sem želela predstaviti realno sliko dogajanja v podjetjih - kako so pripravljeni na vstop v EU, kako ocenjujejo svojo stopnjo konkurenčnosti in koliko jim je v pomoč država, sem se oprla na vprašalnik in intervju z vodilnima osebama v podjetjih.

Najpogosteje uporabljene raziskovalne metode so bile:

- *Zbiranje sekundarnih virov in analiza le-teh;* predvsem člankov, raziskovalnih del, knjig, in delovnih gradiv.
- *Zbiranje primarnih virov in analiza le-teh;* predvsem dokumentov, zakonov in poročil, ki urejajo področje podjetniške politike v Sloveniji in EU.
- *Primerjalno raziskovanje* evropskega in slovenskega razvojnega okolja na področju podjetniške politike.

- *Študije primerov* evropskih in slovenskih programov ter ukrepov, na področju spodbujanja podjetništva in konkurence.
- *Opisna metoda*
- *Analize uradnih statistik*
- *Vprašalnik*,¹ ki mi je bil v pomoč pri določanju ali je podjetje naklonjeno vstopu v EU in ali je nanj tudi pripravljeno (predvsem na področju usklajevanja s pravnim redom EU).
- *Intervju*, (pri katerem sem uporabila polzaprta vprašanja)² z vodilnima osebama malega in srednje velikega podjetja.

Iz naštetih metod je razvidno, da je bil moj pristop k nalogi predvsem deduktiven. Izhajala sem iz splošne teorije, iz nekih splošnih stališč in tako poskušala priti do posameznih zaključkov. Uporabila sem tako imenovani deduktivni način raziskovanja, kjer »(empirični problem rešujemo z uporabo in preverjanjem teorij kot abstraktnih modelov ali pojmovnih okvirov, /.../ tako je teorija pred empirijo)« (Bučar, Šabič, Brglez 2000: 14). Nasprotno, pa sta zadnji dve metodi (vprašalnik in intervju), metodi indukcije, za katero je značilno, da »(iz ugotovljenih empiričnih dejstev posameznega primera ali zastavljenega problema sklepamo na značilnosti vseh primerov ali vseh istovrstnih problemov in tako izoblikujemo tudi teorijo kot posplošitev empiričnih dejstev; tako je empirija pred teorijo)« (Bučar, Šabič, Brglez 2000: 12).

1.3. Temeljni pojmi

Mala in srednje velika podjetja

Pri opredelitvi pojma MSP, slovenska definicija ni popolnoma skladna z evropsko. Ali se podjetje uvršča v malo oziroma srednje podjetje, je odvisno od števila zaposlenih, letno ustvarjenega prihodka in letne vrednosti aktive. Do razlik med slovensko in evropsko definicijo prihaja pri zadnjih dveh kriterijih.

Po evropski različici ima malo podjetje manj kot 50 zaposlenih, letni prihodek ne presega 7 milijonov evrov, letna vrednost aktive pa je nižja od 5 milijonov evrov. Število zaposlenih v

¹ Vprašalnik 2003 CAPE II z naslovom Pristopni program zbornic držav – kandidatki, je bil pripravljen v sodelovanju z EUROCHAMBERS (Evropsko Zbornico) in SBRA (Slovensko gospodarsko in razvojno združenje) in je namenjen preverjanju obveščenosti podjetij iz držav kandidatki, o evropskem pravnem redu. Vprašalnik je dostopen na spletni strani: <http://www.signform.be/cape/form.htm#slovenian>

srednje velikem podjetju je manjše od 250, letni prihodek ne presega 40 milijonov evrov, letna aktiva pa je nižja od 27 milijonov evrov. Za mikropodjetja pa velja, da imajo od 0 do 9 zaposlenih, ne glede na letni prihodek in aktivo. (Kezunovič 2003: 79)

S prevzemanjem evropske zakonodaje, se tudi razlike v letnem prihodku in vrednosti letne aktive odpravljajo. Zaenkrat pa slovenska definicija temelji na Zakonu o razvoju malega gospodarstva in Zakonu o gospodarskih družbah, ki določata da mora imeti malo podjetje manj kot 50 zaposlenih, z letnim prihodkom manjšim od 200 milijonov tolarjev in vrednostjo aktive, ki je manjša od 100 milijonov tolarjev. Srednje veliko podjetje pa manj kot 250 zaposlenih, z letnim prihodkom manjšim od 800 milijonov tolarjev in letno aktivo manjšo od 400 milijonov tolarjev. (Balažek 1998: 16)

Kriterij, v katerem sta slovenska in evropska definicija skladni, je torej število zaposlenih. V nadaljevanju diplomske naloge, bom uporabljala ta kriterij za delitev gospodarskih družb.

Podjetniški sektor

Sem prištevamo poleg malih in srednjih podjetij, tudi velika podjetja. To so podjetja, ki imajo več kot 250 zaposlenih, njihov letni prihodek pa presega 40 milijonov evrov.

Malo gospodarstvo

Opredelitev malega gospodarstva, v okviru obstoječega Zakona o razvoju malega gospodarstva (Uradni list RS, št. 18/91), vključuje naslednje: podjetja, ki zaposlujejo do 125 ljudi v pretežnem delu storitvenih dejavnosti, podjetja, ki zaposlujejo do 50 ljudi v industriji, rudarstvu in gradbeništvu, obrtne zadrage in zasebnike, kot fizične osebe, ki opravljajo registrirano gospodarsko dejavnost. Vendar pa takšna definicija ni več primerna. Glede na današnjo stopnjo razvitosti slovenskega gospodarstva in na dejstvo da vstopamo v EU, bo potrebno pripraviti nov zakon, po katerem bi v malo gospodarstvo prištevali (Strategija razvoja malega gospodarstva 1996: 135): pravne in fizične osebe (podjetja, samostojni podjetniki in druge statusne oblike), ki zaposlujejo do 50 ljudi in ne opravljajo bančne ali zavarovalniške dejavnosti ter nimajo več kot 25 % lastniškega kapitala enega ali več

² Tip vprašanj »(pri katerih dopustimo osebi, s katero delamo intervju, da poleg izbire enega od alternativnih ponujenih odgovorov ponudi tudi svoje videnje problema ali svoje odgovore na zastavljena vprašanja).« (Bučar, Šabič, Brglez 2000: 33)

gospodarskih osebkov, ki ne spadajo v malo gospodarstvo (izjema investicijski skladi ali skladi tveganega kapitala).

Inovacija

»Inovacija je obnovitev ali povečanje spektra izdelkov in storitev ter povezanih trgov; uvajanje novih metod proizvodnje, dobave in distribucije; uvajanje sprememb v vodenju, organizaciji dela in pogojih dela ter v sposobnostih delovne sile« (Bučar 2002: 19). Inovacija se torej ne nanaša le na tehnične novosti. Poznamo namreč štiri tipe inovacij (Bulc 2003: 17-18): poslovna inovacija (inovativni interni procesi), inovativna rešitev (poudarek na celovitem pristopu do stranke), inovativni produkt (temelji na kakovosti, funkcionalnosti in tehnični prednosti) in inovativna storitev (temelji na izvirnosti zadovoljevanja človekovih potreb, po udobju, enostavnosti, znanju, itn.).

Dodana vrednost

Je razlika med vrednostjo proizvedenih blaga in storitev in vrednostjo inputov, ki so bili pri tej proizvodnji potrošeni v proizvodnem procesu. Produktivnost, merjena z dodano vrednostjo na zaposlenega, je eden izmed osnovnih kazalcev gospodarske razvitosti. Slovenija ima v primerjavi s članicami EU, nizko produktivnost (letna rast dodane vrednosti na Irskem je 12.446 EUR, medtem ko je v Sloveniji le 2.900 EUR). Dolga leta je zaposlovala ljudi v delovno intenzivnih panogah, z nizko dodano vrednostjo in zamudila pravočasno preusmeritev zaposlenih v visoko produktivne panoge, ki sicer zaposlujejo manj ljudi, zahtevajo pa več znanja in inovativnosti in zato prinašajo višjo dodano vrednost. Ker vlada ni načrtno pospeševala rasti teh panog z raziskovalnimi, kadrovskimi in podjetniškimi pomočmi, kot so to npr. storili na Irskem (z usmeritvijo v te panoge, so povečali dodano vrednost na zaposlenega v industriji in celo prehiteli Nemčijo za 42 odstotkov), Slovenija čedalje bolj zaostaja v produktivnosti.³

2. KREPITEV KONKURENČNOSTI GOSPODARSTVA

Evropsko gospodarstvo, je gospodarstvo z največjim notranjim trgom na svetu. Obvladuje tržni prostor z več kot 377 milijoni prebivalci, ki pa se bo še dodatno povečal ob pridružitvi novih članic. Skupaj z ZDA in Japonsko ustvari skoraj polovico svetovne trgovine. Je največji

³ Kos, Marko: Premalo realnega podjetništva-glavna hiba SGRS, <http://www.sigov.si/zmar/projekti/sgrs/pdf> (06/04/2004)

investitor na svetu in vodi v izvozu storitev. Kljub temu, pa njeno gospodarstvo še vedno zaostaja za ameriškim in japonskim. Da bi jima lažje konkurirala, je EU usmerila svojo pozornost predvsem v tehnološki razvoj in razvoj človeških virov. Leta 2000 je sprejela t.i. lizbonsko strategijo, s katero si je zadala cilj postati najbolj dinamično in konkurenčno gospodarstvo na svetu do leta 2010, temelječo predvsem na znanju (Ješovnik, Ferlic 2002: 52). V ospredje je tako postavila izobraževanje, raziskave, razvoj, inovativnost in informacijsko tehnologijo. Pospeševanje podjetništva, predvsem MSP, kot sektorja ki združuje vse te lastnosti, je postala glavna strategija EU za povečevanje stopnje konkurenčnosti svojega gospodarstva.

Tudi Slovenija bo maja 2004 postala del tega gospodarstva. Naša vlada ocenjuje, da je slovensko gospodarstvo pripravljeno na vstop, saj tako ali tako že od samostojnosti dalje, v veliki meri posluje prav z državami EU.⁴ Vendar pa se je ob podrobnejši analizi pokazalo da gospodarstvo le ni tako dobro pripravljeno na hudo konkurenco evropskega in svetovnega gospodarstva.⁵ Največje probleme ima zaradi visoke stopnje delovno intenzivnih panog panog, nizkega deleža visoko izobražene delovne sile, premalo investicij v raziskave in razvoj (R & R), premajhnega deleža neposrednih tujih investicij (v primerjavi z nekaterimi državami kandidatki), slabega pretoka znanja, preslabo razvitega podjetniškega okolja itn. Konkurenčno gospodarstvo mora vključevati učinkovito gospodarsko infrastrukturo, učinkovit finančni sistem ter učinkovit in konkurenčen podjetniški sektor. In prav slednji je po UMAR-ju (2001: 65), glavni vir gospodarske rasti in ključni element krepitve konkurenčnosti gospodarstva. Zato se bom tudi v diplomu osredotočila le na element podjetniškega sektorja, predvsem sektorja MSP.

2.1. Krepitev konkurenčnosti podjetniškega sektorja

Prvi korak h krepitvi podjetniškega sektorja, je *prestrukturiranje podjetij*. Kot je zapisano v poročilu Urada za makroekonomske analize in razvoj (UMAR 2001: 63), poznamo defenzivno in ofenzivno prestrukturiranje podjetij. Defenzivno pomeni, da se podjetje

⁴ Po podatkih Centra Evrope, je Slovenija z državami EU (predvsem z Nemčijo, Italijo, Francijo in Avstrijo) opravila približno dve tretjini blagovne menjave. (Zloženka Slovensko gospodarstvo v EU, marec 2003, Center Evropa)

⁵ Inštitut iz Lausanne IMD vsako leto pripravi Poročilo o globalni konkurenčnosti držav. Poročilo za leto 2002 je Slovenijo uvrstilo na rep lestvice in sicer na 38. mesto od 49 držav. Tako so nekatere kandidatke za vstop v EU, kot npr. Estonija, Madžarska, Češka in Slovaška prehitile Slovenijo. Konkurenčnost države je bila merjena na področju gospodarske uspešnosti, učinkovitosti države, poslovne učinkovitosti in infrastrukture. (Ješovnik 2003: 53)

prestrukturira z ukinjanjem nedonosnih programov, kar posledično pomeni tudi zmanjševanje zaposlenosti in zmogljivosti. Pri ofenzivnem prestrukturiranju pa gre za to, da podjetje povečuje svoje zmogljivosti in zaposlenost, z novimi programi in investicijami. Slovenija naj bi z defenzivnim prestrukturiranjem že zaključila, vendar pa se je pokazalo da obstaja še veliko neprivatiziranih podjetij in podjetij z razpršenim lastništvom, ki se poslužujejo te vrste prestrukturiranja in tako le počasi napredujejo. Zato bo potrebno enkrat za vselej zaključiti s to vrsto prestrukturiranja in vrniti podjetja v roke 'pravih' dolgoročnih lastnikov, ki bodo z novim investiranjem in zaposlovanjem rasla hitreje, produktivnost, merjena z dodano vrednostjo na zaposlenega, pa se bo povečevala. Država lahko na tem področju pomaga z naslednjimi ukrepi: izločanje produktivnih sektorjev iz problematičnih podjetij ter njihova privatizacija, ukinjanje neproduktivnih sektorjev, uveljavljanje lastniških pravic in polna kontrola nad lastniki (UMAR 2001: 64). Država mora začeti izvajati takšno ekonomsko politiko, da bodo podjetja začela z ofenzivnim prestrukturiranjem. Zagotoviti mora torej stabilno makroekonomsko okolje in spodbujati podjetja k izkoriščanju konkurenčnih prednosti, za ustvarjanje novih poslovnih možnosti.

Drugi korak je *krepitev nekaterih necenovnih dejavnikov konkurenčne prednosti*. Slovenski izvoz še vedno temelji na nediferenciranih izdelkih in storitvah z nižjo dodano vrednostjo, zato je za dvig konkurenčnosti nujno potrebna njihova diferenciacija. Pogoji za to pa je na prvem mestu znanje, ki ga mora podjetje znati uporabljati, da bi se lahko prilagodilo novim tržnim zahtevam in istočasno izkoriščalo svoje konkurenčne prednosti. Ključna dejavnika sta torej pridobivanje novih oz. krepitev obstoječih menedžerskih znanj ter investiranje v človeške vire, informatizacijo in tehnološki razvoj (UMAR 2001: 66). Država bo na tem področju podprla podjetja z naslednjimi ukrepi:

- (a) *Pridobivanje oz. krepitev menedžerskega znanja*, kjer bo država podpirala in koordinirala pridobivanje tega znanja, združila različne sektorje vlade na tem področju ter v programe vključila tudi inovacijske in marketinške aktivnosti.
- (b) *Investicije v človeški kapital in R & D*, v t.i. mehke dejavnike. Država bo predvsem osredotočena na zagotavljanje posebnega in splošnega usposabljanja zaposlenih.
- (c) *Spodbujanje ustanavljanja novih, visoko-tehnoloških podjetij*, kjer bo država zagotovila tvegani kapital, davčne olajšave v prvih treh letih poslovanja in odpiranje novih delovnih mest za visoko izobraženo delovno silo.
- (d) *Povezovanje podjetij v grozde ali konzorcije*. Država bo ustvarila takšno okolje, ki bo spodbujalo podjetja k medsebojnemu sodelovanju (predvsem MSP).

- (e) *Organizacija svetovalnih služb*, predvsem v smislu inovacijskega in tehnološkega svetovanja in kot podpora menedžmentu.
- (f) *Organizacija podjetniško-tehnoloških centrov*, kot pomoč podjetjem pri poslovanju, v okviru regionalnih razvojnih agencij.
- (g) *Izobraževanje*, v smislu vključevanja podjetništva kot šolskega predmeta in spodbujanje prakse podiplomskih študentov v uspešnih domačih in tujih podjetjih.
- (h) *Podpora* podjetjem pri uvajanju standardov EU. (UMAR 2001: 67-68)

Tretji korak je **internacionalizacija** podjetniškega sektorja, v smislu spodbujanja podjetij za prodor na mednarodne trge, saj tako racionalizirajo in optimizirajo svoje poslovanje. Osnovna kazalca stopnje internacionalizacije gospodarstva so vhodne in izhodne neposredne tuje investicije, katerih značilnost so pozitivni učinki na razvoj, povečanje podjetniške učinkovitosti, pospešeno specializacijo, boljši izkoristek kapacitet in s tem večjo in produktivnost, skratka učinek na krepitev konkurenčnosti gospodarstva. Slovenija ima izmed držav kandidatk najnižjo stopnjo vhodnih investicij in sicer 15,5%. Zato mora država vzpostaviti institucijo za spodbujanje vhodnih investicij in pri tem pomagati tudi lokalnim skupnostim, vzpostaviti mednarodno konkurenčno ponudbo zemljišč za tuje in domače investitorje in prilagoditi gospodarske spodbude tudi tujim investitorjem. Nekoliko boljše je stanje na področju izhodnih investicij, saj Slovenija veliko vlaga v trge JV Evrope. Da bi se stanje še izboljšalo, bo država vlagateljem v tujino pomagala z zbiranjem informacij o možnostih investiranja, s sofinanciranjem projektov oz. z olajšanjem dostopa do ustreznih finančnih virov, z izobraževanjem ustreznih kadrov in s seznanjanjem podiplomskih študentov o tej problematiki. (UMAR 2001:69)

Četrti korak h krepitvi podjetniškega sektorja je **pospeševanje razvoja MSP**. Ta sektor namreč za ustrezen razvoj potrebuje dodaten kadrovski in finančni potencial, ker ga sam zaradi svoje majhnosti nima dovolj. Potrebuje pa tudi ustrezno davčno spodbudo, ustrezno prostorsko politiko in ugodno družbeno klimo za razvoj. Ob vstopu v EU, bo ta sektor izpostavljen hudi konkurenci, zato so mu tudi namenjeni programi za krepitev menedžerskih, organizacijskih in tehnoloških sposobnosti, preko katerih podjetja krepijo svoje konkurenčne prednosti. Država se tega zaveda, zato podpira sektor MSP, predvsem inovativna, hitro razvijajoča se podjetja. Ukrepi (UMAR 2001: 70), ki jih je država sprejela na tem področju so usmerjeni na:

- (a) ustvarjanje novih delovnih mest v obstoječih in novih podjetjih
- (b) razvoj podjetništva

- (c) prenos tehnologij, ki omogočajo prodor in obstanek na mednarodnih trgih
- (d) formiranje skladov tveganega kapitala ter povezovanje javnih in privatnih sredstev
- (e) razvoj podpornega okolja, predvsem z zagotavljanjem ustrezne infrastrukture

In še zadnji korak, ki ga mora narediti predvsem država, je **odpravljanje birokracije**. Le-ta namreč ovira vstop novih podjetij (zapleten postopek registracije podjetja) in investiranje (zapleteni postopki pridobivanja zemljišč, dovoljenj za gradnjo, delovnih dovoljenj, itn.). Država mora zato (UMAR 2001: 71):

- (a) analizirati regulativne in administrativne postopke pri ustanavljanju in delovanju podjetja in pri investiranju
- (b) primerjati postopke v Sloveniji, s postopki v EU

2.1.1. Povezovanje podjetij v grozde

Kot eden izmed ukrepov za krepitev necenovnih dejavnikov konkurenčnosti podjetniškega sektorja, ki ga je država določila v UMAR-ju leta 2001, je spodbujanje povezovanja podjetij v grozde. Kot je v članku za revijo Glas gospodarstva, zapisala Jasna Krljič Vreg (2004: 21): »Grozde sestavljajo medsebojno povezana, geografsko koncentrirana podjetja iz sorodnih in različnih dejavnosti ter nosilci znanja, druge institucije in organizacije, ki zagotavljajo kritično maso znanja, tehnologij, virov in sredstev, pomembnih za krepitev konkurenčnosti posameznih sodelujočih podjetij in skupine kot celote.« Torej gre za sodelovanje izobraževalnih ustanov (predvsem univerz), razvojnih institucij, države in podjetij (MSP in velikih podjetij), katerih dolgoročni cilj je krepitev konkurenčnih prednosti, tako samega podjetniškega sektorja, kot celotnega nacionalnega gospodarstva. Povezovanje podjetjem omogoča boljši dostop do informacij, tehnologij, in znanja, tako pa se tudi povečajo možnosti za ustvarjanje inovacij. V Sloveniji je idejo o grozdenju vnesla dr. Tea Petrin, v začetku devetdesetih let in sicer na področju lesne industrije. Leta 2001 je Ministrstvo za gospodarstvo podprlo tri pilotne projekte (avtomobilski, transportno-logistični in orodjarski grozd) in leto kasneje še osem novih. Cilj spodbujanja razvoja grozdov je v večjem vlaganju v znanje in R & R, v specializaciji podjetij in v krepitvi njihovih konkurenčnih prednosti, da bodo tako boljša in prodornejša na mednarodnih trgih (Vreg 2001: 22). Ukrep spodbujanja povezovanja podjetij v grozde, je eden izmed bolj učinkovitih ukrepov države na tem področju. V dobrih treh letih se je tako v grozdenje vključilo 350 podjetij in institucij z več

kot 55.000 zaposlenimi, ki so največ sodelovali na področju informatike, R & R, nabave skupne opreme, trženja, izobraževanja, skupnih nastopov na sejmih, itn.

Da bi okrepili sektor malega gospodarstva, namerava Ministrstvo za gospodarstvo v prihodnosti dati večji poudarek lokalnim grozdom, saj v večjih, t.i. nacionalnih, ni prostora za mala podjetja. Zanimanje za tovrstno povezovanje, je bilo celo večje od možnosti financiranja. Izbranih je bilo 37 projektov, podjetja ki bodo sodelovala pri izvedbi pa bodo imela na voljo največ 100.000 evrov pomoči za obdobje treh let. Zanimanje za povezovanje je bilo predvsem na področju informacijske tehnologije, turizma⁶, gradbeništva in kovinske industrije. Poleg povezovanja na lokalni ravni, pa bi se nekatera podjetja v prihodnosti lahko povezovala tudi z večjimi podjetji in grozdi in s podjetji v tujini. Vendar pa morajo, po mnenju svetovno priznanega ekonomista M. Porterja, slovenski grozdi temeljiti predvsem na tradicionalnih panogah, zato ker je Slovenija razvijajoča se država. (Vreg 2004: 25)

2.2. Pomen MSP v gospodarstvu

Zaradi vse hujše ameriške in azijske konkurence, se EU vse bolj zaveda pomena razvoja in spodbujanja podjetništva, kajti edino tako bo lahko zmanjšala stopnjo razvojnega zaostanka in brezposelnosti. Posebno pozornost namenja podjetjem iz visoko tehnoloških področij, ki zahtevajo visoko stopnjo znanja ter vlaganja v raziskave in razvoj. Takšna podjetja, ki se večinoma uvrščajo v sektor MSP, so ključnega pomena za razvoj in rast konkurenčnosti gospodarstva. Leta 1994 je komisija v dokumentu »Bela knjiga o rasti, konkurenčnosti in zaposlovanju«⁷ (European Commission 1994: 85), izpostavila naslednje pomene sektorja MSP:

- pomemben člen med gospodarsko rastjo in zaposlovanjem
- predstavlja največji potencial za ustvarjanje novih delovnih mest
- mladim ljudem mnogokrat nudi prvo zaposlitev
- je neke vrste 'inštrument' za usposabljanje delovne sile
- legalizacija sive ekonomije

⁶ Eden najzanimivejših grozdov je turistično-kolesarski grozd, ki poskuša doseči razcvet kolesarskega turizma v Pomurju. V grozdu sodelujejo termalna zdravilišča, gostinski ponudniki, kmečki turizmi, kulturne ustanove, itn., in poskušajo s skupno blagovno znamko »Pomurje on bike«, prodreti na tržišče in doseči lokalno, nacionalno in mednarodno prepoznavnost v kolesarskem turizmu. (Vreg 2004: 24)

Države članice EU, so s tem dokumentom pokazale, da se zavedajo pomena MSP in se tudi zavzele za tesnejše sodelovanje pri oblikovanju podjetniškega razvojnega okolja. Ne samo z vidika konkurence, ampak tudi z regionalnega vidika, predstavljajo MSP pomemben dejavnik. Le-ta v zapostavljenih regijah, velikokrat predstavljajo edino gonilno silo tamkajšnjemu gospodarstvu. Tako se krepi gospodarska konkurenčnost znotraj države, kar zvišuje stopnjo konkurenčnosti državnemu gospodarstvu.

Tudi Slovenija se vse bolj zaveda pomena podjetništva, ki je v ospredje stopilo predvsem v luči vstopanja v EU. Glede na smernice, ki si jih je zadala EU v lizbonski strategiji, je začela Slovenija izvajati politiko pospeševanja podjetništva, predvsem sektorja MSP. Kako pomembna so MSP za razvoj gospodarstva, se je pokazalo z začetkom tranzicije, ko so velika industrijska podjetja pričela z odpuščanjem zaposlenih, kot nove strategije zmanjševanja stroškov. Veliko večino te 'odvečne' delovne sile so absorbirala novo nastala majhna podjetja. Tekom časa se je upadanje zaposlenosti v velikih podjetjih umirilo, medtem ko se je v majhnih zaposlenost povečevala. To je za gospodarstvo pomenilo pomemben preobrat v strukturi. Od leta 1990 do 1996 se je število MSP kar za 5-krat povečalo. Še leta 1990 smo imeli 6.804 MSP, kar je predstavljalo 95,7 % vseh podjetij, medtem ko jih je bilo leta 1996 že 35.655, to je 99,6 % vseh podjetij, ki so zaposlovala 66,3 % vseh delavcev (Pučko, Lahovnik 1998: 558). Po podatkih Državnega razvojnega programa za obdobje 2001-2006 (2001: 40), se je »/v/ zadnjih desetih letih delež zaposlenih v malih in srednjih podjetjih...povečal od 32 % na 46%«, predvsem na račun malih in mikro podjetij.

Hitro rastoči sektor MSP v Sloveniji, se tako po številu, kot po strukturi zaposlenih, hitro približuje evropskemu povprečju. Po podatkih Slovenskega podjetniškega observatorija 2002, so v Sloveniji leta 2000, MSP predstavljala kar 99,7 % delež vseh podjetij (*tabela 2.1*). Od tega je bilo 94 % mikro podjetij, 4 % malih in 1 % srednjih podjetij. Delež zaposlenih v MSP, pa je znašal 66 %. Največ so jih zaposlovala mikro podjetja (29 %), sledijo srednja podjetja (22 %) in mala podjetja (15 %). Velika podjetja so po številu dosegla 0,3 % in zaposlovala 34 % vseh zaposlenih. Če primerjamo deleža števila podjetij v Sloveniji in EU-19,⁸ potem ugotovimo, da sta si dokaj podobna, medtem ko je delež števila zaposlenih v EU-19 malenkost višji od slovenskega. (Rebernik, Močnik, Rus 2002: 24)

⁷ Evropska komisija objavi Belo knjigo (White Paper) na podlagi prispelih razprav o določeni temi. Zelena knjigo (Green Paper) pa Komisija izda z namenom sprožiti razpravo v državah članicah o določeni temi.

⁸ To so države članice EU + Lichtenstein, Islandija, Švica in Norveška. (Rebernik, Močnik, Rus 2002: 6)

Tabela 2.1: Delež števila podjetij in delež števila zaposlenih v Sloveniji in EU-19 v letu 2000

		Mikro podjetja	Mala podjetja	Srednja podjetja	Skupaj MSP	Velika podjetja	SKUPAJ
Število podjetij (v 1000)	SLO	94,0	4,3	1,1	99,5	0,3	99,8
	EU	19.040	1.200	170	20.415	40	20.455
Delež števila podjetij (%)	SLO	94,3	4,3	1,1	99,7	0,3	100
	EU	93,1	5,9	0,8	99,8	0,2	100
Število zaposlenih (v 1000)	SLO	165	84	121	370	191	561
	EU	41.750	23.080	15.960	80.790	40.960	121.750
Delež števila zaposlenih (%)	SLO	29,3	14,9	21,6	65,9	34,1	100
	EU	34,3	19,0	13,1	66,4	33,6	100

Vir: prirejeno po tabeli Nekateri kazalniki slovenskega gospodarstva v primerjavi z Evropa-19 v letu 2000 (Rebernik, Močnik, Rus 2002: 25). (Za Slovenijo IPMMP po podatkih DURS in APP, za Evropa-19: Observatory of European SMEs 2002/No. 2, European Commission, stran 11)

Če pa primerjamo povprečno dodano vrednost na zaposlenega in delež prihodka z EU-19, ugotovimo da Slovenija krepko zaostaja. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v EU-19 je 80.000 evrov, medtem ko je v Sloveniji samo 19.000 evrov. V letu 2000 je imelo povprečno evropsko podjetje 1.100.000 evrov prihodka, slovensko pa le 400.000 evrov. Pri tem je potrebno poudariti, da je število zaposlenih v povprečnem evropskem podjetju, enako številu zaposlenih v slovenskem – to je 6 ljudi (Rebernik, Močnik, Rus 2002: 25-27). Da bi zmanjšali stopnjo razlike na tem področju, bo moralo slovensko gospodarstvo dati večjo prednost visoko-tehnološkim podjetjem z visoko dodano vrednostjo.

Sektor MSP ima precej velik vpliv tudi na regionalni razvoj, v smislu uresničevanju ciljev regionalne politike, kot npr. povečevanje usposobljenosti delovne sile z izobraževanjem in zaposlovanjem ter pri oblikovanju ciljev podjetniške politike. MSP pogosto predstavljajo edino gonilno silo lokalnemu prebivalstvu. Nudijo jim delovna mesta in tako zaustavijo njihovo izseljevanje, kar pomeni povečevanje zaposlenosti v regiji. Uvajajo nove tehnologije

in jih tako seznanjajo z novimi znanji, večajo stopnjo visoko izobražene delovne sile in ustvarjajo zahtevnejša delovna mesta. Vse to pa pripomore h krepitvi konkurenčnosti lokalnega, kot tudi državnega gospodarstva. Porazdeljenost podjetij v slovenskih regijah je zelo raznolika. Najvišja koncentracija gospodarske aktivnosti je v obalno-kraški in osrednjeslovenski regiji, najmanjša pa v pomurski in zasavski regiji (Rebernik, Močnik, Rus 2002: 10). To razliko bo potrebno odpraviti oz. zmanjšati, če se bo hotelo državno gospodarstvo enakomerno razvijati.

Sposobnost hitrega prilagajanja MSP novim tržnim spremembam, ki bodo nastale ob vstopu Slovenije v EU, bo imela velik pomen za ohranjanje konkurenčnosti državnega gospodarstva. MSP bodo lahko zaradi svoje fleksibilnosti povečala proizvodnjo, brez večjega povečanja ravni cen. Sposobnost hitrega prilagajanja bo pomembna tudi z vidika hitrih sprememb strategij podjetij, predvsem v smislu iskanja novih poslovnih rešitev.

MSP imajo torej pomembno vlogo pri razvoju nacionalnega gospodarstva. S svojimi značilnostmi hitrega prilagajanja in ustvarjanja novih delovnih mest, imajo vsekakor prednost pred velikimi podjetji tradicionalnih panog. Sektor MSP bo v prihodnosti predstavljal ključno področje za ustvarjanje možnosti za rast, zato je potrebno zagotoviti takšno okolje, ki bo spodbujalo njegov razvoj in ne zaviralo. Vendar pa je na tem področju prisotnih še veliko problemov, ki jih bo potrebno odpraviti čimprej.

2.3. Glavni problemi podjetniškega sektorja, predvsem MSP

Kljub temu, da je bila Slovenija ocenjena, kot ena bolj razvitih držav kandidatka za članstvo v EU in da je npr. po strukturi podjetij in po številu zaposlenih v njih, zelo podobna EU, pa nekateri podatki nakazujejo njen zaostanek za EU. Tako npr. po prihodku na podjetje in po dodani vrednosti na zaposlenega, močno zaostajamo za evropskim povprečjem. Tudi na področju novih proizvodov in izvoza visoko-tehnoloških izdelkov, se Slovenija ne more pohvaliti. V preteklem desetletju smo imeli najmanjšo stopnjo izvoza takih izdelkov in najmanj novih proizvodov med državami kandidatkami. Prav tako zaostajamo na področju kakovosti poslovnega okolja in imamo na splošno slabo podjetniško klimo. Da se slovensko vodstvo zaveda gospodarskega zaostanka za EU, je razvidno iz državnih programov in strategij, v katerih jasno opredeljuje še obstoječe probleme. Tako so npr. v Strategiji razvoja

malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji (2000: 10), kot glavni problemi MSP navedeni:

- ◆ pomanjkanje hitro rastočih podjetij
- ◆ malo visoko-tehnoloških podjetij z visoko dodano vrednostjo
- ◆ nizka intenziteta nastajanja novih podjetij.⁹
- ◆ poslovni in proizvodni prostori za MSP so dragi in težko dostopni
- ◆ podjetništvo se geografsko koncentrira v razvitejših regijah
- ◆ premalo sodelovanja in povezovanja med MSP
- ◆ premalo organiziranega tveganega kapitala za financiranje večjih projektov

Z vstopom Slovenije v EU, pa se za MSP odpirajo tudi priložnosti, ki jim lahko, če so pravočasno in pravilno izkoriščene, prinesejo velik razvojni napredek. Da bi lahko izkoristili te priložnosti, je potrebno graditi na prednostih MSP in kar v največji meri odpraviti slabosti. V delovnem gradivu Dopolnitve in spremembe strategije razvoja malega gospodarstva v Sloveniji v luči usklajenosti z EU, ki ga je naročilo Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem leta 1999, je predstavljena analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti (SWOT analiza):

Tabela 2.2 : SWOT analiza MSP (za leto 1999)

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Tradicija družinskega podjetništva in obrtništva • Motivirana delovna sila • Prometne in trgovske povezave z EU • Nadaljevanje rasti zaposlovanja • Nove tržne priložnosti na področju informatike in telekomunikacij • Akumulirano premoženje prebivalstva brez dolgov 	<ul style="list-style-type: none"> • Slabo poslovno znanje • Pomanjkanje znanja na področju mednarodnega povezovanja • Slabo znanje tujih jezikov • Slabo sodelovanje med podjetji in pristojnimi institucijami • Pomanjkanje podjetniškega duha • Slaba gospodarska infrastruktura • Slaba ponudba tveganega in semenskega kapitala • Relativno visoka stopnja sive ekonomije • Birokratizacija • Nestimulativno nagrajevanje visoko kvalificiranih delavcev

⁹ Po študiji o gospodarskih razmerah v Sloveniji v letu 1997, ki ga je objavil OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development), je v Sloveniji dovolj prostora za ustanavljanje podjetij, glede na raven dohodka in gostoto podjetij (OECD 1997: 100). Kljub temu pa v letu 1999 vstopa novih podjetij skoraj ni bilo. (Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji, 2000: 10).

PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj kapitalskega trga in pritok tujega kapitala • Zmanjševanje sive ekonomije • Izkoriščanje logističnih prednosti Slovenije • Prevezemanje pravnih norm EU na področju MSP • Aktiviranje neizkoriščenih prostorov in kapacitet • Tuja neposredna vlaganja • Vlaganja slovenskih podjetij v tujino • Spodbujanje razvoja »grozdov« podjetij • Prekomejno sodelovanje • Črpanje sredstev iz strukturnih skladov EU • Spodbujanje strateškega povezovanja in internacionalizacije podjetij • Možnost pritegniti strokovne kadre iz manj razvitih dežel (JV Evropa) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pomanjkanje visoko izobražene delovne sile v rastočih podjetjih • Nepripravljenost ljudi za delo v malih podjetjih • Slaba klima in odnos do podjetništva • Davčne obremenitve in dražitev stroškov dela • Preprečevanje fleksibilnih oblik zaposlovanja • Premik kvalificirane delovne sile iz regionalnih centrov v osrednjo regijo ali zamejske regije • Stagnacija nastajanja novih podjetij • Povečanje konkurence zaradi enotnega trga • Slabo poznavanje evropskih standardov • Nizka raven tehnološke kulture • Prepočasno izvajanje strukturnih in institucionalnih reform za privlačnost novih investicij • Prepočasno prilagajanje izobraževanja novim zahtevam • Premajhen strokovni in finančni potencial za raziskave in razvoj, za inovacije v MSP

Vir: prirejeno po Dopolnitve in spremembe strategije razvoja malega gospodarstva v Sloveniji v luči usklajenosti z EU (1999: 10) in po Državnem razvojnem programu za obdobje 2001 – 2006, <http://www.sigov.si/arr/9razno/ldr3.html>, (19/03/2003)

Pomen MSP za nacionalno gospodarstvo, je postal še toliko bolj aktualen, zaradi vključevanja Slovenije v EU. Slednja ima na področju spodbujanja podjetniškega sektorja in konkurenčnosti gospodarstva, številne programe in ukrepe, po katerih se zgleduje tudi Slovenija. Tako je npr. v DRP 2001 – 2006, namenila posebno pozornost prav spodbujanju podjetništva. Prav tako je v številnih raziskovalnih delih, katerih naročnica je bila vlada, postavila v ospredje probleme razvojnega okolja za podjetništvo in načine s katerimi bi te probleme odpravila. Za razvoj podjetniškega sektorja temelječega na znanju, bo potrebno sodelovanje med državo, ustreznimi institucijami in podjetji, da bi se razvila ustrezna podjetniška politika, ki bi zagotavljala kvaliteten in hiter razvoj podjetij.

3. PODJETNIŠKA POLITIKA V EU IN V SLOVENIJI

EU si je za glavni cilj pri spodbujanju podjetništva, zadala ustvariti ugodno razvojno okolje, ki bo spodbujalo inovativna, hitro rastoča podjetja, temelječa na znanju. V skladu z že prej omenjeno lizbonsko strategijo, se je EU resno lotila izboljšave razvojnega okolja in ga poskušala čimbolj prilagoditi potrebam MSP. S številnimi raziskavami in analizami, je definirala glavne ovire, s katerimi se srečujejo MSP in jih predstavila širši javnosti na številnih konferencah in seminarjih, na katerih je tudi poskušala predstaviti pomen sodelovanja med državami članicami in njihovimi podjetji, pri premagovanju ovir. Poudarila je pomen informiranja, svetovanja, dodatnega usposabljanja in izobraževanja, kot glavne značilnosti kvalitetnega razvojnega okolja. V ta namen je razvila ustrezne ukrepe in programe finančne pomoči, s katerimi spodbuja nastajanje novih podjetij in lajša poslovanje že obstoječim. Podjetja držav članic EU, imajo tako kar nekaj prednosti pred podjetji držav kandidatk. Tako imajo npr. bolj kvalitetno razvojno okolje in s tem zagotovljene boljše pogoje poslovanja. Na razpolago imajo tudi več finančnih sredstev, ki jih lahko koristijo le države članice EU (npr. finančna sredstva Evropske investicijske banke in Evropskega investicijskega sklada). Bolj razvit je tudi pretok znanja in informacij ter dialog med vladami držav in podjetji. Slovenijo, ki je šele na začetku svoje razvojne poti, čakajo še številni napor pri dohitevanju držav članic EU. Potrebovala bo predvsem ustrezno inovativno razvojno okolje, vlaganje v znanje in usklajeno sodelovanje med vsemi socialnimi partnerji.

3.1. Podjetniška politika EU

Pravna podlaga za podjetniško politiko je določena v 157. členu Pogodbe Evropske Skupnosti. V tem členu, so se države članice EU zavezale, da bodo pomagale ustvariti ugodne pogoje za razvoj podjetij, industrije in inovacij. Podjetniško politiko EU, dandanes zaznamuje delovanje predvsem na naslednjih treh področjih; inovacije, konkurenčnost ter MSP.¹⁰ Zanimanje za podjetniško politiko, predvsem za sektor MSP, je prišlo do izraza leta 1986, v 130. členu Pogodbe o ustanovitvi Evropske Unije, kjer je zapisano da, »Skupnost in države članice spodbujajo okolje, ki je naklonjeno pobudam in razvoju podjetij po vsej Skupnosti, zlasti malih in srednje velikih podjetij« (Moussis 1999: 19). V skladu s tem členom, so bile ustanovljene razne ustanove in inštituti, zadolžene za razvijanje razvojnih smernic podjetniške politike. Leta 1992, je tako Evropska Komisija ustanovila Evropski observatorij za MSP,

¹⁰ Enterprise: Introduction, <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/n25000.htm> (12/03/2003)

katerega naloga je bila izdajanje letnih poročil o stanju MSP in njihovih možnostih razvoja v Skupnosti. V tretjem letnem poročilu izdanem leta 1995, je Observatorij opozoril, da je potrebno ukrepe za pomoč razvoju MSP prilagoditi trenutnim spremembam v okolju, zlasti globalizaciji trgov in vse večji konkurenčnosti (Moussis 1999: 19). Evropska Komisija je tako uvedla letno analizo konkurenčnosti svojega gospodarstva, ki jo objavlja v poročilih o konkurenčnosti evropske industrije. Poročilo objavljeno leta 1998, je primerjalo položaj EU z največjimi trgovinskimi partnerji, medtem ko se je poročilo iz leta 1999, osredotočilo na ugotavljanje konkurenčnosti posameznih sektorjev. Na podlagi zadnjega poročila, je Komisija tudi določila prednosti in pomanjkljivosti posameznih sektorjev in povabila države članice k aktivnemu sodelovanju pri odpravljanju slednjih in povečanju prednosti (Ješovnik, Ferlinc 2002: 46).

Da bi lažje usmerjala in nadzorovala razvoj sektorja MSP, je Evropska Komisija leta 2000, ustanovila Generalni direktorat za podjetja (DG Enterprise).¹¹ Direkcija se ukvarja predvsem s spodbujanjem ustanavljanja novih podjetij in razvojem podjetništva ter pripravlja različne ukrepe za povečanje konkurenčnosti podjetij. Na področju dogovarjanja z državami kandidatki je zadolžena za področja prostega pretoka blaga (nadzoruje izvajanje evropskih uredb v državah kandidatkah za industrijske izdelke), gospodarske politike ter MSP. Tako nadzoruje proces prestrukturiranja gospodarstva in spodbujanje podjetništva v državah kandidatkah. Njena prizadevanja pospeševati razvoj podjetništva, tako v državah članicah EU, kot v državah kandidatkah, so prišla do izraza, ko je Komisija leta 2000 sprejela dokument »Izzivi podjetniške politike v ekonomiji znanja«, v katerem kot glavni cilj strategije direkcije določa da se Evropa do leta 2005 razvije v podjetniško Evropo, temelječo na znanju in inovacijah (Zloženka Podjetniška politika Evropske Unije, april 2002). Marca istega leta, je EU na zasedanju evropskega sveta v Lizboni naredila še korak dlje. Zastavila si je namreč cilj, postati najbolj konkurenčno in dinamično gospodarstvo na svetu do leta 2010. Da bi dosegli ta cilj, bo potrebno razviti trdno gospodarstvo s stabilno rastjo ter ustvariti več in bolj kakovostnih delovnih mest. Prav zato podjetniška politika EU namenja posebno pozornost MSP, saj so za ohranjanje svoje konkurenčnosti prisiljeni vlagati v znanje in v inovacije. Prav tako v njih vidi velik potencial za ustvarjanje novih kakovostnih delovnih mest in možnosti za rast. V zloženki z naslovom Podjetniška politika Evropske Unije (april 2002), so kot temeljne strategije, kako okrepiti podjetništvo v EU, navedene:

¹¹ Direkcija je nastala z združitvijo direktij za industrijo, MSP ter inovacije. (Bobek, Živko 2002: 18)

1) Spodbujanje podjetniške dejavnosti

Da bi EU zagotovila uspešno poslovanje podjetij, bo potrebno zagotoviti:

- usposabljanje, svetovanje in dodatno motivacijo
- financiranje, kot npr. posojila in garancije
- zmanjševanje administrativnih ovir
- ustrezna podporna mreža

2) Spodbujanje inovacij

Inovacije so tista ključna dejavnost, ki bo odločala o stopnji konkurenčnosti posameznega podjetja in nenazadnje o stopnji konkurenčnosti celotnega gospodarstva. Da bi podjetje lažje razvijalo inovacije, je potrebno oblikovanje okolja ki vlaga v:

- raziskave in razvoj
- tehnologijo
- razvoj posameznika

3) Dostop izdelkov in storitev na skupni trg

Dostop do skupnega evropskega trga za vse izdelke in storitve, ima prav poseben pomen za razvoj podjetništva. Trg je namreč prostor, kjer se evropska podjetja srečajo. Da bi jim omogočili lažje delovanje in tako vzpostavili pregleden in podjetnikom prijazen trg, je potrebno uvesti:

- stalni nadzor nad delovanjem
- administrativne poenostavitve
- pospeševanje liberalizacije nekaterih sektorjev (npr. transport in telekomunikacije)

3.1.1. Cilji podjetniške politike

EU mora v skladu s ciljem postati najbolj konkurenčno in dinamično gospodarstvo na svetu, vzpostaviti takšno politiko, ki bo zagotavljala podjetju prijazno razvojno okolje, v katerem se bo le-to uspešno razvijalo in krepilo svojo stopnjo konkurenčnosti. Tako je razvila podjetniško politiko, ki ima tri splošne cilje:

1) Oblikovanje pravnega okvira za razvoj podjetij

Da bi se zagotovilo podjetjem enake pogoje delovanja na trgu, je potrebno uskladiti domačo zakonodajo z evropsko. V nekaterih državah članicah pa državni zakoni še vedno niso

prilagojeni zahtevam skupnega trga, kar predstavlja veliko oviro za podjetja, predvsem v smislu zagotavljanja enakosti pogojev konkurence med podjetji iz različnih držav članic. Veliko oviro predstavlja tudi sama evropska zakonodaja, kateri zaradi količine predpisov in njihove zapletenosti, nekateri očitajo da je v nasprotju s podjetniškim duhom. Da države članice ne bi dodatno zapletale stvari pri prenosu evropskega v nacionalno pravo, je Svet leta 1990 izdal poročilo, v katerem članicam priporoča izvajanje programov administrativnega poenostavljanja za nove zakonodajne predloge (Moussis 1999: 325). Komisija je v skladu s tem razvila tudi različne programe, kot npr. *BEST (Business Environment Simplification Task Force)*, katerega naloga je izboljšati in poenostaviti zakonodajo na področju podjetništva, predvsem za sektor MSP in program *SLIM (Simpler Legislation for the Internal Market)*, ki ima za cilj poenostaviti zakonodajo na notranjem trgu. (Ješovnik, Ferlinc 2002: 47)

2) Oblikovanje gospodarskega okolja in finančna podpora

Veliko število MSP se srečuje s težavami financiranja, predvsem na področju začetnega kapitala. V primerjavi z velikimi podjetji so tudi bolj odvisna od neposrednih denarnih sredstev finančnih institucij (kratkoročna in dolgoročna posojila), ki pa so tudi dražja. Združevanje finančnih trgov, do česar pride zaradi nastanka enotnega trga, tako izboljša pogoje podjetij za dostop do kapitala. Vendar pa je kljub temu še veliko pomanjkljivosti na tem področju. Komisija je leta 1993 izdala poročilo o finančnih težavah MSP, v katerem ugotavlja, da je stanje mogoče izboljšati že samo s posredovanjem nasvetov MSP in z učinkovitejšo komunikacijo med lokalnimi, regionalnimi, državnimi in evropskimi programi za izboljšanje finančnega stanja MSP. Komisija financira tudi različne zasebne projekte, kot npr. spodbujanje večjih imetnikov investicijskega kapitala (banke), da ustanavljajo nove sklade začetnega kapitala ali pa ustanavljanje meddržavnih konzorcijev, kar spodbuja dodeljevanje investicijskega kapitala. Za zagotavljanje ugodnega gospodarskega okolja, je poleg finančne podpore, potrebno izboljšati tudi kakovost in pretok informacij o notranjem trgu in drugih področij v zvezi z MSP. Zato je Komisija leta 1987 vzpostavila mrežo *Euro-Info-Centre (EIC)*, ki skrbi za posredovanje informacij s področja enotnega trga in sodelovanja v evropskih dejavnostih. Potrebno pa je okrepiti tudi sodelovanje MSP na znanstvenem in tehnološkem področju, saj se s tem krepi tudi sama konkurenčnost evropske industrije. Zato si Komisija prizadeva vključiti MSP v program *BRITE/Euram*, ki vključuje napredno uporabo materialov in industrijske tehnologije ter v program *CRAFT*, ki pomaga MSP pri sodelovanju z drugimi podjetji, univerzami ali raziskovalnimi centri na področju raziskav in razvoja. (Moussis 1999: 326-328)

3) Pospeševanje sodelovanja med podjetji

Na evropskem notranjem trgu vlada visoka konkurenca. Da bi MSP lažje konkurirala večjim podjetjem so prisiljena v sodelovanje oz. partnerstva z drugimi podjetji. Med seboj lahko podjetja sodelujejo na različne načine, kot npr. povezovanje v konzorcije, grozde, oblikovanje mešanih podjetij ali pa v obliki nefinančnih povezav (dodeljevanje ali nakup licenc). Sodelovanje je torej dobra oblika boja proti konkurenci, zato bi bilo potrebno razviti takšne ukrepe in okolje, ki bi spodbujala sodelovanje med podjetji.

3.1.2. Programi podjetniške politike EU

Programi so predvsem usmerjeni v izgradnjo ugodnega razvojnega okolja, v katerem podjetje lahko razvija svoje konkurenčne sposobnosti in v spodbujanje njihove internacionalizacije. Da bi dosegli zastavljene cilje, je Evropska komisija pripravila dva med seboj povezana programa:

- Globalni oz. Integrirani program (v nadaljevanju Globalni program)
- Večletni programi

Globalni program

Leta 1994 je Evropska komisija sprejela t.i. Globalni program, ki je odraz prvega evropskega poskusa poenotenja podjetniških politik držav članic. Po besedah predstavnika Ministrstva za malo gospodarstvo in turizem g. Sedmaka,¹² je namen programa »zbrati različne pobude v skupen okvir, da bi zagotovili njihovo medsebojno povezanost in preglednost, ter predlagati tesno partnerstvo med vsemi stranmi, ki se ukvarjajo z razvojem malih in srednjih podjetij na ravni EU, držav in regij.«

Globalni program pozna dve vrsti ukrepov:

Skupni ukrepi držav članic

To so ukrepi za spodbuditev medsebojnega sodelovanja med državami, kot so poenostavitev poslovnega okolja, izboljšanje podpornih ukrepov in sodelovanje držav članic s Komisijo.

¹² Programi Evropske Unije za pomoč malemu gospodarstvu, Evrobilten št. 14, januar 2000, Sašo Sedmak, Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem, <http://evropa.gov.si/publikacije/evrobilten-14-04/> (12/03/2003)

Programi Evropske Komisije

Ti programi so namenjeni predvsem MSP in obrti. Nudijo podporo podjetništvu in institucijam s tega področja, v obliki posredne in neposredne pomoči. Neposredne pomoči so zajete v specializiranem programu, v t.i. Večletnem programu. Posredna pomoč podjetništvu in institucijam, pa je na voljo iz programov, ki se razlikujejo glede na fazo vključevanja države kandidatke v EU.

Globalni program je izhajal iz že prej omenjenega dokumenta »Bela knjiga o rasti, konkurenčnosti in zaposlovanju«, kjer so poleg pomena MSP, podani tudi problemi in njihove rešitve, kot npr. poenostavitev poslovnega okolja, izboljšanje podpornih ukrepov itd. Leta 1996 pa je Komisija sklenila razširiti že obstoječe ukrepe oz. jih natančneje opredeliti. Razlika med starim in novim globalnim programom je vidna v spodnji tabeli.

Tabela 3.2: Cilji globalnega programa 1994 in programa 1996

Globalni program 1994	Globalni program 1996
1. Izboljšati okolje podjetij	- Izboljšati in poenostaviti administrativno in zakonsko področje - izboljšati finančno in fiskalno področje
2. Spodbujati ukrepe za pomoč podjetjem	- pomoč MSP pri internacionalizaciji in evropeizaciji - povečati konkurenčnost MSP - pospeševanje podjetništva in posebnih ciljnih skupin

Vir: Inegrated Programme for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) and the Craft Sector, 1996, str. 5

Večletni program

Sodi v Globalni program in predstavlja temelj politike EU na področju razvoja podjetništva. Na področju MSP, predstavlja pravno in proračunsko podlago za posebne ukrepe EU. Program je namenjen podpori MSP, ne glede na njihovo dejavnost, pravno obliko ali lokacijo znotraj evropskega gospodarskega prostora. Evropska komisija je v obdobju od leta 1997 do leta 2005, pripravila dva Večletna programa:

- Tretji večletni program za MSP (1997 – 2000)
- Večletni program za MSP (2001 – 2005)

V teh dveh programih so države članice EU, definirale prednostne cilje podjetniške politike in predlagale ukrepe za njihovo uresničitev. V Tretjem večletnem programu za obdobje od leta 1997 do leta 2000, je bilo definiranih pet prednostnih ciljev podjetniške politike, skupaj z ukrepi.

Tabela 3.3: Cilji Tretjega večletnega programa (1997-2000) in predlagani ukrepi:

Prednostni cilji	Predlagani ukrepi
1. Poenostaviti in izboljšati upravno in zakonsko okolje	<ul style="list-style-type: none"> • Upoštevanje interesov MSP • Poenostaviti in izboljšati zakonodajo EU • Povečati preglednost in razširjenost najboljših postopkov • Izboljšati možnost za mednarodno poslovanje MSP
2. Izboljšati finančno okolje podjetij	<ul style="list-style-type: none"> • Izboljšati dostop do finančnih posojil • olajšati razvoj posebnih finančnih instrumentov • spodbuditi razvoj kapitalskih trgov za hitro rastoča MSP
3. Pomagati MSP pri evropeizaciji in internacionalizaciji	<ul style="list-style-type: none"> • razviti informacijske družbe (EIC) • pospeševati sodelovanje z mrežami za iskanje novih partnerjev (BC-Net) • pospeševati neposredne stike med podjetniki (EUROPARTENARIAT, INTERPRISE) • pospeševati dostop do novih trgov in internacionalizacijo (JOP)
4. Okrepiti konkurenčnost in izboljšati dostop do raziskav, inovacij, izobraževanja in usposabljanja	<ul style="list-style-type: none"> • iskanje partnerjev s koordinacijo aktivnosti različnih mrež (EIC, CRAFT, BC-Net) • inovacije v MSP (pospeševanje tehnološko usmerjenih podjetij) • izobraževanje na področju managementa (EUROMANAGEMENT)¹³
5. Spodbujati podjetništvo in podpirati posebne ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> • Spodbujati ciljne skupine: ženske (EMPLOYMENT-NOW)¹⁴, mladi podjetniki, obrtniki, brezposelni

Vir: Programi Evropske Unije za pomoč malemu gospodarstvu, Evrobilten št. 14, januar 2000, Sašo Sedmak, Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem, <http://evropa.gov.si/publikacije/evrobilten-14-04/> (12/03/2003)

Prav posebna lastnost Tretjega večletnega programa je, da preizkuša nove inventivne metode podpore. V nasprotju s preteklimi programi, se je le-ta osredotočil na večje projekte,

¹³ EUROMANAGEMENT je pilotski načrt, namenjen pripravi MSP za delovanje na evropskem trgu s seminarji o strateškem vodenju.

¹⁴ EMPLOYMENT-NOW je program, ki podpira aktivnosti na področju izobraževanja podjetnic v MSP.

usmerjene k ciljem, ki jih ne vključujejo druge politike EU. Vendar pa se je ob podrobnem pregledu pokazalo, da program ni bil tako učinkovit, kot je bilo sprva zastavljeno. Premalo sredstev je bilo namenjenih za doseganje zastavljenih ciljev in premalo pozornosti posvečeno majhnim pilotskim projektom. V skladu z izkušnjami iz Tretjega večletnega programa, so v novem Večletnem programu nekatere cilje ohranili, druge pa spremenili oz. dopolnili.

Tabela 3.4: Cilji Večletnega programa (2001 – 2005) in predlagani ukrepi

Cilji	Predlagani ukrepi
Krepiti konkurenčnost in pospeševati rast podjetij, temelječih na znanju	<ul style="list-style-type: none"> • Promocija uporabe nove informacijske tehnologije • pospeševati integracijo trajnega razvoja • podpiranje prostega pretoka blaga in storitev • priprava podjetij na globalizacijo in na sodelovanje v procesu standardizacije • zagotoviti zadosten obseg strokovnega znanja
Promocija podjetništva	<ul style="list-style-type: none"> • Promocija začetnih podjetij • promocija usposabljanja v podjetništvu • uporaba metode »benchmarking« in »monitoring«¹⁵
Poenostaviti in izboljšati administrativno in zakonodajno okolje in tako spodbuditi razvoj inovacij, raziskav in podjetništva	<ul style="list-style-type: none"> • Prilagoditi administrativne in zakonodajne postopke potrebam podjetij • tesno sodelovanje med državami članicami za lajšanje administrativnih postopkov
Izboljšanje finančnega okolja za MSP	<ul style="list-style-type: none"> • Izboljšati dostop do finančnih posojil • spodbujati razvoj drugih finančnih instrumentov (tvegani oz. lastniški kapital, mikro krediti, posojila za MSP) • organizirati okrogle mize in seminarje za finančnike in podjetja • razvoj »poslovnih angelov«, kot inovativna oblika lastniškega financiranja
Lažji dostop do podpornih storitev, programov in mrež ter izboljšati njihovo koordinacijo	<ul style="list-style-type: none"> • Promocija podpornih storitev in informacijskih mrež na lokalni, regionalni in nacionalni ravni • organiziranje srečanj v pomoč sodelovanju med podjetji

Vir: prirejeno po Multiannual programme for enterprise and entrepreneurship and in particular for small and medium-sized enterprises, <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/n26006.htm> (12/03/2003) in Challenges for Enterprise Policy in the Knowledge-driven Economy (2000), str. 9

¹⁵ »Benchmarking« metoda se osredotoča na vzroke, zakaj je prišlo do razlik v uspešnosti v dveh različnih okoljih. »Monitoring« pa predstavlja nadzorovanje priporočil za zagotavljanje razvoja v prihodnosti.

Večletni program se bo izvajal oz. se izvaja v državah članicah EU + Lichenstein, Norveška in Islandija, v 18 državah iz evropskega ekonomskega območja ter v državah kandidatkah. Za obdobje od leta 2001 do leta 2005, ima na razpolago proračun 450 milijonov evrov, s katerim upravlja odbor predstavnikov držav članic v sodelovanju z Evropsko komisijo. Le-ta potem odloča kateri programi in projekti so upravičeni do denarne pomoči. Vsaki dve leti komisija tudi ovrednoti izvajanje Večletnega programa in ga predloži Evropskemu parlamentu, Svetu, ekonomski in socialni komisiji ter regionalni komisiji.¹⁶ Tako se že sproti lahko odpravljajo morebitne pomanjkljivosti. Sodelovanje med državami, vključenimi v Večletni program in Evropsko Komisijo, predstavlja svojevrsten in učinkovit način za povečevanje konkurenčnosti, prek izmenjave izkušenj in najboljših praks.

3.2. Podjetniška politika v Sloveniji

Proces približevanja EU, zahteva usklajevanje razvojnih usmeritev Slovenije z evropskimi. To pomeni da bo Slovenija morala vključiti oz. je že vključila v svoje razvojne programe, temeljne cilje evropske podjetniške politike, kot so oblikovanje ustreznega pravnega okvira, oblikovanje ugodnega gospodarskega okolja in finančna podpora ter pospeševanje sodelovanja med podjetji. V skladu s temi cilji, se je Slovenija vključila v številne programe EU, ki nudijo pomoč državam kandidatkam pri pripravljanju svojih podjetij na vstop na evropski notranji trg.

Glede na ugotovitve ugledne mednarodne raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM), se slovensko podjetništvo uvršča v zlato evropsko sredino (Klipšteter 2003: 4). Tudi druge mednarodne raziskave hvalijo slovenska podjetja, v primerjavi s podjetji iz drugih držav kandidat in jih postavljajo ob bok nekaterim podjetjem iz držav članic EU. Kljub tem pozitivnim ocenam, pa je slovensko podjetništvo še daleč od evropskega. Vzrok za takšno stanje, izvira predvsem iz obdobja tranzicije v začetku 90-ih, ko se je začel proces privatizacije podjetij, ki ponekod še dandanes ni zaključen, kar predstavlja veliko oviro nadaljnjemu razvoju posameznih podjetij. V tem obdobju je bil zabeležen tudi skromen priliv neposrednih tujih investicij in nizka stopnja domačega varčevanja, kar je posledično pomenilo manj vlaganj v R&R in tako zaostajanje v tehnološki razvitosti in razvojni dejavnosti

¹⁶ Multiannual programme for enterprise and entrepreneurship and in particular for small and medium-sized enterprises, <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/n26006.htm> (12/03/2003)

podjetij.¹⁷ Slovenija je takrat namenjala sredstva predvsem prestrukturiranju velikih industrijskih podjetij, namesto da bi vlagala v razvoj malih in hitro rastočih. Tako imajo, v primerjavi z EU, slovenska MSP premalo kapitala in zastarelo tehnologijo in so tako tudi manj konkurenčna. Napačna politika 90-ih je pustila za seboj veliko posledic, ki jih najbolj občuti sektor MSP. Njihov razvoj ovirajo predvsem:

- še vedno visok delež tradicionalnih industrijskih panog (tekstilna, jeklarska)
- premajhen priliv neposrednih tujih investicij
- neprimerna davčna politika
- administrativne ovire
- slabo sodelovanje med podjetji ter izobraževalno in raziskovalno sfero
- šibka tehnološka opremljenost podjetij
- pomanjkanje visoko izobražene delovne sile in strokovnjakov na določenih področjih
- počasna rast novih podjetij, predvsem visoko-tehnoloških
- težji dostop do kreditov
- premalo organiziranega tveganega kapitala
- podjetniška aktivnost je geografsko premalo razpršena (le na razvitejših območjih)

Politika razvoja podjetništva v Sloveniji, je v glavnem usmerjena v politiko razvoja MSP. Prioriteta državne gospodarske politike, je spodbujati razvoj hitro-rastočih, inovativnih in izvozno usmerjenih podjetij ter nastajanje novih podjetij, ki zaposlujejo do 50 ljudi. Spodbujanje bo potekalo na nacionalni, regionalni in lokalni ravni. Na nacionalni ravni, bo nacionalna razvojna agencija skrbela tudi za povezovanje sektorja MSP z institucijami EU. Na lokalni in regionalni ravni, pa bo spodbujanje razvoja potekalo preko regionalnih razvojnih agencij, s svetovanjem in drugimi ukrepi v okviru tehnoloških parkov in inovacijskih centrov (UMAR 2001: 71).

3.2.1. Programi EU in Slovenija

Republika Slovenija je leta 1992 z Evropsko komisijo podpisala okvirni sporazum, o finančnem, tehničnem in drugem sodelovanju in tako postala prejemnica pomoči programa Phare, ki je razdeljen v tri programske sklope (Gantar 1998: 73):

¹⁷ Državni razvojni program za obdobje 2001-2006 (2001: 105), <http://www.sigov.si/arr/9razno/1dr3.html>, (19/03/2003).

- Nacionalni program (sredstva so namenjena podpori razvoja ustanov, ki bodo podpirale razvoj MSP, projektom izobraževanja in usposabljanja ter finančnim naložbam za prevzem pravnega reda EU)
- Program čezmejnega sodelovanja z Italijo, Avstrijo in Madžarsko (namen je pospešiti gospodarski razvoj obmejnih regij s spodbujanjem sodelovanja med obmejnimi MSP)
- Večdržavni in horizontalni programi (so manj usmerjeni v razvoj MSP, saj se je v Sloveniji odvil le en projekt, kjer so sodelovala MSP)

V prvih letih Phare pomoči, je Slovenija finančna sredstva porabila predvsem za prestrukturiranje podjetij in krepitev R & R, kasneje pa za usklajevanje zakonodaje in spodbujanje konkurenčnosti podjetništva. Po ocenah, navedenih v Agendi 2000 (Agenda 2000, 2000: 6), je Slovenija učinkovito porabila sredstva Phare.

Slovenija, kot država kandidatka za vstop v EU, je upravičena do sodelovanja v večini programov EU. Evropska komisija je v svojih dokumentih večkrat poudarila pomen sodelovanja kandidat v programih, kot del okrepljene predpristopne strategije. Slovenija sodeluje v okviru Globalnega programa in sicer v programih, ki jih izvaja Evropska komisija, kjer s posrednimi in neposrednimi oblikami pomoči, nudi podporo podjetništvu in drugim institucijam na tem področju. Posredna pomoč izvira iz programov, ki se razlikujejo med seboj glede na fazo vključevanja države kandidatke za vstop v EU:

- a) predpristopna pomoč programov Phare v obdobju 1996-1999 (sprva kot tehnična pomoč državam v tranziciji, kasneje kot pomoč pri pripravi kandidat za vstop v EU)
- b) pristopna pomoč v obdobju 2000-2006 Phare-Partnership (za izboljšanje lokalnega in regionalnega razvoja, razvoj podjetništva preko spodbujanja inovativnosti, svetovanja in prenosa tehnologije ter razvoj in usposabljanje človeških virov)
- c) pomoč kot članici EU (strukturni in kohezijski skladi)

Neposredna pomoč Evropske komisije, pa se izvaja v obliki Večletnega programa za MSP, ki je namenjen določanju zakonske in proračunske podlage za posebne ukrepe politike EU za MSP. Slovenija se je v Tretji večletni program (1997-2000) vključila maja 1999 in sodeluje pod enakimi pogoji kot članice EU. Vsako leto mora plačati prispevek v skupni proračun EU, s katerim krije stroške svoje udeležbe, raziskav, izobraževanja, obveščanja, itn. Upravičenci do sredstev iz programa so predvsem MSP in obrtniki, kot tudi zbornice, združenja in druge organizacije s področja podjetništva. Koristi sodelovanja v Tretjem večletnem programu, so

predvsem v izboljšanju poslovnega okolja, usmeritvi poslovnih strategij MSP v mednarodno sodelovanje in v zagotavljanju podpornih storitev in pretoka informacij.¹⁸ Slovenija kot država kandidatka, se preko Evropske komisije vključuje v naslednje programe EU:

Euro-Info Centri (EIC) so namenjeni predvsem za pomoč MSP, ki želijo internacionalizirati svoje poslovanje. Predstavljajo temeljno komunikacijsko vez med Evropsko komisijo ter MSP, bodisi iz držav članic EU ali iz držav kandidatk. Tako tudi Slovenija sodeluje v omrežju evropskih informacijskih centrov. Postavljene ima tri centre in sicer v Ljubljani, Mariboru in Kopru, katerih naloga je, oskrbovati MSP z informacijami in nasveti, v zvezi z vstopom na notranji trg EU. Tako so podjetjem na voljo informacije o:

- zakonodaji EU, davčni politiki, tehničnih standardih, itn.
- programih in projektih EU
- poslovnih dogodkih (seminarji, konference, sejmi)
- izobraževalnih programih

Cilji slovenskega informacijskega centra so:

- seznaniti MSP s pogoji vključevanja na trg EU
- nuditi učinkovito podporo mreže EIC pri internacionalizaciji MSP
- postati neke vrste tehnična pomoč za MSP in jim nuditi ustrezno znanje

Rezultati za leto 2002 pričajo o uspehu teh informacijskih centrov, saj so bile izvedene številne delavnice in predavanja za MSP. Posredovanih je bilo 2330 informacij, izdanih 7 biltenov EIC Novic in 6 tematskih zloženek, vse z namenom širjenja znanja o EU.

Informacijska mreža za poslovno sodelovanje oz. BC-Net (Business Cooperation Network)

je mreža, v katero je vključenih približno 330 svetovalnih organizacij, ki pomagajo MSP pri iskanju poslovnih partnerjev na mednarodni, nacionalni in regionalni ravni. Udeleženci programa so predvsem MSP, strokovna združenja in javne svetovalne organizacije, ki želijo poiskati poslovne partnerje na različnih področjih. Slovenija v omrežju BC-Net sodeluje preko enote v Gospodarski zbornici Slovenije. (Gantar 1998: 55)

¹⁸ (Programi Evropske Unije za pomoč malemu gospodarstvu, [http://evropa.gov.si/publikacije/evrobilten-14-04/\(12/03/2003\)](http://evropa.gov.si/publikacije/evrobilten-14-04/(12/03/2003)))

Europartenariat je namenjen vzpostavljanju kontaktov med podjetji in spodbujanju sodelovanja (ponavadi med podjetji iz manj razvitih področij in ostalimi podjetji) in sicer z organiziranjem poslovnih srečanj med zainteresiranimi podjetji ali pa prek specializiranih svetovalcev in poslovno-informacijskih centrov. Izmenjava informacij med podjetji je neposredna, kar prihrani veliko časa in krepi poslovne kontakte. Slovenija sodeluje na teh srečanjih podjetnikov preko Gospodarske zbornice Slovenije, ki se jih je v zadnjih letih udeležilo že več kot 100 slovenskih MSP. (Gantar 1998: 58)

Interprise, tako kot Europartenariat organizira konference in srečanja za podjetja, na katerih pride do izmenjave informacij in izkušenj in se sklepa poslovna poznanstva. Cilj programa je podpora lokalnim in regionalnim dejavnostim, ki spodbujajo sodelovanje med podjetji na področju proizvodnih in storitvenih dejavnosti. V projektu morajo sodelovati najmanj tri regije iz treh držav članic EU (iz vsake regije pa vsaj 15 podjetij) oz. regije iz ostalih evropskih držav. Slovenija sodeluje na srečanjih podjetnikov, ki jih organizira slovenski EIC. (Gantar 1998: 59)

JOP (Joint Venture Programme) deluje v sklopu programa Phare in je namenjen razvoju skupnih oz. mešanih MSP. Cilj programa je spodbujati in pomagati pri skupnih vlaganjih podjetij iz EU s podjetji iz Srednje in Vzhodne Evrope ter slednja vključiti podjetja v mednarodne trgovinske tokove in sicer tako, da sodeluje vsaj eno podjetje iz tega področja in eno iz države članice EU. Predmet subvencij po Gantarju (1998: 37) so: konkretni projekti, pomoč pri izobraževanju in prenosu znanja, seminarji, delavnice in druge dejavnosti. Slovenska podjetja izkoriščajo finančno podporo programa, pri ustanavljanju mešanih podjetij s partnerji iz držav članic EU.

JEV (Joint European Venture) je po dejavnosti zelo podoben programu JOP, vendar pa ne deluje v okviru Phare. Je namreč del programa Evropske komisije za spodbujanje rasti in zaposlovanja na področju podjetništva. Njegov cilj je promoviranje vlaganja v mešana podjetja predvsem znotraj držav članic EU. Subvencionira zlasti posamezne projekte MSP, kjer je maksimalni prispevek 100.000 evrov. Poleg držav članic EU, se tudi Slovenija uspešno vključuje v ta program (Financing Innovation, <http://www.cordis.lu/finance/src/jev.htm>, 25/05/2003).

Evropski programi, ki pa so namenjeni izključno MSP, so usmerjeni k spodbujanju povezav podjetij v EU, pospeševanju inovativnosti in raziskovalnim dejavnostim. Ti programi so (Kenney 2004: 40):

Šesti okvirni program za obdobje 2002 – 2006, katerega cilj je povečati konkurenčnost evropskega gospodarstva. V skladu s tem, EU financira raziskovalno razvojne projekte in sicer iz proračuna, kjer je najmanj 15 % sredstev namenjeno prav MSP. Slovenskim podjetjem država sofinancira stroške prijave projekta.

Eureka je program namenjen pospeševanju tehnološkega razvoja in spodbujanju sodelovanja med državami članicami EU. Projekti morajo biti inovativni, predvsem pa iz področja komunikacij, biotehnologije, informacijske tehnologije, itn. Slovenskim podjetjem država odobri subvencijo do četrtnine slovenskega deleža v projektu.

LIFE je program namenjen finančni podpori projektov na področju razvoja in izboljšav okoljske politike in pravnega reda evropske skupnosti, v katerem je sodelovala tudi Slovenija in to s tremi projekti.

e-vsebine je program namenjen spodbujanju razvoja informacijske družbe in ponuja denarno podporo na področju povezovanja partnerjev, širjenja rezultatov in študijam trga. V obdobju 2001 – 2005 je odprti štirje razpisi.

Leonardo da Vinci II poteka od 2000 do 2007 in je namenjen praktičnemu usposabljanju posameznikov v tujini. Cilj programa je pridobivati nova znanja, izkušnje in utrditi mednarodno sodelovanje.

4. RAZVOJNA NALOGA DRŽAVE

Vloga države se je vsekakor močno spremenila v preteklem desetletju. Vključevanje Slovenije v EU in na splošno globalizacija, sta samovoljno odločanje države oz. vlade potisnili v ozadje in poudarili sodelovanje vseh družbenih akterjev, torej podjetij, nevladnih organizacij, strokovnih združenj, regionalnih in lokalnih centrov in tudi mednarodnih ustanov. Konsenz družbenih akterjev je namreč ključ do preobrazbe slovenskega gospodarstva v globalno konkurenčnega. Pri tem je vloga države (i) zagotoviti stabilno makroekonomsko

okolje za nemoten razvoj gospodarskih subjektov, (ii) spodbujanje le-teh k izkoriščanju svojih konkurenčnih prednosti, (iii) koordinirati strukturno (regulacija, privatizacija podjetniškega sektorja, nadzor nad finančnim sektorjem, zagotavljanje gospodarske infrastrukture, regionalnega razvoja, itn.) in razvojno politiko, ki skrbi za krepitev človeških virov, R & R, inovacij, oblikovanja ustreznih podpornih institucij in zagotavljanja družbene kohezivnosti. Vse pogosteje se omenja tudi vloga regij pri krepitvi konkurenčnosti gospodarstva. Zato bi bilo potrebno (iv) prenesti pristojnosti in iniciative iz državne na regionalno raven, omogočiti regijam da razvijejo lastne razvojne potenciale in tako ustvariti »žarišča znanja«. (UMAR 2001: 36-37)

Če je bil do sedaj poudarek na vplivu države na gospodarstvo, pa je po drugi strani potrebno zmanjšati ta vpliv. Govorim predvsem o problemu denacionalizacije, ki ga država še vedno ni uspela docela rešiti. Zato smo še vedno priča visokemu deležu državnega lastništva v gospodarskih družbah in političnemu vplivu na izbiro uprav v večjih podjetjih, ki namesto da bi sledili razvojnim ciljem, pogosto sledijo strankarskim.

4.1. Državne strategije in programi

Odnos države do podjetij, predvsem pa do MSP, se kaže preko ustrezne politike, razvoja podpornih institucij in programov pomoči. Prav na področju politike in strategij, pa se je pogosto izkazalo, da so se vlade soočale z mnogimi problemi in protislovji, ker niso imele jasno zastavljenih ciljev politike do MSP. Zato mora država jasno opredeliti razvojne cilje in definirati ukrepe in programe, s katerimi jih misli uresničiti (Glas 2000: 13). Državna oz. vladna politika lahko vpliva na razvoj MSP s sledečimi aktivnostmi: z makroekonomsko politiko (stabilno gospodarsko okolje), s sprejemanjem zakonskih in drugih določil, z vključevanjem MSP v industrijsko politiko in s promocijo podjetij in podjetništva. (Glas 2000: 12)

V skladu z zahtevami EU in z dejstvom, da Slovenija potrebuje nov gospodarski zagon ter jasno načrtano razvojno pot, je država v sodelovanju z raznimi strokovnimi institucijami izdelala Strategijo gospodarskega razvoja Slovenije, v kateri je opredelila nove razvojne cilje.

4.1.1. Strategija gospodarskega razvoja Slovenije 2001-2006

Leta 1995, je Slovenija v dokumentu *Strategija gospodarskega razvoja Slovenije: Približevanje Evropi - rast, konkurenčnost in integriranje* (v nadaljevanju SGRS), prvič oblikovala strategijo gospodarskega razvoja. SGRS je opredeljena kot »temeljni strateški dokument države« (UMAR 2001: 14), kjer so določene osnovne smernice delovanja države na področju gospodarstva. Eden temeljnih razlogov za njen nastanek, je spremenjeno mednarodno okolje. Slovenija bo leta 2004 postala članica enega največjih svetovnih trgov, kar bo zahtevalo številne spremembe in napore. Zato je bilo potrebno na novo opredeliti razvojne cilje in mehanizme za doseganje le-teh. Kot temeljni cilj SGRS, je bil opredeljen trajnostni razvoj, ki ga je mogoče doseči le s krepitvijo gospodarskih, socialnih in okoljskih razvojnih dejavnikov.

V skladu s temo diplomske naloge, sem se osredotočila le na gospodarski dejavnik SGRS, ki ga opredeljujejo inovacije, raziskave in razvoj, informacijsko-komunikacijska tehnologija, skratka nove storitve, ki vodijo v izboljšanje konkurenčnosti gospodarstva. Mehanizmi za krepitev gospodarskega razvojnega dejavnika, so glede na SGRS (UMAR 2001: 12) naslednji:

- a) **Prehod v na znanju temelječo družbo** bo zaznamoval predvsem razvoj človeškega dejavnika (zlasti z dodatnim izobraževanjem in usposabljanjem), razvoj novih storitev in izgradnja informacijsko-komunikacijske infrastrukture ter seveda krepitev raziskav in tehnološkega razvoja, kar je ključnega pomena za uspešno konkurenčno nastopanje na globalnem trgu.
- b) **Krepitev konkurenčnosti gospodarstva** s povečevanjem konkurenčnosti podjetniškega sektorja (z vlaganjem v človeški kapital, v raziskave in razvoj, v pridobivanje ustreznega menedžerskega znanja, s spodbujanjem nastanka visoko-tehnoloških podjetij, s povezovanjem podjetij, itn.) in internacionalizacijo, s spodbujanjem razvoja MSP (z aktivnostmi, kot so razvoj podjetništva, prenos tehnologij, razvoj podpornega okolja, itn.).
- c) **Izboljšanje učinkovitosti države** predvsem s profesionalizacijo uprave, v smislu zmanjšanja administrativnih ovir in z izboljšanjem poslovnega okolja ter tako zmanjšanjem vloge države v gospodarstvu.
- d) **Priprava države za izvajanje politik skladnih z notranjim trgom EU**, kot je politika konkurence (morala bo skrbeti za ohranjanje in povečevanje konkurence na slovenskem

trgu in za združevanja podjetij za povečevanje konkurence na mednarodnih trgih) in politika državne pomoči, ki bo morala namesto financiranja propadajočih velikih podjetij, nameniti pomoč MSP, hitro rastočim in visoko-tehnološkim podjetjem.

- e) **Regionalno in prostorsko skladen razvoj** pa bo odgovoren za zmanjšanje razlik v poseljenosti in razvitosti med centralno, »urbano-industrijsko« regijo ter »podeželsko-agrarnimi« regijami. (UMAR 2001: 99)

SGRS je torej temeljni dokument države, na podlagi katerega so začrtane glavne smernice gospodarskega razvoja Slovenije. Je tudi dokument, iz katerega izhajajo vsi ostali razvojni dokumenti, kot npr. Državni razvojni program (2001 – 2006) in Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji.

4.1.2. Državni razvojni program (2001 – 2006)

Leta 1999, je na predlog Evropske komisije, vlada RS sprejela Predhodni državni razvojni program 2000 – 2002 (PDRP), kot vsebinsko podlago za predpristopno strukturno pomoč EU. Njegova temeljna naloga je bila preučiti razlike med Slovenijo in EU, v gospodarskem in socialnem razvoju, razvojne razlike med regijami znotraj Slovenije, opredeliti ključne razvojne cilje in opredeliti področja, ki bodo deležna pomoči države in pomoči EU. Skupaj s komentarji na PDRP, ki jih je poslala kasneje Evropska komisija, je začel nastajati Državni razvojni program 2001 – 2006 (DRP), ki je oblikoval izhodišča in usmeritve, nakazane v SGRS, v programe oziroma projekte. Razdeljen je na dva dela in sicer; prva tri leta (2001 – 2003) se nanašajo na predpristopno obdobje, v katerem je dokument predstavljal podlago za prevzem pravnega reda EU za pridobivanje sredstev predpristopne pomoči in druga tri leta (2003 – 2006), ki se nanašajo na obdobje članstva Slovenije v EU (DRP 2001: 10). V tem zadnjem obdobju predstavlja DRP, skupaj z usmeritvami SGRS, temelje za delovanje Enotnega programskega dokumenta (EPD) 2004 – 2006, ki služi kot osnova za vključevanje Slovenije v sistem strukturnih skladov EU. Sredstva teh skladov so namenjena odpravljanju nekaterih strukturnih problemov in uresničevanju nekaterih razvojnih strategij države. V EPD so kot prednostni ukrepi, ki jih mora Slovenija izpolniti za skladno delovanje na evropskem trgu, opredeljeni naslednji: spodbujanje proizvodnega sektorja in konkurenčnosti, znanje, razvoj človeških virov in zaposlovanje ter prestrukturiranje kmetijstva. (Mešl 2004: 52-53)

Temeljni razvojni cilj DRP v obdobju 2001 – 2006 je povečanje konkurenčnosti gospodarstva. Iz tega izhajajo tudi vsi ostali razvojni cilji, med drugim tudi cilj politike razvoja podjetniškega sektorja. DRP (2001: 108) je v skladu s tem ciljem predstavil prednostne investicijske naloge, v obliki naslednjih programov in podprogramov:

- 1) **Program Znanje za razvoj** je namenjen obvladovanju tehnološkega napredka, ki je ključnega pomena za dohitevanje razvitih družb. Predvideni podprogrami bodo podpirali aktivnosti, ki bodo pripomogle k večjemu pretoku in uporabi znanja, h krepitvi mednarodnega raziskovalno – razvojnega sodelovanja in k sodobnemu razumevanju vloge znanja in znanosti v družbi in gospodarskem razvoju. V obdobju 2001 – 2003, je bilo za izvršitev programa namenjenih 90.284 milijonov tolarjev, med tem ko je za obdobje 2004 – 2006 predvidenih 161.466 milijonov tolarjev. (DRP 2001: 109)

- 2) **Program Izboljšanje konkurenčnih sposobnosti podjetij** predstavlja ukrepe za krepitev ključnih faktorjev, ki povečujejo konkurenčno sposobnost podjetij, torej inovativnost, razvoj in raziskave, tehnologija, itn. Podprogram *Tehnološki razvoj in inovativnost*, vsebuje ukrepe za spodbujanje razvojno raziskovalne dejavnosti podjetij (sama ali v povezavi z raziskovalnimi ustanovami) in za spodbujanje razvojnega podpornega okolja (tehnološki parki). Podprogram *Konkurenčnost podjetij* pa vsebuje ukrepe za povečanje internacionalizacije podjetij in novih investicij (finančne spodbude za investicije, kakovostne storitve, odpravljanje administrativnih ovir), za krepitev sodelovanja med podjetji in razvoj grozdov (sodelovanje med raziskovalnimi in izobraževalnimi institucijami, univerzami ter podjetji) in za uvajanje strategij za povečanje produktivnosti (finančne spodbude učinkovitim podjetjem, ki povečujejo produktivnost in kakovost) (DRP 2001:114-115). V obdobju 2001 – 2003, je bilo za izvršitev programa namenjenih 60.473 milijonov tolarjev, med tem ko je za obdobje 2004 – 2006, predvidenih 161.466 milijonov tolarjev. (DRP 2001: 109)

- 3) **Program Pospeševanje podjetništva in izkoriščanje podjetniških priložnosti** je namenjen odpravljanju ključnih ovir za razvoj podjetništva in rast malih podjetij. Prvi podprogram, ki je usmerjen v promocijo podjetništva in razvoj podpornega okolja, bo skrbel za razvoj informacijskega sistema (EIC) in pospeševalne mreže za malo gospodarstvo (regionalni in lokalni pospeševalni centri) ter za spodbujanje podjetništva za posebne skupine (ženske, mladi) in za odpravljanje administrativnih ovir. Drugi

podprogram, usmerjen v spodbujanje nastajanja in razvoja malih podjetij, pa je namenjen zagotavljanju ugodnih kreditov in garancij ter posebnih razvojnih spodbud, predvsem malim podjetjem in začetnikom. Zadnji podprogram pa je namenjen spodbujanju razvoja turizma (DRP 2001: 116). V obdobju 2001 – 2003, je bilo za izvršitev programa namenjenih 24.990 milijonov tolarjev, med tem ko je za obdobje 2004 – 2006, predvidenih 34.511 milijonov tolarjev. (DRP 2001: 109)

Za gospodarski razvoj Slovenije v prihodnosti, je torej nujno spodbujanje podjetniškega sektorja in konkurenčnosti. Politika pospeševanja podjetniškega razvoja je zato usmerjena na krepitev že prej omenjenih ključnih dejavnikov za uspeh podjetij, na krepitev podjetništva, kot načina razmišljanja in obnašanja in na pospeševanje razvoja malega gospodarstva.

4.1.3. Strategija razvoja malega gospodarstva (SRMG)

V obdobju od leta 1990 do 1994, je bila rast novih malih podjetij dokaj visoka. Po letu 1994 pa se je le-ta upočasnila in to predvsem zaradi slabe državne podpore podjetjem ter pomanjkanja sredstev za financiranje podporne mreže in podjetniških programov. Vse bolj je bilo jasno, da bo Slovenija brez ustreznega strateškega dokumenta o razvoju malega gospodarstva, le stežka dohitela evropsko stanje. Zato je oddelek za malo gospodarstvo, pri takratnem Ministrstvu za gospodarske dejavnosti, v okviru programa PHARE, spodbudilo pripravo SRMG (Dopolnitve in spremembe SRMG v Sloveniji v luči usklajenosti z EU 1999: 5). Dokument je bil pripravljen leta 1996, vendar pa žal formalno ni bil sprejet. Kljub temu, pa je pristojno ministrstvo poskušalo slediti osnovnim usmeritvam SRMG, predvsem temeljnemu cilju, povečati vstop novih podjetji in spodbujati njihov razvoj. Toda ob pomanjkanju finančnih sredstev, šibkih strokovnih institucij in premalo politične volje, se v politiki razvoja malega gospodarstva ni dosti spremenilo. V obdobju po letu 1996, pa je prišlo do sprememb političnih in gospodarskih okoliščin: približevanje Slovenije EU, razvoj uspešnih regionalnih in lokalnih podjetniških centrov, oblikovanje zavesti o pomenu podjetništva in razvoj finančnih podpornih institucij (Dopolnitve in spremembe SRMG v Sloveniji v luči usklajenosti z EU 1999: 8). Nove okoliščine so zahtevale tudi nov strateški dokument, ki bi dopolnil in spremenil razvojno strategijo malega gospodarstva. Leta 1999 je tako nastal dokument Dopolnitve in spremembe SRMG v Sloveniji v luči usklajenosti z EU,

ki bolj natančno opredeli razvojne prioritete in naloge posameznih institucij. Posebno pozornost pa nameni razvojnemu okolju, o katerem bo več govora v petem poglavju.

Cilj SRMG, povečati vstop novih podjetji v gospodarstvo in spodbujati njihov razvoj ter dejstvo da prihodnost slovenskega gospodarstva predstavljajo dinamična in fleksibilna MSP, sta botrovala nastanku dokumenta Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji, ki postavi politiko pospeševanja MSP in podjetništva v center gospodarske politike.

4.1.4. Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji (SRMSPP)

Vizija slovenskega podjetništva je postati dinamično in sposobno prilagajati se zahtevam svetovne konkurence. Tem kriterijem ustrezajo nova inovativna in hitro rastoča podjetja, ki s hitrim prenašanjem novih izdelkov, storitev in tehnologij, s povečanjem proizvodnje in izvoza ter z ustvarjanjem podjetniške klime zaposlenih pospešujejo gospodarsko rast. Pospeševanje podjetništva je pravi odgovor na današnji tehnološki razvoj in na zahteve EU. Zato je namen SRMSPP uveljaviti v slovenski družbi, širše zavedanje o pomenu MSP in podjetništva za gospodarstvo. Uveljaviti želi čim širši družbeni konsenz, torej sodelovanje vseh pristojnih ministrstev, izobraževalnih in raziskovalnih ustanov, regionalnih in lokalnih razvojnih centrov, saj se lahko edino tako vizija slovenskega podjetništva uresniči. V SRMSPP so določene nekatere razvojne usmeritve, ki se pojavljajo tudi v ostalih strategijah in dokumentih. To so; spodbujanje rasti MSP, podpiranje delovnih mest z visoko dodano vrednostjo, pospeševanje internacionalizacije, povezovanje MSP med seboj in z ostalimi večjimi podjetji, razvoj inovacij in tehnološka prenova MSP, razvoj skupnih poslovnih storitev ter sodelovanje slovenskih MSP z evropskimi (SRMSPP 2000: 15). Po ocenah strokovnjakov, ki so sodelovali pri identifikaciji ciljev in ukrepov strategije, naj bi približno do leta 2003, prišlo predvsem do napredka na področju razvoja podjetniške kulture, pri spodbujanju vključevanja različnih družbenih skupin v podjetništvo, pri povezovanju in sodelovanju podjetij, pri uvajanju novih tehnologij, pri povečanju števila dinamičnih podjetij in pri izboljšanju razvojnega okolja za MSP (SRMSPP 2000: 41). Vidnejši rezultati so le na področju povezovanja podjetij v grozde.

DRP in ostalim strategijam je skupen en cilj – spremeniti slovensko družbo, v družbo temelječo na znanju in gospodarstvo, v dinamično in konkurenčno. Skupen jim je tudi ukrep – vlaganje v razvojne potenciale. V SGRS je bilo na primer predvideno zvišanje izdatkov za izobraževanje, R & R, informatiko, tehnološki razvoj in nasploh za spodbujanje konkurenčnosti gospodarstva. Vendar pa je poročilo, ki ga je pripravil UMAR, pokazalo da so v obdobju 2000 – 2001, največ izdatkov prejemale državotvorne dejavnosti, socialni razvoj in varstvo okolja (Slak 2003: 9). Dejstvo je da Slovenija premalo vlaga v razvojne potenciale. Članice EU vlagajo v R & R med 1.5 % in 3.5 % ali več BDP, medtem ko Slovenija vlaga le med 0.5 % in 1.5 % BDP. Tudi v primeru »intangibles«,¹⁹ članice EU in ostale razvite družbe vlagajo med 3 % in 7 % BDP, medtem ko Slovenija le 1 % BDP (Sočan, 2001: 2). Če želi Slovenija zmanjšati razvojni razkorak z EU in povečati konkurenčnost nacionalnega gospodarstva, mora nujno povečati vlaganje v razvojne potenciale. Predvsem pa mora preusmeriti državne pomoči od kupovanja socialnega miru, k horizontalnim ukrepom, ki določajo pomoči na področju R & R, varstva okolja, regionalnih pomoči in pomoči za MSP.

5. RAZVOJNO OKOLJE

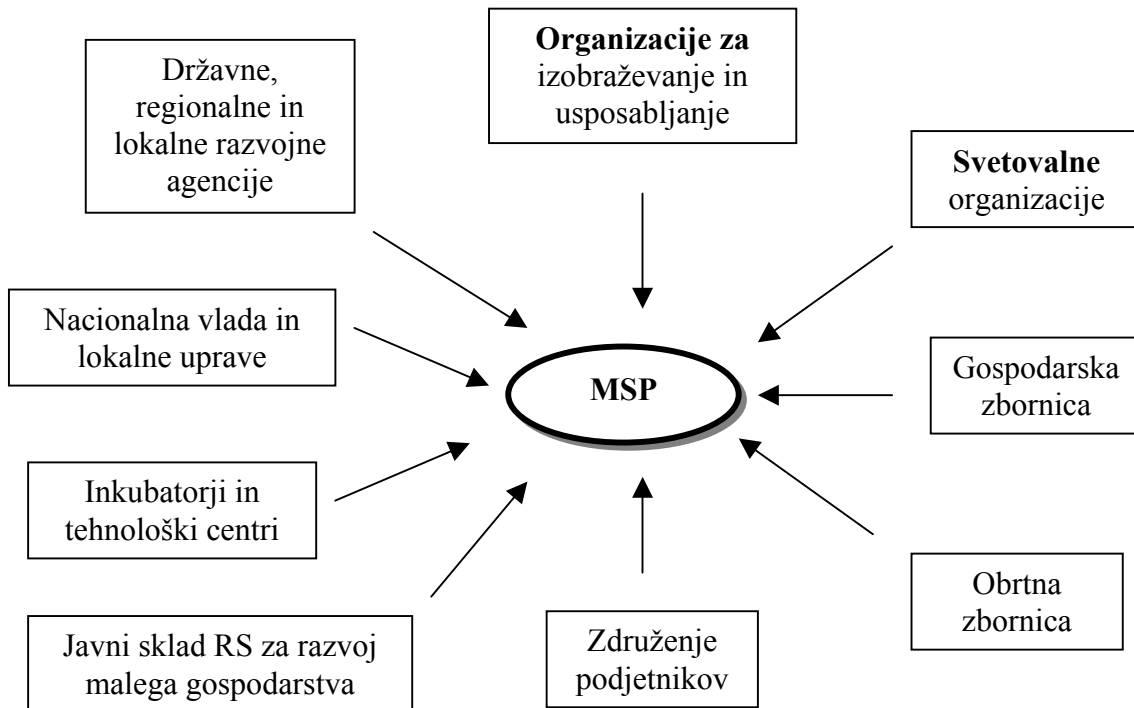
Naloga države je vzpostaviti ustrezno razvojno okolje, ki bo nudilo pomoč podjetjem na vseh področjih in jim tako omogočalo hitrejšo in kvalitetnejšo rast. Kvalitetno okolje mora biti: lokalno, dobro vidno, poceni, dosegljivo, hitro, razumljivo, neformalno in zaupno (Glas 1997: 35). Zajemati mora t.i. »trde« in »mehke« oblike podpore. Med »trde« oblike prištevamo lažjo dostopnost do finančnih virov, poslovnih prostorov in opreme, med »mehke« oblike pa svetovanje, izobraževanje, usposabljanje in informiranje (Glas 1994a: 4). Podpora razvoju MSP se mora zagotavljati na mikroekonomski in makroekonomski ravni. Na mikro ravni je potrebna takšna podporna infrastruktura, ki nudi podjetjem ustrezno pomoč na vsaki stopnji razvoja. Na makro ravni pa je pomembna podpora vlade, ki se odraža v stimulatивnejši zakonodaji in davčnemu sistemu ter obsegu sredstev za pospeševalne aktivnosti (Hiskins, Gibb, Hubert 1989: 9-28).

¹⁹ Pod besedo »Intangible economy« razumemo, celovito usposabljanje posameznikov, podjetij in družbe, preko npr. : učenja in usposabljanja odraslih, zaposlenih in brezposelnih, menedžmenta in nosilcev upravljanja, krepitev poslovnih funkcij, razvijanje mrež sodelovanja, spodbujanje inovacij, intelektualnih in razvojnih storitev, itn. (Sočan 2001: ?????)

5.1. Podporne institucije

Da bi se podjetjem zagotovilo hitro in učinkovito reševanje problemov, je potrebno sodelovanje med različnimi vladnimi in nevladnimi podpornimi institucijami.

Skica 5.1. : Podporne institucije za razvoj MSP



Vir: prirejeno po Pospeševalni center za malo gospodarstvo kot koordinator Pospeševalne mreže za malo gospodarstvo (http://www2.pcmg.si/Pcmg/spmmg_koordinator.htm, 20/03/2003)

Vsaka od teh institucij, nudi podjetjem določene storitve:

Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG) je glavni akter podpornega okolja. Njegova osnovna naloga je upravljanje, vodenje in razvoj pospeševalne mreže za malo gospodarstvo (PMMG), katere partnerji so spodaj naštetе institucije. Skupna naloga PMMG je vzpostaviti podjetništvu prijazno okolje, izboljšati svetovalne storitve in povečati število dinamičnih in fleksibilnih podjetij. PCMG je odgovoren za uresničevanje državnih strategij, skrbi za podjetniške in lokalne centre, usmerja predvidena proračunska sredstva, širi izkušnje, spremlja in ocenjuje dosežke in razvija nove podporne storitve (Glas 2000: 50). Poleg že

naštetega, je prevzel še funkcijo centra za pospeševanje podjetništva in inovacij. Pod njegovim okriljem deluje Slovenska podjetniška inovacijska mreža, ki nudi podporo inovatorjem in inovacijski dejavnosti v Sloveniji.

Evro-info center deluje v okviru PCMG kot informacijski in poslovni center. Več o centru in njegovih nalogah v podpoglavju 3.2.3.

Regionalni in podjetniški centri delujejo v okviru posameznih občin in sodelujejo neposredno s podjetji v obliki informiranja, usposabljanja, svetovanja in promocijo podjetniške kulture na lokalni in regionalni ravni.

Ministrstvo za gospodarstvo (MG), kot glavna vladna institucija, določa strategijo razvoja do MSP. Z različnimi oblikami pomoči omogoča razvoj, spremlja in ocenjuje uresničevanje strategij, zagotavlja informacije, dopolnjuje druge vire finančnih sredstev in nenazadnje, ustvarja institucionalni okvir podpornim storitvam (Glas 2000: 49). Prizadeva si za krepitev tehnološkega razvoja, povečanje konkurenčnih sposobnosti podjetij in oblikovanje ustrezne regulative.

Javni sklad RS za razvoj malega gospodarstva (JSMG) je nacionalna finančna institucija, katere glavna naloga je zagotavljanje ugodnejših finančnih virov za MSP in spodbujanje bank k večjemu financiranju projektov MSP. Zagotavlja ugodne kredite, posredno preko bank, neposredne kredite za mlada podjetja in neposredne kredite pod izredno ugodnimi pogoji.

Gospodarska zbornica Slovenije (GZS) zastopa interese slovenskih podjetij. Zaradi dobrega informacijskega sistema in mednarodnih povezav, pospešuje kakovost in napredek poslovanja podjetij. Nudi storitve s področja trženja, evropskega in mednarodnega sodelovanja, zagotavlja pravno, ekonomsko in davčno svetovanje ter pripravlja razne seminarje in izobraževanja za vodstvo podjetij. Na področju mednarodnega sodelovanja skrbi za informiranje o poslovanju s posameznimi tržišči, nudi svetovanje in pomoč pri nastopih na teh tržiščih, spodbuja povezovanje slovenskih in tujih podjetij, itn. V sklopu GZS deluje tudi oddelek za evropske zadeve, ki ima pomembno vlogo pri vključevanju slovenskega gospodarstva v EU. Nudi storitve izvozno usmerjenim podjetjem, posebno pozornost pa namenja prav MSP. GZS je nedvomno veliko storila na področju izobraževanja in nudenja informacij podjetjem. Organizira celo vrsto izobraževalnih seminarjev in konferenc, izdaja

priročnike, na svoji spletni strani je tudi namenila posebno mesto podjetnikom, kjer so zbrane vse pomembnejše informacije o dogajanju v domačem in evropskem gospodarstvu. Glede na vlogo, ki jo ima v podjetniškem sektorju, bi GZS prav lahko postala neke vrste krovna organizacija, ki bi skrbela za raziskovanje in tehnološki razvoj.

Obrtna zbornica Slovenije zastopa interese malih podjetnikov in obrtnikov. Svojim članom nudi naslednje storitve: svetovanje, informiranje, izobraževanje, organiziranje sejmov, itn.

Združenje podjetnikov Slovenije deluje v okviru GZS. Zastopa interese podjetnikov, skrbi za organiziranost in jim tako zagotavlja večji vpliv in boljše pogoje za delovanje na domačem in tujem trgu.

Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve se s posebnimi informativno – izobraževalnimi programi in programi samozaposlovanja v podjetništvu in obrti, vključuje v podporno okolje za MSP.

Tehnološki park skrbi za promocijo tehnološkega podjetništva. Podjetjem nudi storitve na tržnem, finančnem in tehnološkem področju ter zagotavlja ustrezno infrastrukturo. Z aktivnostmi kot so oblikovanje idej in motiviranje potencialnih podjetnikov, njihovem izobraževanju, promociji, iskanju strokovnega kadra in drugimi storitvami, dodatno pripomore k spodbujanju nastanka novih, tehnološko naprednih podjetij. V Sloveniji imamo dva tehnološka parka, v Pesnici pri Mariboru in v Ljubljani.

S stališča podjetij je situacija v slovenskem razvojnem okolju, daleč od zelene. Slovenski podjetniki so namreč mnenja, da so podporne institucije in njihove storitve slabo prepoznavne, kljub celi vrsti uspešnih projektov. Nekateri vidijo vzrok za to v slabi organiziranosti in slabem medsebojnem sodelovanju, pomanjkanju sredstev, ustreznih kadrov in tržnih informacij, drugi pa v pomanjkanju skupne razvojne vizije. Morda se bo kaj spremenilo z Zakonom o podpornem okolju za podjetništvo, ki je bil predlagan januarja 2004. Zakon pomeni formalno osnovo za vzpostavitev podpornega okolja podjetništvu, predvsem pa za vzpostavitev sistema za delovanje institucij inovativnega okolja, tehnoloških parkov in centrov, inkubatorjev in drugih oblik povezovanja znanja. Na področju inovativnega okolja, zakon predstavlja pravno podlago tistim institucijam, ki prispevajo k hitrejšemu ustvarjanju in prenosu znanja, k nastajanju novih, inovacijsko sposobnih podjetij. Vlada upa da bo s tem

prispevala k bolj transparentnemu in učinkovitemu sistemu upravljanja z javnimi sredstvi v podporo tem institucijam.

5.2. Razvojno zasnovane regije

Pri zagotavljanju kvalitetnega podpornega okolja, imajo pomembno vlogo razvojno zasnovane regije, ker zagotavljajo kritično maso razvojnih potencialov – znanje, tehnološki razvoj, kadri, izobraževanje, dodatno usposabljanje in infrastruktura. Regije kot žarišča znanja oz. »hot spots«, katerih razvojno jedro so praviloma univerze, s tehnološkimi centri in drugimi inštituti, predstavljajo pomemben element za razvoj MSP, saj omogočajo tesno sodelovanje in prenos znanja med univerzo, raziskovalnimi centri in podjetji. Takšne regije so temelj uspešni gospodarski rasti in družbenemu razvoju (Sočan 2001: 29). Tega se zaveda tudi EU, zato je v zadnjem desetletju pri poskusu vzpostavitve žarišč znanj, sodelovalo preko 100 inovativnih regij, z 32 razvojnimi sveti²⁰, v katerih je sodelovalo približno 600 vodilnih ljudi iz uveljavljenih podjetij. Glavni rezultati poskusa je bil predvsem nastanek sektorskih podjetniških mrež, grozdov poslovnega sodelovanja ter boljšega sodelovanja med podjetji, univerzo in inštituti. Izoblikovali so se namreč tehnološki centri, skupne raziskovalne enote v manjših podjetjih, razvojni inkubatorji, agencije za prenos tehnologij in znanj, ustanove za usposabljanje in prekvalifikacije zaposlenih, itn. (Sočan 2001: 36)

Slovenija, tako kot večina držav kandidatk, nima takšnih razvojno zasnovanih regij. Pravzaprav slovenske regije niti nimajo zadostnih razvojnih potencialov, razen Osrednje-slovenske. Zato bi se bilo potrebno pri oblikovanju takšne regije, osredotočiti najprej na razvojne kriterije. Ko bi bili ti enkrat določeni, bi bilo potrebno razvijati ustrezne razvojne potenciale in zagotoviti ustrezne kadre, predvsem pa bi bilo potrebno omogočiti sodelovanje med regijami. Slovenija bi morala po zgledu EU, izoblikovati razvojni svet, ki bi določal strateške naloge regije, zagotavljal razvojne potenciale in usklajeval razvojne prioritete. (Sočan 2001: 37)

²⁰ V teh svetih praviloma sodelujejo politični predstavniki, predstavniki podjetij, finančnega sistema, infrastrukture, šol, univerz, razvojnega in strateškega svetovanja, raziskav in tehnološkega razvoja, poslovnega svetovanja, brezposelnih, itn. (Sočan 2001: 37).

5.3. Pravno – administrativno okolje

Birokracija je največji sovražnik podjetij. Ustanavljanje podjetja zahteva dolgotrajne administrativne postopke, pridobivanje dovoljenj in soglasij, kar zna imeti negativne posledice za njihovo konkurenčnost. Številne pravno-administrativne ovire predstavljajo velik zalogaj MSP, ki ne razpolagajo s finančnimi in človeškimi viri, v tolikšni meri kot velika podjetja. Zato je EU v smeri izboljšanja upravnih postopkov, predlagala naslednje (SRMSPP 2000: 10):

- Sprejemanje ukrepov za lažje in cenejše ustanavljanje novih podjetij
- Uveljavitev učinkovitejšega registracijskega postopka podjetij
- Oblikovanje stalnega panela podjetij za posvetovanje z MSP o zakonskih in upravnih predpisih

Slovensko pravno-administrativno okolje in tudi evropsko, bi se lahko zgledovalo po ameriškem, kjer zvezne države tekmujejo med seboj, da bi pridobile podjetja za poslovanje v njihovi državi. Z registracijo pri lokalni in ne več pri centralni vladi, lahko podjetje začne poslovati že v eni uri. Za nameček pa so deležna še različnih spodbud in oprostitve davkov v prvih treh do desetih letih (Kos 2001: 200). Takšno spodbudno okolje za podjetja, bi potrebovala tudi Slovenija. Pri nas povprečna registracija za samostojnega podjetnika traja 11 dni, za gospodarsko družbo pa 1 mesec, zato MG načrtuje združitev registra podjetij in podjetnikov, v enotni poslovni register. Predvsem pa bi bilo potrebno, po zgledu EU, ustanoviti sistem »one-stop shop«, ki omogoča da lahko podjetje ustanovite na enem mestu, v roku približno dveh ur.

V Sloveniji je takratno Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem, v sodelovanju z Ministrstvom za delo, družino in socialne zadeve, sprejelo pobudo za izvajanje »Antibirokratskega programa« za leto 2000 – 2001. Cilji in ukrepi tega programa so vključeni v SRMSPP (2000: 8) in so sledeči:

- Zmanjšanje stroškov in časa za odpiranje podjetja
- Odprava vseh administrativnih ovir za hitrejšo rast MSP
- Oblikovanje primerne sistema zaposlovanja in ureditev pravnih razmer za MSP, za njihovo večjo fleksibilnost in socialno varnost delavcev

Predvsem bi bilo potrebno pri uveljavljanju zakonskih in upravnih predpisov, upoštevati njihovo primernost za MSP in ne le za velika podjetja ter državno upravo.

5.4. Finančno okolje

Finančno okolje je dejansko najpomembnejši element za razvoj MSP. Dostop do finančnih sredstev mora biti čim bolj enostaven in hiter, saj čas velikokrat igra odločilno vlogo pri nastanku oz. obstanku nekega podjetja. Vendar pa je prav dostopnost do finančnih virov, največji problem slovenskega podjetništva, saj zahteva veliko časa in formalnosti. Hitrejšo rast podjetij, predvsem družinskih, ovira tudi nezaupljivost do zunanjega kapitala in pomanjkanje ustreznih informacij in znanja, zaradi česa tudi ne morejo izkoristiti danih finančnih ponudb.

Pri reševanju finančnih problemov je zelo pomembno, da zna podjetje izbrati primeren finančni vir. Vendar pa zaradi nezaupljivosti do bank in ostalih finančnih institucij oz. pomanjkanja informacij, tega ne storijo. Večina podjetij se tako financira kar z lastnimi sredstvi. Ostali pa posegajo po:

- a) *Bančnih posojilih*, ki so takoj za lastnimi sredstvi, najpogostejša oblika financiranja poslovanja. Prevladujejo kratkoročna posojila in storitve plačilnega prometa, manj pa se uporablja dolgoročna posojila in bančne garancije. Problem ki ostaja pri bančnih posojilih, pa je še vedno težak dostop do njih, mnenje da so predraga in njihovo zavarovanje.²¹
- b) *Zakupu*, ki je namenjen tistim podjetnikom, ki ne morejo izpolniti zahtevnih bančnih meril za posojila. Pri zakupu gre namreč za najem premičnin ali nepremičnin za določen čas, pod določenimi plačilnimi pogoji in je kot tako finančno bolj ugodno kot najemanje kreditov. Poleg tega pa je tudi hitrejša. (Petrovčič 2004: 25)
- c) *Skladih tveganega kapitala*, ki financirajo projekte, ki imajo možnost doseči vsaj 25-odstotni donos na leto. Vendar pa se ta oblika financiranja v Sloveniji ni najbolje uveljavila, predvsem zaradi bojzani slovenskih podjetnikov, da se bo sklad začel vmešavati v poslovanje podjetja. (Pinterič 2004: 27)

Tu so potem še garancijski skladi, ki naj bi olajšali pridobivanje garancij in skrajšali postopek odobritve posojil. Po pogodbi o finančnem sodelovanju skladov pri črpanju sredstev iz državne garancijske sheme za MSP, ki sta jo podpisala JSMG in Evropski investicijski sklad, se bo tveganje v primeru nevrčila kredita, porazdelilo med obe podpisnici pogodbe in poslovno banko (Manfreda 2004: 9). Strukturni skladi pa bodo Sloveniji na voljo leta 2006, ko med drugim lahko črpala sredstva za uresničevanje cilja spodbujanje podjetništva in

²¹ V sklopu vstopanja Slovenije v EU, so se nekatere slovenske banke odločile za sodelovanje z Evropsko investicijsko banko in bodo MSP, od marca 2004 začele ponujati ugodnejša posojila. (Planinc 2004: 24)

konkurenčnosti gospodarstva, ki zajema ukrepe na področju razvoja podpornega okolja za podjetništvo in na področju povečanja deleža dejavnosti z visoko dodano vrednostjo.

V Sloveniji je za izboljšanje finančnega okolja potrebno razviti učinkovit finančni sistem podpore za MSP. Glede na ugotovitve Miroslava Glasa s Centra za razvoj podjetništva na Ekonomski fakulteti v Ljubljani (Planinc 2004: 21-22), je pod učinkovit sistem mišljen/a:

- večji obseg finančnih sredstev in koordinacija iz različnih finančnih virov
- sistem financiranja dopolnjen z vavčerskim sistemom svetovanja
- shema ustreznih oblik financiranja, ki bi npr. podjetju na začetku poslovanja ponudila manjše vsote začetnega, semenskega kapitala
- sistem svetovanja in izobraževanja, ki bi jih banke nudile podjetjem
- dejavnejša vloga JSMG²²

V SRMSPP (2000: 8-9) pa so predlagani še naslednji ukrepi:

- Spremljanje ukrepov za izboljšanje plačilne discipline
- Razviti celovito strategijo financiranja MSP z vidika različnih skladov, glede na obseg naložbe, tveganosti in dolgoročnosti
- Razviti posebne finančne programe za inovacije in visoko-tehnološke projekte v MSP
- Oblikovanje pilotskih projektov za inovativne oblike financiranja rasti MSP
- Promocija najboljšega načina poslovanja bank z MSP
- Oblikovanje baze podatkov na internetu, s področja pridobivanja finančnih sredstev v Sloveniji (razpisi) in v mednarodnih programih

5.5. Davčno okolje

V Sloveniji davčno okolje predstavlja veliko oviro razvoju MSP. Z zapletenostjo davčnega sistema, podjetja vlagajo veliko preveč napora in časa v izračun davkov, namesto da bi se posvečala pomembnejšim stvarim. MSP imajo tudi manj finančnih in človeških virov za vodenje in urejanje ustrezne davčne evidence, zato bi jim ustrezne institucije morale priskrbeti pomoč in svetovanje. V Sloveniji se po podatkih SRMSPP (2000: 9), MSP srečujejo predvsem z naslednjimi problemi:

²² Že letos naj bi v sodelovanju z bankami, razpisali za 6,3 milijarde SIT ugodnih dolgoročnih posojil in za 400 milijonov SIT neposrednih ugodnih posojil podjetnikom začetnikom.

- Odprava nekaterih davčnih olajšav
- Uvajanje zahtevnega sistema DDV
- Neenakost v davčni obremenitvi podjetij
- Kaznovanje namesto svetovanje in informiranje s strani davčne uprave

Ustvarjanje ugodnejšega davčnega okolja zahteva vrsto ukrepov s strani države. V SRMSPP (2000: 9) so bili predlagani naslednji ukrepi:

- Razvijati informativno, izobraževalno in svetovalno vlogo davčne uprave
- Uveljaviti inštitut davčnih svetovalcev
- Davčne olajšave za MSP v začetku razvoja, za naložbe v tehnologijo, za zaposlovanje
- Usklajevanje davčnega sistema in politike EU
- Spremljati uveljavljanje DDV-ja in posredovati MSP navodila za pravilno ravnanje

Eden izmed še obstoječih problemov pri delovanju podjetij na skupnem evropskem trgu, so različni davčni sistemi držav članic. Dodatno zmedo na davčnem področju pa bodo povzročile še bodoče članice, saj drastično znižujejo davčne stopnje, da bi tako povečale konkurenčnost svojega gospodarstva na evropskem trgu. V pristopni pogodbi je določeno, da bodo bodoče članice imele na voljo določeno predhodno obdobje, v katerem bodo lahko imele nizke davčne stopnje in tako obdržale konkurenčnost v primerjavi z ostalimi državami članicami. To se je pokazalo za učinkovito na primeru Irske, ki je imela ob vstopu v EU ničelno davčno stopnjo in je tako pospešila svoj gospodarski razvoj. (Pilko 2004: 32-33)

EU teži predvsem k poenostavitvi davčnega sistema, odpravi davčne konkurence med državami, usklajenost sistema DDV med državami in poenostavitev carinskih postopkov (SRMSPP 2000: 9). Tako bo poslovanje med MSP iz držav EU, bistveno lažje in hitrejše. Izboljšanje davčnega okolja mora iti v smeri približevanja le-tega potrebam MSP.

5.6. Prostorska politika in dostop do poslovnih lokacij

Po letu 1990, so se podjetja razvijala bistveno drugače kot prej. Vse hitrejši razvojni tempo je spremenil tudi potrebe podjetij. Zaradi hitrega razvoja novih storitev in komunikacij ter spremenjene velikostne strukture podjetij, je potrebno izboljšati tudi prostorsko okolje.

Predvsem je potrebno zagotoviti ustrezne in dovolj poceni poslovne prostore, ki bodo MSP omogočali hitro uresničevanje razvojnih načrtov.

V EU se dandanes s problemom prostorske politike ne ukvarjajo več. Temu je tako, zahvaljujoč večjim naložbam tudi v manj razvitih območjih in urejeni infrastrukturi, zaradi katere so se oblikovale poslovne cone. V Sloveniji pa je ravno pomanjkanje podjetniških con in ponudbe poslovnih kompleksov, jedro problema prostorske politike. MSP v Sloveniji se soočajo predvsem z naslednjimi problemi (Dopolnitve in spremembe SRMG v Sloveniji v luči usklajenosti z EU):

- Zapleteni in dolgotrajni postopki pri pridobivanju gradbene in lokacijske dokumentacije
- Visoke cene zemljišč, komunalne opreme, gradnje
- Problemi pri pridobivanju posojil, predvsem dolgoročnih in pri uvajanju sodobnih metod, kot je zakup
- Premajhna ponudba ustreznih poslovnih prostorov za najem

Veliko teh problemov je bilo obravnavanih že leta 1996 v SRMG, vendar pa ni prišlo do večjih sprememb. Izjema je bilo le načrtovanje večjega števila podjetniških con, ki pa žal ni bilo podprto z ustrezno vizijo in organizacijo ter finančno pomočjo. Posledica so visoki stroški, dolgotrajna gradnja in slabo finančno stanje podjetij. Za boljši, hitrejši in cenejši dostop do poslovnih lokacij, so v SRMSPP (2000: 10) predlagali naslednje ukrepe:

- Upoštevati prostorske potrebe MSP, pri gradnji večjih infrastrukturnih objektov
- Razvoj podjetniških con s strokovno podporo in določeno finančno pomočjo JSMG
- Večja vloga občin pri načrtovanju prostorskega razvoja
- Usposabljanje lokalnega osebja za razvoj con
- Poenostaviti zakonodajo za izgradnjo večjih prostorskih kompleksov
- Vključiti javna infrastrukturna podjetja v načrtovanje in izgradnjo podjetniške infrastrukture
- Vključiti lokalne in regionalne podjetniške centre v organiziranje MSP za razvoj con
- Cenejše oblike gradnje v poslovnih conah
- Uveljavljati poceni prostorske rešitve za začetna obdobja MSP (inkubatorji, tehnološki parki)

V EPD je poleg drugih ukrepov, omenjen tudi ukrep spodbujanja razvoja poslovnih con, ki bo sofinanciran iz Evropskega sklada za regionalni razvoj. Pri razpisu javnega povabila za sodelovanje pri investiranju za razvoj poslovnih con, je prispelo 33 projektov za širjenje že obstoječih con (ponovni zagon starih industrijskih območij), urejanje in povezovanje manjših poslovnih con (mrežne regijske cone) in postavitev novih con. Vendar pa je žal še veliko teh projektov še na idejni stopnji. (Mešl 2004: 52-53)

5.7. Družbeno in socialno okolje

V Sloveniji se odnos do MSP iz leta v leto izboljšuje. Še nekaj let nazaj je bilo čutiti odpor do zaposlovanja v MSP, kar je bila predvsem posledica visoke socialne varnosti v velikih podjetjih. Vendar pa so se časi spremenili. Dejstvo je da MSP predstavljajo največji potencial za nova delovna mesta, zato bi bilo potrebno izboljšati vesplošni družbeni odnos do podjetniške dejavnosti.

Zaradi desetletij zavračanja zasebne iniciative, preslabo razvite infrastrukture in tehnologije, se Slovenija počasneje spreminja v sodobno podjetniško državo. V SRMSPP (2000: 12) so kot glavne ovire hitrejši uveljavitvi sodobnega podjetništva v slovenskem okolju, izpostavljene naslednje:

- Negativen družbeni odnos do podjetništva in velikokrat pojmovanje uspešnih podjetnikov, kot nepoštenih ljudi
- Nepoznavanje sodobne poslovne kulture (sistem soodločanja, timsko delo, sistem nagrajevanja)
- Nizka raven podjetniške etike (nespoštovanje dobavnih rokov ali drugih dogovorov)
- Zapleten proces zaposlovanja in odpuščanja delavcev

Poudarek je torej na spremembah v družbenem odnosu do MSP. Kako spremeniti pojmovanje MSP v družbi, je predlagano v SRMSPP (2000: 11):

- Spodbujanje partnerstva lokalnih institucij za večje zaposlovanje v MSP (spodbude za zaposlovanje, podpora za ustvarjanje novih delovnih mest, uveljavljanje nove kulture podjetništva)
- Informiranje s strani MSP o zaposlovanju, usposabljanju, varstva pri delu
- Uveljavljanje neprofitnega podjetništva (zadružništvo)
- Sodelovanje stroke pri zagotavljanju zdravih in varnih delovnih mest v MSP

- Promocija dobrega sodelovanja v MSP

Glede na Poročilo o globalni konkurenčnosti 2002 – 2003, ki ga izdaja Svetovni ekonomski forum, se je Slovenija uvrstila na 27. mesto od 80 držav, po kakovosti poslovnega okolja. Uvrstila se je za večino držav članic EU in hkrati pred državami kandidatkami.²³ Zato bi bilo morda koristno da se Slovenija začne posluževati bolj agresivnih ukrepov na področju podpornega okolja, kot so npr.: podjetja oprostiti davkov za dobo treh do petih let, torej v začetni fazi,²⁴ jim dati na voljo tvegani kapital z minimalnimi obrestmi, visoko-tehnološkim podjetjem ponuditi zastojni prostor v tehnološkem parku, zgraditi poslovne cone, hitro izdajati gradbena dovoljenja, s finančno podporo za gradnjo in uvesti olajšave na vsakega brezposelnega, ki ga podjetje zaposli. V ZDA, kot je bilo že omenjeno, se podjetje lahko registrira v eni uri in je oproščeno davkov za dobo od prvih treh do deset let. Tudi v Italiji ponujajo različne vzpodbude, kot npr. zastojni parcela s komunalno opremo, telekomunikacijskimi povezavami in pomoč pri izvozu v začetni dobi, s plačevanjem konzorcijev (Kos 2001: 206-207). Takšne in drugačne vzpodbude, so vitalnega pomena za nastanek, razvoj in rast MSP.

6. IN KAKO JE V PRAKSI?

6.1. Primer srednje velikega podjetja

Za primer srednje velikega podjetja sem izbrala podjetje Studio Moderna d.o.o., ki je vodilno na področju direktnega marketinga v srednji in vzhodni Evropi. Podjetje ima sedež v Zagorju ob Savi, vendar pa se mreža podjetij razprostira kar v 17-ih državah Srednje in Vzhodne Evrope. Kot pravi prokurist podjetja,²⁵ ima podjetje v vsaki državi svoje vodstvo, center za dialog s kupci, pripravo paketov za odpravo, sprejemom in obdelavo poročil itn. Vsako enota tako deluje bolj samostojno, kar ima prednost v učinkovitosti in hitrosti dobave. Studio Moderna je tudi največje podjetje za televizijsko oglaševanje z direktnim odzivom. Zakupljenih ima namreč kar 55 ur programa na dan, na več kot 65-ih televizijskih postajah v 10-ih državah. Za tako velik prodor na trge Srednje in Vzhodne Evrope, je zaslužena

²³ World Economic Forum,

<http://www.weforum.org/site/knowledgenavigator.nsf/Content/Slovenia+KN+session> (25/05/2003)

²⁴ 70 % podjetij v prvih treh do petih letih po nastanku, zaradi neustrezne pomoči propade. Leta 1996, ocenjujejo izgubo kapitala pri 5175 propadlih podjetjih, na 185 milijonov DEM.

²⁵ Intervju s prokuristom podjetja Studio Moderna d.o.o., ki želi ostati neimenovan, v Ljubljani, 25. Oktobra 2002

predvsem uspešna prodaja izdelka Kosmodisk, ki se je v slabem letu razširila iz Slovenije, na Hrvaško in Makedonijo, v roku petih let, pa vse do Litve, Latvije in Estonije.

Glede na pogovor s prokuristom podjetja, je imelo matično podjetje v letu 2002, zaposlenih približno 180 ljudi. To so vsi zaposleni v vodstvu, direktni prodaji, marketinški agenciji in centru za dialog s kupci (niso pa vključeni zaposleni v hčerinskih podjetjih, teh je približno 800). V letu 2002 so imeli skupni promet med 10 in 50 milijonov eurov (natančen podatek ni dostopen), od katerega predstavlja izvoz, več kot 50 %. Glede na število zaposlenih in promet ter na trditve vodstva podjetja, se Studio Moderna d.o.o., uvršča v kategorijo srednjega podjetja.

Studio Moderna in EU

Studio Moderna ni običajno slovensko srednje veliko podjetje. To je podjetje, ki ima širok spekter dejavnosti in dobro organizacijo dela. Razdeljeno je na več sektorjev, kot npr.: sektor za sprejemanje ponudb in dogovarjanje za prodajo novih izdelkov, sektor za TV prodajo teh izdelkov, marketinška agencija (oblikovanje marketinških strategij tudi za izdelke in storitve drugih podjetij), sektor za trženje posameznih izdelkov (Kosmodisk in Dormeo), sektor za informacijsko tehnologijo, sektor za finance in spremljanje zakonodaje v državah, s katerimi poslujejo in center za dialog s kupci. Vsak od njih ima točno določeno nalogo, ki pa jo izvršuje v sodelovanju z ostalimi sektorji. Organizacija je torej dobra, strokovnih kadrov tudi ne primanjkuje in kar je zelo pomembno, podjetje že od začetka (od leta 1992) tesno sodeluje s tujino. Zaradi teh lastnosti, ga tudi vstop v EU ne ogroža tako, kot morda druga srednje velika podjetja. Pravzaprav na njihovo poslovanje niti ne vpliva toliko, saj je prodaja izdelkov preko televizije, odvisna le od dogovora s televizijskimi postajami posameznih držav. In glede na trditve prokurista podjetja, je le-to v državah kandidatkah, kot tudi v državah članicah EU, že dobro uveljavljeno, tako da ne pričakujejo nobenih večjih sprememb in težav ob formalnem vstopu v EU. Morda le nekaj zapletov pri ponovni uvedbi carin za nekatere izdelke pri izvozu na trge JV Evrope, vendar pa po drugi strani poenostavitev postopkov za poslovanje z EU, kar je za podjetje zelo ugodno.

Podjetje je torej zelo dobro razvito, trdno, samozavestno in samozadostno. Glede na vprašalnik CAPE II ²⁶(glej poglavje 1.4., opomba 1), ocenjujejo članstvo v EU pozitivno, saj

²⁶ Pri reševanju vprašalnika CAPE II, je sodelovalo 268 slovenskih podjetij. Na osnovi pridobljenih podatkov, je bila podana ocena, da so slovenska podjetja, v primerjavi s podjetji iz drugih držav kandidat, med najbolj

si od tega obetajo dobre poslovne strategije, predvsem pa lažji dostop do trgov EU, bolj pregledne poslovne navade na domačem trgu in boljšo pogajalsko pozicijo do partnerjev tretjih držav. Podjetje beleži visoko stopnjo skladnosti s pravnim redom EU, na področjih kot so; konkurenčna pravila, tehnični predpisi, standardi, patenti in oznake (oznaka CE). Tudi ne pričakuje nobenih težav na tehničnem ali finančnem področju, saj se bo prestrukturiralo z lastnimi sredstvi. Manjše težave so možne le na trgovskem in kadrovskega področju. Glede na vprašalnik, ki je namenjen predvsem preverjanju obveščenosti podjetij držav kandidat, o evropski zakonodaji, je podjetje seznanjeno s tistimi določbami EU, ki se ga neposredno tičejo. Pri tem mu bolj kot domače podporne institucije, pomagajo evropske. Tako npr. v podjetju ocenjujejo kakovost in uporabnost podatkov glede pravnega reda EU, poslovanja na enotnem trgu in programih na voljo podjetjem iz držav kandidat, ki jih nudijo naša pristojna ministrstva in GZS, kot razmeroma dobre, medtem ko za podatke, ki jih nudijo univerze in inštituti, domača svetovalna podjetja in Euro-Info centri, sploh ne vedo oz. se jih ne poslužujejo. Za zelo uporabne in zanesljive ocenjujejo podatke, ki jih nudijo EU publikacije, Evropska združenja, EU poslovni partnerji, EU viri na internetu, trgovinska ali poslovna združenja in tuja svetovalna podjetja.

Studio Moderna in slovensko podporno okolje

Iz dejstva da so slovenskemu podjetju bolj v pomoč tuje podporne institucije, kot pa domače, bi lahko sklepali, da so storitve naših podpornih institucij slabo prepoznavne, prepočasne, nekvalitetne oz. nezanesljive. Takšnega mnenja je tudi prokurist podjetja, vendar pa dodaja, da se Studio Moderna ni srečevala z njimi in se posluževala njihovih storitev, v takšni meri, kot morda druga podjetja. Ker imajo dobre kadre, dobro organizacijo in dobre poslovne zveze v tujini, so se v razvojnem okolju znašli predvsem sami, neodvisno od slovenskih podpornih institucij. Veliko so sodelovali in še vedno sodelujejo s poslovnimi partnerji iz Irske, predvsem na področju izmenjave informacij in izkušenj. To jim je zelo koristilo pri uvajanju inovacij, v smislu novega načina vodenja s sistemom nagrajevanja, nove organizacije dela, kjer je vsak sektor dokaj samostojen in novega kriterija zaposlovanja, ki daje prednost mladim, sposobnim, kreativnim in samoiniciativnim ljudem. Podjetje tudi veliko vloga v izobraževanje in dodatno usposabljanje svojih zaposlenih. Kakovost pridobljenega znanja potem tudi preverjajo v obliki anket ali izpitov ter spremljajo kako zaposleni (če sploh) to znanje uporablja pri svojem delu.

obveščeni o pravnem redu v EU (Dnevnik, 28.05.2003: 11). Potrebno pa je poudariti, da podjetji Studio Moderna d.o.o. in Pipistrel d.o.o., nista sodelovali v uradni raziskavi.

Eden večjih problemov slovenskega podpornega okolja za razvoj MSP, je po mnenju prokurista Studia Moderne, birokracija. Neprofesionalnost in zamudni administrativni postopki, predstavljajo velik problem mladim in dinamičnim podjetjem, vendar pa to za njih nima večjih posledic, saj imajo dovolj strokovnega kadra, ki se ukvarja samo z administracijo. Druga dva problema pa sta visoka davčna obremenitev²⁷ in premalo finančnih vzpodbud, ki sta v kombinaciji dostikrat odgovorna za marsikateri propad mladega podjetja. Kar se tiče finančnih vzpodbud, se je Studio Moderna leta 2002, prijavila na javni razpis Ministrstva za gospodarstvo, z naslovom »Spodbujanje investicij v razvoj človeških virov v podjetjih na območju Hrastnik, Laško, Litija, Radeče, Trbovlje in Zagorja ob Savi za leto 2003«. Tako v prvi kategoriji, ki obravnava sofinanciranje izdelave strategij razvoja človeških virov in implementacije projektov, kot so razvoj kadrov, sistem motiviranja in informiranja, kot v drugi kategoriji, ki obravnava sofinanciranje izobraževanja in usposabljanja zaposlenih, je bila njena prijava uspešno obravnavana. V prvi kategoriji Ministrstvo za gospodarstvo in Agencija RS za regionalni razvoj, sofinancirata 50 % izkazanih upravičenih stroškov, v tem primeru 2.750.000,00 SIT. V drugi kategoriji, pa sofinancirata 60 % stroškov za splošna usposabljanja in 35 % za posebna usposabljanja, torej 7.628.796,00 SIT. Ta usposabljanja so obsegala izobraževalna predavanja za TV oglaševanje in marketing, finančno izobraževanje, izpopolnjevanje jezika, poslovno komuniciranje, usposabljanje na področju človeških virov in na področju vodenja za povečevanje evropske konkurenčnosti, itn. (Rezultati javnega razpisa, www.sigov.si/arr/2regije/1r_8.html, 23/04/2003).

6.2. Primer malega podjetja

Za primer malega podjetja, sem izbrala svojevrstno podjetje iz Ajdovščine, Pipistrel d.o.o., ki se ukvarja s proizvodnjo ultralahkih letal in motornih zmajev in je kot tako edino v Sloveniji. Pravzaprav je edini slovenski proizvajalec letal z lastnim razvojem in lastno blagovno znamko. Še več, sodi v sam vrh svetovne proizvodnje ultralahkih letal in izvozi več kot 90 % proizvodnje na tehnološko najzahtevnejše trge, kot so Francija, Italija in Nemčija. S proizvodnjo dvosedežnih letal, kjer pilot in sopotnik sedita vzporedno in kjer pilot ne rabi posebnega zdravniškega spričevala za letenje, je podjetje dejansko odkrilo tržno nišo v ultralahkem letalstvu. Do leta 2005, pa imajo v načrtu še en vrhunski izdelek. To je ultralahko

²⁷ Že na konferenci v Rimu, marca 2003, je Evropsko združenje obrti in malih ter srednjih podjetij (UEAPME), ugotovilo da so MSP v slabšem položaju, v primerjavi z velikimi podjetji. V povprečju naj bi imela kar za 23 % višje davčne obremenitve, kot pa velika podjetja. (Obrtnik 2003: 66)

letalo z zmogljivostjo letenja 400 km/h. S tem bi dosegli preboj na svetovni trg ultralahkega letalstva in premaknili zakonske in tehnične meje, ki veljajo na tem področju (Podjetnik 2002: 25). Dandanes za uspeh ni dovolj imeti samo kvaliteten izdelek. Potrebno ga je podpreti z inovacijami. Zato tudi v podjetju neprestano iščejo nove rešitve in storitve. Inovativno rešitev so našli za trženje izdelka in sicer z zastopniško mrežo v skoraj 20-ih državah. To se je pokazalo za zelo uspešno, saj zastopniki dobro poznajo svoje trge in se spoznajo na letalstvo, tako da uspešno tržijo njihova letala. Za inovativen in uspešen podjetniški pristop je bil lastnik in direktor podjetja, Ivo Boscarol, nagrajen tudi z nazivom Podjetnik leta 2003.

Podjetje ima 12 redno zaposlenih delavcev, in letni promet (za leto 2002) 1,7 milijonov evrov, od katerega predstavlja izvoz 90 % delež. Na mesec ustvari po štiri letala, ki jih večinoma izvozi v tujino. Poleg tega pa imajo organizirano še zastopniško mrežo v skoraj 20 državah. Zanimiv podatek je, da 12 zaposlenih ustvari več kot 0,12 % celotne vrednosti slovenskega izvoza! Pri tem je bila povprečna mesečna bruto plača, zaposlenega v podjetju, v letu 2001, 220.000 SIT (v občini Ajdovščina pa povprečni BDP znaša 195.000 SIT). Podjetje, zahvaljujoč svojim kvalitetnim izdelkom, beleži hitro rast poslovanja (več kot 100 % letno) in hitro rast števila zaposlenih (v roku dveh let naj bi se število zaposlenih podvojilo). (Podjetnik 2002: 26)

Pipistrel in EU

Podjetje nastopa v EU z lastno blagovno znamko in lastnimi izdelki. Delež izvoza, od ustanovitve podjetja dalje, je vedno presegalo 90 % na tehnološko najzahtevnejšem trgu, torej na trgu Francije in Italije, držav članic EU. Poleg tega, nudi tudi edinstvene rešitve v ultralahkem letalstvu. S svojim odličnim znanjem, strokovnim pristopom k delu in z vrhunskimi izdelki, kot so motorni zmajji in ultralahka letala, so brez prave konkurence na svetovnem trgu.

Glede na rezultate vprašalnika CAPE II, so v podjetju optimistični kar se tiče vstopa v EU, vendar pa na splošno niso naklonjeni pridružitvi, saj so mnenja da le-to ne bo bistveno izboljšalo njihovega poslovanja. Morda jim bo omogočilo le lažji dostop do trgov EU, bolj pregledne poslovne navade na domačem trgu in močnejšo pogajalsko pozicijo nasproti tujim partnerjem. Menijo, da se bodo z vstopom nekateri procesi še bolj zapletli, kot npr. birokracija in usklajevanje z evropsko zakonodajo. Pri slednji, ima podjetje kar nekaj težav, saj so z njo bolj slabo seznanjeni. Poznajo namreč le tiste dele, ki jih bo treba izvajati. Tako so npr. zelo

dobro seznanjeni z varstvom pri delu, atestiranjem izdelkov, tehničnimi predpisi in standardi ter varstvom potrošnikov in odgovornostjo proizvajalca. Slabše pa z oznakami, znamkami, patenti in konkurenčnimi pravili ter zakonodajo EU na splošno. Da bi se kar najbolje uskladili s pravnim redom EU, menijo da bi potrebovali domače strokovne svetovalne službe, podatke o poslovanju na enotnem trgu EU in tehnično pomoč EU in držav članic. Menijo tudi, da ne izkoriščajo dovolj možnosti dostopa do informacij o pravnem redu EU, saj kar za polovico domačih in tujih podpornih institucij naštetih v vprašalniku, ki nudijo takšne informacije, ne vedo oz. se jih ne poslužujejo, med takšnimi sta tudi Euro-Info Center in pristojna ministrstva. Medtem ko so označili storitve GZS, trgovinskih ali poslovnih združenj in domačih svetovalnih podjetij, kot slabo kakovostne in nezanesljive. Za dober vir informacij so označili le poslovne partnerje iz EU.

Pipistrel in slovensko podporno okolje

Tudi v primeru tega podjetja se je izkazalo, da slovenske podporne institucije ne delujejo tako kot bi morale. Čeprav bi morda pričakovali nasprotno, saj je to inovativno podjetje z visoko tehnološkim izdelkom in visoko dodano vrednostjo na zaposlenega, ki dosega izjemne rezultate in je zelo cenjeno v krogih svetovne letalske industrije. Namesto da bi naše institucije nudile vso podporo, ki jo takšno podjetje potrebuje, za hitro in kvalitetno rast, pa se mora v večini primerov znajti kar samo. Tako je tudi v primeru prilagajanja zakonodaji EU in pri reševanju administrativnih problemov. Po besedah ga. Krmavner²⁸ se podjetje sooča z vedno več administracije, namesto da bi jim država oz. za to pristojni organi pomagali in jim tako olajšali delo. Ker nimajo ustrezne organizacije dela in ne dovolj ustrezno usposobljenih kadrov za reševanje čedalje zahtevnejše administracije, jim to predstavlja resen problem. Preglavice jim povzroča tudi prijavljanje na državne razpise. Ker je potrebno znati pripraviti zahtevno in prepričljivo razpisno dokumentacijo, za to pa so potrebni ustrezni kadri, je bilo podjetje zaradi pomanjkljivosti že dvakrat zavrnjeno. Tako so večja podjetja v veliki prednosti, saj imajo na voljo ustrezne kadre ali draga svetovalna podjetja za obvladovanje razpisov EU.

Zaradi kvalitete izdelka in vse večjega povpraševanja, se je poslovanje povečalo za več kot 100 % letno, zato v podjetju razmišljajo o povečanju proizvodnje. Doslej so izdelovali letala v samem centru Ajdovščine, v skladišču zraven podjetja. Zaradi prostorske stiske, so tako lahko

²⁸ Intervju z gospo Marjano Krmavner, izvršno direktorico podjetja Pipistrel d.o.o., Ajdovščina, 10. april 2003

proizvedli največ štiri letala mesečno, torej manj kot 50 letal na leto. Kot je zatrnila ga. Krmavner, pričakujejo s postavitvijo nove proizvodne hale, na 2500 kvadratnih metrih pokrite površine, med ajdovskim nogometnim igriščem in letališčem, trikrat oz. štirikrat večjo rast proizvodnje, torej 10 do 15 letal mesečno in porast števila zaposlenih, na okoli 35 do 40 ljudi. Največji problem jim je predstavljalo pridobivanje ustrezne dokumentacije za gradbeno in lokacijsko dovoljenje, ki so ju po dolgotrajnih in zapletenih postopkih vendarle dobili.

Kaj si podjetje misli o slovenskem podpornem okolju in njihovih institucijah, je zajeto v komentarju gospoda Boscarola, lastnika in direktorja podjetja, ki je za majsko številko revije Podjetnik, leto 2002 (str. 25), takole komentiral svojo največjo poslovno napako: »Da nisem postavil proizvodnje v tujino, kjer bi nedvomno postal vodilni svetovni proizvajalec letal. Tukaj pa se spopadam z neverjetnimi in docela nepotrebnimi težavami, že pri pridobivanju osnovnih možnosti za kakovostno in učinkovito delo ter hitrejši razvoj.«

Obe podjetji ocenjujeta, da sta pripravljena na vstop v EU. Prvo zaradi ugodnega finančnega položaja in dobrih poslovnih zvez v tujini, drugo pa zaradi specifičnega, visoko kakovostnega izdelka in dobrega slovesa v svetovni letalski industriji. Vendar pa samo to ni dovolj. Pri ohranjanju konkurenčnosti slovenskih podjetij na evropskem trgu, bo imelo pomembno vlogo zbiranje relevantnih informacij, se pravi pravočasna obveščenos, pripravljenost na hitro odzivanje na spremembe, se pravi fleksibilnost ter dinamičnost in proaktivnost vodstva podjetja. Pri zbiranju in posredovanju informacij, imajo ključno vlogo podporne institucije, do katerih pa sta obe podjetji dokaj kritični. Pomanjkljivosti bo tako potrebno odpraviti čimprej, da ne bi ogrozili konkurenčnosti slovenskih podjetij.

7. ZAKLJUČEK

EU se je v skladu z zadanim ciljem v lizbonski strategiji, odločila dati večji poudarek spodbujanju izobraževanja in inovacij, krepitvi investicij v R&R in v razvoj informacijske tehnologije ter na splošno v spodbujanje konkurenčnosti podjetniškega sektorja. Tako je tudi Slovenija začela namenjati večjo pozornost podjetniškemu sektorju, ki je bil v preteklih desetih letih »postavljen bolj na stranski tir«. Neustrezna politika 90-ih, je vzrok, da imamo še vedno visok delež delovno intenzivnih panog, premajhen priliv neposrednih tujih investicij, dokaj slabo tehnološko opremljenost podjetij, počasno rast novih, visoko-tehnoloških podjetij, slabo sodelovanje med podjetji ter izobraževalno in raziskovalno sfero ter pomanjkanje visoko izobražene delovne sile. Slovenska vlada se je teh problemov začela zavedati predvsem v luči vstopanja v EU. Ugotovila je, da nima ustreznega razvojnega okolja, ki bi omogočalo prenos znanja in inovacij med izobraževalno in gospodarsko sfero. Tako se visoko-tehnološka podjetja težje razvijajo in počasneje rastejo, kar vpliva tudi na njihovo konkurenčnost in posledično na konkurenčnost nacionalnega gospodarstva. Zahteve o razvoju ustreznega razvojnega okolja, so sicer omenjene v vseh državnih strategijah, natančno so določeni tudi ukrepi, a se zdi da primanjkuje politične volje oz. ustreznega dialoga med vsemi socialnimi partnerji. Državi, kot enemu izmed partnerjev, se očita pomanjkanje dolgoročne razvojne vizije, pomanjkanje posluha za potrebe malega gospodarstva, neustrezno razdeljevanje finančne pomoči in nenazadnje tudi pomanjkanje preglednosti nad njenim delom. Podpornim institucijam, kot drugemu takemu partnerju, pa se očita slabo prepoznavnost in organiziranost, neučinkovito porabo finančnih sredstev, neustrezne kadre ter slabo medsebojno sodelovanje in izmenjavanje informacij. Tudi podjetja nosijo svoj delež krivde, saj so do sedaj pokazala premalo zanimanja za dodatna izobraževanja in za dogajanja na področju finančnih pomoči, kar se kaže v njihovi slabi obveščenosti, tako o domači kot o evropski ponudbi finančnih virov.

Politika EU na tem področju, se je že zelo zgodaj usmerila v zagotavljanje takšnega razvojnega okolja, ki je ugodno za nastanek in razvoj novih podjetij. To pomeni: ustanavljanje institucij, ki skrbijo izključno za razvoj podjetništva (Generalni direktorat za podjetja), poenostavitev administrativnih in zakonodajnih postopkov, zagotavljanje lažjega dostopa do finančnih sredstev, boljša izmenjava informacij in izkušenj, tako med samimi podjetji, kot med institucijami, izobraževanje, sodelovanje in povezovanje med podjetji, itn.

Kaj je torej potrebno storiti, da se bodo zastavljeni cilji tudi dejansko začeli uresničevati? Predvsem je potrebna razvojna vizija. Tu ima glavno vlogo država, ki mora jasno določiti cilje in prioritete naloge ter zagotoviti konsenz vseh socialnih partnerjev. Opušiti mora politiko, ki jo je izvajala v preteklem desetletju in preiti v proaktivno razvojno politiko. Sredstva namenjena kupovanju socialnega miru in vlaganju v materialno infrastrukturo, mora preusmeriti v izgradnjo institucionalne infrastrukture. Prav na tem področju, Slovenija najbolj zaostaja za visoko razvitimi državami, zato je nujno potrebna izgradnja takšne infrastrukture, ki bi povezovala državo, univerzo, razvojne inštitute, podjetja in gospodarstvo ter tako omogočala prenos znanja in tehnologije. Šele ko bodo ti temelji postavljeni, bo mogoč tehnološki, ekonomski in družbeni napredek.

8. LITERATURA

- Agenda 2000, Mnenje komisije o prošnji Slovenije za članstvo v Evropski Uniji (2000), SVN
- Balažek: Pospeševanje razvoja malega gospodarstva (regionalna in lokalna raven), magistrsko delo, Ljubljana 1998, Ekonomska fakulteta.
- Bobek, Vito, Živko, Tjaša (2002) Poslovni vidik po skupni zunanjetrgovinski politiki EU, Gospodarska zbornica Slovenije-oddelek za evropske zadeve
- Bučar, Bojko; Šabič, Zlatko; Brglez, Milan v sodelovanju z Moniko Kalin-Golob (2000) Navodila za pisanje seminarske naloge in diplomskega dela. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede
- Bučar, Maja, (februar 2002) Podjetnik: Podjetniki, Inoviranje in država, str. 19, citirano po Bulletin of the EU
- Bulc, Violeta (marec 2003) Zvezde so v nas, naj žarijo! : Glas gospodarstva, str. 17-18
- Challenges for Enterprise Policy in the Knowledge-driven Economy (2000) Communication from the Commission, Brussels: Commission of the European Communities
- Gantar, Anton (1998) Razvojne in podjetniške spodbude EU 1998/99, Gospodarska zbornica Slovenije, Ljubljana
- Glas, Miroslav (1994a) Svetovanje, Ljubljana, Ekonomska fakulteta (str. 3-20)
- Glas, Miroslav (1997) Koncept strateške razvojne zasnove na lokalni / regionalni ravni, Ljubljana PCMG in RZZ (str. 2-60)
- Growth, Competitiveness, employment: The challenges and ways forward into the 21st century, White Paper (European Commission) Luxembourg: Office for Official Publications of the European Commission, 1994
- Hiskins G., Gibb A., Hubert T. (1989) A guide to Small Firms Assistance in Europe, Aldershot: «Gower Publishing», str. 9-28
- Integrated Programme for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) and the Craft Sector. Communication from the Commission, Bela knjiga 1996, 23.str., viii pril.
- Ješovnik, Peter, Ferlic, Maja: Glas gospodarstva: Koristi in stroški vstopa Slovenije v EU / Gospodarski vidiki (III), september 2002
- Ješovnik, Peter, Ferlinc, Maja : Glas gospodarstva; Podjetniška politika, november 2002

- Ješovnik, Peter: Glas gospodarstva: Drugačen pristop; Vstop Slovenije v EU zahteva nove razvojne strategije, marec 2003
- Kenney, Saša (november 2003) Glas gospodarstva: Vrata v Evropo
- Klipšteter, Tomaž (14.04.2003) Preživelo bo samo vsako tretje slovensko podjetje: Dnevnik, str. 4
- Kos, Marko (2001) Iskanje prihodnosti; prednosti, možnosti in vizije Slovenije, zbirka Teorija in praksa, Ljubljana, Fakulteta za družbene vede
- Manfreda, Dragica (21/02/2004) Dnevnik: Podjetniki zdaj lažje do posojil, str. 9
- Mešl, Mateja (marec 2004) Glas gospodarstva; Strukturni skladi v EU – Evropski podporni mehanizmi
- Moussis, Nicolas (1999) Evropska Unija, Littera picta za slovensko izdajo
- OECD Gospodarski pregledi Slovenije (1997) Ministrstvo za zunanje zadeve, Urad za evropske zadeve, Ljubljana
- Petrovčič, Vida (februar 2004) Glas gospodarstva; Neizkoriščena priložnost
- Pilko, Simona (februar 2004) Glas gospodarstva; Davčne spremembe
- Pinterič, Jan (februar 2004) Glas gospodarstva; Za tvegane ideje
- Planinc, Damjan (februar 2004) Glas gospodarstva; Bančna podpora podjetništvu
- Pučko, Danijel, Lahovnik, Matej (1998) Strateški management v slovenskih podjetjih – približevanje ali oddaljevanje od Evropske Unije: Slovenska ekonomska revija, let. 49, št. 6
- Rebernik, Miroslav, Močnik, Dijana, Rus, Matej (2002) Slovenski podjetniški observatorij 2002 (1. del): Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru
- Sitar, Sandi (maj 2002) Podjetnik, str. 25
- Slak, Sabrina (čet. 8. Maj 2003) Dnevnik: Samo besede niso dovolj, str. 9
- Sočan, Lojze (2001) Okolje za razvojno prenovo Slovenije ob vstopanju v Evropsko Unijo, Ljubljana, Fakulteta za družbene vede
- Sočan, Lojze (2001) Primerjava razvojnega okolja v svetu in Sloveniji, str.2
- Sočan, Lojze, uredil (2000) EU, Information Society Technologies – IST : Intangible economy, Nice,
- Strategija razvoja malega gospodarstva v RS (1996) Ministrstvo za gospodarske dejavnosti, Ljubljana, str. 35
- Škerlj, Tina, Kos, Leon, Oznaka CE: Glas gospodarstva, januar 2003, str. 43

- Šušteršič, Janez, Rojec, Matija, Mrak, Mojmir (2001) Slovenija v novem desetletju: Trajnost, Konkurenčnost, Članstvo v EU; Strategija gospodarskega razvoja Slovenije 2001-2006. Ljubljana, Urad za makroekonomske analize in razvoj (UMAR)
- Tomanič-Vidovič, Maja (2000) Strategija razvoja malih in srednjih podjetij v Sloveniji 2001-2005, Informator, PCMG, Ljubljana, str. 3-8
- Vreg, Jasna (marec 2004) Glas gospodarstva; Od podjetja do grozda
- Zakon o razvoju malega gospodarstva (Uradni list RS, št. 18/91)
- Zloženka Podjetniška politika Evropske Unije, april 2002, Center Evropa
- Zloženka Slovensko gospodarstvo v EU, (marec 2003) Center Evropa

Viri

- World Economic Forum,
<http://www.weforum.org/site/knowledgenavigator.nsf/Content/Slovenia+KN+session> (25/05/2003)
- Pospeševalni center za malo gospodarstvo kot koordinator Pospeševalne mreže za malo gospodarstvo (http://www2.pcmg.si/Pcmg/spmmg_koordinator.htm, 20/03/2003)
- Rezultati javnega razpisa za spodbujanje investicij v razvoj človeških virov v podjetjih na območju Hrastnik, Laško, Litija, Radeče, Trbovlje in Zagorja ob Savi za leto 2003 (www.sigov.si/arr/2regije/1r_8.html, 23/04/2003)
- Glas, Miroslav (2000) Delovni zvezki: Politika spodbujanja razvoja podjetništva, Razvoj mreže podjetniških centrov za pospeševanje malega gospodarstva, Ekonomska fakulteta-Center za razvoj podjetništva
(http://www.ef.uni-lj.si/crp/projekti/strategija_mmgt/pdf/strategija_malega_gospodarstva_priloge_clanki.pdf, 20/04/2003)
- Financing Innovation, <http://www.cordis.lu/finance/src/jev.htm>, 25/05/2003)
- Programi Evropske Unije za pomoč malemu gospodarstvu, Evrobilten št. 14, januar 2000, Sašo Sedmak, Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem,
<http://evropa.gov.si/publikacije/evrobilten-14-04/> (12/03/2003)
- Enterprise: Introduction, <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/n25000.htm> (12/03/2003)
- Tomanič-Vidovič, Maja, Marovt, Alenka, Vahčič, Aleš, Glas, Miroslav (2000) Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji (SRMSPP), Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem – sektor za malo gospodarstvo (delovno gradivo)

http://www.ef.uni-lj.si/crp/projekti/strategija_mmgt/pdf/SRMSPP_delovno_gradivo_MMGT.pdf
(29/03/2003)

- Vahčić, Aleš, Glas, Miroslav, Drnovšek, Mateja (2000) Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji (SRMSPP), Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem, Univerza v Ljubljani – Ekonomska fakulteta, center za razvoj podjetništva
http://www.ef.uni-lj.si/crp/projekti/strategija_mmgt/pdf/Strategija%20MSP_ukrepi.pdf (29/03/2003)
- Državni razvojni program za obdobje 2001 – 2006, <http://www.sigov.si/arr/9razno/1dr3.html>,
(19/03/2003)
- Vahčić, Aleš, Glas, Miroslav, Tajnikar, Maks (1999) Dopolnitve in spremembe strategije razvoja malega gospodarstva v Sloveniji v luči usklajenosti z EU. Ekonomska fakulteta v Ljubljani, Center za razvoj podjetništva,
http://www.ef.uni-lj.si/crp/projekti/strategija_mmgt/pdf/Strategija%20MSP_zakljucno%20projektno%20procilo.pdf
(20/03/2003)
- Vprašalnik 2003 CAPE II Pristopni program zbornic držav – kandidatk,
<http://www.signform.be/cape/form.htm#slovenian> (01.03.2003)
- Kos, Marko: Premalo realnega podjetništva-glavna hiba SGRS,
<http://www.sigov.si/zmar/projekti/sgrs/pdf> (06/04/2004)
- Multiannual programme for enterprise and entrepreneurship and in particular for small and medium-sized enterprises, (<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/n26006.htm>) (12/03/2003)