

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Petra Špendal

**Odnos države do malega gospodarstva v Sloveniji;
primer podjetja Tipro Keyboards d.o.o.**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Petra Špendal

Mentor: red. prof. dr. Bogomil Ferfila

Somentorica: doc. dr. Simona Kustec Lipicer

**Odnos države do malega gospodarstva v Sloveniji;
primer podjetja Tipro Keyboards d.o.o.**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

Zahvala

Zahvaljujem se mami, ki mi je omogočila študij ter fantu in prijateljem, ki so mi v času študija stali ob strani in me spodbujali.

ODNOS DRŽAVE DO MALEGA GOSPODARSTVA V SLOVENIJI; PRIMER PODJETJA TIPRO KEYBOARDS D.O.O.

Osrednji raziskovalni namen diplomske naloge je bil analizirati načine državne pomoči pri reševanju problemov malega gospodarstva oziroma ovrednotiti, ali država v zadostni meri spodbuja nemoteno in učinkovito delovanje malega gospodarstva. Na podlagi opredelitve malih in srednje velikih podjetij, njihovega razvoja ter pomena v sodobnih gospodarstvih sem prišla do zaključka, da so slovenska mala in srednje velika podjetja danes za Slovenijo najpomembnejši in hkrati tudi najboljše del gospodarstva. Njihov pomen se kaže tako na področju zaposlovanja, deleža v bruto produktu držav, kot na področju inovacij. S pomočjo odgovorov na zastavljena vprašanja, kaj je država storila za malo gospodarstvo, česa ni storila, pa bi morala, pridem v diplomski nalogi do zaključka, da je položaj podjetništva danes boljši, kot je bil v preteklosti, vendar se kljub temu še vedno gibljemo pod evropskim povprečjem. Malo podjetništvo v Sloveniji zaznamujejo predvsem pomanjkanje podjetniške kulture, neučinkovito in nepopolno podporno okolje, nezadostna in nepopolna infrastruktura, pomanjkanje vlaganj v razvoj, slabo povezovanje gospodarstva z znanostjo, pomanjkanje visoko usposobljenih kadrov v gospodarstvu, nezadostna podpora ter pomanjkanje trga na področju inovacij in nenazadnje pomanjkanje ugodnih finančnih virov.

Ključne besede: država, državna pomoč, analizirati, ovrednotiti, malo gospodarstvo.

THE POSITION OF THE STATE VIS-À-VIS SMALL BUSINESS; THE EXAMPLE OF THE COMPANY TIPRO KEYBOARDS LTD.

The research focus of the thesis was to analyse the means of state aid in resolving the problems of small business, or to evaluate whether the state does enough to promote uninterrupted and efficient operation of small business. The definition of small and medium-sized enterprises, their development and importance in contemporary economies led to the conclusion that small and medium-sized enterprises are the most important as well as the most extensive part of Slovenia's economy. Their importance is revealed in the field of employment, share in the gross national product and in the field of innovation. The answers to the questions of what the state has done for small business, what it has not done although it should have done it, lead to the conclusion that the situation of business is better today than it was in the past, but still below the European average.

Small business in Slovenia are dominated by the lack of entrepreneurial culture, inefficient and incomplete supportive environment, incomplete and inadequate infrastructure, lack of investment in development, poor integration of economy and science, the lack of highly qualified personnel in the economy, inadequate support and lack of market in the field of innovations and, finally, a lack of favorable sources of financing.

Key words: state, state aid, to analyse, to evaluate, small business.

KAZALO

1 UVOD	8
2 METODOLOŠKI OKVIR.....	10
2.1 Cilji diplomske naloge.....	10
2.2 Izhodišni hipotezi.....	10
2.3 Metode in tehnike	11
2.4 Struktura naloge.....	12
3 MALA IN SREDNJE VELIKA PODJETJA TER NJIHOV POMEN V GOSPODARSTVU.....	13
3.1 Opredelitev pojma mala in srednje velika podjetja	13
3.2 Značilnosti malih in srednje velikih podjetij nasproti velikim podjetjem.....	16
3.3 Razvoj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji po letu 1990	17
3.4 Vpliv malih in srednje velikih podjetij v sodobnih gospodarstvih.....	19
3.4.1 Vpliv na gospodarstvo	20
3.4.2 Vpliv na zaposlenost.....	20
3.4.3 Vpliv na področje inovacij	21
3.4.4 Povečanje dohodka v regiji	21
3.5 Položaj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji.....	21
4 ODNOS DRŽAVE DO MALEGA GOSPODARSTVA V SLOVENIJI KOT PRIMER POLICY ANALIZE	31
4.1 Oblikovalci javnih politik.....	31
4.2 Proces oblikovanja in izvajanja javnih politik.....	32
4.3 Vrednotenje oziroma evalvacija javnih politik.....	33
4.4 Vloga države pri spodbujanju malega gospodarstva	34
4.5 Vrste podpornih institucij za malo gospodarstvo v Sloveniji.....	38
4.5.1 Ministrstvo za gospodarstvo	39
4.5.1.1 Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013	39
4.5.1.2 Zakon o podpornem okolju za podjetništvo	43
4.5.2 Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije – JAPTI.....	44
4.5.3 Slovenski podjetniški sklad	47

4.5.3.1 Rezultati Slovenskega podjetniškega sklada v obdobju 1996–2007	48
4.5.4 Podjetniški inkubatorji (BIG)	50
4.5.5 Pogoji za podjetništvo v Sloveniji leta 2002	51
4.5.5.1 Izobraževanje in usposabljanje	52
4.5.5.2 Finančna podpora	54
4.5.5.3 Vladne politike	56
4.5.5.4 Vladni programi	57
4.5.5.5 Prenos raziskav in razvoja	58
5 TIPRO KEYBOARDS D.O.O.	61
5.1 Predstavitev podjetja	61
5.1.1 Zgodovina podjetja	61
5.1.2 Organiziranost podjetja	63
5.1.3 Lastniška struktura podjetja	63
5.1.4 Filozofija podjetja	64
5.1.5 Prodaja in trženje	65
5.1.6 Konkurenca	66
5.1.7 Vizija za prihodnost	66
5.2 Vloga države pri delovanju podjetja Tipro d.o.o.	67
6 SKLEP	70
7 LITERATURA	74

SEZNAM KRATIC

BIG	Podjetniki inkubator
EIC	Euro – info centri
EU	Evropska unija
GEM	Global Entrepreneurship Monitor EU
IEDC	International executive development centre
JAPTI	Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije
JSMG	Javni sklad za razvoja malega gospodarstva
MSP	Mala in srednje velika podjetja
OZS	Obrtno podjetniška zbornica Slovenije
PCMG	Pospeševalni center za malo gospodarstvo
RS	Republika Slovenija
SKLAD	Slovenski podjetniški sklad
SVLR	Služba vlade republike Slovenije za regionalni razvoj
TIPRO D.O.O.	Tipro Keyboards d.o.o.
VEM	Vse na enem mestu
ZGD	Zakon o gospodarskih družbah
ZPOP	Zakon o podpornem okolju za podjetništvo

SEZNAM TABEL TABEL IN SLIK

Tabela 3.1: Značilnosti malih in srednjih podjetij nasproti velikim podjetjem.....	16
Tabela 4.1: Podatki o poslovanju Sklada v letu 2007.....	48
Tabela 4.2: Javni razpisi v letu 2008	49
Tabela 5.1: Nekaj prelomnic v zgodovini podjetja	63
Slika 4.1: Okvir podpore razvoja malih podjetij	37
Slika 4.2: Organizacije, ki imajo določene oblike pomoči oz. programe za MSP	39
Slika 5.1: Lastniška struktura podjetja Tipro d.o.o.....	64
Slika 5.2: Prodaja v letih 2003–2007 (v 000 EUR).....	65

1 UVOD

V sredini 20. stoletja so svetovno gospodarstvo zaznamovale velike korporacije, ki so z množično proizvodnjo preplavljale trg z velikimi količinami izdelkov nižjega cenovnega razreda. V tem obdobju je prevladovalo prepričanje, da v svetu velikih podjetij ni prostora za ustvarjalna mala podjetja. Vendar se je z razvojem nove generacije tehnologije pokazalo, da imajo manjše skupine potrošnikov posebne zahteve, kar je bilo malemu gospodarstvu v prid. V današnjem globalnem poslovnem okolju so mala in srednje velika podjetja (v nadaljevanju MSP) priznana kot potencialno najbolj dinamičen del gospodarstva, saj so v svojem delovanju pogosto bolj prilagodljiva kot velika podjetja. MSP so glavni generator gospodarske rasti in novih delovnih mest v Sloveniji in Evropski uniji in jih najdemo praktično v vseh gospodarskih sektorjih, največ pa jih je v storitvenem sektorju.

Slovenska MSP so danes v Sloveniji najpomembnejši del gospodarstva. Kar 99,7 % vseh gospodarskih subjektov je iz kategorije malih in srednje velikih podjetij, samo 0,3 % je velikih podjetij (Kalacun 2004). Govorimo lahko torej o deželi malega gospodarstva, podobno kot so tudi druge dežele v Evropi - zato tudi velja posebna pozornost malim in srednjim podjetjem. Položaj podjetništva je danes boljši, drugačen kot je bil pred desetimi, dvajsetimi leti. Vendarle pa je treba povedati, da po kazalcih sodeč zaostajamo za mnogimi evropskimi državami. Raziskava v okviru projekta GEM¹ je pokazala, da je Slovenija po indeksu podjetniške aktivnosti v zadnji tretjini raziskanih držav. Količnik propada novih mladih podjetij je pri nas najvišji v Evropi. Pada konkurenčnost gospodarstva, dodana vrednost pri malih podjetjih zaostaja za podobnimi malimi podjetji v Evropi za dvakrat, pri velikih za štirikrat. Torej velika večina kazalnikov, ki jih dobimo iz mednarodnih primerjav, je za slovensko podjetništvo neugodna (Kalacun 2004). V nadaljevanju sta na kratko povzeti raziskavi Globalnega podjetniškega monitorja za leti 2002 in 2007. Na podlagi raziskav sem poskušala predstaviti morebitne izboljšave oziroma pomankljivosti, ki so se obdržale od leta 2002.

¹ Global Entrepreneurship Monitor oziroma Globalni podjetniški monitor je svoje prve rezultate raziskovanja podjetništva v svetovnem merilu podal leta 1999, Slovenija pa se je v raziskovanje podjetništva vključila leta 2002.

Če hoče Slovenija ostati nad povprečjem Evropske unije (v nadaljevanju EU), mora pomagati pri reševanju problema malega gospodarstva oziroma mora zagotavljati spodbujevalne ukrepe za malo gospodarstvo. Država mora nujno vlagati v znanje. Resno mora preučiti vsa tista področja, kjer je treba vlaganje v znanje okrepiti. Podobno je seveda potrebno okrepiti tudi vlaganje v raziskave, v znanost in predvsem v prenos te znanosti v podjetništvo. Poleg tega je treba tudi bistveno povečati možnosti dostopa do financ, urediti davčno politiko tako, da bo spodbudna za najmanjše gospodarske subjekte.

Podjetje Tipro Keyboards d.o.o. (v nadaljevanju Tipro d.o.o.) iz Grosuplja, ki se je v zadnjem desetletju utrdil na trgu kot inovativni, vodilni, butični proizvajalec inteligentnih tipkovnic, mi bo služilo kot študijski predmet analize nakazanih raziskovalnih vsebin v tej diplomski nalogi. Podjetje uvrščamo v segment malega gospodarstva. Gre namreč za srednje veliko podjetje ter za vodilnega proizvajalca inteligentnih tipkovnic. Z izdelki izključno lastne blagovne znamke so navzoči na vseh glavnih trgih. Ključno vodilo podjetja Tipro d.o.o. je združevanje celotnega poslovnega procesa, od tržnih analiz in lastnega razvoja do industrijskega in tehničnega oblikovanja. Celotna proizvodnja poteka v Sloveniji, s čimer ohranjajo vrhunsko kakovost izdelkov in podpirajo razvoj lokalnega okolja.

2 METODOLOŠKI OKVIR

2.1 Cilji diplomske naloge

Diplomska naloga predstavlja primer policy analize, zato bo ključni cilj diplomske naloge podrobno analizirati stanje malega gospodarstva v Sloveniji z vidika vloge države kot ključnega javnopolitičnega igralca. Na podlagi hipotez, je diplomsko delo sestavljeno iz dveh ključnih delov. V prvem delu analiziram oziroma preverjam pomembnost malega gospodarstva v Sloveniji, opredelim pomen malih in srednje velikih podjetij v sodobnih gospodarstvih, njihov razvoj po letu 1990 ter položaj teh v Sloveniji. V drugem delu pa podrobno prikažem odnos države do malega gospodarstva.

Ključno vodilo mojega diplomskega dela bo analizirati načine državne pomoči pri reševanju problemov malega gospodarstva oziroma ovrednotiti ali v zadostni meri zagotavlja spodbujevalne ukrepe za malo gospodarstvo. Pridobljeno teoretično znanje bom nato aplicirala na podjetje Tipro d.o.o. ter ugotovila podobnosti in razlike s teorijami. V zaključku bom podala sklepne ugotovitve, potrdila oziroma zavrnila hipotezi, ter na podlagi osvojenega znanja predstavila nekatere lastne ugotovitve. Poleg tega nakažem oziroma svetujem, kakšne bi bile možne usmeritve podjetja v prihodnosti.

2.2 Izhodiščni hipotezi

H1: Malo gospodarstvo je za Slovenijo ključnega pomena, kar se odraža preko številčnosti MSP ter števila prihodkov, ki jih ustvarjajo. Malo gospodarstvo v Sloveniji ima največjo tendenco rasti, tako lahko najpomembneje prispeva k doseganju zastavljenih gospodarskih ciljev. Mala podjetja v EU so postala vodilna gospodarska sila, počasi pa to postajajo tudi v Sloveniji. Kar 99,7 % vseh gospodarskih subjektov je iz kategorije malih in srednjih podjetij. Zaposlujejo 37,5 % vseh zaposlenih, ustvarjajo 38,8 % vseh prihodkov od prodaje ter 51 % čistega dobička.

H2: Na področju malega gospodarstva je bilo v Sloveniji s strani države do sedaj storjeno premalo, saj ni vzpostavljenih dovolj zadovoljivih spodbujevalnih ukrepov, ki bi pripomogli k uspešnejšemu delovanju MSP oziroma ti delujejo nejasno. Medtem ko

se v EU vse bolj oblikuje pravna zavest »think small first« (misli najprej na male), se malim podjetjem v naši praksi godi slabo, najbolj pa k temu prispeva država. Slovenska zakonodaja malim podjetjem še vedno ni naklonjena. Zakonodajo je potrebno prilagoditi malim podjetjem zato, da bo lahko obstajalo ravnotežje med velikimi in malimi. Če hoče Slovenija ostati nad povprečjem EU, mora pomagati pri reševanju problema malega gospodarstva oziroma mora zagotavljati spodbujevalne ukrepe za malo gospodarstvo. Podobno je seveda treba okrepiti tudi vlaganje v raziskave, v znanost in predvsem v prenos te znanosti v podjetništvo. Poleg tega je potrebno tudi bistveno povečati možnosti dostopa do financ, urediti davčno politiko tako, da bo spodbudna za najmanjše gospodarske subjekte.

2.3 Metode in tehnike

Pri pisanju diplomskega dela bom uporabljala različne metode družboslovnega raziskovanja. Osnovna metoda dela bo analiza in interpretacija sekundarnih virov. Preučila bom relevantno slovensko literaturo s področja razvoja malega gospodarstva, pomena malega gospodarstva ter odnosa države do malega gospodarstva v Sloveniji. Sekundarno gradivo bom pridobila iz različnih knjig, internetnih člankov, časopisnih člankov in statističnih podatkov. Analizirala bom zakonodajo in pravne akte s področja malega gospodarstva. Še posebej se bom osredotočila na Zakon o gospodarskih družbah ter Zakon o podpornem okolju za podjetništvo.

V nadaljevanju naloge se bom osredotočila na študijo primera, kjer se bo moje raziskovanje usmerilo na konkreten primer, ki predstavlja srednje veliko podjetje, primer podjetja Tipro d.o.o. Tako bom v tem delu opravila analizo primarnih virov s pomočjo družboslovnega intervjuja (z mag. Andrejem Zupančičem, vodjo razvoja v podjetju) ter s procesno evalvacijo oziroma z vrednotenjem prišla do konkretnih ugotovitev ter zaključkov kakšen je dejanski odnos med državo in nekim srednje velikim podjetjem.

Zavedam se omejenosti diplomskega dela, saj bi morala če bi hotela povsem potrditi lastne ugotovitve, preučiti več kot samo eno podjetje. Poleg tega se zavedam, da je pravzaprav nemogoče dobiti vse podatke o podjetju, sploh tiste, ki veljajo za poslovno

skrivnost. V opisovanju odnosa države do malih in srednje velikih podjetji zato izhajam predvsem iz teoretičnih podlag ter raziskav drugih avtorjev.

2.4 Struktura naloge

Diplomsko delo je sestavljeno iz petih delov. V prvem in drugem delu poleg uvoda opredelim še cilje diplomskega dela, izhodiščni hipotezi, metode in tehnike preučevanja ter strukturo naloge. V tretjem delu opredelim MSP, njihov razvoj ter pomen v sodobnih gospodarstvih ter položaj MSP v Sloveniji. Na kratko primerjam značilnosti MSP z značilnostmi velikih podjetij. V tem delu poskušam utemeljiti prvi del hipoteze, ki govori o MSP, kot o najpomembnejšem delu gospodarstva. V četrtem delu se najprej osredotočim na odnos države do malega gospodarstva v Sloveniji kot primer policy analize. Opredelim vlogo države pri razvoju malega gospodarstva ter pojasnim prednosti in slabosti vmešavanja države v gospodarstvo. V tem delu skušam pokazati, kaj je država storila za malo gospodarstvo, česa ni storila oziroma kaj bi morala storiti za uspešno delovanje malega gospodarstva v Sloveniji. Opredelim vrste podpornih institucij za malo gospodarstvo (Ministrstvo za gospodarstvo, Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije – JAPTI, Slovenski podjetniški sklad, Podjetniški inkubatorji – BGI). V petem delu podrobno predstavim podjetje Tipro d.o.o. ter njihov položaj glede na analizirane vsebine. Nazadnje se posvetim še soočenju teorije in prakse. Natančno primerjam dejstva iz preučevanih teorij in spoznanja iz lastne študije o primeru podjetja Tipro d.o.o. Dodam nekatere novosti in posebnosti, ki sem jih odkrila pri delu. V zaključku potrdim ali ovržem hipotezi, predstavljeni v prvem delu, naredim sintezo dela ter nakažem, kakšne bi bile možne usmeritve podjetja v prihodnosti.

3 MALA IN SREDNJE VELIKA PODJETJA TER NJIHOV POMEN V GOSPODARSTVU

Ob pregledu sprememb, ki se dandanes izjemno hitro vrstijo na področju svetovne ekonomije, ne morem mimo dejstva, da je vsako leto ustanovljenih vse več malih podjetij. Pogosto lahko slišimo trditev, da so mala podjetja »hrbtenica« vsakega nacionalnega gospodarstva. Njihova vloga ni več tako postranska, kot je bila na primer še pred tridesetimi leti, ampak je presegla običajni pomen, ki so ga mala podjetja imela kar nekaj časa. Splet različnih dejavnikov je vplival tudi na okolje, v katerem delujejo ta podjetja in jim omogočil zavzeti pomembno mesto v gospodarski strukturi.

V današnjem globalnem poslovnem okolju MSP veljajo za glavni vir delovnih mest, potencialno najbolj dinamičen del gospodarstva, saj so v svojem delovanju pogosto bolj prilagodljiva od velikih podjetij, za gonilno silo inovativnosti in poslovnih idej, veljajo tudi za glavni generator gospodarske rasti in novih delovnih mest ter za »zibelko« gospodarstva (Žakelj 2004, 12).

3.1 Opredelitev pojma mala in srednje velika podjetja

MSP lahko opredelimo kot samostojna podjetja, v katerih je zaposlenih manj ljudi od določenega števila zaposlenih. Pregled meril, po katerih se podjetja delijo na mala, srednja in velika, pokaže, da ne obstaja splošno veljavno enotno merilo. Merilo razvrščanja se praviloma prilagaja trenutnim ciljem uporabnika. Obstajata dve skupini meril za razvrščanje podjetij po velikosti, in sicer kvantitativna merila² in kvalitativna merila³ (Žabkar 1995).

1. Kvantitativna merila za delitev podjetij po velikosti so (Žabkar 1995, 4):

- število zaposlenih,
- vrednost prihodkov,
- bilančna vsota in

² Kvantitativna merila temeljijo na podatkih, ki jih je mogoče izraziti v številčni obliki.

³ Kvalitativna merila temeljijo na podatkih, ki jih ni mogoče izraziti v številčni obliki pač pa samo opisno.

- panoga dejavnosti.

2. Kvalitativna merila za delitev podjetij po velikosti so (Duh 1998, 104):

- neodvisnost podjetja: malo podjetje je v neodvisni lasti in ga upravlja ter vodi lastnik;
- stil vodenja: lastnik upravlja malo podjetje na posebljen način;
- tržni delež: malo podjetje ima majhen tržni delež in ne prevladuje na svojem geografskem območju.

V Sloveniji je najbolj uporabljena klasifikacija podjetij, ki temelji na Zakonu o gospodarskih družbah. V 55. členu Zakona o gospodarskih družbah (ZGD-1) in v 3. členu popravka tega zakona (ZGD-1B) so definirani pojmi oziroma je podana razlaga razdelitve podjetij na: mikro, majhne, srednje oziroma velike družbe. Družbe se pri uporabi tega zakona razvrščajo na mikro, majhne, srednje in velike družbe z uporabo navedenih meril na bilančni presečni dan letne bilance stanja in sicer povprečno število delavcev v poslovnem letu, čisti prihodki od prodaje in vrednost aktive.

1. **Mikro družba** je družba, ki izpolnjuje dve od teh meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 10,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 2.000.000 eurov in
- vrednost aktive ne presega 2.000.000 eurov.

2. **Majhna družba** je družba, ki ni mikro družba po prejšnjem odstavku in izpolnjuje dve od teh meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 50,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 7.300.000 eurov in
- vrednost aktive ne presega 3.650.000 eurov.

3. **Srednja družba** je družba, ki ni mikro družba po drugem odstavku tega člena ali majhna družba po prejšnjem odstavku in izpolnjuje dve od teh meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 250,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 29.200.000 eurov in
- vrednost aktive ne presega 14.600.000 eurov.

4. **Velika družba** je družba, ki ni mikro, majhna ali srednja družba.

Družbe se razvrščajo ali prerazvrščajo na mikro, majhne, srednje in velike družbe na podlagi podatkov dveh zaporednih poslovnih let na bilančni presečni dan bilance stanja.

V EU je Evropska komisija maja 2003 sprejela priporočilo o novi opredelitvi mikro, malih in srednjih podjetij, ki je s 1. majem letos nadomestilo opredelitev iz leta 1996 in postavlja nove omejitve glede števila zaposlenih, prometa podjetja in bilance stanja kot sledi:

- srednja podjetja; manj kot 250 zaposlenih, promet enako ali manj kot 50 milijonov evrov, bilanca manj ali enako 43 milijonov evrov,
- mala podjetja; manj kot 50 zaposlenih, promet enako ali manj kot 10 milijonov evrov, bilanca manj ali enako 10 milijonov evrov,
- mikro podjetja; manj kot 10 zaposlenih, promet enako ali manj kot 2 milijona evrov, bilanca manj ali enako dva milijona evrov (Uradni list Evropske unije 2009).

Pri opredeljevanju MSP pa prihaja do velikih razlik med državami⁴. Na tem mestu je potrebno poudariti definicijo malega in srednje velikega gospodarstva, ki se je oblikovala v Združenih državah Amerike že v letu 1948. Po tej opredelitvi se kot malo gospodarstvo šteje tisto, ki nima prevladujočega vpliva v panogi kjer zaposluje, ima do 500 zaposlenih ter je v neodvisni lasti in individualno vodeno. Američani torej razumejo podjetništvo širše, v Evropi, zlasti v tranzicijskih državah, pa so podjetništvo razumeli kot ustanavljanje in vodenje novih (zasebnih) malih podjetij. Uveljavil se je pojem malega gospodarstva kot sektorja, ki ima zaradi zahtev ustanavljanja in ostre konkurence posebne probleme in potrebuje posebno podporo države. V Evropski uniji so razširili ta koncept na mala in srednja podjetja (Možina in drugi 2002, 103).

⁴ Razlike v definiciji podjetja pa se ne kažejo le med državami, ampak do njih prihaja tudi glede na namen in panogo. V ZDA so kriteriji za mala podjetja glede na sektorje naslednji:

- 1) proizvodnja – od 500 do 1500 zaposlenih;
- 2) trgovina na debelo – manj kot 500 zaposlenih in letni promet manj kot 25 milijonov dolarjev;
- 3) trgovina na drobno – letni promet od 3 do 13 milijonov dolarjev;
- 4) storitve – letni dohodki od 3 do 13 milijonov dolarjev.

3.2 Značilnosti malih in srednje velikih podjetij nasproti velikim podjetjem

Če si pogledamo nekaj primerjav med MSP in velikim podjetjem (glej Tabelo 3.1), bomo videli, da te primerjave kažejo, da MSP niso enostavna pomanjšava velikega podjetja, temveč ima vsako podjetje svoje značilnosti. MSP imajo številne karakteristike, ki jih označujejo kot poseben gospodarski subjekt, ki ga je zato potrebno upravljati na drugačen način. Z ekonomskega in upravljaljskega vidika je za taka podjetja značilno predvsem to, da se posamezne poslovne funkcije ne morejo toliko specializirati, kot je to primer v velikih podjetjih. Osnovne razlike temeljijo na dejstvu, da so v MSP dosti bolj pomembni osebni stiki in komunikacija, kar pomeni, da je stopnja formalizacije pri nadzorovanju, koordinaciji in komunikaciji nizka. Posledično se funkcije zaposlenih v MSP kopičijo in podjetniki opravljajo vse več različnih del in postanejo tako imenovana »deklica za vse«. To od zaposlenih zahteva, da imajo izredno široka znanja na številnih področjih (Rebernik 1993).

Tabela 3.1: Značilnosti malih in srednjih podjetij nasproti velikim podjetjem

MSP	Velika podjetja
<ul style="list-style-type: none">• na podjetnika naravnani linijski sistem, nad katerim ima pregled on sam ali s pomočjo majhnega števila sodelavcev	<ul style="list-style-type: none">• kompleksna organizacijska struktura, ki je neodvisna od oseb in je objektivno usmerjena
<ul style="list-style-type: none">• kopičenje funkcij	<ul style="list-style-type: none">• delitev dela
<ul style="list-style-type: none">• redko oblikovanje oddelkov	<ul style="list-style-type: none">• razvito oblikovanje oddelkov
<ul style="list-style-type: none">• kratke neposredne poti informacij	<ul style="list-style-type: none">• predpisane poti informacij
<ul style="list-style-type: none">• močna osebna povezanost	<ul style="list-style-type: none">• neznatna osebna povezanost
<ul style="list-style-type: none">• navodila in kontrola z osebnimi stiki	<ul style="list-style-type: none">• formalizirani brezosebni odnosi glede navodil in kontrole
<ul style="list-style-type: none">• omejeno delegiranje	<ul style="list-style-type: none">• delegiranje na mnogih področjih
<ul style="list-style-type: none">• neznatni koordinacijski problemi	<ul style="list-style-type: none">• veliki koordinacijski problemi
<ul style="list-style-type: none">• neznatna stopnja formalizacije	<ul style="list-style-type: none">• velika stopnja formalizacije
<ul style="list-style-type: none">• visoka fleksibilnost	<ul style="list-style-type: none">• neznatna fleksibilnost

Vir: Rebernik (1993, 14).

3.3 Razvoj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji po letu 1990

Kot sem dejala že uvodoma, so slovensko gospodarstvo zaznamovale predvsem velike korporacije, ki so z množično proizvodnjo preplavljale trg z velikimi količinami izdelkov nižjega cenovnega razreda. Na tem mestu se mi zdi nujno poudariti nekatere ključne kronološke trenutke po osamosvojitvi Slovenije, ki so omogočili razvoj slovenskega malega in srednje velikega gospodarstva.

V obdobju pred osamosvojitvijo je bilo značilno pomanjkanje enot malega gospodarstva v celotni gospodarski strukturi. V tem obdobju je bilo malo gospodarstvo razvito predvsem kot zasebni obrtniški sektor. Struktura podjetij v gospodarstvu pa se je začela spreminjati s sprejemom Zakona o podjetjih leta 1988 in z razpadom velikih državnih podjetij po letu 1990. Reforme poslovnega sektorja so bile usmerjene v spodbujanje razvoja zasebnega sektorja, preoblikovanje organizacij združenega dela v gospodarske družbe in v izgradnjo tržnega poslovnega okolja. Tako se je v Sloveniji začelo novo obdobje v razvoju MSP (Žakelj 2004).

S sprejetjem Zakona o razvoju malega gospodarstva v letu 1991 je bil natančneje opredeljen pojem malega gospodarstva. Slovenska vlada je ustanovila Javni sklad za razvoj malega gospodarstva (JSMG)⁵. V letu 1992 je bil ustanovljen tudi Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG)⁶. Ta ima nalogo koordinacije in krepitev kakovosti storitev pospeševalne mreže za malo gospodarstvo na lokalni ravni, nadalje nalogo koordinacije in razvoja storitev mreže Euro-info Centrov v Sloveniji (Žakelj 2004). V letu 1992 je bil ustanovljen tudi Slovenski podjetniški sklad za razvoj malega gospodarstva.

V obdobju do leta 1993 je zakonodaja omogočala hitro rast števila novih podjetij, saj ustanovitelji niso potrebovali večjega ustanovnega kapitala. Takšne razmere pa so imele negativne posledice za ekonomsko varnost investorjev in poslovnih partnerjev. Spremembe je prinesel Zakon o gospodarskih družbah, ki je uvedel enotno zakonsko

⁵ Osrednjo dejavnost v JSMG je predstavljala ponudba ugodnih kreditov za MSP in sicer posredno preko bank. Ti krediti so omogočili nove investicije ter odprtje 3.810 novih delovnih mest.

⁶ PCMG je bil leta 2004 statusno preoblikovan v javno agencijo, ki v pravnem prometu nastopa s skrajšano firmo JAPTI (Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije).

ureditev za vse gospodarske subjekte in tako odpravil ločevanje na podjetniški in obrtniški sektor. Zakon je uvedel tudi bistveno večji znesek ustanovnega kapitala za kapitalske družbe. Posledično so nastale velike administrativne težave, kar je povzročilo zaustavljanje enostavnejšega in zelo poceni ustanavljanja gospodarskih družb. Tako se rast števila gospodarskih subjektov po letu 1994 ni nadaljevala, ampak je prišlo do stagnacije ustanavljanja novih podjetij⁷ (Siljan 2005).

Z namenom izboljšanja poslovnega okolja za MSP je bila leta 1996 pripravljena prva Strategija razvoja malega gospodarstva, katere vsebina je bila zajeta tudi v Strategijo RS za vključitev v EU. V letu 2001 je bila izoblikovana nova Strategija razvoja MSP in podjetništva, ki je enotam malega gospodarstva priznala osrednjo vlogo pri zagotavljanju razvoja, uvajanju strukturnih sprememb in izboljševanju konkurenčne sposobnosti slovenskega gospodarstva. V letu 2002 je slovenska vlada podpisala t.i. Mariborsko deklaracijo, s katero je pristopila k izvajanju Večletnega programa za podjetja in podjetništvo, predvsem za mala in srednje velika podjetja⁸ (Siljan 2005).

S članstvom v EU so se Sloveniji odprle nove možnosti za črpanje sredstev iz evropskih strukturnih skladov in drugih programov za podporo MSP in podjetništva. Ministrstvo za gospodarstvo je v letu 2002 objavilo Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2002–2006. Ta program predstavlja osnovo pri usmerjanju dejavnosti in porabi proračunskih sredstev ministrstva za potrebe krepitev konkurenčnih sposobnosti gospodarstva, poleg tega pa je potrjen kot shema za dodeljevanje državnih pomoči pri Evropski komisiji. Zakon o razvoju malega gospodarstva se je v praksi izkazal za pomanjkljivega, zato je vlada v letu 2004 sprejela Zakon o podpornem okolju za podjetništvo kot osnovo vodenja podjetniške politike. S tem zakonom želi država vzpostaviti takšno podjetniško okolje, ki bo aktiviralo človeške, materialne ter finančne

⁷ Razloge za stagnacijo moramo iskati predvsem v izčrpanju začetnega podjetniškega potenciala, zapolnitvi tržnih niš na omejenem slovenskem trgu, skromnem dotoku tujega kapitala v Slovenijo ter že omenjeni zakonski zahtevi po zagotovitvi večjega ustanovnega kapitala za ustanavljanje kapitalskih družb.

⁸ Podpis Mariborske deklaracije je pomemben, saj je naša država s tem dejanjem priznala pomembnost principov Evropske listine za mala podjetja ter se enakopravno vključila v programe EU za ustvarjanje stimulativnega podjetniškega okolja in mrežo Euro-Info centrov. Zagotovila pa si je tudi izmenjavo najboljših praks med državami članicami s področja spodbujanja MSP ter vključitev v evropske finančne programe za spodbujanje razvoja podjetništva in MSP.

vire za uspešno rast podjetij in optimalno izkoriščanje podjetniških in inovacijskih potencialov v Sloveniji. Ob koncu leta 2003 je vlada objavila Enotni programski dokument za obdobje 2004–2006, ki pomeni izhodišče za črpanje strukturnih sredstev. Slovensko malo gospodarstvo se pri svojem delovanju tudi danes srečuje s številnimi ovirami. MSP se pri svojem delovanju srečujejo z ovirami, ki so po raziskavah Evropskega observatorija za mala in srednje velika podjetja podobne tistim, s katerimi se srečujejo tudi MSP v ostalih državah članicah EU⁹. Odpravljanje vseh teh ovir pa bo odvisno tako od hitrega, uspešnega in doslednega izvajanja sprejetih ukrepov s strani države, kakor tudi od podjetnikov samih, njihovega znanja in inovativnosti (Žakelj 2004).

23. oktobra leta 2007 je vlada sprejela nov Zakon o podpornem okolju za podjetništvo (ZPOP – 1). Ta zakon določa ukrepe za spodbujanje podjetništva in organiziranost na tem področju ter postopke za dodeljevanje sredstev, namenjenih oblikovanju podpornega okolja za podjetništvo (Zakon o podpornem okolju za podjetništvo, 2. čl.). Naloge in programe za oblikovanje in razvoj podjetniškega okolja izvajajo pristojna ministrstva, Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije ter Slovenski podjetniški sklad. Poleg tega je Ministrstvo za gospodarstvo leta 2007 sprejelo Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013.

3.4 Vpliv malih in srednje velikih podjetij v sodobnih gospodarstvih

Kot sem že omenila je bila velikost podjetja v sredini prejšnjega stoletja ključni dejavnik pri zagotavljanju ekonomije obsega, osvajanju in izkoriščanju tujih trgov ter za prilagajanje novim poslovnim priložnostim in tehnologijam. Vlade posameznih držav in njihova gospodarstva so bila usmerjena k spodbujanju masovne proizvodnje, male gospodarske enote pa so pogosto obravnavale kot neučinkovita in nepomembna pri zagotavljanju gospodarske rasti in blaginje. Z liberalizacijo svetovne trgovine,

⁹ Bistveni problem predstavljajo težave povezane z neurejenim okoljem, v katerem delujejo MSP. Tukaj je potrebno izpostaviti slab prenos znanj iz univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja, nadalje neučinkovit in potrebam MSP neprilagojen bančni sistem, visoki stroški finančne podpore, pomanjkanje tveganega kapitala, problem plačilne nediscipline in nenazadnje prepočasno odpravljanje administrativnih ovir ter pomanjkanje primernih kadrov na trgu dela.

povečevanjem konkurence na mednarodnih trgih ter uvajanjem novih tehnologij, pa se je trend obrnil v korist MSP (Žakelj 2004, 13). Mala in srednje velika podjetja tako povečujejo učinkovitost gospodarstva, vplivajo na zaposlenost, prispevajo k inovacijam ter povečujejo dohodke v regiji.

3.4.1 Vpliv na gospodarstvo

Razvoj malih in srednje velikih podjetij izboljšuje učinkovitost gospodarstva, daje ustrezno fleksibilnost in zaokroženost ter vodi do nastajanja svetovno konkurenčnih podjetij. Bistvenega pomena je dejstvo, da enote malega gospodarstva omogočajo prilagajanje velikostne strukture slovenskega gospodarstva konkurenčni evropski in svetovni strukturi. Za MSP je značilna večja prilagodljivost, razvoj novih tehnologij in novih proizvodov (Tajnikar 1997, 17). MSP danes priznavajo vlogo najbolj dinamičnega dela gospodarstva, zlasti tistim MSP, ki so sposobna konkurirati na razvitih trgih in ustvarjati visoko dodano vrednost. V današnjem globalnem poslovnem okolju sta sposobnost hitrega reagiranja na nove poslovne priložnosti in pravočasno oblikovanje inovativnih idej v inovativne tržne produkte najbolj ključna elementa uspešnega in dinamičnega gospodarstva. Ker so majhna podjetja v svojem delovanju pogosto bolj prilagodljiva od velikih podjetij, od njih postopoma prevzemajo vlogo hrbtenice uspešnih nacionalnih gospodarstev. Pri tem postajajo čedalje bolj internacionalizirana bodisi neposredno ali posredno, kot poslovni partnerji velikih mednarodnih uspešnih podjetij, ker je domači trg premajhen (Žakelj 2004, 12).

Slovenija se je spremenila iz tipične industrijske države v državo z razvitimi sekundarnimi in terciarnimi sektorji. Tako največ novih podjetij nastaja na področju finančnih in drugih poslovnih storitev ter v trgovini (Tajnikar 1997, 21).

3.4.2 Vpliv na zaposlenost

V Evropski uniji imajo MSP velik pomen pri generiranju gospodarske rasti ter pri zagotavljanju večine novih delovnih mest¹⁰. MSP so zastopana praktično v vseh sektorjih gospodarstva, največ pa jih zasledimo v storitvenem sektorju, kjer zagotavljajo tudi največji delež zaposlitev. MSP igrajo pomembno vlogo pri izboljševanju

¹⁰ Leta 2008 je bilo v EU 23 milijonov MSP. Ustvarjajo kar 80 % vseh delovnih mest v Evropi.

alokacijske učinkovitosti kapitala in pri ustvarjanju novih delovnih mest. Na ta način prispevajo h gospodarski uspešnosti in socialni koheziji (Žakelj 2004).

3.4.3 Vpliv na področje inovacij

MSP so tudi zelo inovativna. Dinamična, visoko tehnološka mala podjetja so ključni nosilec inovacij, še posebej v obrtniški dejavnosti. Mala podjetja veliko vlagajo v diferenciacijo proizvodov, inovativne oblike distribucije in prodaje, v prilaganje proizvodov in storitev povpraševanju. S svojo fleksibilnostjo pospešujejo uporabo različnih novosti. Na področju raziskav in razvoja so omejena s finančnimi sredstvi in kadrovskim potencialom, kar pa zlasti ob državnih spodbudah premagujejo z mrežnim povezovanjem in ustanavljanjem R&R konzorcijev večjega števila podjetij (Glas 2000a, 48).

3.4.4 Povečanje dohodka v regiji

Prodor MSP na tuje trge je otežen zaradi pomanjkanja finančnih sredstev, znanja, zmožnosti in izkušenj podjetnikov. Pri tem jim mora država nuditi učinkovito podporo s spodbujanjem skupnega nastopa na tujih trgih, z informacijsko podporo, z organizacijo predstavništev in poslovnih stikov (Glas 2000a, 48).

3.5 Položaj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji

Malo podjetništvo je pomemben dejavnik razvoja v vseh razvitih ekonomijah. Zelo pomemben predstavnik slovenskega gospodarstva so tako kot tudi drugod po svetu mala podjetja. Slovenska MSP so danes najpomembnejši del gospodarstva. Kar 99,7 % vseh gospodarskih subjektov je iz kategorije MSP, samo 0,3 % je velikih podjetij (Kalacun 2004). Govorimo lahko torej o deželi malega gospodarstva. Njihov pomen se kaže tako na področju zaposlovanja, deleža v bruto produktu držav kot tudi na ostalih področjih. Za razvoj malih podjetij v Sloveniji je značilno, da niso nastajala zaradi želje po rasti in širitvi dejavnosti, ampak zaradi preživetja. Malo gospodarstvo je bilo ventil za reševanje brezposelnosti in prostor za realizacijo poslovnih in socialno–podjetniških idej.

Položaj podjetništva je danes boljši, drugačen kot je bil pred desetimi, dvajsetimi leti. S tehnološkimi spremembami, predvsem na področju informacijsko–komunikacijske tehnologije so nastale nove poslovne priložnosti in izzivi za številna podjetja. Te spremembe izboljšujejo dostop do znanja in omogočajo oblikovanje novih tržnih priložnosti ter uvajanje inovativnih pristopov v organizacijo proizvodnje. Na drugi strani pa ekspanzija informacij, ki so na voljo v današnjem gospodarskem okolju, otežuje uspešnost vodenja MSP. Kadar ta podjetja pri svojem poslovanju presežejo lokalne okvire, imajo pogosto težave pri razumevanju novega tržnega okolja ter potrebo in želja kupcev (Žakelj 2004, 15).

Slovenska MSP se soočajo s podobnimi težavami kot mala podjetja drugod. Podjetništvo zaznamujejo pomanjkanje podjetniške kulture, neučinkovito in nepopolno podporno okolje, nezadostna in nepopolna infrastruktura, pomanjkanje vlaganj v razvoj, slabo povezovanje gospodarstva z znanostjo, pomanjkanje visoko usposobljenih kadrov v gospodarstvu, nezadostna podpora ter pomanjkanje trga na področju inovacij in nenazadnje pomanjkanje ugodnih finančnih virov.

Mala podjetja so najbolj občutljiva na spremembe v poslovnem okolju. Prva so, ki občutijo breme birokracije in prva reagirajo na pobude za njeno zmanjševanje ter nagrajujejo uspeh. Položaj malih podjetij se v Sloveniji in Evropski uniji lahko izboljša z aktivnostmi usmerjenimi v spodbujanje podjetništva, v ocenjevanje obstoječih ukrepov, in kadar je to potrebno, v njihovi prilagoditvi malim podjetjem in z upoštevanjem potreb malih podjetij pri pripravi politik.

Rebernik (Rebernik 1997, 32-33) navaja, da so z vstopom Slovenije v EU majhna podjetja izpostavljena tudi nekaterim nevarnostim na skupnem evropskem trgu. Nevarnosti so zlasti naslednje:

- majhna podjetja so močno izpostavljena mednarodni konkurenci, predvsem velikih in malih tujih podjetij, kar prinaša s seboj tveganja večjega vdora uvoznih dobrin na slovenski trg,
- v nekaterih dejavnostih ima skupni evropski trg za posledico koncentracijo proizvodnje v večjih podjetjih, še zlasti v manj razvitih članicah skupnosti,

- velika podjetja, ki imajo močan vpliv na trgu vsiljujejo strožje kriterije dobaviteljem, zlasti pri standardih kvalitete in cenah zato postaja mednarodni trg bolj konkurenčen,
- potencial za ustvarjanje delovnih mest se lahko zniža zaradi uvajanja novih sodobnih tehnologij, ki so delovno varčne in zaradi visokih stroškov dela v majhnih podjetjih.

Na delovanje MSP vplivajo določeni dejavniki, ki jih lahko razdelimo na zunanje in notranje (Siljan 2005):

Med zunanjimi dejavniki srečamo tiste, na katere sama podjetja ne morejo vplivati. Ločimo naslednje zunanje dejavnike: makroekonomsko okolje, trgovinska politika in delovanje državnih institucij. V razmerah makroekonomske nestabilnosti, neustreznega regulatornega in administrativnega okolja ter šibkih državnih institucij nastane neugodno zunanje okolje za delovanje MSP, še posebno za tista podjetja, ki skušajo preseči lokalni trg (Siljan 2005).

Notranji dejavniki pa so tisti dejavniki, ki jih srečamo znotraj samih podjetij, in sicer: dostop do informacij, dostop do napredne tehnologije ter znanja, kakovost zaposlene delovne sile in dostop do finančnih virov. Za notranje dejavnike je značilno, da nanje lahko podjetja vsaj deloma vplivajo. Ob tem pa je potrebno omeniti, da je dostop do finančnih virov odvisen tudi od razvitosti finančnih trgov, državnih podpornih ukrepov in odnosa poslovnih bank do MSP (Siljan 2005).

Potrebno je povedati, da po kazalcih sodeč zaostajamo za mnogimi evropskimi državami. Slovenski strokovnjaki, ki so ocenjevali podjetniško okolje v Sloveniji, so najnižjo oceno dodelili vladnim politikam na področju regulative, najvišjo pa dostopu do fizične infrastrukture. Po njihovem mnenju Slovenija ni prijazna do novih podjetij, ki ne morejo dobiti večine potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni, davčna in ostala vladna regulativa nista konsistentni, višina davkov pa predstavlja breme za nova

in rastoča podjetja. Poleg tega so sprejeli tudi predloge¹¹ o vladni politiki, ki bi v Sloveniji pospešila podjetništvo (Rebernik in drugi 2006, 14–15).

Tudi raziskava v okviru projekta GEM je pokazala, da je Slovenija po indeksu podjetniške aktivnosti v zadnji tretjini raziskanih držav. Količnik propada novih mladih podjetij je pri nas najvišji v Evropi. Pada konkurenčnost gospodarstva, dodana vrednost pri malih podjetjih zaostaja za podobnimi malimi podjetji v Evropi za dvakrat, pri velikih za štirikrat. Torej velika večina kazalnikov, ki jih dobimo iz mednarodnih primerjav, je za slovensko podjetništvo neugodna (Kalacun 2004). Po mnenju Pšenyčnega (Kalacun 2004) mora Slovenija, če hoče ostati nad povprečjem EU na prvo mesto postaviti znanje. Država mora resno preučiti vsa tista področja, kjer je treba vlaganje v znanje okrepiti. Podobno je seveda treba okrepiti tudi vlaganje v raziskave, v znanost in predvsem v prenos te znanosti v podjetništvo. Država mora spodbujati tuje investicije, ki omogočajo hitrejši prenos tujih tehnologij v primerjavi z neposrednim nakupom tehnologije s strani samih podjetij. Pri identifikaciji, izbiri in prenosu nove tehnologije in znanja v praktično uporabo pa je pomembno tudi sodelovanje MSP z univerzami in raziskovalnimi inštituti. Na tem področju pa je pri nas zaznati šibko točko ravno pri prenosu sodobnih tehnologij in znanja v gospodarstvo (Kalacun 2004). Poleg tega je po mnenju Pšenyčnega (Kalacun 2004) treba tudi bistveno povečati možnosti dostopa do financ. MSP imajo pogosto težave pri izbiri najbolj primerne načina financiranja. Bistveno oviro pa predstavlja že sama dostopnost do finančnih virov. Pomembno je, da se neugodne finančne situacije zaveda tudi država in nudi podporo MSP preko poslovnih bank. Vendar pa krivda za težji dostop do finančnih virov ni samo na strani države in finančnih ustanov. MSP pogosto primanjkuje znanja in informacij pri financiranju, zato ne izkoristijo niti danih finančnih možnosti. Pogosto je prisotno nerazumevanje finančnikov in tudi samih podjetnikov v zvezi z vprašanji kdo in pod kakšnimi pogoji naj bi dajal sredstva. Podjetja v začetni fazi preveč pričakujejo od bank,

¹¹ Vlada naj doseže nacionalni konsenz o ekonomskem razvoju ter izboljša koordinacijo ekonomske politike, davčna politika mora spodbujati investicije v rast in razvoj podjetij oziroma v tehnologijo (investicije v raziskave in razvoj naj bi sodile k davčnim olajšavam), davčni sistem pa mora biti enostaven in pregleden. Vlada naj poenostavi postopke za ustanovitev podjetij in zmanjša administrativna bremena, instrumenti vlade za pospeševanje in promocijo podjetništva pa morajo biti posredni in usmerjeni v povečevanje konkurenčnosti, kot so skladi tveganega kapitala, subvencioniranje obrestne mere ter vavčerski sistem svetovanja.

po drugi strani pa bi morale tudi banke podjetjem pomagati prerasti pomanjkljivosti v znanju. Banke bi morale podjetjem, katerim odobrijo večje zneske posojil nuditi tudi svetovalno in izobraževalno podporo (Planinc 2004, 21). Država bi morala poleg znanja in financ urediti tudi davčno politiko tako, da bo spodbudna za najmanjše gospodarske subjekte (Kalacun 2004).

V Obrtno podjetniški zbornici Slovenije (v nadaljevanju OZS) ugotavljajo, da je bilo v zadnjih letih tudi v Sloveniji za razvoj podjetništva narejenega veliko, da v nekaterih pogledih celo prehitavamo vrsto članic EU, po nekaterih kazalnikih mednarodnih raziskav pa smo še vedno pri repu »podjetniških držav«. Med uspehi je potrebno omeniti, da je bilo odpravljeno veliko administrativnih ovir za poslovanje, v marsičem se je poenostavila davčna zakonodaja, precej zakonskih rešitev je bilo pripravljenih in sprejetih v duhu »najprej misli na male«, prijaznejša kot prej, je malim podjetjem tudi zakonodaja s področja javnega naročanja, še nikoli doslej za začetek in rast podjetja ni bilo na voljo tako razvejanega podjetniškega podpornega okolja (od inkubatorjev, tehnoloških parkov do obrtno - podjetniških con). Kljub temu je leta 2008 OZS objavila več kot 115 konkretnih zahtev, predlogov oziroma problemov, ki pestijo malo gospodarstvo v Sloveniji. V tem poglavju bom predstavila sedem ključnih področij, katerim država po mnenju OZS posveča še vedno premalo pozornosti (Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije 2008):

1. Učinkovit davčni sistem–generator razvoja

Nova davčna zakonodaja mora biti zasnovana tako, da jo bodo obrtniki in podjetniki lahko enostavno spoštovali in prekrški ne bodo posledica njene zapletenosti, temveč edino zavestne kršitve posameznika. Mali delodajalci so zahtevali, da se znižajo stroški dela, da se ukine davek na plače in da se ustrezneje obremeni kapital, ki je po sedanji davčni zakonodaji še vedno v privilegiranem položaju. Znižajo naj se prispevki za socialno varnost za samostojne podjetnike v posameznih zavarovalnih razredih Zakona o pokojninskem in invalidskem zavarovanju. Potrebna je ponovna uvedba davčnih olajšav za investicije. Z ukinitvijo davčnih olajšav za vlaganja v osnovna sredstva se je davčna obremenitev teh podjetij znatno povečala, hkrati s tem pa se je bistveno zmanjšala sposobnost prilagajanja tržnim priložnostim. Žal so mikro, majhne družbe in samostojni podjetniki finančno prešibki in tudi njihova dejavnost mnogim ne omogoča, da bi bili sposobni vlagati v raziskave in razvoj. Obrtnike in podjetnike z visoko

poslovno in državljansko moralo je potrebno z znižanjem davčnega bremena vzpodbuditi k še intenzivnejšemu delu, ki bo posledično pripeljalo tudi do povečanega zaposlovanja in vključevanja večjega števila družbenih resursov. Po zgledu mnogih držav EU naj Slovenija komaj ustanovljenim podjetjem doda nov zagon z izvzetjem, oprostitvijo ali zmanjšanjem davčnih bremen. Vse skupaj se bo že na kratek rok odrazilo v visoki gospodarski rasti in posledično dvigu blaginje vseh državljanov (Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije 2008).

2. Posodabljanje trga dela–mobilnost v zaposlovanju

Nov Zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o delovnih razmerjih, ki je bil sprejet konec leta 2007, kljub velikemu naporu pogajalcev iz delodajalskih vrst ni prinesel korenitih sprememb, ki jih je nenazadnje napovedovala tudi Vlada Republike Slovenije v svojem programu reform delovnopravne zakonodaje. Vse zahteve delodajalcev za spremembo te zakonodaje so bile v največji možni meri usmerjene v doseg evropsko primerljive fleksibilnosti in konkurenčnosti delovne sile, s čimer bi se lahko pomembneje znižal stroškovni vidik poslovanja. Pri tem je izjemnega pomena, predvsem pri uveljavljanju prožnejšega trga dela, vzdrževanje ravnotežja med prožnostjo in varnostjo oziroma vzpostavljanje sistema tako imenovane prožne varnosti. Zaradi različnih interesov sindikalnih predstavnikov, ki so največkrat preveč kratkoročnega značaja, se pojavljajo problemi tudi glede mobilnosti v zaposlovanju. Glede na geopolitični položaj naše države bo potrebno v naslednjih letih omogočiti zaposlitev iskalcem dela ne samo iz držav, ki so članice EU, temveč tudi vsem, ki s svojim dobrim znanjem in delovnimi navadami prihajajo iz tretjih držav. Na podlagi tega je Evropska komisija predstavila nov akcijski načrt za promocijo mobilnosti v zaposlovanju prav v času predsedovanja Slovenije Svetu EU, saj predstavlja naša država dobro vez med ostalimi članicami EU in državami na območju bivše Jugoslavije (Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije 2008).

3. Odprava administrativnih ovir–nacionalna raven

Raziskava, ki jo je v sodelovanju z državami članicami EU izvedla Evropska komisija, je pokazala, da v povprečju 55 % administrativnih ovir nastane na ravni nacionalne zakonodaje (OZS 2008). To dejansko pomeni, da države same, poleg zakonodaje EU, dodatno zaostrujejo nacionalne predpise in s tem dodatno prispevajo k obremenitvi gospodarstva in državljanov. Zato je Evropska komisija k sodelovanju pri odpravljanju

administrativnih ovir povabila države članice, da si tudi na nacionalni ravni postavijo enako ambiciozne cilje. Povabilu se je odzvala tudi Slovenija, ki je ena od najaktivnejših držav na tem področju. V ministrstvu za javno upravo že dalj časa zelo uspešno izvajajo ukrepe za odpravo administrativnih ovir in zmanjšanje birokracije. K sodelovanju so bili poleg gospodarskih združenj in posameznih gospodarskih subjektov vabljeni tudi vsi državljani, ki lahko svoje pripombe, mnenja in predloge sporočajo ministrstvu v elektronski obliki. Prvi program odprave administrativnih ovir je Vlada Republike Slovenije sprejela že konec leta 2005, tekoči program za leto 2008 pa je razdeljen na dva dela: na posamezne ukrepe za odpravo administrativnih ovir v Sloveniji, kjer se upoštevajo tudi predlogi zbornic, združenj, državljanov in druge zainteresirane javnosti, ter akcijski program za odpravo administrativnih ovir v EU (Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije 2008).

4. Prijazno poslovno okolje–ključ do uspešnega podjetništva

Veliko oviro za hitrejši razvoj in konkurenčnost slovenskega in tudi evropskega gospodarstva predstavlja pomanjkanje podjetniškega duha in pogosto negativen odnos družbe do privatnih podjetij oziroma podjetnikov kljub raziskavam, ki kažejo, da si 45 % Evropejcev želi stopiti na samostojno poslovno pot¹². Poleg družbenega je za uspešno podjetništvo še bolj pomembno poslovno okolje. To mora biti podjetništvu prijazno, saj mora omogočati hiter vstop in izstop iz dejavnosti, čim lažje zapiranje podjetja v primeru neuspešnega poslovanja ali omogočiti kar najhitrejšo spremembo dejavnosti, če tako narekujejo tržne situacije. Vzpostaviti je potrebno trg mikro in malih podjetij (prodaja in nakupi deležev ali celih podjetij) in poenostaviti prenos lastnine, pravic in obveznosti na družinske člane oziroma naslednike v primeru prenosa dejavnosti pri samostojnih podjetnikih (Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije 2008).

5. Znanje–pot do večje strokovnosti

Zaradi hitre gospodarske rasti, vplivov demografskih sprememb ter trendov po doseganju čim višje stopnje izobrazbe in posledično poznejšega vstopa na trg delovne sile, v zadnjih letih vse bolj primanjkuje ustrezne delovne sile tudi za obrtnike in male podjetnike, ki so pomemben element gospodarskega razvoja. Spremembe v sistemu

¹² V Združenih državah Amerike je pripravljenost za ustanavljanje lastnih podjetij izrazilo kar 61 % vseh anketirancev.

srednjega poklicnega in strokovnega izobraževanja ter višjega in visokega strokovnega izobraževanja ob podpornih ukrepih sicer uveljavljajo rešitve v načrtovanju in izvajanju izobraževanja po meri gospodarstva in z njegovim tesnim sodelovanjem, a bo potrebno z različnimi predlaganimi ukrepi okrepiti generacije, ki jih šole in delodajalci skupaj lahko ustrezno izobrazijo in usposobijo. Odraslim bo potrebno z izrednim izobraževanjem ob delu in iz dela v duhu vseživljenjskega učenja omogočiti nadaljevanje izobraževanja in povečevanje njihove prilagodljivosti novim razmeram na trgih dela in zaposlovanja. Dosežen nivo strokovnosti delodajalcev za sodelovanje v izobraževanju Obrtna zbornica Slovenije dviguje tudi z uveljavljenim in razvejanim sistemom mojstrskih izpitov. 2.100 mojstrov še povečuje delodajalski potencial za kvalitetno izobraževanje. Pri tem je jasno, da je potrebno spremembam na programski in normativni ravni (poklicni standardi namesto nomenklatur, modularnost itd.) skupaj z evropskimi elementi (ustreznejše kreditno vrednotenje in ustrezna umestitev v nacionalni kvalifikacijski okvir idr.) slediti tudi v sistemu mojstrskih izpitov, jim odpreti neposreden prehod v terciarno izobraževanje ter ga nadgraditi z mojstri na višji ravni zahtevnosti in stopnji formalne izobrazbe (Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije 2008).

6. Ekologija–priložnost za gospodarsko rast

Ne samo da je ekologija ključnega pomena za kakovost življenja sedanje in prihodnje generacije, temveč je lahko tudi možnost za stalno gospodarsko rast. Mnenje tako v razvitih članicah EU kot tudi v Sloveniji je, da je ta ocena realna, saj naša okoljska politika temelji na prepričanju, da visoki okoljski standardi spodbujajo inovacije in poslovne priložnosti. Evropska komisija je trdno prepričana, da so načrti za zmanjševanje vpliva na okolje in podnebne spremembe izvedljivi, realni in da pozitivno vplivajo na evropsko gospodarsko rast. V EU se v dobri meri izpolnjujejo posamezni ukrepi iz akcijskega programa z naslovom »Okolje 2010«, ki se osredotoča na podnebne spremembe in globalno segrevanje, naravne habitate in prosto živeče živali, vprašanja v zvezi z okoljem in zdravjem ter naravne vire in ravnanje z odpadki. V Obrtno–podjetniški zbornici Slovenije se strinjajo, da je varovanje okolja primarnega pomena za nemoten gospodarski razvoj, vendar opozarjajo, da bi morali pri vseh ukrepih paziti, da se ne postavlja nepotrebnih birokratskih ovir in da se najdejo načini, ki bodo ustrezali tako specifični kot tudi zmožnostim mikro in malih podjetij (Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije 2008).

7. Odprava administrativnih ovir–na ravni EU

Država se vse bolj zaveda, da je pretirana birokracija ena od poglobitnih ovir za doseganje večje konkurenčnosti evropskega gospodarstva in hitrejšega uresničevanja Lizbonske strategije. Zaradi tega že nekaj časa potekajo na evropski ravni intenzivne aktivnosti za zmanjševanje administrativnih ovir oziroma zmanjševanje nepotrebnih administrativnih stroškov. Evropska komisija je januarja 2007 izdala dokument z naslovom »Aksijski program za odpravo administrativnih ovir v EU«, ki ga je na spomladanskem zasedanju Evropski svet v Bruslju tudi potrdil. V programu so opredeljene aktivnosti, ki jih bo na ravni EU izvedla Evropska komisija zato, da se administrativni stroški do leta 2012 zmanjšajo za 25 odstotkov.

Posebna pozornost je namenjena malim in srednjim podjetjem, saj pretirana birokracija temu segmentu gospodarstva povzroča največje ovire. Program ima 13 prednostnih področij (Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije 2008):

- pravo gospodarskih družb,
- farmacevtska zakonodaja,
- delovno okolje in delovna razmerja,
- davčno pravo,
- statistika,
- kmetijstvo in kmetijske subvencije,
- varnost hrane,
- promet,
- ribištvo,
- finančne storitve,
- okolje,
- kohezijska politika,
- javna naročila.

Evropska komisija je sredi marca 2008 že sprejela paket enajstih ukrepov, ki naj bi podjetjem zmanjšali administrativna bremena in s tem spodbudili gospodarski razvoj. Med najbolj zanimive ukrepe spadajo (Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije 2008):

- zmanjšanje števila prevodov pri odpiranju podružnice izven matične države;
- manjše zahteve pri finančnih letnih poročilih MSP;

- zmanjšanje količine obrazcev pri uvedbi novih proizvodov in olajšanje njihovega plasmaja na evropski trg;
- zmanjšanje zahtev za poročanje (npr. Intrastat poročila).

4 ODNOS DRŽAVE DO MALEGA GOSPODARSTVA V SLOVENIJI KOT PRIMER POLICY ANALIZE

Policy analizo razumemo kot analizo oziroma raziskovanje javnih politik oziroma kot strokovno podporo odločevalcem v procesu oblikovanja in izvajanja javnih politik. Policy analiza je lahko opisna oziroma deskriptivna, kar pomeni, da pomaga razumeti procese oblikovanja in izvajanja vladnih politik. Lahko pa je svetovalna oziroma perskriptivna, kar pomeni, da pomaga pri izboljšavah v procesu oblikovanja, izvajanja in vrednotenja javnih politik (Fink–Hafner in Lajh, ur. 2002).

V diplomski nalogi se prepletata tako opisna kot svetovalna policy analiza. V prvem delu se osredotočim predvsem na opisovanje stanja malega gospodarstva v Sloveniji, s katerim želim pojasniti procese oblikovanja in izvajanja vladnih politik. V drugem delu, predvsem v zaključku, pa vpeljem svetovalno oziroma perskriptivno policy analizo, s katero poskušam dati usmeritve oziroma priporočila za prihodnost.

4.1 Oblikovalci javnih politik

Oblikovanja javnih politik ni brez osebkov, ki sodelujejo pri oblikovanju in izvajanju javnih politik. V literaturi najpogosteje zasledimo tipološko razlikovanje med državnimi igralci in civilno-družbenimi igralci. Razlika med njimi je v formalnem zakonitem pooblastilu, ki ga imajo državni igralci, ki oblikujejo javne politike (Fink–Hafner 2002, 16).

Ključni igralec pri oblikovanju in izvajanju javnih politik je vsekakor država, saj je nosilka monopola nad političnim odločanjem. Poleg državnih igralcev pa se v procese oblikovanja in izvajanja javnih politik vključujejo še nedržavni igralci—to so razne interesne skupine (delodajalske, delojemalske organizacije, podjetja). V procesu oblikovanja in izvajanja javnih politik pa igralci stopajo v različna omrežja oziroma razmerja (Fink–Hafner 2002, 16). V konkretnem primeru lahko zasledimo ravno državo

kot osrednjo javnopolitično igralko, nosilko monopola nad političnim odločanjem. Na drugi strani pa imamo predstavnike civilno-družbene sfere oziroma t.i. nedržavne igralce, v našem primeru podjetja, ki z državo vstopajo v razmerje.

Na področju upravljanja gospodarstva država danes deluje na dva načina – posredno in neposredno. Posredno z državnimi subvencijami, olajšavami, davčno politiko, gospodarsko in finančno politiko, neposredno pa kot država lastnik. Država je začela razvijati javne politike zaradi nerešenih problemov, ki so nastali v družbi. Pričakovanja, da se država angažira pri reševanju družbenih problemov, so se povečala, v skladu s tem pa je država pridobila tudi nova, obširnejša pooblastila. Rast intervencijske vloge države pa pomeni tudi razcvet mehanizmov, ki jih imajo na voljo javno-politični igralci za vplivanje na procese oblikovanja in izvajanja politik (Kotar 2002, 51).

4.2 Proces oblikovanja in izvajanja javnih politik

Proces oblikovanja in izvajanja javnih politik poteka v petih ključnih fazah. V prvi fazi se identificirajo družbeni oziroma javno-politični problemi, poleg tega pa se oblikuje tudi politični dnevni red. V vsakem primeru je prva faza javnega prepoznavanja družbenega primera in njenega uvrščanja na politični dnevni red v mnogih primerih odločilna. Brez javne zaznave problema, opozarjanja nanj in uvrščanje zadeve na politični dnevni red se proces političnega odločanja sploh ne začne. Po tem, ko se v javnosti razvije zavest o obstoju javnopolitičnega problema, je treba doseči, da politični odločevalci ta problem zaznajo kot dokaj pomemben, da ga uvrstijo na dnevni red (Fink–Hafner in Lajh 2002).

V drugi fazi procesa oblikovanja in izvajanja javnih politik gre za iskanje alternativnih rešitev problema. Vpleteni imajo lahko različne poglede na to, v čem je problem in kako bi ga bilo najboljšje rešiti. Monopolno pravico odločanja o tem, katera alternativna rešitev bo uzakonjena imajo politični odločevalci. Pri oblikovanju alternativnih rešitev je zelo pomembna široka identifikacija alternativnih rešitev, napovedovanje in vrednotenje pričakovanih zaželenih in nezaželenih posledic vsake od alternativnih rešitev (Fink–Hafner in Lajh 2002).

Politično odločanje o izboru alternativne rešitve pa imenujemo uzakonitev oziroma legalizacija. Po sprejetju politične odločitve preidemo na tretjo fazo policy procesa, implementacijo. Izvajanje javne politike lahko prinese pozitivne oziroma negativne učinke, na katere lahko prizadeti državljani oziroma družbene skupine opozarjajo. Tak način vrednotenja javnih politik kot tudi izjave, ocene političnih odločevalcev o učinkih sprejetih politik imenujemo politično vrednotenje oziroma evalvacija. Negativno vrednotenje lahko vodi v delne popravke stare politike ali pa celo v nov premislek o tem, kaj je pravzaprav policy problem in kako ga rešiti z novo javno politiko (Fink–Hafner in Lajh 2002).

Na podlagi konkretnega primera oziroma, če gledamo odnos države kot osrednjega javno-političnega igralca do malega gospodarstva v Sloveniji, lahko vidimo, da smo v zadnji fazi t.i. idealnega modela oblikovanja in izvajanja javnih politik. Celotno diplomsko delo je namenjeno vrednotenju odnosa države do malega gospodarstva.

4.3 Vrednotenje oziroma evalvacija javnih politik

Poglavitni in najbolj splošni cilj vrednotenja je pomagati ljudem in organizacijam izboljšati njihovo delo. Kot smo že ugotovili problem, ki ga analiziram sodi v peto fazo¹³ t.i. idealnega oziroma procesualnega modela oblikovanja in izvajanja javnih politik. Po mnenju Dye-a (Kustec 2002, 142) ima prav vrednotenje skorajda odločilno mesto v procesu izvajanja politike, saj njegovi izsledki lahko odločijo nadaljnjo usodo te politike. Če so ugotovitve o delovanju neke politike ali programa ugodne, se ta izvaja naprej v nespremenjeni ali delno korigirani obliki. Nasprotno pa negativni evalvacijski

¹³ Družboslovci so za lažje razumevanje znanosti o policy procesv političnega odločanja razvili več idealnih modelov, ki poenostavljeno orisujejo določene značilnosti oblikovanja in izvajanja javnih politik. Med njimi je za razumevanje znanosti o policy procesu in znanosti v policy procesu zelo pomemben procesualni model, ki temelji na razumevanju procesa oblikovanja in izvajanja javnih politik kot zaporedja časovno ločenih in vsebinsko različnih faz, in sicer:

1. identifikacija družbenih oziroma policy problemov in oblikovanje političnega dnevnega reda.
2. oblikovanje javnopolitičnih alternativnih rešitev družbenega problema.
3. uzakonitev oziroma legalizacija izbrane javnopolitične rešitve – navadno sprejem zakona.
4. izvajanje oziroma implementacija javne politike.
5. vrednotenje oziroma implementacija učinkov javne politike.

rezultati povzročijo težnjo oziroma potrebo po novem ali preoblikovanju starega izvajalskega procesa. Še enkrat je potrebno redefinirati ključni problem, vpleteni igralci pa morajo sprejeti ter izvesti alternativne predloge za rešitev tega problema. Torej po Dyevem sklepanju evalvacijske ugotovitve lahko vplivajo pozitivno oziroma negativno (Kustec 2002, 142).

V vsako evalvacijsko študijo je vpletena množica raznolikih vrst igralcev, ki so glede na razpoložljive vire, položaj v okolju, potrebe in interese različno močni in prepoznavni. Prav tako se vpleteni igralci med seboj razlikujejo po svojih pogledih, potrebah, interesih za izvedbo evalvacijskega raziskovanja, ki bo podalo ugotovitve o uspešnosti delovanja programa, pri katerem sodelujejo. Rossi in Freeman (Kustec v Fink–Hafner in Lajh 2002) sta izpostavila štiri ključne skupine, ki so vpletene v fazo izvajanja evalvacijskega raziskovanja:

- Skupino igralcev, ki program formalno sprejeme in določi smernice ter finančni okvir za izvajanje tega programa – vladne odločevalce.
- Skupino igralcev, ki program tehnično načrtajo in del tistih igralcev, ki skrbijo za dejansko izvajanje programa – programerje, ki najpogosteje prihajajo iz izvršilne veje oblasti.
- Skupino igralcev, na katero program učinkuje.
- Skupino igralcev, ki program ovrednoti – evalvatorje. V tem primeru so to igralci državnega tipa (zaposleni, ki so zadolženi za izvedbo evalvacije), pa tudi igralci civilno-družbenega tipa (zunanje strokovnjake), ki jih ena izmed zgornjih treh skupin najame za izdelavo evalvacijske študije.

4.4 Vloga države pri spodbujanju malega gospodarstva

Glede vloge posameznih držav, ki poudarjajo razvoj mikro, malih in srednje velikih podjetij, pravi Rebernik (Rebernik 2003, 22) sledeče: »Vladne politike posamezne države so oblikovane tako, da omogočajo in spodbujajo nastajanje velikega števila novih podjetij ter podpirajo razvoj najuspešnejših med njimi.« Vladna politika posamezne države lahko različno vpliva na samo podjetniško dinamiko in razvoj podjetij. Vlade lahko vplivajo na vzpostavljanje ali ohranjanje ugodnega podjetniškega okolja ali pa se osredotočajo na pomoč posameznim skupinam potencialno uspešnih

podjetij na določeni razvojni stopnji. Vladne programe spodbujanja mikro, malih in srednje velikih podjetij lahko v grobem delimo na trde in mehke podpore. Med trde oblike podpore sodijo finančni inštrumenti ter zagotavljanje ustreznih zemljišč in prostorov za poslovno dejavnost podjetja po ugodnih pogojih oziroma za oblikovanje poslovnih con, tehnoloških parkov in inkubatorjev. Med mehke oblike uvrščamo zagotavljanje različnih podpornih informacijskih in svetovalnih storitev ter programa izobraževanja in usposabljanja (Rebernik 2003).

Naloga države je, da poleg upoštevanja vloge mikro, malih in srednje velikih podjetij pri prestrukturiranju gospodarstva, promovira razvoj podjetništva, omogoča in izboljšuje dostop podjetij do tveganega kapitala in drugih virov financiranja ter pospešuje nastajanje novih podjetij (Žakelj 2004, 20).

Na razvoj MSP lahko država vpliva z:

- makroekonomske politike, predvsem s stabilnim gospodarskim okoljem;
- zakonodajo, ki ustvarja ugodne razmere za MSP;
- oblikami podpore, ki so naravnane na probleme MSP;
- promocije podjetij in podjetništva ter razvojem podjetniške kulture (Glas 2000a, 50).

Ker so MSP pri svojem poslovanju občutljiva, za razvoj gospodarstva pa zelo pomembna, potrebujejo poseben pristop. V ta namen imajo države posebne institucije, ki MSP nudijo svetovanje, izobraževanje in tehnično pomoč. Država mora ustvariti celoto treh sestavin uspešne podpore podjetjem – skladnost strategije (politike), institucij (organizacij) in programov storitev (Glas 2000a, 51). Da je doseženo ustrezno razmerje med stroški pomoči in njeno učinkovitostjo, mora država postaviti jasne cilje svoje politike, identificirati ustrezne programe, s katerimi bo zastavljene cilje v ustreznem času dosegla, in določiti učinkovite mehanizme (podporne organizacije) za izvajanje teh programov.

Načeloma velja, da je konkurenčnost gospodarstva odvisna od sposobnosti podjetij, da se hitro strukturno prilagajajo stalnim spremembam v svetu ali na trgu. Kljub temu ima po mnenju Antončiča (Antončič in drugi 2002, 40) pri tem tudi država pomembno

dvojno vlogo. Kot prvo naj bi zagotovila konkurenčno in stabilno okolje, kot drugo pa naj bi izvajala proaktivno politiko, s katero podjetja usposablja in spodbuja k čim hitrejšemu prilagajanju k strukturnim spremembam. To pomeni, da država ne nadomešča tržnega mehanizma, temveč z razvojnimi programi ustvarja trg za nova znanja kot na primer: uvaja programe usposabljanja, s katerimi povezuje najnovejše tuje znanje z domačim, spodbuja internacionalizacijo podjetij, povezane s tujimi strateškimi partnerji itd. Država ima torej vlogo katalizatorja določenih procesov, do katerih sicer verjetno niti ne bi prišlo brez njene udeležbe.

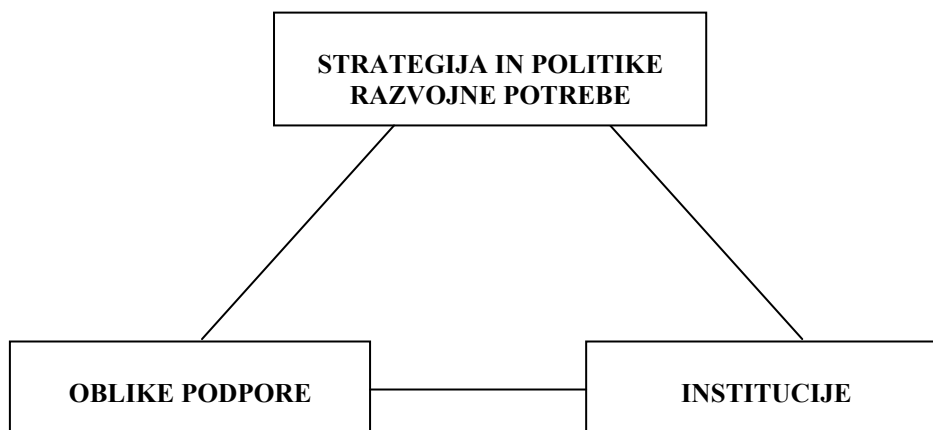
V Sloveniji tehnološko usmerjen razvoj zaostaja. Podjetništvo in inovacije, pri katerih se izkoriščajo nove tehnologije, bistveno povečajo hitrost, s katero se proizvodi in nove storitve pojavljajo na trgu oziroma so zamenjani z boljšimi, sta ključni gonilni sili, ki omogočata hitrejšo gospodarsko rast. To sta dejavnika, ki v globalni konkurenci pomenita konkurenčno prednost (Antončič in drugi 2002, 40).

Vlada je zato oblikovala proaktivno gospodarsko politiko, ki vsebuje programe namenjene pospeševanju konkurenčnih sposobnosti podjetij ne glede na velikost, lastništvo in dejavnost ter programe, ki so usmerjeni v pospeševanje podjetništva v MSP. Gre za programe, ki promovirajo podjetništvo in vzpodbujajo razvoj tako podpornega okolja kot tudi mikro, malih in srednjih podjetij¹⁴ (Antončič in drugi 2002, 40–41).

Za razvoj podjetništva je potrebno izhajati iz okvira podpore (glej Sliko 4.1). Prikazuje povezavo in odnos med politiko, podpornimi programi in podpornimi institucijami:

¹⁴ Primeri za to so: vavčerski sistem svetovanja, sistem usposabljanja za obrtništvo, podpora podjetnosti in ustvarjalnosti mladih, podpora poklicnemu uveljavljanju žensk, podpora delu na domu in delu na daljavo, garancije za dolgoročne investicijske kredite, subvencioniranje obresti za dolgoročna investicijska posojila, brezobrestna dolgoročna investicijska posojila za mlade podjetnike tehničnih smeri, ugodnejša posojila MSP, uvajanje inovativnih oblik financiranja, podpora regionalnim garancijskim shemam.

Slika 4.1: Okvir podpore razvoja malih podjetij



Vir: Glas (2000b, 235).

Vlada mora poleg proaktivne politike, glede na razvojne potrebe kot so na primer spodbujanje nastajanja novih podjetij, rast dinamičnih podjetij, izvoz, razvoj tehnologije, razviti tudi ustrezne institucije in s tem podporno okolje, ki ji mora slediti država in drugi poslovni subjekti v svojem delovanju. Na razvoj malega gospodarstva vpliva namreč vrsta subjektov (Zidar 1995, 43–44):

- Gospodarska zbornica in obrtna zbornica
- razna poslovna združenja
- združenja podjetnikov
- šolstvo in drugo usposabljanje
- specializirane finančne institucije
- svetovalne in storitvene organizacije
- razmerje med republiško in regionalno upravo
- oblike lokalne državne uprave
- slovenska vlada
- različne oblike lokalnih razvojnih pobud
- banke.

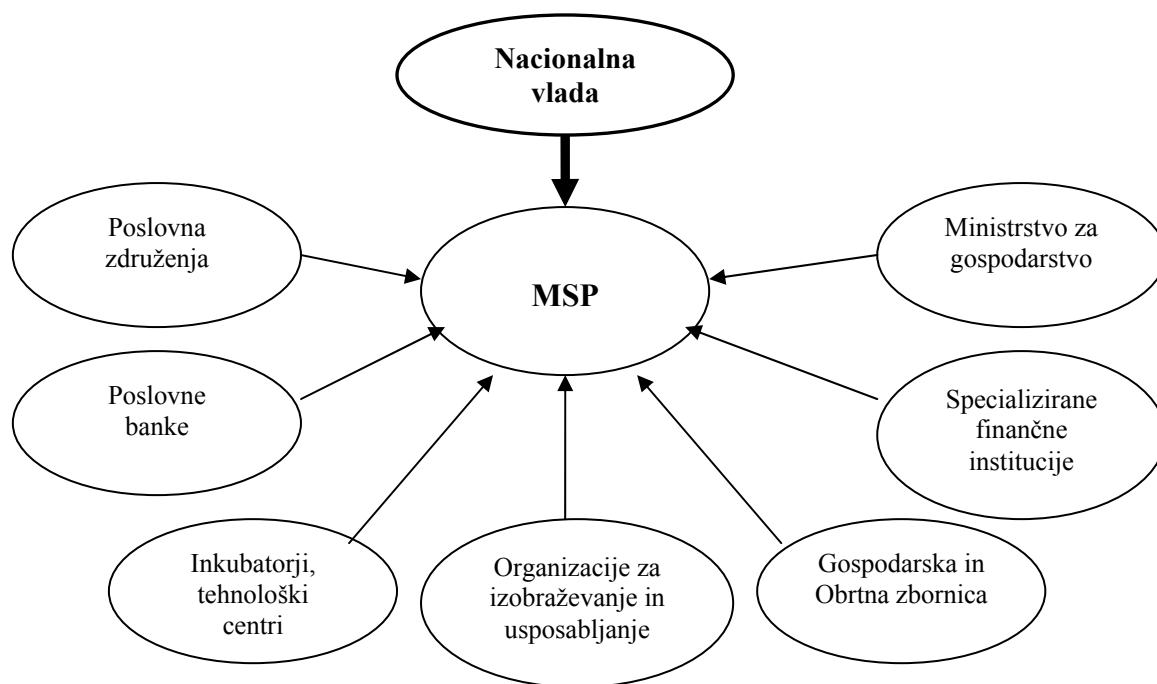
Pojavi se vprašanje, kako te subjekte povezati med seboj. Države to počno različno, pri tem pa se srečujejo z naslednjimi dilemami (Zidar 1995):

- Kako pri oblikah podpore povezati javne (državne) in privatne organizacije (izvajalce),
- v kakšni meri naj bo ta podpora standardizirana po vsej državi, koliko pa naj bo diferencirana na lokalne razmere,
- ali vse te oblike podpore integrirati v enotno organizacijo ali pa kot mrežo razmeroma avtonomnih oblik,
- ali naj bo podpora usmerjena le na mala podjetja ali odprta tudi za druga podjetja,
- ali uporabiti obstoječe subjekte ali razviti nove,
- kakšno naj bo razmerje med nacionalnimi, regionalnimi in lokalnimi institucijami.

4.5 Vrste podpornih institucij za malo gospodarstvo v Sloveniji

Podporne institucije za malo gospodarstvo v Sloveniji (glej Sliko 4.2) so skupek različnih organizacij, ki so deloma povezane z državo, deloma pa so nevladnega značaja. Vsaka od teh organizacij ponuja določene oblike pomoči oziroma programov storitev za MSP. Nekatere med njimi imajo že dolgo tradicijo mnoge pa nastajajo na novo. Ciljne skupine vseh oblik pomoči so podpora za poslovne začetnike, podpora za obstoječa podjetja v fazi rasti in razvoja (npr. razvoj novih proizvodov, vstop na nove trge, inovacije, izvoz, prenos tehnologije) ter podpora za obstoječa podjetja, ki zaidejo v težave (Glas 2000b, 234).

Slika 4.2: Organizacije, ki imajo določene oblike pomoči oz. programe za MSP



Vir: Glas (2000b, 235).

4.5.1 Ministrstvo za gospodarstvo

Vizija ministrstva za gospodarstvo za naslednja obdobja je podpora nadaljnji krepitvi mednarodne konkurenčnosti slovenskih podjetij in ofenzivno spreminjanje strukture slovenskega gospodarstva v strukturo, čim bolj prilagojeno zahtevam globalne ekonomije. Ministrstvo za gospodarstvo je leta 2007 sprejelo Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013.

4.5.1.1 Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013¹⁵

Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007 - 2013 izhaja iz štirih strateških dokumentov, ki posegajo na področje ekonomske politike: Strategijo razvoja Slovenije za obdobje od 2007 do 2013, ki jo je vlada sprejela

¹⁵ Povzeto po: Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenije: Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013.

dne 23. 6. 2005, Program reform za izvajanje Lizbonske strategije, pripravljen v letu 2005, Predlog konceptov ekonomskih in socialnih reform za povečanje konkurenčnosti slovenskega gospodarstva, ki jih je vlada sprejela 3. 11. 2005 in Nacionalni raziskovalni in razvojni program za obdobje 2006–2010.

Pomanjkanje podjetniške kulture, neučinkovito in nepopolno podporno okolje, nezadostna in nepopolna infrastruktura, pomanjkanje vlaganj v razvoj in s tem povezane naložbe, slabo povezovanje gospodarstva z znanostjo, pomanjkanje visoko usposobljenih kadrov v gospodarstvu, nezadostna podpora ter pomanjkanje trga na področju inovacij in ne nazadnje, pomanjkanje ugodnih in tudi posebnih finančnih virov so narekovala štiri osnovne stebre programa:

1. Spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja
2. Znanje za gospodarstvo
3. Razvoj in inovacije v gospodarstvu
4. Spodbujanje malih in srednje velikih podjetij z lastniškimi in dolžniškimi viri.

1. Spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja

Ukrepi prvega poglavja so usmerjeni v promocijo podjetništva in izobraževanja za podjetništvo z namenom izboljšanja podjetniške kulture v Sloveniji in povečanja poznavanja ter koriščenja podpornih storitev za potencialne podjetnike in že delujoča podjetja. Pomembna komponenta ukrepov je razvoj učinkovitega in transparentnega podpornega okolja. Ukrepi v okviru spodbujanja podpornega okolja za razvoj podjetništva bodo povezani z enotnim informacijskim sistemom, ki bo omogočil pripravo baze podatkov za vse ukrepe in s tem spremljanje in razvoj posameznih udeležencev v programih oz. projektih. Na ta način bo zagotovljena sinergija med posameznimi ukrepi in spremljanje vseh programov z namenom doseganja skupnih ciljev. Za uresničevanje prvega stebra je zadolžena Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije (v nadaljevanju JAPTI). Ukrepi podpornega okolja (sistem Vse na enem mestu – VEM, vavčersko svetovanje in usposabljanje, Evro–info centri (EIC) in posebne ciljne skupine kot so ženske, podjetniki na podeželju, socialno podjetništvo) so podrobneje opisani v poglavju 3.1.3.

Dosedanji ukrepi:

- Na področju promocije podjetništva se je izvajala stalna promocija z namenom izboljšanja podjetniške kulture v Sloveniji preko Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo in Ministrstva za gospodarstvo.
- Ministrstvo za gospodarstvo je v obdobju 2002–2006 spodbujalo Program razvoja podjetnosti in ustvarjalnosti mladih, ki ga je izvajal Pospeševalni center za malo gospodarstvo (danes JAPTI).
- Aktivnosti za vzpostavitev sistema VEM, ki zagotavlja informacijske in svetovalne storitve ter možnost registracije in ostalih komunikacij z organi javne uprave, so se začele v letu 2001.¹⁶
- Vavčerski sistem svetovanja se je začel leta 2000 izvajati pilotno v dveh regijah, za potencialne podjetnike in za že delujoča podjetja. V letu 2002 se je sistem razširil po vsej Sloveniji. Leta 2005 je bilo opravljenih 2466 vavčerskih svetovanj delujočim podjetjem.
- V Sloveniji je bil prvi Euro–Info Center ustanovljen leta 1993 v Ljubljani. V letu 2000 sta se mu pridružila nova Euro–Info Centra in sicer v Kopru in Mariboru¹⁷.
- Program Poklicnega uveljavljanja žensk se je preko takratnega PCMG, sedanje JAPTI, začel izvajati leta 2002. Do leta 2005 so v okviru brezplačnega telefonskega svetovanja izvedli več kot 4600 svetovanj, dostopi do spletnih informacijskih strani pa beležijo več kot 44.000 zadetkov.

2. Znanje za gospodarstvo

Drugo poglavje je namenjeno krepitvi notranjih sposobnosti podjetij za intenzivnejši, na znanju temelječ razvoj, predvsem na področju tehnologij, kar bo omogočilo slovenskemu gospodarstvu, še posebej pa MSP, obvladovanje vse hitrejšega tehnološkega napredka kot glavnega elementa pri povečevanju konkurenčnosti v globalnem prostoru. Ukrepi, predstavljeni v tem poglavju, so usmerjeni v krepitev

¹⁶ Rezultat delovanja celotnega sistema VEM je skrajšanje časa, potrebnega za ustanovitev samostojnega podjetnika, ki lahko opravi vse aktivnosti za registracijo v 1 do 2 dneh. V letu 2006 pa se je zaradi prepoznavnosti promocije tudi formalno vzpostavila mreža VEM, ki preko usposobljenih svetovalcev izvaja storitve za podjetnike na točkah VEM.

¹⁷ Euro Info Centri so evropske poslovno–informacijske enote, namenjene predvsem MSP, ki potrebujejo pomoč pri poslovanju na trgu EU oz. tudi širše – pri internacionalizaciji njihovega poslovanja.

ustreznih človeških virov za potrebe gospodarstva s stimuliranjem povečevanja deleža vrhunsko izobraženih kadrov v gospodarstvu, s prioritarnim razvijanjem naravoslovno-tehničnih znanj, s spodbujanjem mednarodne mobilnosti ustreznih kadrov kot tudi s spodbujanjem mobilnosti razvojnih kadrov iz institucij znanja v gospodarstvo ter iz velikih podjetij v MSP. Učinkovito izvajanje teh ukrepov je odvisno od skupnih aktivnosti in sodelovanja z drugimi ustreznimi ministrstvi in izvajalskimi institucijami.

Dosedanji ukrepi:

- Ključni ukrep, ki ga je Ministrstvo za gospodarstvo izvajalo v obdobju 2001–2004, je bil spodbujanje mladih raziskovalcev za gospodarstvo. V sodelovanju z Ministrstvom za šolstvo, znanost in šport je Ministrstvo za gospodarstvo sofinanciralo 124 usposabljanj mladih raziskovalcev¹⁸.
- Drugi pomemben ukrep je program dualnega izobraževanja, po katerem se je v obdobju od leta 2001–2005 šolalo 11.304 dijakov¹⁹.

3. Razvoj in inovacije v gospodarstvu

Tretje poglavje je usmerjeno v pospešena vlaganja v raziskave in razvoj ter gospodarsko infrastrukturo zasebnega, kot tudi javnega sektorja. Ukrepi za podporo razvoju in inovacijam v gospodarstvu so usmerjeni v vzpostavitev učinkovitega podpornega okolja, vzpostavitev ustrezne infrastrukture, tako lokalnega, kot tudi nacionalnega pomena in krepitevi finančnih virov za razvoj, raziskave in inovacije v slovenskem gospodarstvu. Ukrepi za načrtno večanje kakovosti poslovanja slovenskih podjetij so usmerjeni v promocijo in uvajanje evropskega modela odličnosti v slovenska podjetja (dvig števila podjetij, ki uporabljajo samooceno po tem modelu ter dvig števila najuspešnejših slovenskih podjetij, ki so prejemniki državne in evropske nagrade za kakovost).

¹⁸ Študijske usmeritve raziskovalcev so bile dokaj razpršene, prevladovale pa so tehnične usmeritve.

¹⁹ V sklopu dualnega sistema izobraževanja se je vsako leto izvajala regijska promocija poklicev in poklicnega izobraževanja, ki ga je koordinirala Obrtna zbornica Slovenije.

Dosedanji ukrepi:

- Osnova za izvajanje dosedanjih ukrepov je Program ukrepov za pospeševanje podjetništva in konkurenčnosti 2002–2006, ki je usmerjen v krepitev ključnih dejavnikov konkurenčnih prednosti podjetij v pogojih globalne konkurence.
- V obdobju trajanja omenjenega programa je Ministrstvo za gospodarstvo na področju tehnološkega razvoja izvajalo sledeče sklope ukrepov: (1) Spodbujanje podjetniških vlaganj v tehnološki razvoj in inovativnost, (2) Spodbujanje internacionalizacije podjetij, (3) Uvajanje strategij za povečevanje produktivnosti, (4) Povezovanje podjetij in razvoj grozdov.

4. Spodbujanje malih in srednje velikih podjetij z lastniškimi in dolžniškimi viri

Četrto poglavje je usmerjeno v ukrepe finančnih podpor MSP z lastniškimi in dolžniškimi viri. Tvegani kapital se bo zagotavljal preko skladov tveganega kapitala kot oblika lastniškega financiranja v okviru javno-zasebnega partnerstva. Ukrepi v tem poglavju se usmerjajo tudi v jamstveno pomoč in pomoč z dolžniškimi viri, kot so garancije, krediti in leasing.

Dosedanji ukrepi:

- V okolju delujejo tudi regionalne garancijske sheme kot posamezni projekti v okviru podjetniških centrov, ki v manjšem obsegu pokrivajo manjše investicije MSP v posameznih regijah.
- Nekatere regionalne garancijske sheme se povezujejo tudi s Slovenskim podjetniškim skladom. Med leti 1996–2005 je Sklad podprl približno 1510 investicijskih projektov MSP.

4.5.1.2 Zakon o podpornem okolju za podjetništvo

23. oktobra leta 2007 je vlada sprejela Zakon o podpornem okolju za podjetništvo (v nadaljevanju ZPOP–1). Ta zakon določa ukrepe za spodbujanje podjetništva in organiziranost na tem področju ter postopke za dodeljevanje sredstev, namenjenih oblikovanju podpornega okolja za podjetništvo. Temeljni cilji zakona so (Zakon o podpornem okolju za podjetništvo 2007, 2. čl):

- spodbujanje podjetništva in dvig podjetniške kulture, izobraževanj in usposabljanj za podjetništvo, odpravljanje administrativnih ovir pri nastajanju in delovanju podjetij, izboljševanje dostopa podjetij do podjetniških informacij in storitev,
- spodbujanje inovativnosti v podjetjih, izboljševanje pogojev za razvoj in prenos znanja v gospodarstvo, spodbujanje podjetniških vlaganj v raziskave, razvoj in inovacije, spodbujanje povezovanja podjetij, spodbujanje povezovanja podjetij z raziskovalnimi in izobraževalnimi organizacijami ter ustvarjanje ugodnega okolja za nastajanje in delovanje inovativnih podjetij,
- financiranje razvojnih naložb in izboljševanje dostopa podjetij do virov financiranja razvojnih naložb.

Sredstva za izvajanje programa ukrepov se zagotavljajo v državnem proračunu ter drugih domačih in tujih virih. Ministrstvo za gospodarstvo pripravi v skladu s programom ukrepov sheme za dodeljevanje državnih pomoči. Naloge in programe za oblikovanje in razvoj podjetniškega okolja izvajajo pristojna ministrstva, JAPTI ter Slovenski podjetniški sklad.

4.5.2 Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije – JAPTI²⁰

Leta 2004 se je Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG) preoblikoval v Javno agencijo Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI). Naloge in programi za oblikovanje in razvoj podjetniškega okolja, ki jih izvaja JAPTI so:

- promocija podjetništva in ustvarjanje pozitivne klime za razvoj podjetništva,
- oblikovanje in predlaganje ukrepov za odpravljanje administrativnih ovir pri nastajanju in delovanju podjetij,
- izvajanje ukrepov na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo,
- razvoj in izvajanje celovitih podpornih storitev za podjetja in potencialne podjetnike,
- koordinacija aktivnosti in spremljanje izvajanja nalog, ki jih v skladu s tem zakonom izvajajo subjekti podjetniškega okolja na lokalni in pokrajinski ravni,

²⁰ Povzeto po predlogih Javne agencije Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije.

- vključevanje v programe EU in druge mednarodne povezave na področju pospeševanja podjetništva in konkurenčnosti z namenom prenosa znanja in dobrih praks.

Ključna naloga agencije JAPTI je tudi spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja. Naloga se razdelijo v naslednje ukrepe delovanja sistema:

- Vse na Enem Mestu (VEM),
- vavčersko svetovanje in usposabljanje,
- program za posebne ciljne skupine (ženske, mladi),
- izobraževanja za podjetništvo ter
- pomoč podjetjem pri internacionalizaciji na tuje trge.

Aktivnosti za vzpostavitev sistema VEM so se začele v letu 2001. Rezultat delovanja celotnega sistema VEM je skrajšanje časa, potrebnega za registracijo samostojnega podjetnika, enoosebne družbe za neomejeno odgovornost, ki lahko opravi vse aktivnosti za registracijo v 1 do 2 dneh. V letu 2006 pa se je zaradi prepoznavnosti promocije tudi formalno vzpostavila mreža VEM, ki preko usposobljenih svetovalcev izvaja storitve za potencialne podjetnike in podjetnike na točkah VEM²¹.

S programom vavčerskega svetovanja želi država zagotoviti podjetnikom lokacijsko in cenovno dostopne svetovalne storitve. Program je namenjen mikro, malim in srednjim podjetjem ter potencialnim podjetnikom, ki se odločajo za podjetniško pot. Osrednja storitev je podjetniško svetovanje ter usmerjanje pri uresničevanju poslovnih zamisli, projektov, načrtovanju rasti ali reševanju poslovnih problemov.

Posebne ciljne skupine so v podjetništvu podzastopane, saj se soočajo s pomanjkanjem informacij, kontaktov, dostopa do mrež, s težavami spolne diskriminacije, stereotipov, s težavami pri usklajevanju poslovnih in družinskih obveznosti ter s posebnostmi glede tipov podjetij in sektorjev. Ciljne skupine predstavljajo predvsem ženske, mladi, ki jim

²¹ Preko seznama vstopnih točk VEM na lokalnem nivoju, se potencialni svetovanci lahko vključijo v Program vavčerskega svetovanja in usposabljanja ter po potrebi naročajo vavčerje za različna svetovanja oziroma usposabljanja.

namenjajo posebno pozornost tudi v okviru Izobraževanja za podjetništvo, kjer želijo uvesti podjetništvo v redni šolski sistem.

Dejavnosti sektorja za pospeševanje tujih neposrednih investicij in internacionalizacijo ter predstavništva slovenskega gospodarstva JAPTI v tujini obsegajo aktivnosti, ki prispevajo k hitrejši in kakovostnejši globalizaciji slovenskega gospodarstva ter s tem prispevajo k uresničevanju strategij gospodarskega razvoja države. Delovanje sektorja je usmerjeno v spodbujanje internacionalizacije slovenskih, predvsem mikro, malih in srednjih podjetij in s tem povečevanje slovenskega izvoza ter v privabljanje tujih neposrednih investorjev.

Namen predstavništev slovenskega gospodarstva v tujini je:

- podpora predvsem malim in srednje velikim podjetjem pri vstopanju na nove trge,
- širjenje izvoza,
- podpora pri investiranju in
- zagotavljanje kvalitetnih in učinkovitih storitev ter specifičnih informacij.

Preko spletnega informacijskega portala www.izvoznookno.si nudi agencija JAPTI slovenskim podjetjem poslovno–gospodarske in zunanjetrgovinske informacije za številne izvozne trge²².

²² Podjetja seznanjajo z gospodarskim okoljem, poslovno zakonodajo, postopki ustanavljanja podjetij, možnostmi prodaje, carinami in drugimi dajatvami, izvoznimi dokumenti, možnostmi financiranja, izvoza in zavarovanja, distribucijskimi potmi, tržnim komuniciranjem, poslovnimi običaji in koristnimi naslovi na posameznih tujih trgih. Podjetja obveščajo tudi o konkretnih poslovnih priložnostih ter o sejmih na tujih trgih. Ministrstvo za gospodarstvo v rubriki Mednarodno trgovanje redno objavlja obvestila, ki vplivajo na izvozno-uvozno poslovanje podjetij. Podjetjem, ki se pri vstopu ali poslovanju na tujih trgih soočajo s konkretnimi težavami, z mrežo sodelavcev in institucij tudi svetujejo. Najpogosteje nudijo informacije o tujih potencialnih poslovnih partnerjih, postopkih izvoza, načinih ustanovitve podjetja v tujini, sejmih...

4.5.3 Slovenski podjetniški sklad

Slovenski podjetniški sklad (v nadaljevanju Sklad) je osrednja javna finančna institucija Republike Slovenije, ustanovljena z namenom izboljšanja dostopa do finančnih virov MSP v Sloveniji. Kot izvajalska institucija Ministrstva za gospodarstvo za finančno podporo podjetniškemu sektorju v Sloveniji vsako leto razpisuje državne pomoči za razvojne investicije v podjetniškem sektorju v Sloveniji, pri tem pa tesno sodeluje z ostalimi domačimi in mednarodnimi finančnimi institucijami kot so poslovne banke, Evropski investicijski sklad in Evropsko združenje garancijskih shem (Zakon o podpornem okolju za podjetništvo, 16.čl.).

Državne pomoči Sklada se preko javnih razpisov ponudijo podjetniškemu sektorju v obliki (Zakon o podpornem okolju za podjetništvo, 17. čl.):

- ugodnih garancij za zavarovanje bančnih kreditov za razvojne investicije MSP s subvencijo obrestne mere,
- nižjih obrestnih mer bančnih kreditov za razvojne investicije MSP, ki so zavarovani z garancijo Sklada,
- nepovratnih sredstev (subvencij) za sofinanciranje razvojnih investicij v novo tehnološko opremo v MSP,
- nepovratnih sredstev (subvencij) za sofinanciranje izgradnje turistične infrastrukture v MSP in
- nepovratnih sredstev (subvencij) za sofinanciranje zagona novih inovativno naravnanih podjetij v tehnoloških parkih, podjetniških in univerzitetnih inkubatorjih.

Proračunska sredstva države in sredstva iz premoženja Sklada za pomoč MSP, se dodeljujejo na podlagi javnih razpisov²³. Javne razpise izvajajo ministrstvo, pristojno za gospodarstvo ter druga ministrstva, JAPTI in Sklad. Postopek javnega razpisa za dodelitev sredstev vodi komisija, ki jo s pisno odločbo imenuje odgovorna oseba izvajalca razpisa ali od njega pooblaščen oseba (Zakon o podpornem okolju za podjetništvo, 20.čl.).

²³ Javni razpis za dodelitev sredstev mora biti objavljen v Uradnem listu Republike Slovenije in na državnem portalu Republike Slovenije.

Namen državnih pomoči Sklada je ustvarjanje vidnih učinkov v okolju kot so nova delovna mesta, širitev tržnega deleža slovenskih podjetij na skupnem evropskem in globalnem trgu ter povečevanje dodane vrednosti na zaposlenega v podjetniškem sektorju. Zato mora Sklad seznanjati slovenska podjetja s skupnimi evropskimi pravili koriščenja državnih pomoči za razvojne projekte, ki so zelo stroga, natančna in zahtevajo tudi določene birokratske postopke.

4.5.3.1 Rezultati Slovenskega podjetniškega sklada v obdobju 1996–2007

V zadnjih 12 letih svojega delovanja je Sklad podprl skupno 2.507 razvojnih investicij v MSP v Sloveniji in odobril 236.57 mio EUR različnih ugodnih finančnih sredstev. Sklad je leta 2007 objavil 10 razpisov in 1 produkt za pogarancije, kjer so razpise objavile sodelujoče institucije v okviru Regionalnih garancijskih shem (glej Tabelo 4.1).

Tabela 4.1: Podatki o poslovanju Sklada v letu 2007

• Število prispelih vlog:	1053
• Število odobrenih projektov:	607
• Skupaj odobreni zneski:	65.04 mio EUR
- krediti:	9.70 mio EUR
- garancije:	5.78 mio EUR
- pogarancije:	0,55 mio EUR
- subvencije:	49.01 mio EUR
Odobreni zneski državnih pomoči:	49.83 mio EUR
Investicijska vrednost odobrenih projektov:	147.44 mio EUR

Vir: Slovenski podjetniški sklad (2008).

Od leta 2004 se je v vsakem letu višina odobrenih finančnih sredstev precej povišala (glej Tabelo 4.2), predvsem zaradi koriščenja evropskih strukturnih sredstev in usmeritev Vlade RS k podpori podjetniških investicij skozi strateške cilje in dokumente prve in druge finančne perspektive. Tudi v letu 2008 je Sklad razpisal približno 55 mio EUR ugodnih finančnih sredstev in odobril približno 440 projektov, katerih investicijska vrednost se ocenjuje na približno 146.28 mio EUR (Slovenski podjetniški sklad 2008).

Tabela 4.2: Javni razpisi v letu 2008

PRODUKTI 2008		Višina razpisanih sredstev v mio EUR	Status razpisa
P1	Garancije Sklada za bančne investicijske kredite s subvencijo obrestne mere	16	AKTIVEN (Ur. l. RS, št. 21/08 in 25/08 z dne 29.02.2008 in 14.03.2008)
P2	Subvencije za zagon inovativnih in inkubiranih podjetij v tehnoloških parkih in inkubatorjih	2,16	AKTIVEN (Ur. l. RS, št. 18/08 z dne 22.02.2008)
	P2a Subvencije za zagon podjetij v tehnoloških parkih in inkubatorjih – nova podjetja	0,61	
	P2b Nadaljevanje I subvencij za zagon podjetij v tehnoloških parkih in inkubatorjih	0,61	
	P2c Nadaljevanje II subvencij za zagon podjetij v tehnoloških parkih in inkubatorjih	0,325	
	P2d Subvencije za inkubirana podjetja	0,61	
P3	Pogarancije za regionalne garancijske sheme	1,25	Razpis objavljajo regionalne garancijske sheme
P4	Subvencije za nakup nove tehnološke opreme v MSP za leto 2009	25,08	V PRIPRAVI (maj 2008)
P4a	Subvencije za nakup nove tehnološke opreme v podjetjih od 1 do 9 zaposlenih	10,57	AKTIVEN (Ur. l. RS, št. 23/08 z dne 07.03.2008)
P5	Subvencije za turistične projekte 2007–2008	20	AKTIVEN (Ur. l. RS, št. 60/07 z dne 06.07.2007)
P6	Javni poziv za pomoč podjetjem, ki so utrpela škodo kot posledico naravne nesreče 18. 9. 2007 – nadaljevanje I	Po pogodbi z MG-jem	

Vir: Slovenski podjetniški sklad (2008).

Najpogostejše napake pri prijavih na javni razpis

Prijavitelji delajo največ napak s tem, ko (Sklad 2008):

- prijavljajo tudi neupravičene stroške (npr. stroške dela, med upravičenimi stroški javnega razpisa pa so le stroški nakupa nove tehnološke opreme),
- se nepravilno razvrstijo v velikostno skupino (mikro, mala ali srednje velika podjetja) ali pa se prijavijo kljub omejitvam glede upravičenosti do kandidiranja,
- med viri financiranja navajajo lastne vire brez ustreznih dokazov (depoziti, kratkoročni vrednostni papirji), lastni viri vezani v osnovnih sredstvih niso likvidni vir financiranja investicije,
- prijavijo že začete investicije.

4.5.4 Podjetniški inkubatorji (BIG)

Storitve inkubatorja vključujejo poslovni prostor, ki ga podjetniki plačujejo po subvencioniranih najemninah, tehnološko in poslovno svetovanje, pomoč pri pripravi poslovnih in investicijskih načrtov, izobraževanje, dostop do standardnih računalniških baz, izvajanje uvozno izvoznih poslov in pomoč pri izpeljavi kvalitetnega tržnega komuniciranja. (Zidar 1995, 45). Zelo pomembno za uspešno delovanje inkubatorja je dobro zasebno – javno partnerstvo med inkubatorjem in podporo države. Najbolj pomembno je, da inkubator pomaga podjetniku že v predinkubacijski dobi, spremlja delovanje med triletno inkubacijo in pomaga tudi v postinkubacijski dobi. Tako inkubatorji kot tehnološki parki so danes pomembni akterji pri pospeševanju podjetništva, tehnološkega razvoja regij, zaposlovanja in mednarodnega vključevanja Slovenije v globalizacijo poslovanja, zato imajo pri vključevanju v inkubator prednost inovatorji in podjetniki s svežimi zamislimi in s poudarjenim tržnim potencialom ter s pričakovano visoko dodano vrednostjo. Podjetnik se lahko v inkubator vključi na podlagi razpisa, kjer najprej izpolni spletni vprašalnik, ki zajema veliko podatkov z osnovnimi elementi poslovnega načrta. Po prijavi celotno dokumentacijo pregleda strokovna služba, ki predlaga nove inkubirance. Na skupščini inkubatorja nato sprejmejo nova podjetja. Danes v Sloveniji obstaja 16 podjetniških centrov poleg tega se gradijo tudi novi (Krnec 2009).

4.5.5 Pogoji za podjetništvo v Sloveniji leta 2002²⁴

Na tem mestu bom s pomočjo raziskav, ki sta bili opravljene leta 2002 in leta 2007 poskušala predstaviti realno stanje malega gospodarstva v Sloveniji. V raziskavi so predstavljeni pogoji poslovanja novoustanovljenih MSP. Najprej bom povzela in analizirala raziskavo iz leta 2002, nato pa še raziskavo iz leta 2007 ter poskušala ugotoviti ali so se položaj podjetništva in pogoji poslovanja malih podjetij v vmesnem obdobju izboljšali.

Slovenija se je leta 2002 prvič pridružila obširnemu raziskovalnemu programu Global Entrepreneurship Monitor (GEM) z namenom ugotoviti podobnosti in razlike v ravni podjetniške aktivnosti med različnimi državami in njihovo povezanost z nacionalno ekonomsko rastjo. GEM model povezuje poslovno dinamiko z devetimi skupinami podjetniških pogojev, ki neposredno ali posredno vplivajo na raven podjetništva v posamezni državi. Ti okvirni pogoji za podjetništvo neposredno oblikujejo razmere za ustanavljanje novih podjetij in njihovo rast. V tem okviru lahko potencialni podjetniki v večji ali manjši meri uporabijo svoje zmožnosti za uresničenje zaznanih podjetniških priložnosti. Okvir za podjetniško dejavnost sestavljajo:

- razpoložljivost različnih finančnih virov za nova in rastoča podjetja,
- zasnovanost in vodenje vladne politike,
- izvajanje raznih vladnih programov, ki podpirajo nova in rastoča podjetja,
- vključitev podjetniških znanj v izobraževalne programe ter programe usposabljanja za podjetnike,
- mehanizmi prenosa raziskav in tehnologije v podjetja,
- razpoložljive poslovne in strokovne storitve za podjetja,
- enostavnost vstopa na trge,
- dostop do fizične infrastrukture za podjetja,
- kulturne in družbene norme ter širši družbeni odnos do podjetništva.

V raziskavi so ocenjevali kakovost pogojev za podjetništvo na podlagi intervjujev z izvedenci oziroma z osebami, za katere menijo, da najbolj poznajo navedena področja. Njihova povprečna ocena leta 2002 je bila precej kritična. Izvedenci so najbolj ocenili področje izobraževanja in usposabljanja, kjer je Slovenija dosegla 9. najvišjo oceno med

²⁴ Povzeto po: Rebernik Miroslav, Kako podjetna je Slovenija.

34. državami ter konkurenčnost na notranjem trgu (11. mesto od 34 držav), najslabše pa dostopnost do finančnih virov, prenos raziskav in razvoja v podjetniško prakso ter vladno politiko. Pri transferu znanosti in tehnologije ter dostopnosti rizičnega kapitala nas je ocena izvedencev postavila na predzadnje mesto med 34. državami, v katerih so bili opravljeni razgovori z izvedenci.

V diplomskem delu sem se osredotočila na štiri ključna področja, ki po mojem mnenju najbolj vplivajo na uspešno delovanje malih in novoustanovljenih podjetij v Sloveniji. Osredotočila sem se na področje, ki je bilo leta 2002 ocenjeno najbolje in sicer izobraževanje in usposabljanje ter področja, ki so bila ocenjena najslabše, finančna podpora, vladne politike in vladni programi ter prenos raziskav in razvoja.

4.5.5.1 Izobraževanje in usposabljanje

Dejavnosti v okviru krepitve izobraževanja za podjetništvo so usmerjene v povečanje prilagodljivosti zaposlenih in podjetij, pogojem svetovnega trga in trga dela, odpiranje delovnih mest, povečanje produktivnosti in konkurenčnosti podjetij ter odpravljanje razvojnih ovir pri ponudbi in povpraševanju po delovni sili.

Prav na področju izobraževanja in usposabljanja za podjetništvo se je po oceni izvedencev Slovenija odrezala dobro, uvrstili so jo na 9. mesto. Izvrstno je bilo ocenjeno zlasti poslovno in managersko izobraževanje, slabše pa formalni šolski sistem. S to oceno izvedencev je bilo potrjeno dejstvo, da so se v Sloveniji dejansko razvile številne organizacije, ki nudijo zelo kvalitetne programe:

- Za podjetniško usposabljanje se je v letu 1990 specializiral GEA College, skupna ustanova več institucionalnih delničarjev in podjetnih posameznikov. GEA College je razvil vrsto standardnih uvodnih in nadaljevalnih programov za podjetnike, zahtevne podjetniške programe za poslovna področja MSP, za podjetniške svetovalce, razvil široko bazo sodelavcev med strokovnjaki in uspešnimi podjetniki ter ustanovil prvo zasebno visokošolsko organizacijo za študij podjetništva.
- Sodobno managersko usposabljanje je razvil IEDC (International Executive Development Centre), ki predstavlja enega najbolj znanih tovrstnih centrov v

Srednji Evropi, ki izvaja tudi MBA program, pri njem pa gostujejo svetovni strokovnjaki s področja managementa.

- Ekonomski fakulteti na univerzah v Ljubljani in Mariboru sta razvili dodiplomsko in podiplomsko podjetniško izobraževanje ter centre za managersko usposabljanje.
- Po Sloveniji so nastali številni specializirani centri za usposabljanje, zlasti kot rezultat zasebne iniciative, tudi v mednarodnih povezavah, deluje mreža ljudskih univerz itd. Izvedenci so bili bolj kritični do kakovosti izobraževanja v formalnem šolskem sistemu, vendar je ocena za vse sestavine boljša od povprečja vseh držav v vzorcu. Najbolj kritična je bila ocena osnovnih in srednjih šol, ko gre za opozarjanje na podjetništvo in ustanavljanje novih podjetij.

Priporočila za prihodnost

V projektu GEM je izobraževanje ena ključnih dejavnosti pri spodbujanju podjetništva. Izobraževanje in usposabljanje je bilo v Sloveniji ocenjeno zelo pozitivno, vendar imajo izvedenci številne zamisli o izboljšanju:

- podjetniške vsebine (in predmete) bi bilo potrebno vnesti na vse ravni procesa izobraževanja (od otroških vrtcev dalje), kar naj bi postalo del nacionalne politike izobraževanja,
- spremeniti je treba metode dela z učenci, s poudarkom na "kulturi aktivnosti", na ustvarjalnosti, inovativnosti in samoiniciativnosti, na učenju raznih poslovnih veščin, zlasti pa na prepoznavanju in aktiviranju priložnosti,
- izobraževanje se mora nadaljevati v proces usposabljanja ob delu v podjetjih,
- zagotoviti je treba internacionalizacijo tega področja, z mednarodno izmenjavo učiteljev in učencev, s prenosom programov in učnih metod, zlasti pa z vključevanjem študentov in podjetnikov na prakso v tujih podjetjih,
- poseben poudarek je treba nameniti usposabljanju kakovostnih svetovalcev za obstoječa in rastoča podjetja,
- vsebine podjetniškega usposabljanja naj vključijo zlasti finance, marketing, ravnanje z ljudmi, delo na internetu, poslovanje v EU, tuje jezike (programi naj bodo interdisciplinarni),

- učenci bi morali tudi sami organizirati več podjetniških dogodkov, imeti večjo izbirnost vsebin,
- spodbuditi je potrebno večji delež študentov na tehničnih usmeritvah.

4.5.5.2 Finančna podpora

Po srednjeevropski tradiciji so v Sloveniji najpomembnejša oblika finančnih virov posojila poslovnih bank, vendar lahko računajo podjetniki tudi na posojila državnega in lokalnih skladov za financiranje MSP, na pomoč garancijskih skladov, raznih oblik pomoči ministrstev, zlasti za vlaganja v novo tehnologijo, odpiranje novih delovnih mest, povezovanje z drugimi podjetji in internacionalizacijo poslovanja.

Izvedenci so zelo kritično ocenili finančno okolje podjetij in možnosti dostopa do finančnih virov. Pomanjkanje ugodnih finančnih virov se sicer uvršča najvišje med problemi slovenskih podjetij že od leta 1990. Slovenija se je leta 2002 na tem področju uvrstila na 30. mesto med 34. državami.

Slovenska vlada je že na začetku 90-ih ocenila, da je potrebna finančna podpora MSP, zato je v Zakonu o razvoju malega gospodarstva (1991) predvidela nacionalni sklad za financiranje malega gospodarstva, ki bi kot instrumente uporabljal posojila, subvencije obrestne mere za bančna posojila, garancije in neposredna vlaganja v podjetniško infrastrukturo. Na lokalni ravni so nastali mnogi lokalni skladi ali oblike financiranja iz občinskih proračunov, ki pa so imeli na razpolago skromna sredstva za mikrokredite in subvencije za obrestne mere. Številni podjetniki slabo poznajo različne oblike finančne podpore, ki jih nudi država in se zanje premalo zanimajo. Le manjši del podjetnikov je dejansko prejel te pomoči: okoli 14 % anketiranih podjetnikov v letu 2002 (zlasti mikro podjetij) je pridobilo finančno podporo Zavoda RS za zaposlovanje, ostale oblike lokalne ali nacionalne finančne podpore je pridobilo manj kot 8,5 % podjetnikov. Podjetniki menijo, da do tega problema prihaja predvsem zaradi:

- pomanjkanja zakonskih podlag za sodobne finančne instrumente,
- hitrega spreminjanja instrumentov financiranja, za katere se zato niso razvile učinkovite oblike, podjetniki pa o njih vedo premalo,
- premajhnega obsega finančnih sredstev za doseganje želenih ciljev,

- odsotnosti osrednje strokovne razvojne institucije za razvoj in dopolnitev sistema in usposabljanje finančnih svetovalcev,
- nepovezanosti finančne podpore z drugimi oblikami podpornih storitev,
- večjega vpliva političnih institucij in organizacijskih sprememb na operativno delovanje sistema financiranja.

Na drugi strani podjetniki ocenjujejo, da ni davčnih in drugih spodbud za vlagatelje, zlasti za vlaganja v razvoj in raziskave, v prostore in opremo in odpiranje novih delovnih mest. Vlada je namreč splošne spodbude, ki so obstajale na začetku devetdesetih let za začetna leta poslovanja novih podjetij, krčila in omejevala na bolj selektivne namene, kar je tudi prispevalo k oceni izvedencev, da ne podpira dosledno podjetništva.

Priporočila za prihodnost

Pri finančni podpori MSP so izvedenci opredelili znane probleme in rešitve zanje, ki se nanašajo na:

- boljšo usposobljenost poslovnih bank za poslovanje z MSP, tudi v sodelovanju z javnimi skladi,
- izboljšano državno podporo, ki naj zagotovi večji obseg sredstev, ugodnejše pogoje kreditiranja in tudi nepovratne pomoči,
- bolj selektivno podporo, ki naj bi dosegla zlasti podjetja v začetni fazi poslovanja, podjetja, ki zagotavljajo nova delovna mesta oziroma bi podprla pripravo razvojnih projektov (marketing, svetovanje, tehnološki razvoj, pripravo projektne dokumentacije),
- povezavo finančne in svetovalne podpore za boljše učinke,
- pogost poudarek na večji transparentnosti sistema ugodnih finančnih podpor oziroma na boljši informiranosti podjetnikov o ponujeni finančni podpori.

Med izvedenci je močno prisotna ocena o velikem pomenu tveganega kapitala za rastoča podjetja, zato predlagajo, da država tu poveže javna in zasebna sredstva oziroma dovoli pokojninskim skladom, da vstopijo v tvegane naložbe. Trg kapitala naj bi tudi bolj odprl za tuji kapital, ki bi vstopal v MSP. Izvedenci se niso dotaknili predlogov o

boljši organizaciji "poslovnih angelov", saj so te odnose očitno razumeli kot zgolj zasebne odnose, ki naj ne bi potrebovali boljše organizacijske sheme.

4.5.5.3 Vladne politike

V državah, kjer razumejo razvojno vlogo podjetništva, vlade s svojo politiko spodbujajo nastajanje velikega števila novih podjetij in zlasti rast najuspešnejših med njimi. Pri oceni podporne politike so izvedenci uvrstili Slovenijo na 30. mesto. Izvedenci so neugodno ocenili prvi vidik državne politike, to, da npr. pri izbiri na javnih razpisih ne daje prednosti novim podjetjem. Kot sem že omenila, je država za obdobje 2002-2006 zasnovala tri programe, ki naj bi pospešili podjetništvo:

- (a) znanje za razvoj, kjer gre za prenos znanja v podjetja,
- (b) program krepitev konkurenčne sposobnosti podjetij, s spodbudami za vlaganje v R&R dejavnost, v internacionalizacijo poslovanja, uvajanje strategij za povečanje produktivnosti ter povezovanje podjetij in razvoj grozdov ter
- (c) program spodbujanja podjetništva in razvoj podpornega okolja, kar je sicer edini program, izrecno namenjen spodbujanju nastajanja in razvoja MSP.

V primerjavi z drugimi državami obstaja v Sloveniji tudi zelo neugodna ocena vladne politike, ki jo izvedenci vidijo skoraj izključno kot veliko slabost. Kritike, ki si jih je prislužila vladna politika leta 2002, se predvsem nanašajo na naslednje:

- največkrat je omenjen problem birokracije, zlasti pri ustanavljanju podjetij, pridobivanju dovoljenj (tudi na lokalni ravni),
- neustrezen pravni sistem in vse bolj restriktivna zakonodaja,
- pretirano reguliranje in vmešavanje države,
- pozornost države je namenjena velikim podjetjem,
- visoke stroške države, zato visoke davke in prispevke ter netransparentno ravnanje davčnih organov.

Priporočila za prihodnost

V raziskavi so bile vladne politike ocenjene kot šibka točka razvoja slovenskega podjetništva. Izvedenci so našli vrsto splošnih predlogov za izboljšanje:

- Slovenija naj bi bolj poudarila strateško usmeritev k spodbujanju podjetništva, določila nacionalne prioritete, s čimer bi vlada dala jasni signal o svojem odnosu do podjetništva.
- Oblikovanje MSP bolj prijaznega okolja: zahteve po poenostavitvi vseh postopkov, zlasti za samozaposlitve in mikro podjetja, po hitri deregulaciji, ki bi pomenila manj dovoljenj in licenc, po bolj fleksibilnih, učinkovitih in do podjetnikov prijaznih javnih služb, za kar bi morali osebje tudi usposobiti ali ga celo zamenjati.
- Vladna politika naj bi bila bolj transparentna, usklajena med resorji in agencijami; več pooblastil naj bi dobila lokalna raven, hkrati bi morala biti "pravila igre" za podjetnike jasna, predvidljiva. Za takšno politiko so izvedenci poudarjali predvsem nujnost nadaljevanja izvajanja antibirokratskega programa in reforme državne uprave. Med posebna področja vladnih politik so uvrstili:
 - velik poseg v davčno politiko, ki je največkrat omenjen problem MSP, kjer priporočajo znižanje davkov in prispevkov, predvsem pa davčne olajšave za nova podjetja oziroma za spodbujanje zaposlitev, investicij, R&R dejavnosti in izvoza,
 - sprejetje bolj liberalne delovne zakonodaje,
 - v regionalni politiki zaustavitev pretirane koncentracije poslovne aktivnosti v smeri Ljubljane,
 - pri politiki javnih naročil naj bi omogočili dostop MSP do dela poslov, hkrati naj bi zagotovili redna plačila obveznosti iz proračuna,
 - zagotovitev splošne finančne discipline.

4.5.5.4 Vladni programi

Kakšna je vladna politika na področju podjetništva zares, se v oprijemljivi obliki pokaže z različnimi vladnimi programi, ki naj bi podpirali nastajajoča, nova in rastoča podjetja.

Izvedenci so petim elementom vladnih programov dali oceno, ki uvršča Slovenijo na 28. mesto, pri čemer so različnim elementom pripisali zelo različne ocene:

- Izvedenci so najbolj kritični do dejstva, da podjetja ne morejo dobiti različnih oblik vladne pomoči pri eni agenciji na enem mestu, kar zagotavlja hitro in transparentno pomoč. Po njihovi oceni razvoj mreže podjetniških centrov kljub

petim regionalnim, petim lokalno/regionalnim in 35 lokalnim podjetniškim centrom ob koncu leta 2001 še ne zagotavlja potrebne podpore, saj se ti centri še niso dovolj vključili v lokalno okolje.

- Sestava vladnih programov po vsebini naj ne bi zagotavljala vseh relevantnih oblik pomoči, ki jih potrebujejo nova in rastoča podjetja.
- Ocena prispevka znanstvenih parkov in poslovnih inkubatorjev, ki je v vsej skupini držav pozitivna, je v Sloveniji negativna.
- Izvedenci so nevtralni do ocene, ali imamo v Sloveniji primerno število vladnih programov za nova in rastoča podjetja, saj je zaradi raznovrstnosti teh programov in izvajanja v okviru zelo različnih institucij težko oblikovati pregledno sliko o njih.
- Pozitivno so ocenili strokovno usposobljenost in uspešnost osebja v vladnih ustanovah, kar kaže, da so slabosti v podpori MSP predvsem na organizacijski, programski in finančni ravni, ne v znanju osebja.

Priporočila za prihodnost

Slovenski izvedenci so priporočila za izboljšave navedli sorazmerno splošno:

- izboljšati bi bilo treba organizacijsko strukturo podporne mreže, kjer zlasti priporočajo večje vključevanje nevladnih organizacij, ustanovitev regionalnih razvojnih agencij, večjo odgovornost projektnih managerjev in zato uvedbo sistema merjenja učinkov programov, večjo vlogo občin,
- potrebno je usposabljanje vladnih uradnikov, ki morajo v večji meri prevzeti svetovalne, podporne in ne le kontrolne funkcije,
- med prednostne programe uvrstiti: program samozaposlovanja, razvijanje podjetništva med mladimi, na podeželju, v turizmu, pri spodbujanju grozdov za globalni trg, družinska podjetja in proces internacionalizacije MSP.

4.5.5.5 Prenos raziskav in razvoja

Področje prenosa raziskav in razvoja v podjetniško prakso je bilo leta 2002 med vsemi podjetniškimi okviri najslabše ocenjeno. Pristali smo na predzadnjem, 33. mestu. Za uspeh prenosa tehnologije in raziskav je izjemno pomembna povezava med univerzo (profesorji, raziskovalci) in lokalnim gospodarstvom, finančnimi institucijami ter različnimi ustanovami za pospeševanje gospodarstva. Te povezave so v Sloveniji na

ravni posameznikov razdrobljene in neučinkovite. Zdravega sodelovanja med univerzo, podjetji in različnimi podpornimi institucijami, kar je temelj uspeha, še ni. Slovenski univerzi ne prevzemata odgovornosti pomagati malim in srednjevelikim podjetjem pri njihovem tehnološkem razvoju in procesu komercializacije novosti. Pri povezovanju univerze in malih podjetij je tudi v Sloveniji eden ključnih problemov, da mala podjetja niso tehnološko razvita, da imajo kratko raziskovalno obzorje in pogosto tudi primanjkljaj znanja za to sodelovanje. Na drugi strani akademsko osebje praviloma tudi ni posebej zainteresirano za sodelovanje z manjšimi podjetji, saj to generira zelo malo ali skoraj nič prihodka.

Priporočila za prihodnost

Na bolj specializiranem področju R&R dejavnosti so izvedenci navedli manj priporočil. Očitno je, da v Sloveniji nimamo dosti konkretnih zamisli o tem, kako zagotoviti ta prenos, saj so pogosti zelo splošni predlogi, da naj se "pospeši prenos R&R, da naj se razvijejo primerni mehanizmi", manj je idej, kaj to dejansko pomeni. Predlogi so:

- zagotavljanje javnega sofinanciranja inovacij in izdelave prototipov, kar je dejansko še del raziskovalne politike (predlogi predvidevajo nepovratna sredstva),
- davčne olajšave za R&R vlaganja v podjetjih,
- spodbujanje akademskega osebja k aplikaciji R&R dosežkov z odpravo konkurenčne klavzule, s spremembo meril za izvolitev, ki naj bi bolje vrednotila uporabo znanja,
- ureditev sistema intelektualne lastnine, zlasti na univerzah in inštitutih,
- spodbujanje zaposlovanja v podjetjih z visoko tehnologijo z zagotavljanjem plač v začetnem obdobju itd.

4.5.6 Pogoji za podjetništvo v Sloveniji leta 2007²⁵

Analiza standardiziranega vprašalnika v letu 2007 pove, da so bili slovenski izvedenci tako kot pretekla leta tudi leta 2007 zelo kritični do podjetniškega okolja v Sloveniji. Sklepamo torej lahko, da okolje v Sloveniji po mnenju izvedencev ne spodbuja najboljše nastanka in razvoja podjetništva. Tudi leta 2007 se Slovenija pri nobenem pogoju za nastanek in razvoj podjetništva ni uvrstila najvišje na lestvici GEM držav, ampak je pri

²⁵ Povzeto po: Rebernik Miroslav, Premalo razvojno usmerjenih podjetij.

večini pogojev ostala v drugi polovici (ali pri dnu) lestvice. Podatki kažejo, da so slovenski izvedenci tako kot leta 2002 najbolj kritični do finančne podpore, vladnih politik in programov ter prenosa raziskav in razvoja, najmanj pa do izobraževanja in usposabljanja.

Kjub temu, da so izobraževanje in usposabljanje ocenili pozitivno, so še vedno kritični do izobraževanja in usposabljanja v osnovnih in srednjih šolah. Menijo namreč, da v Sloveniji poučevanje v osnovnih in srednjih šolah še vedno ne spodbuja ustvarjalnosti, neodvisnosti in osebne iniciative, ne zagotavlja primerne opozarjanja na podjetništvo in ustanavljanje novih MSP ter ne zagotavlja primerne poznavanja načel tržnega gospodarstva.

Tudi leta 2007 (tako kot v vseh letih odkar preučujejo podjetniško okolje v Sloveniji v okviru projekta GEM) so bili slovenski izvedenci najbolj kritični do vladnih politik na področju regulative in prenosa raziskav in razvoja v poslovno prakso. Po mnenju izvedencev je namreč v Sloveniji najbolj kritično to, da predstavlja višina davkov breme za nova in rastoča podjetja, da nova podjetja še vedno ne dobijo večino potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni, da nova in rastoča podjetja nimajo dovolj finančnih virov, pridobljenih s prvo izdajo delnic ter da državne politike ne favorizirajo novih malih podjetij. Kritično je po njihovem mnenju tudi to, da nacionalna kultura ne spodbuja posameznikov, da bi prevzeli podjetniško tveganje, ter da ne podpira v zadostni meri uspehov, ki so jih posamezniki dosegli z lastnim delom. Tudi na področju prenosa raziskav in razvoja v podjetniško prakso ni dovolj narejenega, saj se nova tehnološka, znanstvena in druga znanja ne prenašajo uspešno z univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja, ki tudi sicer nimajo povsem enakih možnosti dostopa do novih raziskovalnih spoznanj in tehnologij kot velika uveljavljena podjetja.

5 TIPRO KEYBOARDS D.O.O.

5.1 *Predstavitev podjetja*

5.1.1 *Zgodovina podjetja*²⁶

Podjetje Tipro d.o.o. je danes vodilno evropsko podjetje na področju specializiranih tipkovnic. Tudi v svetovnem merilu se uvršča med pet vodilnih podjetij. Uvršča se med visoko tehnološka podjetja, zato namenja veliko sredstev lastnemu razvoju izdelkov in storitev. Dinamično okolje v katerem deluje pa zahteva tudi velika marketinška in menedžerska vlaganja v prepoznavnost blagovne znamke Tipro d.o.o. Podjetje namreč sledi poslovni filozofiji, da je pomembneje vlagati v prepoznavnost blagovne znamke samega podjetja, kot posameznega proizvoda. Proizvodi v visoko tehnoloških dejavnostih se namreč zelo pogosto menjajo, medtem ko podjetje ostaja. Njihovi začetki pa niso bili tako obetajoči. Podjetje se je poslovno in kadrovsko osnovalo iz oddelka proizvodnje na Inštitutu za elektroniko in vakuumsko tehniko, ki je imelo pred ustanovitvijo in odcepitvijo novega podjetja 1985 toliko delavcev, kot jih ima Tipro d.o.o. sedaj. Iz Inštituta je v Tipro d.o.o. odšlo sedem ustanoviteljev, ki so obvladovali celotno poslovanje od statusno-pravnih vprašanj do trženja in razvoja proizvodnega programa. Direktor podjetja Tipro d.o.o. je postal nekdanji vodja oddelka proizvodnje, Milan Čelan. Najprej so v sodelovanju z Inštitutom Jožef Štefan proizvajali tehnološko relativno nezahtevne tipkovnice in tipke za takrat slabo razvito računalniško industrijo. Ko se je v drugi polovici 80-ih začel razcvet osebnih računalnikov, so se preusmerili na ta trg, vendar so kmalu ugotovili, da ostra konkurenca in standardizacija proizvodov preveč nižata cene klasičnim tipkovnicam in da na tem trgu kot mali proizvajalec ne morejo konkurirati. V začetku 90-ih let je podjetje dosegalo slabe poslovne rezultate in razmišljali so celo o likvidaciji. Zavedali so se, da je treba za nadaljevanje poslovanja oblikovati novo vizijo, ki ne bi bila usmerjena samo v proizvodnjo, ampak tudi v ohranjanje lastne razvojne prednosti. Manjša skupina razvojno usmerjenih zaposlenih se je odločila za usmeritev na specializirane tipkovnice. Ločili so se od Inštituta Jožef Štefan in oblikovali lasten razvojni oddelek. To jim je omogočilo večjo svobodo, hkrati pa tudi večjo stopnjo kontrole razvoja, kar je postalo ključ njihovega uspeha. Začeli so

²⁶ Povzeto po: Tipro, letno poročilo 2007.

razvijati in proizvajati delovnim mestom prilagojene tipkovnice, podjetje pa je takrat prevzelo tudi zastopstvo za standardne tipkovnice podjetja Cherry GmbH iz Nemčije. Usmerili so se na izdelavo tipkovnic, ki so bile narejene po željah kupcev. Razvili so modularen inteligenen koncept tipkovnice. Implementirali so nove tehnologije in znanja tako pri elektromehanski konstrukciji kot pri razvoju softvera: brezkontaktna identifikacija, prenos glasu preko IP, identifikacija prstnih odtisov. Podpora za programiranje tipkovnic so naredili še na Java platformi, ki deluje na različnih operacijskih sistemih (Windows, Linux, MacOS). V letu 1995 je Tipro d.o.o. med prvimi v Slovenji postal imetnik certifikata kakovosti ISO 9001, s katerim si je lažje utiral pot pri prodiranju na svetovne trge. Zelo pomemben korak v razvoju Tipra je bil začetek sodelovanja na največjem sejmu informacijske tehnologije na svetu CeBit. Leto 1996 ravno zaradi te odločitve predstavlja prelomnico, saj se od takrat delež prodaje lastnih proizvodov v prihodkih podjetja nenehno povečuje, zastopniška dejavnost pa postaja vse bolj stranskega pomena.

Največji dosežek podjetja pa je uspešno zaključen razvojno najzahtevnejši projekt doslej: KB50. Vsi vgrajeni moduli, tipkovnica, grafični zaslon čitalec magnetnih kartic in ključavnica so bili prilagojeni za delo in IBM-ovem operacijskem sistemu 4690 preko IBM RS485 komunikacijskega protokola. Podjetje se zaveda, da je konkurenca na vrhu zelo ostra. Uspešne poteze v preteklosti ne zagotavljajo uspeha tudi v prihodnje. Zato Tipro d.o.o. tudi ne koristi pravic zaščite intelektualne lastnine, kot je na primer patentiranje oblik ali blagovnih znamk, saj ocenjujejo, da jim te pravice, ki temeljijo na prepovedi izdelave enakih proizvodov, povzročajo občutek lagodnosti in s tem upočasnijo lasten napredek. Na kratko bom predstavila nekaj prelomnic v zgodovini podjetja Tripo d.o.o. (glej Tabela 5.1).

Tabela 5.1: Nekaj prelomnic v zgodovini podjetja

Leto	Dogodek
1985	Ustanovitev podjetja.
1986	Prva tipkovnica INES za ZX spectrum.
1988	Prva tipkovnica, ki jo je mogoče prosto programirati.
1991	Sprememba registracije podjetja v d.o.o. Razvoj prilagojene tipkovnice za uporabnike z omejenimi sposobnostmi premikanja.
1993	Prva industrijska tipkovnica.
1996	Pridobitev certifikata kakovosti ISO 9001, sistematični prodor na svetovni trg.
1997	Razvoj in proizvodnja MID (modularna tipkovnica).
2000	Vselitev v nove prostore.
2002	Nova generacija inteligentnih vhodnih enot FREE in FREE+.
2005	Praznovanje 20. obletnice obstoja podjetja.
2006	Predstavitve novega sistema BeFREE.
2007	Razvoj različnih vhodnih enot za dispečer tržni segment.

Vir: Tipro (2007).

5.1.2 Organiziranost podjetja

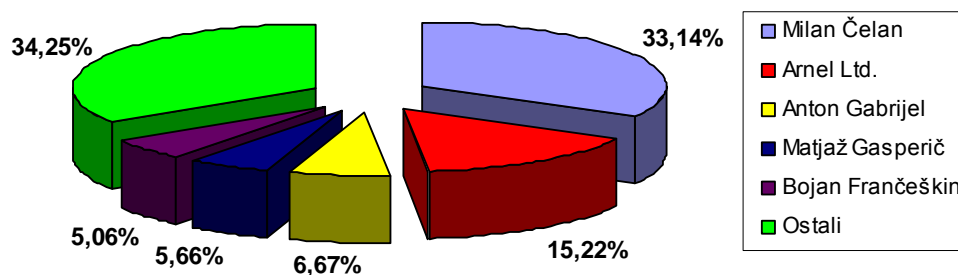
Sedež podjetja Tipro d.o.o. se nahaja v Grosupljem. Poleg sedeža podjetja imajo tudi dve hčerinski podjetji in sicer v Veliki Britaniji (Tipro UK Ltd) in na Hrvaškem (Tipro Zagreb d.o.o.). Predstavništva podjetja pa lahko najdemo na Hrvaškem, v Italiji ter v Nemčiji.

Tipro d. o. o. Grosuplje, Tipro d. o. o. Zagreb in Tipro UK Ltd. so povezane družbe. Tipro d. o. o. Zagreb in Tipro UK Ltd. sta v 100 % lasti Tipro d. o. o. Grosuplje. Tipro d. o. o. Zagreb in Tipro UK Ltd., opravljata osnovno dejavnost informacijskega inženiringa ter trgovine na veliko in posredovanje v trgovini. Tipro d. o. o. Grosuplje kupuje od Tipro d. o. o. Zagreb in Tipro UK Ltd., storitve trženja in razvoja, Tipro d. o. o. Zagreb in Tipro UK Ltd. pa od Tipro d. o. o. Grosuplje kupujeta gotove izdelke, ki jih nato prodajata na hrvaškem oziroma angleškem trgu (Tipro 2007).

5.1.3 Lastniška struktura podjetja

Podjetje temelji na notranjem lastništvu (glej Sliko 5.1). Poleg lastnikov iz Slovenije in Hrvaške sta solastnika tudi partnerja iz Anglije in Japonske. Lastniška struktura se v zadnjih dveh letih ni spremenila (Tipro 2007).

Slika 5.1: Lastniška struktura podjetja Tipro d.o.o.



Vir: Tipro (2007).

5.1.4 Filozofija podjetja

Tipro se je v zadnjem desetletju utrdil na trgu kot inovativni, vodilni, butični proizvajalec inteligentnih tipkovnic. Z izdelki izključno lastne blagovne znamke so navzoči na vseh glavnih trgih. Ključni kupci se k njim vračajo, čeprav bi na trgu lahko dobili tudi cenejšega ponudnika. A odnose z večino so gradili postopoma in jih prepričali z znanjem. »Siemens smo snubili štiri, pet let in vlagali vanj. Zdaj pa sami pridejo k nam, če potrebujejo posebno rešitev, ker vedo, da jo bodo pri nas tudi dobili,« pravi Milan Čelan, ustanovitelj in direktor Tipra d.o.o. Pojasnjuje, da se v poslu vedno začne s trgovanjem, nato se gradi zaupanje, na koncu pa je za dolgoročen poslovni odnos potrebna ljubezen, seveda na specifičen način. Tako intuitivno gradijo koncept trženja, ki mu trženjski strokovnjaki pravijo trženje na podlagi odnosov. V Tipru, ker je razvoj seveda zahteven in drag, svojih konkurenčnih prednosti ne morejo ustvarjati s cenami, niti le s kakovostjo ali s tem, kar izdelki zmorejo, ker je to v globalni tekmi že samoumevno. Znati je treba razviti izdelek, ki ustreza kupcu, a je hkrati več, kot kupec pričakuje. To dosežejo tako, da kupca najprej zelo dobro poslušajo, nato pa se od njega, ko začnejo razvijati izdelek, odmaknejo, ga za nekaj časa dobesedno ignorirajo. V Tipru tej fazi pravijo »Tiprova črna luknja«. Tako rešitev nadgradijo z inovativnim presežkom (Kalacun in Basle 2006).

Čelan zatrjuje, da zaradi močno h kupcu usmerjene filozofije, na kateri gradijo tudi visoko dodano vrednost, proizvodnje ne bodo selili na zelo aktualen kitajski trg. So pa del proizvodnje že v preteklih letih strateško prenašali k slovenskim poddobaviteljem in v hiši ohranili le končno moduliranje in programiranje tipkovnic, nadzor kakovosti,

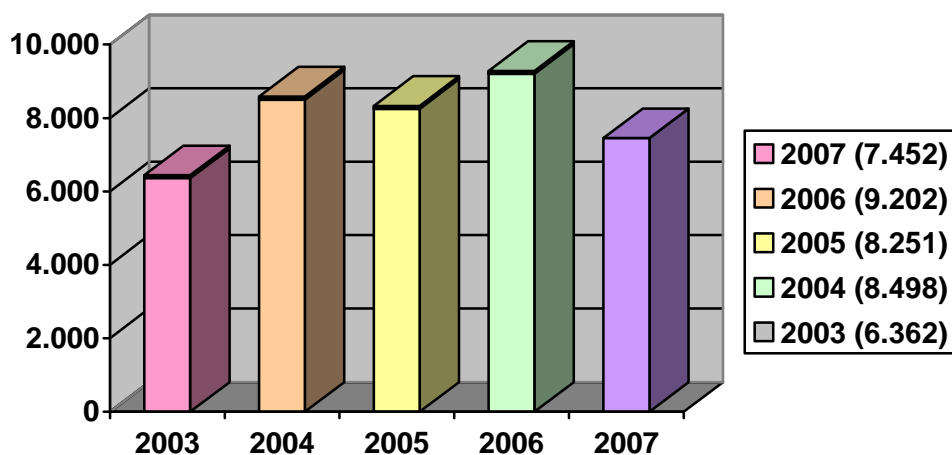
pakiranje in dostavo izdelkov končnim kupcem. S tem so dosegli, da so dobavni roki za izdelke izjemno kratki - tri tedne (Basle 2006).

Vloga človeškega kapitala je po mnenju direktorja podjetja bila in ostaja odločilna pri doseganju konkurenčne prednosti podjetja. Zato podjetje Tipro d.o.o. velik poudarek daje ravno na zaposlene. V poslovnem letu 2007-2008 so nadaljevali z vzpodbujanjem nenehnega razvoja kadrov, ki jih poleg visoke ravni znanja in bogatih delovnih izkušenj odlikuje tudi pripadnost podjetju, motiviranost in naklonjenost tiskemu delu. Podjetje zaposluje predvsem mlad kader, pripadnike t.i. generacije Y, ki v nasprotju s predhodniki ne želijo le delati, pač pa tudi uživati življenje. Za vsakega delodajalca je izziv, kako jih motivirati. Čelan razkriva svoj pristop. »Ponuditi jim je potrebno zelo veliko svobode, ki se kaže v zelo drsnem delovnem času, pa tudi možnosti, da so kdaj odstotni tudi za mesec dni, ko želijo na potovanje.« Njegova filozofija je, da se delavcu ne sme gledati pod prste, potrebno je nadzorovati izključno njegov rezultat. Omogočiti je potrebno tudi veliko neformalnega druženja. Na podlagi tega so v podjetju postavili telovadnico in savno, dvakrat na leto pa uvedli Tiprov dan, ko gredo na izlet po Sloveniji ali Evropi (Humar 2007).

5.1.5 Prodaja in trženje

Tipro d.o.o. je v letu 2007 prodal za 7.452.446 EUR izdelkov in storitev, kar je za 19 odstotkov manj kot v letu 2006 (glej Sliko 5.2).

Slika 5.2: Prodaja v letih 2003–2007 (v 000 EUR)



Vir: Tipro (2007).

Podjetje Tipro d.o.o. je v Sloveniji skorajda neznano, to je razumljivo, saj je njihova proizvodnja skoncentrirana predvsem na tujih trgih. Tako so večino prihodka – 94,47 % ustvarili na tujih trgih, 5,53 % pa na slovenskem trgu. Glede na leto 2006 se je prodaja na domačem trgu povečala za 10,79 %. Že nekaj let opažajo trend naraščanja prihodkov v nemško govorečih državah skupaj s Češko. Na drugem mestu je Velika Britanija in na tretjem Italija. V obeh državah se je prihodek glede na lansko leto povečal. Velik upad dohodka pa beležijo na Hrvaškem in Poljskem. V letu 2007 so za trženje namenili 3,16 % prihodkov. Od tega so 70 % investirali v nastope na sejnih. Podjetje in izdelke so na začetku leta predstavljali v Nemčiji na EuroCIS-u in CeBIT-u. v mesecu juniju pa so bili v Veliki Britaniji na sejmu Retail Solutions, ter oktobra v Italiji na sejmu SMAU. V nemško govorečih državah so nadaljevali z oglaševanjem znamke Tipro v specializiranih revijah (Tipro 2007).

5.1.6 Konkurenca

Podjetje Tipro d.o.o. na domačem trgu nima konkurence, saj je Slovenija za to dejavnost premajhen trg. Ko so pred petnajstimi leti začeli, jih pravzaprav niti niso resno jemali. Bili so majhni, neznani. To jim je pomagalo k hitremu razvoju in tako so zdaj poleg dveh enakovrednih angleških podjetij v Evropi na drugem mestu, takoj za vodilnim nemškim podjetjem Preh (Perko 2001). Tiprova največja tekmeča v tujini pa sta Preh, ki je na odprtem trgu najmočnejši v računalniški periferiji, in angleško podjetje Access. Tiprova prednost pred njima je v izvirnosti osnovne ideje (Repovž 2007). Podjetje ne želi biti posnemovalec konkurence. »Biti posnemovalec nečesa, kar že obstaja, pomeni biti obsojen na cenovno vojno, na nenehno primerjavo cen s ceneni ponudniki, česar pa ne želimo, tudi zato, ker vemo, da v takšnem dvoboju z nekaterimi podjetji z Daljnega vzhoda ne bi mogli preživeti«, meni direktor podjetja gospod Čelan.

5.1.7 Vizija za prihodnost

Tipro d.o.o. bo po besedah direktorja družbe gospoda Čelana postalo vodilno podjetje pri inovativnosti in kakovosti inteligentnih vhodnih enot. V svetovnem merilu se bodo uvrstili med prva tri podjetja po prodaji in kakovosti inteligentnih vhodnih enot. Med poslovnimi partnerji bodo prepoznavni kot vodilno mednarodno podjetje, poleg tega pa želijo doseči dolgoročno hitro rast (Tipro 2007).

Postavili so si tudi vprašanje, kako kupca prepričati, da bo kupoval njihove izdelke, ki so večkrat tudi 50 ali 100 odstotno dražji od konkurenčnih. Ugotovili so, da potrebujejo visoko dodano vrednost zato, da bodo izdelki in storitve še boljši. V odgovor so pripravili ljubezensko zgodbo, ki so jo poimenovali Trade-Tust-Love. »Zgodba ne govori o izdelkih, temveč o ljudeh, o odnosu med nami. Trgovanje in zaupanje sta samo vmesni postaji do cilja, ki je ljubezen. Seveda smo igrali tudi na čustva ljudi. Izdelek smo pustili ob strani, saj je le posledica načina razmišljanja ljudi, ne pa vzrok za njihovo razmišljanje« pojasnjuje direktor podjetja Milan Čelan (Simonič 2007).

Tak pristop je dolgoročno naravnan, zato rezultati ne pridejo čez noč. »Proces zgodbe temelji na vseh prejšnjih razvojnih fazah - dobri ideji, vrhunski kakovosti in sposobnosti izdelka. Brez tega ga je nemogoče uresničiti. Prinaša pa prave rezultate,« pojasnjuje direktor Tipra, kjer so lani v razvoj vložili 14,7 % prihodka, to je 1,3 milijona evrov (Simonič 2007).

Sestava njihovih kupcev se v zadnjih letih zelo hitro spreminja v želeni smeri. Tako rekoč ne proizvajajo več izdelkov za trg, ampak več kot 90 % za znane kupce, ki jim niti ni primarna cena. Taki se vračajo z novimi zahtevami, tudi s takimi, za katere še nimajo pravih rešitev. Gre za vzajemno zaupanje med partnerjema. In temu rečejo ljubezen. »Tak pristop pa ni le prodajno-trženjska poteza«, pravi Čelan, filozofijo je treba prilagoditi tudi kulturi in notranji organizaciji podjetja ter odnosom z dobavitelji (Simonič 2007).

5.2 Vloga države pri delovanju podjetja Tipro d.o.o.

Na podlagi intervjuja z mag. Andrejem Zupančičem, vodjo razvoja v podjetju Tipro d.o.o. ter ostalih intervjujev iz časopisnih člankov na to temo sem poskušala prikazati, kako, če in na kakšen način je država pomagala oziroma pomaga podjetju pri njegovem poslovanju. Mag. Zupančič na vprašanje o pomembnosti malega gospodarstva v Sloveniji odgovarja, da je danes v Sloveniji pomemben vsak spekter gospodarstva, tako mala, srednje velika kot velika podjetja, saj je malo gospodarstvo v veliki meri odvisno od dobrega sodelovanja z velikimi podjetji. Vendar kljub temu se strinja, da so MSP danes najpomembnejši del gospodarstva, saj so najštevilčnejša, prinašajo nova delovna

mesta, prilagodljivost, dinamičnost, internacionaliziranost in prepoznavnost v mednarodnem gospodarstvu (Zupančič 2009).

Po njegovih besedah se država zadnjih dvajset let, kljub številnim mednarodno uspešnim podjetjem, do malega gospodarstva obnaša zelo mačehovsko (Zupančič 2009). V podjetju Tipro d.o.o. pomoči države niso bili deležni, niti je niso pretirano iskali. Tujci so v podjetju Tipro d.o.o. njihovi vsakodnevni gostje in celo ne verjamejo, da ob takšni naložbi država, občina ali katerakoli interesna skupnost ne podpira tako uspešnega podjetja niti jim ne omogoča nobene olajšave. Edina olajšava, ki jo podjetje dobi od države je oprostitev davka na dobiček ob naložbi.

Gospod Čelan, direktor podjetja je odločen, da svojega časa za lobiranje pri državnih institucijah ne namerava zapravljati, saj je mnenja, da aktivna uporaba časa za delo za katerega je zadolžen daje boljše rezultate (Brezovnik 2000). S tem se strinja tudi mag. Zupančič. Meni namreč, da je institucij za podporo malega gospodarstva v Sloveniji sicer veliko, vendar delujejo napačno, počasno in nerazložno. Največji problem po njegovem mnenju so javni razpisi. Razvojne politike posameznih ministrstev med seboj niso usklajene, sodelovanje med ministrstvi na področju vodenja razvojne politike je po njegovem mnenju neustrezno, saj se v določenih primerih javni razpisi celo prekrivajo po namenu in ciljih razpisanih razvojnih spodbud. Poleg tega pogosto vsebujejo tudi nelogične omejitve. Problem je tudi v tem, ker je razvoj podjetja Tipro d.o.o. in večine podjetij planiran vnaprej, čas za prijavo na razpis pa traja tudi do štiri mesece, v tem času pa razvoj nikakor ne sme stagnirati. Poleg tega so razpisi ponavadi za nove, prihajajoče projekte, podjetje Tipro d.o.o. pa ima vse projekte v teku, ki žal ne morejo oziroma ne smejo stati tako dolgo (Zupančič 2009).

V času vlade Janeza Drnovška je gospod Čelan predlagal tedanji ministrici za gospodarstvo Teji Petrin ustanovitev rizičnega sklada, ki bi mladim podjetnikom zagotavljal začetni kapital. Po njegovem mnenju je težko izpeljati posel, kot se ga je lotilo podjetje Tipro, če ni sredstev. Bančnih sredstev v preteklosti niso veliko izkoriščali, saj le-te dajejo komercialne kredite in ne prevzemajo tveganja. »Mlad podjetnik z dobro zamislijo skorajda ne more uspeti, če ne najde dobrega botra ali bogatih stricev«, meni Čelan. Problem države je v tem, da novo nastalemu podjetju že vnaprej pobere zaslužek in prihranke s previsokimi davki (Brezovnik 2000).

Mag. Zupančiča poleg tega skrbi tudi dejstvo, da država minimalno vlaga v tehnološki razvoj, rast vhodnih tujih investicij, inovacije, vlaganje v raziskave in razvoj, kakovost izobraževanja in razvitost poslovnih in finančnih storitev. Poleg tega ga motijo tudi težave na področju administrativnih težav ob ustanovitvi podjetja. Te administrativne težave predstavljajo predvsem težave z dostopom do virov financiranja, pomanjkanja podpornih sredstev in kvalificirane delovne sile. Ključni problem se pokaže že na začetku ob ustanovitvi, ko podjetje ne more pridobiti večine potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni, ker to ponavadi traja tudi več mesecev (Zupančič 2009).

Podjetje Tipro d.o.o. v vseh svojih letih poslovanja ni prejelo nikakršne olajšave, subvencije, pomoči, nasvetov države. Vsako novo investicijo pridobijo z lastnim kapitalom, s krediti pri bankah, neodvisno od države. Država bi po mnenju mag. Zupančiča vsekakor morala imeti preglednejše razpisne pogoje, poleg tega pa bi morala nagrajevati tako uspešna podjetja kot je podjetje Tipro d.o.o., ne pa oteževati pogojev poslovanja (Zupančič, 2009).

Čelan je v teh kriznih časih kritičen tudi do poslovnih bank. Po njegovem mnenju bi v tem trenutku potrebovali večjo fleksibilnost poslovnih bank. Živimo namreč v času, ko je za podjetja in njihov obstoj odločilen pozitiven oziroma negativen denarni tok in ne dobiček. Zaveda se, da morajo banke danes dobro premisliti, komu bodo posodile denar in komu ne, kljub temu pa so po njegovem mnenju trenutne razmere za podjetja, posebno za mala in srednje velika vedno težje. Banko razume kot enega od dobaviteljev podjetja in nič drugače. Tudi vsi preostali dobavitelji so v tem času še bolj pozorni na to, kdo redno plačuje in kdo ne. Po njegovem mnenju si njegovo podjetje ne more dovoliti, da podjetju, s katerim so gradili odnos leta in leta zaradi zaostrenih razmer in s tem težav pri plačilih ne dobavijo materiala. Čelan namreč meni, da je danes treba razmišljati o tem, kakšno bo podjetje v trenutku, ko se bodo razmere na trgu začele normalizirati. Bančna logika je po njegovem mnenju, še posebej v tem trenutku, zelo drugačna (Žagar 2009).

6 SKLEP

Na podlagi diplomske naloge sem ugotovila, da MSP danes predstavljajo najboljše del gospodarstva v Sloveniji. Gre za spekter gospodarstva, ki tako v EU, kot v Sloveniji velja za glavni vir delovnih mest, saj zaposluje kar 70 odstotkov prebivalstva. MSP postajajo internacionalizirana, bodisi neposredno ali posredno, kot poslovni partnerji velikih mednarodnih uspešnih podjetij, ker je domači trg premajhen. V obdobju 2001-2009 je 21 % slovenskih srednje velikih in velikih podjetij preneslo svoje poslovne aktivnosti ali je načrtovalo prenos teh aktivnosti na mednarodne trge. Slovenska podjetja so ocenila, da je prenos poslovnih aktivnosti na mednarodne trge pozitivno vplival na podjetje in prispeval k izgradnji njihovih konkurenčnih prednosti. Slovenska srednje velika in velika podjetja so najpogosteje prenašala aktivnosti v Srbijo in na Hrvaško. Za prenos so se odločala predvsem zaradi večje konkurenčnosti, dostopa do novih trgov, tržnega položaja podjetja in znižanja stroškov, medtem ko so bile ključne ovire pri prenosu predvsem skrb, da bi celotni stroški pri prenosu presegli pričakovane koristi, velika tveganost prenosa aktivnosti in težave z razpoložljivostjo kadrov in znanja. Iz napisanega lahko sklenem, da 21% delež selitve poslovnih aktivnosti na mednarodne trge (v osmih letih) kaže na relativno nizko stopnjo internacionalizacije, iz česar lahko sklepamo, da gre za dokaj neugodno poslovno okolje v državi.

MSP predstavljajo najbolj dinamičen del gospodarstva, saj je v svojem delovanju v večini primerov bolj prilagodljiv od velikih podjetij, gre za gonilno silo inovativnosti in poslovnih idej ter velja za glavni generator gospodarske rasti. MSP so zastopana praktično v vseh sektorjih gospodarstva, največ pa jih zasledimo v storitvenem sektorju, kjer zagotavljajo tudi največji delež zaposlitev. Malo gospodarstvo v Sloveniji tako povečuje učinkovitost celotnega gospodarstva, vpliva na stopnjo zaposlenosti, prispeva k inovacijam ter povečuje dohodke v regiji. Na tem mestu tako potrjujem prvi del hipoteze, ki je bila določena na začetku in pravi, da je malo gospodarstvo danes za Slovenijo ključnega pomena. Kljub temu, da so v gospodarstvu pomembni vsi spektri, tako mikro, mala, srednja kot velika podjetja, so MSP tista, ki največ prispevajo k uspehu slovenskega gospodarstva. Prinašajo nova delovna mesta, prilagodljivost, dinamičnost, internacionaliziranost in prepoznavnost v mednarodnem gospodarstvu.

Kljub temu, da smo ugotovili številne prednosti malega gospodarstva v primerjavi z velikim ter ugotovili, da so MSP trenutno najpomembnejši del slovenskega gospodarstva, še vedno obstajajo številni očitki malih podjetnikov namenjeni državi in njenim mehanizmom. Položaj podjetništva je danes vsekakor boljši kot je bil pred leti. Kot posledica tehnoloških sprememb, predvsem na področju informacijske-komunikacijske tehnologije so nastale nove poslovne priložnosti in izzivi za številna podjetja. Te spremembe so izboljšale dostop do znanja in omogočile oblikovanje novih tržnih priložnosti. Uvedle so inovativne pristope v organizacijo proizvodnje. Kljub izboljšanju položaja pa se slovenska MSP danes soočajo s podobnimi težavami, kot se soočajo mala podjetja drugod po svetu. Kot sem ugotovila, malo podjetništvo v Sloveniji zaznamujejo predvsem pomanjkanje podjetniške kulture, neučinkovito in nepopolno podporno okolje, nezadostna in nepopolna infrastruktura, pomanjkanje vlaganj v razvoj, slabo povezovanje gospodarstva z znanostjo, pomanjkanje visoko usposobljenih kadrov v gospodarstvu, nezadostna podpora ter pomanjkanje trga na področju inovacij in nenazadnje pomanjkanje ugodnih finančnih virov.

Slovenska MSP zaznavajo največje težave ravno na področju zagonskih administrativnih ovir, kamor spadajo težave z dostopom do virov financiranja, pomanjkanje podpornih sredstev in kvalificirane delovne sile. Ključni problem se pokaže že na začetku ob ustanovitvi, ko podjetje ne more pridobiti večine potrebnih dovoljenj in koncesij v približno tednu dni, ker to ponavadi traja tudi več mesecev. Z uveljavitvijo VEM točk se je sicer zagotovila infrastrukturna podpora za ustanavljanje novih podjetij, vendar pomanjkanje usposobljenih svetovalcev na eni strani ter velika netransparentnost zmanjšuje dostopnost razvojnih spodbud podjetnikom predvsem v manj razvitih območjih. Poleg začetnih administrativnih ovir višina davkov predstavlja breme za nova in rastoča podjetja. Kljub temu, da je to področje že relativno urejeno v primerjavi s preteklostjo, bi se dalo za nemoteno ustanovitev podjetja storiti na tem področju še marsikaj. Na tem mestu lahko potrdim tudi drugi del hipoteze, ki pravi, da je bilo na področju malega gospodarstva v Sloveniji s strani države do sedaj storjenega še premalo oziroma država ni vzpostavila dovolj zadovoljivih spodbujevalnih ukrepov, ki bi pripomogli k uspešnejšemu delovanju MSP oziroma ti delujejo nejasno.

Na tem mestu lahko zaključim, da v obravnavanem primeru t.i. nedržavni igralci v našem primeru podjetja, podjetniki, gospodarska zbornica ipd. tako pozitivno kot negativno vrednotijo odnos države do malega gospodarstva v Sloveniji. Priznavajo namreč, da se v zadnjih letih kaže napredek v splošnih pogojih poslovanja MSP, vendar ta napredek po njihovem mnenju lahko pripišemo izključno prizadevanjem podjetij samih, medtem ko Slovenija kot osrednji javnopolitični igralec močno zaostaja za primerljivimi državami. Javnopolitični mehanizmi, s katerimi država poskuša povečati uspešnost gospodarstva kažejo na prepočasne premike ali celo na nazadovanje na pomembnih področjih kot so: povečanje tehnološke zahtevnosti proizvodov, rast vhodnih neposrednih tujih investicij, stopnja inovacijske dejavnosti, raven vlaganj v raziskave in razvoj, kakovosti izobraževanja in razvitost poslovnih in finančnih storitev. Predvsem zaskrbljujoči so prepočasni premiki v temeljnem generatorju konkurenčnosti sodobnega gospodarstva, to je inovativnosti in vlaganjih v raziskave in razvoj. Razvoj na tem področju v zadnjih letih ne pelje Slovenije niti v krog povprečno razvitih držav EU.

Tehnološki razvoj je v Sloveniji še vedno v domeni znanosti, ne pa gospodarstva. Finančna sredstva namenjena tehnološkemu razvoju zato spodbujajo pretežno znanstvene raziskave na univerzah in inštitutih, ne pa tudi tehnološko-inovativnega razvoja v gospodarstvu. Slovenija nameni iz državnega proračuna znatno preizek delež sredstev za tehnološki razvoj. V primerjavi z vlaganji v znanstveno-raziskovanje se ta delež sicer iz leta v leto rahlo dviguje, a je daleč pod povprečjem razvitih evropskih držav, kaj šele v odnosu do najrazvitejših.

Ključni problem, na katerega sem naletela tudi na konkretnem primeru pri analizi podjetja Tipro d.o.o. je v javnih razpisih, ki so zastavljeni nelogično. Analiza objavljenih javnih razpisov za razvojne spodbude gospodarstvu v zadnjih letih kaže na neusklajenost razvojnih politik posameznih ministrstev. Sodelovanje med ministrstvi na področju vodenja razvojne politike je očitno neustrezno, kar kaže vsebina objavljenih javnih razpisov posameznih ministrstev. Ti se v določenih primerih celo prekrivajo po namenu in ciljih razpisanih razvojnih spodbud, pogosto pa vsebujejo tudi nelogične omejitve, ki jih ni možno opravičiti s postavljenimi cilji in prioritetai sektorskih politik. Rezultat takšne politike je tudi dokaj nizko črpanje sredstev evropskih strukturnih skladov. Skrb zbujajoč pa ni le nizek delež črpanja sredstev evropskih

strukturnih skladov, temveč tudi dejstvo, da ministrstva pri oblikovanju javnih razpisov za dodeljevanje razvojnih spodbud ne sodelujejo s subjekti, katerim so razpisi namenjeni. To pa so seveda podjetja. Posledica tega je dejstvo, da posamezni javni razpisi ne dosežejo ciljnih subjektov, ker ti bodisi sploh nimajo interesa za tovrstne razvojne spodbude, bodisi pred samim sofinanciranjem potrebujejo še pripravljalne, promocijske in motivacijske aktivnosti in s tem več časa za ustrezno pripravo nanje, bodisi so razpisni pogoji popolnoma nesprejemljivi in nedosegljivi za podjetja. Zaradi poznih objav napovedanih javnih razpisov, mnoga podjetja ne morejo čakati nanje, s čimer ima probleme tudi analizirano podjetje Tipro d.o.o. Spreminjajo se tudi merila za dodeljevanje javnih sredstev pred in med objavo razpisa od pogojev, ki so priznani po odobritvi.

Vse to kaže na premalo učinkovito vlogo države kot osrednjega javnopolitičnega igralca pri ustvarjanju ustreznih pogojev poslovanja MSP. Slovenija potrebuje novo politiko, ki bo spodbujala inovativnost ter vlaganje v znanost raziskave in tehnološki razvoj v tesni povezavi z gospodarstvom. Poleg tega mora odpraviti nepotrebne administrativne ovire, zagotoviti mora takšno poslovno okolje, ki bo zagotovilo večjo konkurenčnost, razvojni preboj slovenskega gospodarstva in dolgoročno stabilno gospodarsko rast. Bolje bi morala znati izkoristiti priložnost črpanja evropskih strukturnih skladov, poleg tega pa mora priti do usklajenega delovanja med ministrstvi. Samo v primeru, da država izpolni nekaj izmed teh pogojev, bomo lahko govorili o dobrem odnosu med državo in malim gospodarstvom v Sloveniji.

7 LITERATURA

1. Antončič, Boštjan, Robert D. Hisrich, Tea Petrin in Aleš Vahčič. 2002. *Podjetništvo*. Ljubljana: GV Založba.
2. Basle, Andreja. 2006. Vržemo bombico, prevohamo trg in skočimo v razvoj. *Finance*, 6. februar. Dostopno prek: <http://www.finance.si/144191> (8. oktober 2008).
3. Brezovnik, Alenka. 2000. V podjetju Tipro so lani dosegli 57-odstotno rast in večino proizvodnje izvozili. *Dnevnik*, 19 (31. marec 2008).
4. Duh, Mojca. 1998. *Malo in srednje veliko podjetje. Razvoj podjetja in razvojni management*. Gubno: MER Evrocenter.
5. Evropska komisija. 2000. *Evropska listina o malih podjetjih*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/docs/charter_sl.pdf (9. november 2008).
6. Fink–Hafner, Danica in Damjan Lajh, ur. 2002. *Analiza politik*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
7. Glas, Miroslav. 2000a. *Elementi strategije in razvoja politike do malega gospodarstva. Podjetništvo-izziv za 21. stoletje*. Ljubljana: Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem.
8. --- 2000b. *Dileme razvojne podporne strukture za podjetništvo. Podjetništvo-izziv za 21. stoletje*. Ljubljana: Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem.
9. Humar, Bojana. 2007. Tiprova ljubezenska zgodba. *Manager*, 26 (1. december 2008).
10. *Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije*. Dostopno prek: <http://www.japti.si/podrocja-dela/slovensko-podjetnisko-okolje/spodbujanje-podjetnistva-in-podjetnistvu-prijaznega-okolja> (10. november 2008).

11. Kalacun, Milena. 2004. Podjetništvo je danes najpomembnejši del gospodarstva. *Finance*, 6. februar. Dostopno prek: <http://www.ozs.si/obrtnik/prispevek.asp?IDpm=2306&ID=3270> (30. november 2008).
12. Kalacun, Stanislava in Andreja Basle. 2006. Inovativni v poslu tržijo tudi intuitivno. *Finance*, 22. maj. Dostopno prek: <http://www.finance.si/153347> (8. oktober 2008).
13. Krnc, Matija. 2009. Od nekdanje propadle tovarne pa vse do visokotehnoloških podjetij. *Dnevnik*, 20 (23. marec 2009).
14. Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenije. 2006. *Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013*. Dostopno prek: <http://www.google.si/search?hl=sl&q=PREDLOG+PROGRAMA+ZA+GOSPODARSTVO+IN+PODJETNI%C5%A0TVO&btnG=Iskanje&meta> (10. december 2008).
15. Možina, Stane, Rudi Rozman, Miroslav Glas, Mitja Tavčar, Danijel Pučko, Janko Kralj, Štefan Ivanko, Bogdan Lipičnik, Jože Gričar, Metka Tekavčič, Vlado Dimovski in Bogomir Kovač, ur. 2002. *Management: nova znanja za uspeh*. Radovljica: Didakta.
16. *Obrtno–podjetniška zbornica Slovenije*. 2008. Dostopno prek: <http://www.ozs.si/prispevek.asp?IDpm=881> (17. november 2008).
17. Perko, Bogdan. 2001. Bežigrajčan, ki je s tipkovnicami prodril v svet. *Finance*, 24. januar. Dostopno prek: <http://www.finance.si/show.php?id=1961> (8. oktober 2008).
18. Planinc, Damjan. 2004. Bančna podpora podjetništvu. *Glas gospodarstva*, 17 (10. februar 2008).
19. Rebernik, Miroslav. 1993. *Management malih podjetij*. Maribor: Ekonomsko–poslovna fakulteta.

20. Rebernik, Miroslav, Polona Tominc in Ksenja Pušnik, ur. 2006. *Podjetništvo med željami in stvarnostjo. Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2005*. Maribor: Ekonomsko–poslovna fakulteta.
21. Rebernik, Miroslav, Polona Tominc, Miroslav Glas in Viljem Pšeničny. 2003. *Kako podjetna je Slovenija*. Dostopno prek: http://epfip.uni-mb.si/publica/rreport/GEM2002_slo.pdf (10. marec 2009).
22. Rebernik, Miroslav, Polona Tominc, Ksenja Pušnik. 2008. *Premalo razvojno usmerjenih podjetij*. Dostopno prek: <http://www.gemslovenia.org/index/GEM2007.pdf> (10. marec 2009).
23. Repovž, Mija. 2007. Dampinške cene, da gredo lasje pokonci. *Delo*, 8 (30. julij 2008).
24. Siljan, Bernarda. 2005. *Finančni vidiki malih in srednje velikih podjetij na trgu evropske unije*. Diplomsko delo. Laško: Ekonomsko–poslovna fakulteta.
25. Simonič, Janja. 2007. Izdelke prodaja ljubezenska zgodba. *Finance*, 6. februar. Dostopno prek: <http://www.finance.si/174383> (8. oktober 2008).
26. *Slovenski podjetniški sklad*. 2008. Dostopno prek: <http://www.google.si/search?hl=sl&q=Rezultati+japti+v+obdobju+1996+-+2007&btnG=Iskanje&meta> (10. december 2008).
27. Tajnikar, Maks. 1997. *Tvegano poslovanje*. Ljubljana: GEA College.
28. Tipro. 2007. *Letno poročilo*. Grosuplje: Tipro.
29. Odločba nadzornega organa EFTE. 2009. Dostopno prek: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:073:0023:0029:SL:PDF> (6. junij 2009).
30. *Zakon o gospodarskih družbah (ZGD–1)*. Ur. l. RS 42/2006. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200642&stevilka=1799> (30. november 2008).

31. *Zakon o gospodarskih družbah (ZGD–1B)*. Ur. l. RS 62/2008. Dostopno prek: http://www.uradni-list.si/_pdf/2008/Ra/r2008062.pdf (30. november 2008).
32. *Zakon o podpornem okolju za podjetništvo (ZPOP–1)*. Ur. l. RS 102/2007. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=2007102&stevilka=5064> (9. november 2007).
33. Zidar, Nada. 1995. *Strategija razvoja malega gospodarstva v Sloveniji*. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
34. Zupančič, Andrej. 2009. Intervju z avtorjem. Grosuplje, 11. marec.
35. Žabkar, Vesna. 1995. *Pomen človeških virov za trženjsko naravnost in konkurenčno prednost malih podjetij*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
36. Žagar, Luka. 2009. Banke še vedno neprijazne do malih. *Finance*, 4. maj. Dostopno prek: <http://www.finance.si/245770> (24. avgust 2009).
37. Žakelj, Luka. 2004. *Razvoj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji in Evropski uniji*. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj.