

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO**

**KONKURENČNOST IN POMEN MSP  
ZA SLOVENIJO**

**Ljubljana, maj 2007**

**EGON LESIZZA**

## **IZJAVA**

Študent Egon Lesizza izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Huga Zagorška in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

*V Ljubljani, dne 17. maj 2007*

*Podpis:* \_\_\_\_\_

## KAZALO

<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Mala in srednje velika podjetja ter njihov pomen za konkurenčnost sodobnih gospodarstev.</b> 2	
2.1. Opredelitev malih in srednje velikih podjetij .....	2
2.2. Pomen malih in srednje velikih podjetij ter podjetništva v sodobnih gospodarstvih.....	3
2.3. Vloga države pri podpiranju MSP in podjetništva .....	6
2.4. Evropski napotki ter podpora EU za izboljšanje konkurenčnosti MSP.....	6
2.4.1. Evropska listina za mala podjetja .....	6
2.4.2. Evropske mreže za podporo predvsem MSP.....	7
2.4.3. Programi za inovacije in konkurenčnost MSP (2007–2013) .....	8
<b>3. Razvoj MSP ter njihov pomen za konkurenčnost Slovenije v primerjavi z Italijo</b> .....	<b>8</b>
3.1. Razvoj MSP v Italiji.....	9
3.1.1. Model industrijskih okrožij .....	9
3.1.2. Industrijska okrožja za boljšo konkurenčnost MSP .....	10
3.2. Razvoj MSP v Sloveniji.....	12
3.2.1. Pomen povezovanja podjetij kot sredstva za povečevanje konkurenčnih prednosti... 13	
3.2.2. Razvoj grozdov in njihov pomen za konkurenčnost MSP v Sloveniji.....	15
3.2.2.1. Opredelitev grozdov .....	15
3.2.2.2. Konkurenčne prednosti grozdov .....	16
3.2.2.3. Razvoj grozdov v Sloveniji .....	17
3.3. Smernice za slovenska MSP na izkušnjah italijanskih MSP .....	18
<b>4. Analiza stanja podjetij v Sloveniji za leto 2005 s poudarkom na MSP v primerjavi z velikimi podjetji</b> .....	<b>19</b>
4.1. Definicija gospodarskih družb v Sloveniji.....	20
4.2. Prikaz makroekonomskega okolja, v katerem delujejo MSP v Sloveniji v primerjavi z EU v letu 2005.....	20
4.3. Prikaz stanja podjetij v Sloveniji v letu 2005 s poudarkom MSP v primerjavi z velikimi podjetji .....	21
<b>5. Podporne institucije za MSP v Sloveniji v zadnjih nekaj letih</b> .....	<b>24</b>
5.1. Pomembnejše finančne podporne institucije in drugi viri financiranja za MSP .....	25
5.1.1. Kreditiranje MSP s strani bank .....	25
5.1.2. Slovenski podjetniški sklad .....	26
5.1.3. Tehnološki parki.....	27
5.1.4. Tvegani kapital.....	28
5.1.5. Poslovni angeli .....	30
5.2. Druge pomembnejše podporne institucije za MSP.....	31
5.2.1. PCMG – JAPTI .....	31
5.2.2. e-VEM .....	31
5.3. Vloga vlade kot institucije pri konkurenčnosti MSP.....	32
<b>6. Opredelitev ovir, ki jih je treba odpraviti za izboljšanje konkurenčnosti MSP</b> .....	<b>33</b>
6.1. Administrativne ovire .....	33
6.2. Ekonomske ovire .....	33
6.2.1. Notranji vidik ekonomskih ovir; izbor najpomembnejših.....	34
6.2.1.1. Pomanjkanje lastniškega kapitala in možnosti kreditiranja za zagon podjetij .....	34
6.2.1.2. Omejena podpora za inovacije in inovativna podjetja .....	35
6.2.2. Zunanji vidik ekonomskih ovir; izbor najpomembnejših .....	35

6.2.2.1. Omejene možnosti financiranja .....	35
6.2.2.2. Plačilna nedisciplina .....	36
6.2.2.3. Neustrezna davčna politika .....	36
6.3. Ovire, povezane s pomanjkanjem znanja .....	37
6.4. Socialnopolitične in osebne ovire .....	38
6.5. Demografskosocialne ovire.....	38
6.6. Ovire, povezane z regionalnim razvojem.....	39
6.7. Analiza SWOT .....	40
<b>7. SKLEP.....</b>	<b>42</b>
<b>LITERATURA.....</b>	<b>44</b>
<b>VIRI.....</b>	<b>45</b>

### ***KAZALO SLIK***

<b>Slika 1: Prikaz izbranih kazalnikov za podjetja v Sloveniji v letu 2005.....</b>	<b>23</b>
---	-----------

### ***KAZALO TABEL***

<b>Tabela 1: Prikaz izbranih makroekonomskih kazalnikov v Sloveniji in EU 25 v letu 2005.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabela 2: Primerjava izbranih kazalnikov med MSP in velikimi podjetji v Sloveniji v letu 2005.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabela 3: Analiza prednosti in slabosti, priložnosti in nevarnosti za MSP.....</b>	<b>41</b>

# 1. UVOD

Gospodarstvo se sooča s številnimi izzivi, povezanimi z razvojem, konkurenčnostjo, sposobnostjo prilagajanja hitrim spremembam v gospodarskem, družbenem in političnem okolju, zahtevami, povezanimi z okoljevarstvom, racionalizacijo poslovanja na vseh področjih, sledenjem zahtevam potrošnikov in podobno. Velikokrat se na omenjene dejavnike oziroma spremembe v svojem poslovnem okolju veliko uspešneje in predvsem hitreje, v primerjavi z velikimi gospodarskimi družbami, odzivajo mala in srednje velika podjetja. Zaradi svojega uspeha, številčnosti, dodane vrednosti, zaposlitvenega potenciala, dinamičnosti, inovativnosti, dolgoročnih smernic razvoja in drugih značilnosti, danes predstavljajo omenjena MSP<sup>1</sup> hrbtenico evropskega in tudi slovenskega gospodarstva.

Žal se realna podoba in razvoj slovenskega gospodarstva kljub jasno opredeljeni težnji po uspehu na področju MSP in industrijskih okrožij močno razlikuje od zelene podobe v gospodarstvu, kjer je poleg nekaj svetlih primerov MSP še vedno prisotno preveč velikih gospodarskih družb, ki poleg okorelosti v lastnem poslovanju in neizpolnjevanju vseh potencialov za razvoj in uspeh, predstavljajo še dodatno oviro za sam razvoj in uspeh MSP.

K izbiri teme diplomske naloge z naslovom »Konkurenčnost in pomen MSP za Slovenijo« me je torej gnal prav ta razkorak med želenim in trenutnim stanjem v slovenskem gospodarstvu. Pri tem naj omenim, da je bila želja po sistematični analizi stanja na področju slovenskih MSP podkrepljena še z osebnim interesom, saj imam že več let v lasti svoje malo podjetje.

Cilj in namen moje diplomske naloge je sistematično analizirati in predstaviti pomen slovenskih malih in srednje velikih podjetij ter njihovo konkurenčnost. V ta namen bom razdelil diplomsko nalogo na tri vsebinske sklope. V prvem vsebinskem sklopu oziroma v drugem poglavju bom najprej definiral MSP, opredelil njihov pomen v sodobnem gospodarstvu ter okvirno predstavil aktivnosti evropske politike, povezane s podporo in razvojem MSP. Pri tem se bom opiral predvsem na napotke EU<sup>2</sup> za boljšo konkurenčnost MSP ter na oblike gospodarske pomoči podjetjem.

V drugem vsebinskem sklopu oziroma tretjem poglavju bom skušal čimbolj jasno in jedrnatost predstaviti razvoj MSP v Sloveniji. Pri tem bom analizo podkrepil z vlogo, ki jo MSP igrajo v konkurenčnem boju Slovenije s sosednjo Italijo. Tako bom na kratko raziskal tudi »zgodbo o uspehu« italijanskih MSP, saj je znano, da so industrijska okrožja v severni Italiji vplivala ne samo na konkurenčnost posameznih podjetij ampak tudi na celotno gospodarsko rast. Pri tem bom poudaril predvsem začetek razvoja MSP v Italiji in tako izpostavil ključne dejavnike za njihov uspeh, katere bi morala vključiti v svoje razvojne strategije tudi slovenska MSP.

---

<sup>1</sup> MSP: mala in srednje velika podjetja (v nadaljevanju MSP).

<sup>2</sup> EU: Evropska unija (v nadaljevanju EU).

Svoje razmišljanje in ugotovitve iz drugega vsebinskega sklopa bom skušal čimbolj smiselno povzeti v zadnjem, tretjem vsebinskem sklopu. Tako bom v četrtem poglavju najprej predstavil analizo stanja podjetij v Sloveniji za leto 2005, pri čemer bo poudarek na MSP v primerjavi z velikimi podjetji. V petem poglavju se bom osredotočil na vlogo podpornih institucij pri uspešnosti MSP, v šestem poglavju pa bom svoje razmišljanje skušal zaokrožiti še z opredelitvijo ovir, ki vplivajo na konkurenčnost MSP ter analizo SWOT<sup>3</sup>.

Diplomsko nalogo bom zaključil s sedmim poglavjem oziroma sklepom, kjer bom še enkrat povzel bistvene ugotovitve diplomske naloge.

## **2. Mala in srednje velika podjetja ter njihov pomen za konkurenčnost sodobnih gospodarstev**

V današnjem poslovnem okolju so podjetja postavljena pred veliko preizkušnjo obstoja. O rasti lahko govorimo le za peščico podjetij, ki so sposobna konkurirati globalizaciji, predvsem azijskim trendom, ter se prilagajati in pospeševati razvoj bolje kot ostala napredna podjetja. V kapitalističnem sistemu ni prostora za šibke trdnjave, temveč le za močne, ki znajo iti v korak s časom, z dobro vizijo prihodnosti, z veliko znanja in ki živijo v podjetniško prijaznem okolju.

V EU je danes znano, da so po velikosti to MSP, saj so priznana kot potencialno najbolj dinamičen del gospodarstva, torej so v svojem delovanju prilagodljivejša v primerjavi z velikimi podjetji. Le ta predstavljajo glavni generator gospodarske rasti in novih delovnih mest v Evropi (Small and Medium-sized Enterprises: Local Strenght, Global Reach, 2000, str. 2). Drugo poglavje začnem s splošnim mnenjem EU o MSP, pogledal bom pomen, ki ga imajo ta podjetja v sodobnih gospodarstvih ter oblike pomoči, ki jih EU nudi malim in srednje velikim podjetjem.

### **2.1. Opredelitev malih in srednje velikih podjetij**

MSP so definirana kot samostojna podjetja, ki zaposlujejo manj ljudi od določenega števila zaposlenih. To število ni enako v vseh nacionalnih statističnih sistemih. V Evropi je zgornja meja števila zaposlenih najpogosteje postavljena na 250. Nekatere članice OECD<sup>4</sup> so mejo določile na 200, v ZDA<sup>5</sup> pa med MSP prištevajo podjetja z manj kot 500 zaposlenimi. Mala podjetja so večinoma opredeljena kot podjetja z manj kot 50 zaposlenimi, medtem ko med mikro podjetja v večini primerov sodijo tista z manj kot 10 zaposlenimi in v nekaterih primerih s 5 zaposlenimi (Small and Medium-sized Enterprises: Local Strenght, Global Reach, 2000, str. 2).

---

<sup>3</sup> Analiza SWOT: analiza prednosti, priložnosti, slabosti, nevarnosti (v nadaljevanju analiza SWOT).

<sup>4</sup> OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development – Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (v nadaljevanju OECD).

<sup>5</sup> ZDA: Združene države Amerike (v nadaljevanju ZDA).

Poleg števila zaposlenih, se kot kriterija za določanje velikosti podjetja, najpogosteje uporabljata še letni prihodek od prodaje in bilančna vsota oziroma vrednost aktive podjetij (Žakelj, 2004, str. 12).

V EU srednja podjetja zaposlujejo med 50 in 249 oseb, imajo manj kot 50 mio EUR letnih prihodkov in bilančno vsoto, ki ne presega 43 mio EUR. Mala podjetja zaposlujejo med 10 in 49 oseb, imajo manj kot 10 mio EUR letnih prihodkov in bilančno vsoto, ki ne presega 10 mio EUR. Mikro podjetja zaposlujejo manj kot 10 oseb, imajo manj kot 2 mio EUR letnih prihodkov in bilančno vsoto, ki ne presega 2 mio EUR (Definizione delle microimprese, delle piccole e delle medie imprese, 2003).

V Italiji je opredelitev malih in srednje velikih podjetij enaka opredelitvi po EU (Opredelitev MSP v Italiji, 2006).

V Sloveniji se družbe v skladu z ZGD<sup>6</sup> razvrščajo po velikosti na majhne, srednje in velike na podlagi treh meril. Prvo merilo predstavlja povprečno število zaposlenih v poslovnem letu, drugo predstavlja čiste prihodke od prodaje, nazadnje pa vrednost aktive na koncu poslovnega leta<sup>7</sup> (Informacija o poslovanju gospodarskih družb v RS v letu 2005, 2006, str. 11). Natančneje bom opredelil MSP v nadaljevanju, ko bom analiziral stanje MSP v Sloveniji.

## **2.2. Pomen malih in srednje velikih podjetij ter podjetništva v sodobnih gospodarstvih**

V sredini dvajsetega stoletja so bila gospodarstva in vladne politike usmerjene k spodbujanju masovne proizvodnje, kar je pomenilo prevladovanje velikih podjetij, mala pa so veljala za neučinkovita pri podpiranju gospodarske rasti in dodane vrednosti. Zaradi postopne liberalizacije svetovne trgovine, z uvajanjem novih tehnologij in čedalje večje konkurence na mednarodnih trgih, se je začel trend obračat v prid malih in srednje velikih podjetij. Prav njihova dinamičnost, sposobnost prilagajanja na nove poslovne priložnosti, hiter odziv in inovativnost je pripeljala, da so MSP danes priznana kot največji generator gospodarske rasti in zaposlenosti (Žakelj, 2004, str. 13).

To še posebej velja za tista MSP, ki so sposobna konkurenčno nastopati na razvitih trgih in dosegati visoko dodano vrednost<sup>8</sup>. MSP igrajo glavno vlogo pri generiranju gospodarske rasti tako v državah OECD kot tudi v sami EU. Obenem zagotavljajo tudi večino novih delovnih mest. V državah OECD je več kot 95 % vseh podjetij uvrščenih med MSP in v večini držav članic zagotavljajo med 60 in 70 % zaposlenost v predelovalnih dejavnostih in več kot 50 %

---

<sup>6</sup> ZGD: Zakon o gospodarskih družbah (v nadaljevanju ZGD).

<sup>7</sup> Velikost družbe je opredeljena s tremi merili, pri čemer mora družba izpolnjevati vrednosti dveh od treh meril.

<sup>8</sup> Dodana vrednost: dodana vrednost je razlika med proizvodnjo v osnovnih cenah in vmesno potrošnjo v kupčevih cenah. Je razlika med vrednostjo proizvedenih blaga in storitev in vrednostjo inputov, ki so bili pri tej proizvodnji potrošeni v proizvodnem procesu (Dodana vrednost, 2007).

zaposlenost v celotnem privatnem sektorju (Small and Medium-sized Enterprises: Local Strenght, Global Reach, 2000, str. 2).

V EU je gospodarski in socialni pomen MSP še večji, saj so v letu 2000 MSP predstavljala kar 99,7 % vseh podjetij v EU in so zaposlovala 66,2 % vseh zaposlenih v poslovnem sektorju. S prestrukturiranjem velikih podjetij v smeri prenašanja nekaterih funkcij na zunanje izvajalce ter zmanjševanjem števila zaposlenih in same velikosti podjetij se pomen MSP v gospodarstvu še povečuje (Žakelj, 2004, str. 14).

MSP najdemo v vseh gospodarskih sektorjih, največ pa jih je v storitvenem sektorju, kar v državah OECD predstavlja dve tretjini zaposlenosti in gospodarske aktivnosti. Mala podjetja delujejo prvovrstno v trgovini veleprodaje in maloprodaje, v turizmu, poslovno-komunikacijskih storitvah<sup>9</sup> in v gradbeništvu. Relativno velik je tudi delež MSP med podjetji v predelovalnih dejavnostih, njihova prisotnost pa hitro narašča na področju visoke informacijske tehnologije, kot sta na primer informacijsko-komunikacijska tehnologija in biotehnologija (Small and Medium-sized Enterprises: Local Strenght, Global Reach, 2000, str. 3).

Učinkovitost MSP je široko priznana zaradi njihove hitre rasti in konkurenčnosti na tržišču. Njihova glavna prednost pri konkurenčnosti je specializacija, ne samo v produktih, tržišču in kupcih, temveč tudi pri cenah, stroških in proizvodnih zmogljivostih. Različne študije kažejo, da je učinkovitost MSP največja na področju kreiranja in izdelovanja, hitre dostave in zanesljivosti, fleksibilnosti in dovzetnosti do potreb njihovih strank. In kako lahko razložimo njihovo konkurenčnost? Literatura o MSP navaja, da je njihova konkurenčnost čisto slučajna, odvisna od okoliščin, v katerih delujejo. Strategije izhajajo iz naraščajočega učnega procesa in taktičnih odločitev, pri čemer MSP izkoriščajo njihove sposobnosti do zadovoljnih strank bolje kot pa z dolgoročnim načrtovanjem. Uspeh MSP gre na prvem mestu vodstvenim sposobnostim, zato je tudi pomembna izobrazba ter praktične izkušnje, ki so jih vodje pridobili. Pomembno dejstvo je tudi, da lahko vodje v MSP ustvarijo boljšo notranjepodjetniško kulturo in manj formalen odnos do zaposlenih v primerjavi z velikimi podjetji (Cagliano, Blackmon, Voss, 2001, str. 470).

Poslovne in družbene razmere so vzrok za novo obdobje v poslovanju. Če veljajo pravila v velikih podjetjih za zaposlene, kot so: upoštevaj navodila, ne delaj napak, ne dajaj pobud, govorimo o tradicionalni korporativni kulturi<sup>10</sup>. Ta je pravo nasprotje notranjepodjetniški kulturi<sup>11</sup>, ki postavlja drugačna pravila s poudarkom na razvijanju ciljev, nagrajevanju

---

<sup>9</sup> MSP prevladujejo v storitvah računalniškega programiranja in procesiranja informacij, raziskovalno-razvojne dejavnosti, trženja, poslovne organizacije in razvoja človeških virov. Naraščajoče oddajanje del zunanjim izvajalcem s strani velikih podjetij v predelovalnih dejavnostih je v drugi polovici 90-ih let omogočilo približno 10-odstotno letno stopnjo rasti v omenjenih na znanju temelječih storitvah. K temu so mnogo pripomogle tudi nove tehnologije, ki so omogočile uveljavitev MSP na drugih trgih (Small and Medium-sized Enterprises: Local Strenght, Global Reach, 2000, str. 3).

<sup>10</sup> Korporativna kultura: tradicionalno notranje okolje (vrednote, norme, pravila) določene organizacije (Antončič et al., 2002, str. 467).

<sup>11</sup> Notranje podjetniška kultura: notranje okolje (vrednote, norme, pravila) organizacije, ki je podjetniško usmerjena (Antončič et al., 2002, str. 468).



zaposlenih za izpeljana dejanja, eksperimentiraju, kreativnosti (Antončič et al., 2002, str. 63). Glede na to da so MSP primorana biti čim bolj kreativna za doseganje konkurenčnosti, lahko trdimo, da je notranjepodjetniška kultura bolj uveljavljena v MSP v primerjavi z velikimi. Pri tem se kaže tudi odnos managerjev do zaposlenih, ki so, kot sem omenil, bolj naklonjeni manj formalnim odnosom, torej so delovni odnosi tesni, v ozračju zaupanja in svetovanja, ki olajšujejo doseganje ciljev.

Podjetništvo zaseda pomembno mesto, saj se ukvarja z ustanavljanjem in težavami managementa ter rastjo novih podjetij, pa tudi z obnašanjem obstoječih podjetij. Njegove pozitivne učinke lahko zasledimo pri rasti, razvoju in dobičku posameznih podjetij, posledično pa tudi na ravni narodnega gospodarstva. Vloga podjetnika je spremeniti načine proizvodnje z izkoriščanjem invencij<sup>12</sup>, z reorganizacijo panoge, z odkrivanjem novih virov dobave materiala, skratka s kreativnostjo do boljših rezultatov. Koncept inovacij in novosti je po opredelitvi sestavni del podjetništva (Antončič et al., 2002, str. 29–56).

Na podlagi raziskave GEM<sup>13</sup> leta 2006 so za razvoj podjetništva pomembni socialno-ekonomski dejavniki posameznikov, kot so starost, spol, izobrazba, prihodki ter delovni status (Bosma, Harding, 2006, str. 22–23):

- starost: zaseda pomembno mesto za razvoj podjetništva. Pri analizi skupin med 25. in 34. letom starosti ter 55. in 64. letom starosti je raziskava pokazala večji razmah podjetništva pri mladi populaciji. Glede na BDP<sup>14</sup> posamezne države pa predstavlja skupina med 45. in 54. letom starosti največji delež pri ustanavljanju podjetij;
- spol: na podlagi izvedene raziskave so moški bolj nagnjeni k podjetništvu kot ženske. To načelo sicer velja tudi na splošno. V državah z nizkim BDP imajo ženske težji dostop na trgu dela, kar jih sili v ustanavljanje svojih podjetij. V državah z visokim BDP pa ženske, nasprotno, tako okolje destimulira v podjetništvu, saj imajo zagotovljen trg dela in s tem varnost;
- delovni status: raziskava kaže, da ljudje, ki so že polno ali delno zaposleni imajo visoko stopnjo ustanavljanja podjetij. Za obe državni skupini pa velja (tako za tiste z visokim kot za tiste s srednje visokim BDP), da mlajša generacija, ki ni zaposlena ali ni prisotna na trgu delovne sile (študentje, upokojenci), ni tako nagnjena k podjetništvu;
- izobrazba: velja za pomemben dejavnik pri razvoju podjetništva. Po raziskavi naj bi višje- in visokošolski izobraženi prej ustanavljali podjetja in sicer v skupini med 25. in 34. letom starosti. Glede na velikost BDP držav pa izobrazba ne predstavlja pozitivne korelacije. Torej ni razlik pri stopnji ustanovitve podjetij v državah z visokim oziroma srednje visokim BDP in glede na izobrazbo;

---

<sup>12</sup> Invencija je ideja ali model za nov produkt ali izboljšan proces, pri čemer ni nujno, da postane inovacija. Inovacija je prva praktična uporaba invencije v primeru, da se slednja v procesu razvoja ustrezno modificira in tako doseže komercialno vrednost na trgu (Karan, 2007).

<sup>13</sup> GEM: Global Entrepreneurship Monitor – svetovna podjetniška raziskava (v nadaljevanju GEM).

<sup>14</sup> BDP: bruto domači proizvod (v nadaljevanju BDP).

- prihodki: posamezniki z večjimi prihodki so bolj nagnjeni k podjetništvu predvsem v zgodnji starosti. Tudi razlike v BDP med državami kažejo, da države z višjim BDP predstavljajo večji razmah podjetništva.

## **2.3. Vloga države pri podpiranju MSP in podjetništva**

Povečevanje konkurenčnosti kateregakoli gospodarstva je odvisno od sposobnosti podjetij, da se hitro prilagajajo spremembam. Pri tem ima država dvojno vlogo. Zagotoviti mora konkurenčno in stabilno ekonomsko okolje, s svojo proaktivno politiko pa podjetja usposablja k čim hitrejšemu prilagajanju strukturnim spremembam. Država lahko ustvarja trg za nova znanja z uvajanjem, npr. programov usposabljanja, s katerimi povezuje tuje znanje z domačim, tako tudi spodbuja internacionalizacijo podjetij, povezovanje s partnerji, podjetja, itd. (Antončič et al., 2002, str. 40).

V današnji globalni konkurenci nam izkušnje držav, ki so ji danes kos, kažejo, da je visoka gospodarska rast splet treh dejavnikov, in sicer pripravljenosti posameznikov in podjetij za tvegano vlaganje v inovativne projekte, pripravljenosti podjetij za preoblikovanje v smeri zmanjševanja stroškov ter povečevanjem proizvodnje, zadnji ključni dejavnik pa so institucije, ki povezujejo znanje s podjetji v smislu pripravljanja študentov že na univerzitetni ravni za potrebe podjetja (Antončič et al., 2002, str. 41).

Tudi po raziskavah GEM zaseda država zelo pomembno vlogo pri spodbujanju podjetništva. Ta vloga pa se spreminja glede na velikost BDP-ja posamezne države. Institucionalno okolje, kot je politično, pravno ter kulturno, v katerem podjetja delujejo, neposredno vpliva na ekonomski razvoj posamezne države. Podjetniki so prisotni v vsaki državi, v vsakem naravnem institucionalnem okolju, le to pa usmerja njihovo aktivnost. Zato so temeljne odgovornosti držav po vsem svetu, da zagotovijo tako okolje, ki bo podjetnikom prijazno. V tako okolje spadajo temeljne pravice, monetarna stabilnost, zaupanje v zakonodajo, legalna in finančna transparentnost ter pravo konkurenčno okolje. Široko obsežna študija, ki jo je opravila GEM, potrjuje, da je podjetništvo zelo pomembno pri razvoju gospodarske rasti posamezne države (Bosma, Harding, 2006, str. 24).

## **2.4. Evropski napotki ter podpora EU za izboljšanje konkurenčnosti MSP**

### ***2.4.1. Evropska listina za mala podjetja***

Evropski svet je leta 2000 na zasedanju v Feiri sprejel Evropsko listino za mala podjetja s poudarkom obveznega olajšanja razvoja MSP. Omenjena listina temelji prav na izoblikovanju podjetniškega duha s toleranco do morebitnih neuspehov. Deset ključnih področij, ki jih ta listina navaja, so (Carta europea per le piccole imprese, 2000):

- podjetniško izobraževanje: že na univerzitetni ravni naj bi študenti zaživali v podjetniškem duhu in z ustreznimi programi izobraženi ustanavljali družbe;
- hitrejši zagon z nižjimi stroški: temu naj bi pripomogel internet;
- pravni vidik: manjše družbe naj bi bile izvzete iz nekaterih zakonov;
- svetovalna podpora: spremljanje družb ter svetovalna podpora;
- internetna podpora: komunikacija naj bi potekala preko interneta zaradi nižjih stroškov in hitrejših informacij;
- več dobička zaradi notranjega enotnega trga;
- obdavčitev ter financiranje: obdavčitev naj bi spodbujala preživetje ter rast družb, dostop do rizičnih skladov naj bi se izboljšala;
- povečanje tehnološkega potenciala: spodbujalo naj bi se grozdenje podjetij v posamezni državi ter povezovanje s podjetji iz drugih držav z namenom razvoja boljše tehnologije;
- modeli namenjeni spodbujanju boljših podjetij v panogi elektronike;
- manjše družbe naj bi se spodbujalo na državnem nivoju in nivoju EU.

#### **2.4.2. Evropske mreže za podporo predvsem MSP**

Evropska komisija je ustanovila različne mreže v podporo evropskim podjetjem, predvsem MSP. Uvedli so tako imenovano podporo »Business to Europe (B2Europe)«. Med institucijami za podporo podjetjem so najpomembnejši Euro info centri (EIC<sup>15</sup>), ki predstavljajo najbolj razširjeno mrežo v Evropi, centri za povezovanje skupin z inovativnimi pristopi (IRC<sup>16</sup>). Pomembne so tudi organizacije za promocijo energetskih tehnologij, javni zavodi za zaposlovanje (EURES<sup>17</sup>) pa tudi organizacije za promocijo investicij v Latinsko Ameriko (Consigli e reti di sostegno alle imprese, 2005):

- **Euro info centri (EIC)**, ki delujejo na nacionalni ravni kot tudi na lokalni in regionalni so bili ustanovljeni leta 1987 z začetno nalogo podati čim več informacij MSP o primarnih materialih, sedaj pa imajo štiri ključne naloge, ki so naslednje:
  - informiranje: EIC izobražujejo preko seminarjev, konferenc, reklamnega materiala, tako na spletu kot z drugimi promocijskimi akcijami in to v jeziku izvora MSP. Odgovarjajo na vprašanja MSP in povezujejo sorodna podjetja, približujejo finančne vire EU in druge splošne zadeve;
  - predlaganje: od finančnih zadev do povezovanja; grozdenja, itd;
  - dajanje podpore: pri vseh fazah rasti in zahtevnosti vsakega podjetja, pri iskanju partnerjev ali trgov preko mrež;
  - dajanje povratnih informacij: Evropska komisija zbira njihove predloge in na ta način odpravlja težave, ko se z njimi srečujejo podjetja.
- **centri za povezovanje skupin z inovativnimi pristopi (IRC)** so usmerjeni k povezovanju MSP, ki so inovativna, pa tudi raziskovalnih inštitutov, univerz, tehnoloških centrov ...;

<sup>15</sup> EIC: Euro info center (v nadaljevanju EIC).

<sup>16</sup> IRC: Innovation Relay Centre – Inovacijsko relejni center (v nadaljevanju IRC).

<sup>17</sup> EURES: European Employment services – portal za zaposlitveno mobilnost v Evropi (v nadaljevanju EURES).

- **OPET<sup>18</sup> – organizacije za promocijo energetskih tehnologij:** njihov cilj je promocija novih tehnologij na področju energetike, predvsem reciklirane energije, varčne uporabe v industriji, transporta, itd. Podjetjem dajejo raznovrstno podporo;
- **javni zavodi za zaposlovanje (EURES):** njihov cilj je olajšanje pretoka zaposlenih znotraj EU, podajanje informacij o načinu življenja drugod zaposlenim, profesionalno svetovanje v okviru zaposlitvenih zmožnosti;
- **organizacije za promocijo investicij v Latinsko Ameriko (COOPECO):** podpirajo evropska podjetja, ki investirajo v Latinsko Ameriko.

### 2.4.3. Programi za inovacije in konkurenčnost MSP (2007–2013)

PIC<sup>19</sup>, programi za inovacije in konkurenčnost, so prvo namerno usmerjeni v zmanjševanju brezposelnosti s poudarkom inovativnih konkurenčnih MSP. Zato bodo v obdobju, ko bodo ti programi zaživel, in sicer od leta 2007 do 2013, stimulirana podjetja, ki bodo razvijala boljše novo tehnologijo, predvsem je veliko govora o reciklirani energiji. Programi bodo razdeljeni v tri smernice, in sicer (Programma quadro per l'innovazione e la competitività (2007–2013), 2006):

- **program za inovacijo in podjetništvo** bo usmerjen v promocijo podjetništva, konkurenčnosti in inovativnosti. Na prvem mestu bodo MSP, nato gazele<sup>20</sup>, pa vse do mikro in družinskih podjetij, ki predstavljajo večino podjetij v sami EU. Tako bodo MSP lažje prišla do finančnih pomoči v fazi razvoja in rasti ter informacij, da se bodo lahko lažje prilagodila in uspešno zaživela;
- **program za strateško podporo** bo imel nalogo promocije informacijsko komunikacijske tehnologije;
- **program za inteligentno energijo<sup>21</sup>** pa bo spodbujal nove tehnologije za vire energije. Pri tem bodo velik poudarek namenili transportu.

## 3. Razvoj MSP ter njihov pomen za konkurenčnost Slovenije v primerjavi z Italijo

Razporeditev zaposlenih v podjetjih po velikosti nakazuje pomen MSP v Italiji. Delež zaposlenih v velikih podjetjih z več kot 500 zaposlenimi je padel iz 24 % leta 1971 na 13 % leta 1991,

<sup>18</sup> OPET: Organisations for the Promotion of Energy Technologies – organizacije za promocijo energetskih tehnologij (v nadaljevanju OPET).

<sup>19</sup> PIC: programi za inovacije in konkurenčnost (v nadaljevanju PIC).

<sup>20</sup> Gazela: podjetje s hitro rastjo in visoko tehnologijo (Programma quadro per l'innovazione e la competitività (2007–2013), 2006).

<sup>21</sup> Inteligentna energija: program »Inteligentna energija – Evropa« je program EU na področju energije. Osnovni cilj programa je podpora trajnostnemu razvoju na energetskem področju z uravnoteženim doseganjem strateških ciljev EU glede zanesljivosti in konkurenčnosti oskrbe z energijo ter varstva okolja s poudarkom na omejevanju emisij toplogrednih plinov (Učinkovita izvedba energetskih storitev v MSP, 2007).

medtem ko je delež zaposlenih v malih podjetjih z zaposlenimi med 10 in 49 oseb narasel iz 14,1 % leta 1951 na 31,6 % leta 1991. Tudi pomembnost industrijskih okrožij se je v Italiji iz leta v leto povečevala predvsem v 70-ih in 80-ih letih. Če definiramo malo podjetje s 100 zaposlenimi, se je delež zaposlenih v teh podjetjih v industrijskih okrožjih kar potrojil in sicer iz 10 % leta 1951 na 32 % leta 1991. Vendar to ni veljalo za vsa industrijska okrožja. Predvsem tista na jugu Italije so zmanjševala rast teh okrožij z neučinkovitimi malimi podjetji. Leta 1991 je bilo zaradi njih aktivnih le še 16 % ali 37 okrožij iz leta 1951. Pomembnost industrijskih okrožij pa zasledimo tudi v proizvodnji v teh okrožjih v obdobju od leta 1981–1991, saj se je zaposlenost v teh okrožjih povečevala, nasprotno pa se je dogajalo izven teh okrožij. Zaposlenost v proizvodnji se je zmanjševala (Cappellin, 2004, str. 15).

Kaj pravzaprav so ta industrijska okrožja in kakšen pomen so imela za konkurenčnost MSP v Italiji, bomo videli v nadaljevanju. Primerjal bom razvoj MSP v obeh državah in skušal nakazati smernice za Slovenijo na izkušnjah Italije. Podal bom tudi bistven vpogled v povezovanje podjetij v grozde. Zanimalo me bo, kako je Slovenija pri tem uspešna in ali je eden izmed ključnih elementov konkurenčnosti MSP prav povezovanje podjetij oziroma grozdenje?

### **3.1. Razvoj MSP v Italiji**

V Italiji so se MSP dokazala kot zelo konkurenčna. Zakaj? Severni in notranji del Italije je poplavljen z industrijskimi okrožji, v katerih so MSP povezana v mreže. Veliko izmed teh podjetij je postalo svetovno znanih izvoznikov oblek, opeke, pohištva in strojev za pakiranje. Temu uspehu je znatno pripomoglo grozdenje podjetij, vodoravno<sup>22</sup> in navpično združenih, ter odnosi med podjetji (Boari, 2001, str. 1).

#### **3.1.1. Model industrijskih okrožij**

Po Becattiniju je industrijsko okrožje rezultat prepletanj določene socialno-kulturne skupnosti, zgodovinskih in naravnih karakteristik geografske lege, tehničnih karakteristik produktivnosti in rezultata dinamične integracije med delitvijo zaposlenosti v okrožju in povečanim obsegom trga svojih izdelkov (Becattini, 1991, str. 52).

Čeprav industrijsko okrožje ni nikjer docela opredeljeno, ima določene karakteristike, glede katerih se skupno strinjajo Garofol, Brusco in Paba (Cappellin, 2004, str. 16), da so naslednje:

- visoka specializiranost določenega sektorja v proizvodnji;

---

<sup>22</sup> Vodoravno in navpično združena podjetja: po definiciji ILO navpično združena podjetja veljajo za »kraljestva«, povezava v industrijsko mrežo, ko velika korporacija povezuje manjša podjetja v vertikalno verigo dobaviteljev, vodoravno združena podjetja pa veljajo za »republike«, ki združujejo med seboj mala, visoko specializirana podjetja, kjer ne prevladuje nobeno podjetje. Strateško vodstvo v tem primeru zagotavlja posrednik, ki je lahko javna ali privatna institucija (Jaklič, 1999, str. 152).

- visoka stopnja prisotnosti MSP;
- razporeditev proizvodnih procesov v različnih fazah z značilnostmi omejene velikosti proizvodnega procesa;
- prisotnost zunanjih ekonomij glede na samo podjetje in notranjih glede na regionalno ozemlje;
- razvoj pogodb, ki navpično povezujejo podjetja in norm vedenja o sodelovanju med lokalnimi podjetji;
- visoka stopnja rojstev in umrljivosti podjetij ter visoka stopnja prehodov iz odvisno zaposlenega v samostojnega in obratno;
- razvoj know-how v proizvodnji in organizaciji za dinamičnost vsakega okrožja posebej.

Uspešen razvoj proizvodnje v teh okrožjih ni pogojen z velikim številom specializiranih podjetij v enem sektorju, temveč z različno specializacijo in komplementarnostjo z drugimi podjetji kot podjetji izven okrožij. Prav navpična povezanost, npr. s podružnicami, omogoča hiter pretok znanja ter hitrejši dostop do končnih strank, kar ustvarja dodano vrednost proizvodnemu ciklu. Uspešna moderna okrožja, kakršna poznamo v regijah Lombardia, Emilia Romagna, Veneto, se ločijo od tradicionalnih z naslednjimi karakteristikami (Cappellin, 2004, str. 31):

- visoka stopnja prisotnosti in rasti izvoza, tujega kapitala ter dogovori o komercialnem; tehnološkem sodelovanju na internacionalnem nivoju;
- visoka stopnja diverzifikacije na lokalnem proizvodnem področju;
- širjenje znanja na lokalni ravni, diverzifikacija in komplementarnost tehnologij.

### ***3.1.2. Industrijska okrožja za boljšo konkurenčnost MSP***

Čeprav svetovna literatura prezira pomen določenega števila velikih podjetij, da so v industrijskih okrožjih pripomogla k dinamičnosti MSP in poudarja pomen lokalnih in nacionalnih institucij ter politične ekonomije, lahko trdimo, da so le ta znala poiskati trg in tržne niše proizvodov in sodelovati z drugimi podjetji ter institucijami v in zunaj okrožij, da so lahko danes MSP deležna njihovega znanja in tehnologije (Boari, 2001, str. 1). V prid tej trditvi si bomo podrobneje pogledali industrijsko grozdenje v Bologni.

Leta 1991 je italijanski statistični inštitut ISTAT<sup>23</sup> ugotovil 188 industrijskih okrožij. Kriterija, ki je uporabil, sta bila lokalna koncentracija zaposlenosti ter industrijske specializiranosti podjetij. Izkazalo se je, da je veliko, med drugim tudi regionalnih grozdov, ki povezujejo podjetja z različno industrijsko usmerjenostjo, a uporabljajo sorodno tehnologijo. Konkurenčnost MSP pripisujejo prav grozdenju v industrijskih okrožjih (Boari, 2001, str. 2).

Grozdenje je predvsem pomembno za mala podjetja, saj jih njihova majhnost omejuje pri financiranju usposabljanja zaposlenih, trženja in raziskovalne dejavnosti. Grozdenje omogoča povečanje konkurenčnih prednosti celotnega grozda in povezan nastop na globalnih trgih. Za

<sup>23</sup> ISTAT: Istituto Nazionale di Statistica – Italijanski statistični inštitut (v nadaljevanju ISTAT).

uspešne grozde je značilno nastajanje novih podjetij (Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach, 2000, str. 3).

Grozd, poznan kot dolina pakiranja, je eden izmed najuspešnejših grozdov v Italiji. Nahaja se v okolici mesta Bologne in ima najvišjo koncentracijo proizvodnje strojev za pakiranje. V tem okrožju so podjetja dobila v obdobju od 1979–89 skupno 11 %, v obdobju 1990–98 pa 21 % od skupnih 100 % registriranih pravic v Italiji za inovativnost strojev za pakiranje. Ta trend dokazuje konkurenčnost, h kateri je ta grozd prispeval, predvsem zato, ker so 85 % izdelanih proizvodov izvozili. V tem grozdu prevladujejo MSP in nekaj velikih podjetij (Boari, 2001, str. 5).

Kot sem omenil, so prav velika podjetja znatno prispevala k razvoju MSP. Ključno podjetje, ki je začelo delovati v omenjenem grozdu, pa je ACMA, podjetje, ki se je začelo ukvarjati s stroji za pakiranje z možnostjo prilagajanja za različne potrebe kupcev. Zaradi omejenosti tržišča v Italiji so njihove stroje tudi uspešno izvažali v Ameriko in Evropo. Poleg tega je podjetje uspešno razvilo notranje podjetništvo<sup>24</sup>, saj je omogočilo najpametnejšim delavcem, da so razvili svoj stroj in z njimi delili deleže od dobička prodaje tega stroja. Drugo podjetje pa je bilo SASIB, ki je na podlagi licence iz Amerike izdelovalo embalažo za cigarete in v nekaj letih izdelalo lasten stroj za pakiranje. Tako so postopoma prihajala na površje mala podjetja, ki so s svojo specializacijo zagotavljala dele velikim podjetjem. Ustanovitelji teh podjetij so bili inovativni ljudje s podjetniškim duhom, ki so znali zapolniti tržne niše na področju strojev za pakiranje (Boari, 2001, str. 6).

Za uspeh doline pakiranja se poudarja končno tudi pomen povezave podjetje – univerza (institutov) kot pomemben izvor praktičnega in teoretičnega znanja za doseganje novih idej. Za razumevanje, kako so se razvijala MSP v industrijskih okrožjih, moramo podrobneje pogledati rast teh velikih podjetij ter njihove odnose z dobavitelji. Obstajajo 4 stopnje. Na začetku so odnosi z dobavitelji navpični, niso planirani, kar pa postanejo na drugi stopnji. Na tretji stopnji se porajajo zahteve po vodoravni povezanosti, na četrti pa so značilnosti hierarhije (Boari, 2001, str. 6–7).

Velika podjetja so na začetku sama proizvajala majhne dele za svoje stroje. Potem pa so vzgajala zaposlene, da so začeli ustanavljati svoja podjetja, ki so za njih proizvajala določene dele ali pa bila deležna pri določenih operacijah. To je bila njihova kratkoročna strategija, da so se lahko kosala s kratkoročnimi preobsežnimi potrebami tržišča in so lahko na ta način krpala luknje. V 70-ih letih so podjetja prelagala na zunanje podizvajalce vedno bolj zahtevne dele; druge skupine delov. Začelo se je decentralizirano načrtovanje<sup>25</sup>. MSP so postajala vedno bolj specializirana,

---

<sup>24</sup> Notranje podjetništvo: podjetništvo znotraj obstoječe organizacije (Antončič et al., 2002, str. 468).

<sup>25</sup> Načrtovanje in vodenje proizvodnje mora biti organizirano decentralizirano, kar pomeni, da so vsa področja medsebojno povezana, vendar imajo tudi svojo avtonomijo, da lahko samostojno pomagajo pri reševanju motenj v proizvodnem procesu, ko se le-te pojavijo na določenem mestu. Ko je treba, sami sprejemajo ukrepe, ne da bi pri tem potrebovali odobritev z vrha hierarhije podjetja (Palčič, Fulder, Herzog, 2004, str. 423).

hkrati pa vedno bolj samostojna, tehnološko razvita in finančno neodvisna. Tako so lahko svoje izdelke ponujala tudi drugim strankam. Odnosi med glavnim velikim podjetjem »ustanoviteljem« in med novimi malimi podjetji so se stabilizirali. V 80-ih letih so ta mala podjetja postala že toliko razvita, da so lahko sama proizvajala in razvijala stroje za pakiranje, še vedno pa so za njihovo preživetje bila odvisna od velikih podjetij tako, da se je govorilo o partnerstvu pri proizvodnji strojev in ne več o podrejenih položajih. V tej fazi so postajala vez med glavnim podjetjem in novimi malimi podjetji. Proces se je znova ponovil. Razvoj MSP je nazorno prikazan kot primer v dolini pakiranja, podobnega pa najdemo tudi v drugih okrožjih (Boari, 2001, str. 7–9).

### **3.2. Razvoj MSP v Sloveniji**

Gonilo gospodarskega razvoja v Sloveniji so pred osamosvojitvijo predstavljala velika podjetja. Zaslediti je bilo pomanjkanje malih podjetij. Pomen MSP se je v strukturi slovenskega gospodarstva začel povečevati že na koncu 80-ih let s sprejemom Zakona o podjetjih v letu 1988 in razpadom velikih državnih podjetij. Po osamosvojitvi so bile reforme poslovnega sektorja, podprte z ukrepi ekonomske politike in spremembami zakonodaje, usmerjene v spodbujanje razvoja zasebnega sektorja, preoblikovanje organizacij združenega dela v gospodarske družbe in v izgradnjo tržnega poslovnega okolja. S tem se je za MSP začelo novo obdobje. Leta 1988 sta bila za MSP pomembna dva zakona: Zakon o podjetjih, ki je omogočil vključevanje privatnega kapitala v podjetniški sektor ter Obrtni zakon, ki je odpravil omejitve zaposlovanja v obrtniškem sektorju (Žakelj, 2004, str. 31).

Hitro rast privatnega sektorja, predvsem v trgovini, pa sta podkrepila še ureditev deviznega tečaja in liberalizacija mednarodne trgovine. Obvladan privatizacijski proces velikih podjetij je še dodatno spodbudil mnoge k ustanovitvi lastnega podjetja. Statistično gledano smo v Sloveniji v primerjavi z drugimi državami imeli visoko stopnjo privatnega sektorja predvsem zaradi dejstva, da je ustanovitev lastnega podjetja pomenilo pridobitev službe, ki je sicer ne bi imeli (Prešeren, 2003).

Pozneje, leta 1991, pa je bil za MSP ključen še Zakon o razvoju malega gospodarstva, ki je natančneje opredelil malo gospodarstvo. Za pospešitev razvoja MSP je vlada na začetku 90-ih let namenila finančno podporo ter z omenjenim zakonom ustanovila Javni sklad za razvoj malega gospodarstva. Ta je omogočal MSP vrsto pospeševalnih ukrepov, kot so posojila, subvencije obrestnih mer, garancije, neposredne investicije v podjetniško infrastrukturo. Program pospeševanja MSP je zajemal tudi pospeševanje na lokalni ravni s financiranjem iz občinskih proračunov ter lokalnimi skladi. V letu 1992 pa je bil ustanovljen tudi Pospeševalni center za malo gospodarstvo (Rebernik et al., 2004, str. 19).

Vrsta ukrepov je sprožila val nastanka novih podjetij, in sicer se je število gospodarskih subjektov iz leta 1990 do leta 1994 povečalo kar za 64 %. Leta 1990 je bilo teh subjektov



67.598, v letu 1994 pa kar 111.167. Vendar se trend rasti v drugi polovici 90-ih let ni nadaljeval, za kar obstajajo številni razlogi (Žakelj, 2004, str. 33):

- izčrpanje podjetniškega potenciala;
- izpolnjene tržne niše na omejenem slovenskem trgu;
- skromen dotok tujega kapitala;
- večja podjetja so s končano privatizacijo in prestrukturiranjem zopet postajala konkurenčna in so z razvojem diferenciranih proizvodov in storitev začela uspešno zadovoljevati povpraševanje na trgu;
- pomanjkljivosti državne politike so bile vedno večje;
- velike trgovske družbe so jemale prostor malim trgovcem;
- zahteva po večjemu ustanovitvenemu kapitalu.

V okviru Programa za spodbujanje konkurenčnosti so se leta 1999 v Sloveniji pričeli različni programi s ciljem povezovanja podjetij po sistemu grozda. Podjetja naj bi vzpodbudili k razvoju skupnih izdelkov in programov, skupnemu nastopanju na tujih trgih, skupnih izboljšav naprav, procesov in metod dela. Cilj je povišanje produktivnosti in kakovosti izdelkov ter specializacija v proizvodnih verigah<sup>26</sup> (Matek, 2004, str. 33).

Tudi na primeru Italije smo spoznali pomen povezovanja podjetij za doseganje konkurenčne prednosti. Zato si bomo v nadaljevanju pogledali globlji pomen povezovanja podjetij kot sredstva za povečevanje konkurenčnih prednosti. Podrobneje bom predstavil tudi razvoj grozdov in njihov pomen za konkurenčnost MSP v Sloveniji, za konec pa bom primerjal grozdenje v Italiji in Sloveniji ter tako izpostavil ključne dejavnike za uspeh, katere bi morala vključiti v svoje razvojne strategije tudi slovenska MSP.

### ***3.2.1. Pomen povezovanja podjetij kot sredstva za povečevanje konkurenčnih prednosti***

V novejših modelih je podjetje velikokrat pojmovano kot mreža. V današnjem času namreč prehajamo v proizvodnjo, ki je mrežno zasnovana in temelji na znanju in izkušnjah, ki jih ne more obvladovati en sam proizvajalec. Tako se pojavljajo zaveznitva med podjetji, ki ne temeljijo na kontroli lastništva, temveč na skupni izrabi informacij. Dinamična mrežna organizacija je sposobna učinkovitega obvladovanja, tako procesov operative kot tudi projektnih procesov prilagajanja in razvoja (Meža, 2002, str. 23).

Podjetja zato gradijo različne vrste mrež z razlogom, da (Petrin, 1991, str. 20):

- pridobijo informacije o tem, kaj je na razpolago;
- pridobijo nasvete, kako najbolje realizirati poslovno priložnost in začeti s poslovanjem;
- najdejo zagotovilo, da bo posel uspešen;
- pridobijo sredstva, prostor ter denar.

---

<sup>26</sup> Z javnim razpisom je Ministrstvo za gospodarstvo ponudilo finančne vzpodbude v obliki sofinanciranja stroškov za podjetja, ki naj bi vključevala vsaj deset proizvodnih ali storitvenih podjetij in vsaj tri podporne institucije.

Povezave se vzpostavljajo tako znotraj podjetij kot med podjetji. Podjetjem, ki vstopajo v strateško zvezo, povezovanje omogoča, da v primerjavi s svojimi konkurenti dosežejo konkurenčne prednosti. Razlog za povezovanje pa ni samo v novih oblikah poslovanja, temveč tudi v spremenjeni konkurenci na trgu. Povezovanje namreč prinaša zmanjševanje stroškov poslovanja, ki je nujno za globalno konkurenčnost podjetij. Z globalizacijo pa narašča pomen mednarodnih strateških povezav, ki so lahko: sporazumi o skupni proizvodnji, trženju, raziskavah in razvoju, skupne prodajne in distribucijske mreže in podobno. Ko povezana podjetja združijo poslovne funkcije in izločijo nepotrebne operacije iz posameznih podjetij, maksimizirajo svoj dobiček (Matek, 2004, str. 22).

Pogoj in podlaga za sodelovanje v mrežni organizaciji predstavlja zaupanje in skupno razumevanje posla. Smiselno je, da se pri vzpostavljanju mrežne organizacije odpovemo spletu pogodb. Namesto tega nastopajo predvsem okvirne pogodbe, ki jih sklenejo vsi partnerji v vrednostni verigi in imajo značaj gentlemanskega dogovora ter obsegajo načela sodelovanja in posebne dogovore (Kajzer, 2001, str. 36). Vzroki povezovanja se v trenutku, ko jih uresničimo, preoblikujejo v prednosti. Navedeni vzroki povezovanja so razvoj informacijske in komunikacijske tehnologije, povečan pomen časa kot konkurenčnega dejavnika, globalizacija, ki pogojuje potrebo po združevanju različnih resursov podjetij, rast stroškov za raziskave in razvoj, izginjanje meja nacionalnih ekonomij in nastajanje globalnega trga (Kovač, 1999, str. 328).

Med prednosti povezovanja spada pridobitev tehnologije, ki postaja vedno bolj zapletena, draga in specializirana. Podjetja nimajo dovolj sredstev, znanja in trgov, da bi bilo smotno investirati v obvladovanje celotnih proizvodnih procesov. Težava je v visokih stroških za raziskave in razvoj, ki so praviloma fiksni. Podjetje tako le s povezovanjem poveča svoje zmožnosti za konkurenčnost, kar se pokaže predvsem ob pomanjkanju virov, tako človeških kot finančnih. Naslednja prednost povezovanja je skupen razvoj, ki je ena od osnovnih podjetniških funkcij, brez katere ni izboljšanja proizvodov in storitev ter prilagajanja zahtevam na trgu. Podjetja lahko s skupnim razvojem in prenosom že pridobljenih znanj in pristopov skrajšajo čas in znižajo stroške razvoja. S povezovanjem si tudi omogočijo dostop na nove in obstoječe trge s proizvodi, prav tako pa jim je omogočen lažji in cenejši dostop na trg partnerjev, kjer prej podjetje ni bilo prisotno.

Podjetjem se na ta način lahko znižajo logistični in promocijski stroški. Konkurenčna prednost povezanih podjetij je, da lahko s skupno storitvijo ali proizvodom pridobijo prednost pred ostalimi podjetji. Zmanjšajo se jim tudi finančna in politična tveganja v državah, kjer je vzpostavljena zaščita domačih podjetij, kar postavlja tuje tekmece v slabši položaj. V takih primerih s povezovanjem obidemo trgovske in druge vladne predpise ter lažje dostopamo na te trge. Drugačno tveganje pomenijo nestabilne vlade in negotove gospodarske razmere, ki ga z sodelovanjem in notranjimi informacijami, do katerih lažje dostopajo domačini, nekoliko zmanjšamo (Matek, 2004, str. 28).

Najpomembnejši kazalci višanja konkurenčnih prednosti in mrežne učinkovitosti so (Vahčič et al., 1990, str. 8):

- prilagodljivost;
- kolektivna učinkovitost (koordinacija med podjetji in njihova specializacija );
- sposobno podjetništvo (večja možnost preživetja podjetij);
- geografska bližina (doseganje sinergij pri transakcijskih stroških);
- ekonomski in družbeni cilji (dolgoročnejši razvoj, skupne vrednote);
- regionalni razvoj;
- zaupanje (skupna rast vseh in posameznikov);
- zaposlenost;
- interesne skupine (pridobitev moči).

Pri povezovanju pa se pojavlja tudi tveganje, da partner postane močnejši ter da izgubimo primerjalne prednosti, ki smo jih imeli pred povezavo. Zaradi tega se močnejši partnerji izogibajo povezave s šibkejšimi člani, saj bi se v tem primeru utrdil samo položaj šibkejših partnerjev, pri povezavi med dvema močnima partnerjema pa se njun položaj na trgu utrdi obema. V Sloveniji kot tudi v Italiji sem na podlagi izkušenj opazil, da sklepajo podjetja raje strateške povezave s tujimi partnerji v želji zmanjševanja moči konkurenci na domačem trgu. Ne glede na taktike lahko trdim, da povezovanje krepi konkurenčnost podjetij in bom zato v nadaljevanju to trditev še podkrepil s pomenom grozdenja za izboljšanje konkurenčnosti predvsem MSP.

### ***3.2.2. Razvoj grozdov in njihov pomen za konkurenčnost MSP v Sloveniji***

Gospodarski razvoj nam v današnjem času omogoča nove načine poslovanja, ki v preteklosti niso bili mogoči, ali pa so predstavljali visoke transakcijske stroške. Podpiranje uvajanja in ustanavljanja mrežnih povezav – grozdov prinaša novo vrsto usmeritve, ki je v mnogih državah v različnih panogah že pokazala dobre rezultate. Velik pomen grozdov za MSP v globalni konkurenci smo že spoznali na italijanskem primeru. Da to drži tudi za Slovenijo, torej da imajo mala in srednja podjetja, povezana v inovativne, v razvoj usmerjene grozde, več možnosti, da grozdi pripomorejo k večji konkurenčnosti predvsem MSP, bom skušal dokazati v nadaljevanju.

Pojavlja se vprašanje, kako majhna in srednje velika podjetja ohranjajo inovativnost in ostajajo konkurenčna v okolju, kjer je izredno pomemben hiter tehnološki razvoj. Večina majhnih podjetij čuti pomanjkanje denarnega in človeškega kapitala, ki bi ga lahko usmerjala v raziskave in razvoj, kar bi generiralo njihov napredek. Zaradi možnosti, ki jih ponuja tem podjetjem povezovanje v grozde, je ta oblika doživela zelo dinamičen razmah (Rodríguez, Refolo, 2003, str. 2).

#### **3.2.2.1. Opredelitev grozdov**

Poter, ki sodi med pionirje sodobne ekonomske politike grozdenja, je definiral grozd kot geografsko koncentracijo neformalno povezanih podjetij, specializiranih dobaviteljev,

ponudnikov storitev, podjetij iz sorodnih dejavnosti in institucij na določenem področju, znotraj katerega sočasno prihaja do sodelovanja in konkuriranja (Porter, 1998, str. 197). Podobno je zapisal Boekholt, ki pravi, da so grozdi proizvodne mreže izrazito medsebojno odvisnih podjetij, raziskovalnih inštitutov, univerz, povezovalnih institucij ter kupcev, ki so medsebojno povezani v proizvodno verigo dodajanja vrednosti (Boekholt, Thuriaux, 2000, str. 5).

Nekateri avtorji pa so v definiciji izpostavili geografski pomen. Takšen pomen smo spoznali na primeru Italije, kjer so prvi zametki grozdov nastali v posameznih regijah že v sedemdesetih letih kot posledica velike gospodarske krize tistega časa. Gospodarstvo je z grozdi ohranjalo dinamiko in rast v tradicionalnih vejah industrije. Grozdenje je bilo alternativa obstoječim povezavam in oblika povečevanja konkurenčnih prednosti predvsem MSP.

Tudi Rebellotti je opisala vrste grozdov kot skupino geografsko koncentriranih in specializiranih podjetij, kjer socialne in kulturne vezi med lokalnimi gospodarskimi subjekti oblikujejo prevladujoči vzorec vedenja. Med njimi vladajo vertikalne in horizontalne povezave, zasnovane na osnovi menjave blaga, storitev, informacij in ljudi. Predstavljajo omrežje javnih in privatnih lokalnih institucij, ki podpirajo podjetja v območju (Rebellotti, 2000, str. 30).

### 3.2.2.2. Konkurenčne prednosti grozdov

Povezovanje podjetij in sodelovanje med njimi in različnimi zasebnimi in javnimi ustanovami ter univerzami je rešitev za večjo konkurenčnost predvsem majhnih in srednje velikih podjetij. Industrijski grozdi so skupina podjetij in drugih organizacij, ki s povezanostjo izboljšajo svojo in skupno konkurenčnost. Vključenost v skupino je pomembna za konkurenčnost vsakega od njih. Industrijski grozd je torej skupina podjetij, ki verjamejo, da z medsebojnim aktivnim sodelovanjem izboljšujejo učinkovitost in konkurenčnost (Clustering as a Tool For Regional Economic Competitiveness, 2004).

Da bi razumeli vlogo grozdov v gospodarstvu, je potrebno razumeti konkurenčne prednosti, ki jih grozdenje prinaša, pri čemer pa ne smemo zanemariti stroškov in tveganja, ki nastajajo pri spodbujanju razvoja grozdov. Glavni razlog za sodelovanje podjetij v grozdu je predvsem pridobivanje konkurenčnih prednosti, ki jih podjetja v grozdu pridobijo na podlagi: geografske koncentracije, zniževanja transakcijskih stroškov, hitrejšega prenosa sposobnosti in veščin med podjetji, pridobivanja novih znanj in zmanjševanja ovir ob vstopu na nove trge. S povezavo podjetij in podpornih institucij v grozd se med udeleženci razvije visoka stopnja sodelovanja in zaupanja ter na drugi strani tudi konkurenca. Grozd zato lahko hitro s tem, ko se podjetja povežejo v grozd, pridobijo številne prednosti pred podjetji, ki delujejo zunaj grozda. Šest najpomembnejših prednosti vključuje (Jaklič, Zagoršek, Svetina, 2004, str. 16–17):

- **znižanje transakcijskih stroškov:** transakcijski stroški, nastanejo zaradi treh razlogov, in sicer omejene racionalnosti, oportunitizma in negotovosti. Prav zaradi tega cene ne zagotavljajo zadostnih informacij za nadaljnje odločanje. Ob povezavi podjetij v grozde pa je na razpolago več informacij, saj podjetja ne skrbijo le zase, ampak tudi za grozd pri

tem pa se zmanjšuje tudi negotovost. Vse to vodi k znižanju transakcijskih stroškov, kar spodbudi in poglobi ugodne povezave med podjetji;

- **pozitivne eksternalije:** sodelovanje med podjetji in podpornimi organizacijami je še posebej učinkovito, če imajo udeleženci grozda neke skupne potrebe, ki jih lahko sočasno zadovoljijo, kot je to primer pri vlaganjih v raziskave in razvoj, saj pri tem znižujejo stroške raziskav in razvoja;
- **nižji stroški zaradi učinkovitega učenja:** znanje postaja eden najpomembnejših virov konkurenčnih prednosti v podjetju. S tem ko se podjetja povezujejo, se povečuje njihov potencial za učenje, poleg tega pa medsebojni odnosi spodbujajo prenašanje znanja med udeleženci v grozdu in tako znižujejo stroške učenja, pri tem pa proces prenašanja in izmenjave znanja poteka najlažje, ko subjekti pripadajo enakemu gospodarskemu, organizacijskemu, geografskemu in kulturnemu okolju. V grozdu so vsi štirje pogoji izpolnjeni, zato je prenos znanja še toliko uspešnejši. Ravno potreba po znanju je pogosto vzrok, da se podjetja odločijo za povezavo v grozde;
- **prednost prvega ponudnika:** položaj prvega ponudnika na trgu daje podjetju stroškovno konkurenčno prednost pred drugimi ponudniki, ki bi sicer lahko zagotovili enake proizvode ali storitve. Tako lahko razložimo marsikateri izvozni uspeh, ko je uspešen grozd pridobil prednost prvega ponudnika na trgu in jo kasneje spremenil v mednarodno konkurenčno prednost v določeni panogi;
- **prednosti zaradi boljše kakovosti:** na trgu, kjer je pomembna predvsem necenovna konkurenca, je najpomembnejša konkurenčna prednost podjetij kakovost njihovih proizvodov ali storitev. Da bi podjetja lahko ponudila zahtevano raven kakovosti, potrebujejo ustrezne proizvodne dejavnike. Te najlažje pridobijo znotraj grozda, saj so jim zaradi geografske bližine lahko dostopni, prilagojeni so njihovim posebnim potrebam, poleg tega pa so težko dostopni njihovim konkurentom;
- **hitra rast na podlagi tehnološkega razvoja:** znotraj grozda se ustvari okolje, ki močno spodbuja inovacije ter akumulacijo človeškega in socialnega kapitala. Vse to spodbuja podjetniško ravnanje, naklonjeno inovacijam, kar ima za posledico pospešeno rast podjetij v grozdu in tudi grozda samega. Hitra rast na podlagi tehnološkega razvoja je tako temelj dolgoročne konkurenčnosti podjetij v grozdu.

### 3.2.2.3. Razvoj grozdov v Sloveniji

V Sloveniji se je proces spodbujanja grozdenja začel načrtno izvajati v skladu z usmeritvami sodobne regionalne in inovacijske politike leta 1996, ko je slovenska vlada sprejela strategijo za povečevanje konkurenčnosti slovenskega gospodarstva. Pri tem je imelo pomembno vlogo spodbujanje grozdov, saj omogoča posledični dvig celotnega gospodarstva z izboljševanjem konkurenčnosti sposobnih podjetij na določenem območju. O možnostih razvoja grozdov v Sloveniji se je začela izvajati raziskava<sup>27</sup> šele leta 1999. Rezultati raziskave iz leta 1999 so pokazali nekaj posebnosti slovenskih grozdov (Jaklič, Zagoršek, Svetina, 2004, str. 19):

---

<sup>27</sup> V to raziskavo je bilo vključenih 1700 podjetij in je služila kot začetek spodbujanja razvoja grozdov.

- identificirani potencialni grozdi v Sloveniji nimajo močne geografske koncentracije, saj so podjetja razpršena po celi Sloveniji;
- med akterji v grozdu obstajajo šibke vezi;
- identificirani proizvodno-storitveni sistemi ne dosegajo kritične mase podjetij;
- potrebna infrastruktura za razvoj grozdov je v začetni fazi.

Temeljni zaključek raziskave pa je bil, da v Sloveniji v tistem času še niso obstajali grozdi, vendar pa je nekaj področij obetalo, da se iz njih razvije grozd. V Sloveniji je tako po štirih letih nastalo 29 projektov razvoja grozdov, ki skupaj vključujejo 390 organizacij in zaposlujejo več kot 60.000 ljudi. Obdobje spodbujanja grozdov se pri tem nanaša na obdobje med letom 2001–2004, za kar je bilo namenjeno 2,141 milijarde tolarjev razvojnih spodbud (Jaklič, Zagoršek, Svetina, 2004, str. 19).

V primerjavi z Italijo se je razvoj grozdov v Sloveniji začel zelo pozno, šele pred nekaj leti, kar lahko pripisujemo dejstvu, da je RS svojo osamosvojitve pričakala v hudih gospodarskih težavah. Tako je morala najprej sanirati banke iz rdečih števil in šele nato vpeljevati politiko razvoja gospodarstva (Zupan, 2005, str. 37).

Med letoma 2001–2003 je v raziskavi, kjer je bilo vključenih 16 grozdov, ki so prejeli državno sofinanciranje, mogoče ugotoviti že nekatere pozitivne učinke grozdenja pri podjetjih. Čeprav jih večina meni, da bodo koristi (predvsem se pričakuje znatno povečanje prodaje) vključitve v grozd presegle stroške šele na dolgi rok (nad 6 let), se kot najmočnejše učinke podjetja poudarjajo izboljšanje medsebojne komunikacije, hitrejši prenos znanja med vsemi akterji v grozdu ter možnost ponujanja bolj kompleksnih proizvodov. Pri analizi je bilo ugotovljeno, da so učinki od grozdenja večji pri uspešnejših podjetjih (Jaklič, Zagoršek, Svetina, 2004, str. 5).

### **3.3. Smernice za slovenska MSP na izkušnjah italijanskih MSP**

Danes pomen MSP zasledimo pri zagotavljanju novih delovnih mest, razvoja in inovativnosti, ustvarjanju velikega deleža dodane vrednosti<sup>28</sup> in krepitvi konkurenčnega okolja (Žakelj, 2004, str. 11).

Razvoj grozdov oz. povezovanja podjetij v severni Italiji se je v preteklosti začel na pobudo privatnih podjetij ali celo posameznikov. Znano je, da so industrijska okrožja v severni Italiji vplivala ne samo na konkurenčnost posameznih podjetij ampak tudi na celotno gospodarsko rast.

V industrijskih okoliših grozdov pridobivajo univerze in druge raziskovalne organizacije, kjer svoje dosežke prenašajo v okolje lažje. Ustanavljajo programe in centre, generirajo *spin-off*<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Dodana vrednost: dodana vrednost je razlika med proizvodnjo v osnovnih cenah in vmesno potrošnjo v kupčevih cenah. Je razlika med vrednostjo proizvedenih blaga in storitev in vrednostjo inputov, ki so bili pri tej proizvodnji potrošeni v proizvodnem procesu (Dodana vrednost, 2007).

*podjetja* in ustvarjajo nove povezave s podjetji. S tem jim je omogočen prenos in širitev odkritij, kakor tudi lažji stik s podjetji. Prav tako raziskovalne organizacije zagotavljajo izobraževanje in raziskave za lokalni trg majhnih in srednje velikih podjetij, ki nimajo moči in kapacitet za konkurenčnost na globalnih trgih (Rodriguez, Refolo, 2003, str. 20).

Zaradi hkratnega tekmovanja in sodelovanja za razvoj določene lokalitete želijo na razvoj grozdov v Sloveniji vplivati tudi drugi akterji, predvsem vlade in druge javne institucije. Le-te s spodbujanjem grozdenja predstavljajo sodobno orodje vodenja industrijske politike. Ključni elementi za razvoj gospodarstva za majhne odprte ekonomije so na znanju in inovacijah temelječe gospodarstvo ter nenehno povečevanje produktivnosti. Večjo specializacijo podjetij, večji pretok znanja, ki bi predstavljalo temelj dolgoročnih globalnih konkurenčnih prednosti, naj bi omogočalo prav grozdenje. Tudi EU daje veliko pobud na področju grozdov, saj je v zadnjih letih financirala vrsto projektov za raziskovanje na področju grozdov (Jaklič, Zagoršek, Svetina, 2004, str. 14).

Podjetja trdijo, da spada med ključne dejavnike za izboljšanje konkurenčnosti MSP kot tudi posledično izboljšanje konkurenčnosti celotnega gospodarstva prav povezovanje podjetij oziroma grozdenje (Jaklič, Zagoršek, Svetina, 2004, str. 7). Slednje dejavnike bi morala vključiti v svoje razvojne strategije predvsem slovenska MSP.

#### **4. Analiza stanja podjetij v Sloveniji za leto 2005 s poudarkom na MSP v primerjavi z velikimi podjetji**

V drugem poglavju smo imeli možnost spoznati, kaj o MSP meni predvsem EU, katere evropske institucije pomagajo k razvoju MSP in kateri so predvideni programi za spodbujanje podjetništva. V tretjem delu sem na kratko obravnaval razvoj MSP, predvsem pa temo grozdenja kot pomembnega faktorja pri zagotavljanju boljše konkurenčnosti MSP tudi na primeru Italije. V četrtem poglavju, potem ko smo spoznali, da EU zagovarja MSP kot najbolj uspešna pri generiranju gospodarske rasti in novih delovnih mest ter da je za njihov obstoj in napredek bistveno povezovanje, bom ugotavljal, kakšno je stanje v Sloveniji. Ugotavljal bom ali so tudi v Sloveniji MSP hrbtenica slovenskega gospodarstva. Najprej bom analiziral makroekonomsko okolje, v katerem delujejo MSP, saj je za njihov razvoj in napredek stabilnost makroekonomskega okolja poglobitnega pomena. Nato bom za izbrano obdobje, t.j. leto 2005, pogledal strukturo podjetij glede na njihovo velikost, ugotavljal delež zaposlenih v velikih podjetjih v primerjavi z MSP ter kolikšno neto dodano vrednost ustvarijo. V nadaljevanju se bom osredotočil na analizo podpornih institucij, tako splošnih kot tudi finančnih, in opredelil vlogo vlade kot najpomembnejšo podporno institucijo. Te institucije naj bi tudi v sodelovanju z evropskimi institucijami pripomogle k večji konkurenčnosti MSP ter razvoju podjetništva nasploh.

---

<sup>29</sup> *Spin off podjetje*: novo podjetje, nastalo s povezovanjem ključnih kadrov in tehnologij različnih podjetij, ki imajo izkazan skupni interes (Spin off podjetje, 2006).

## 4.1. Definicija gospodarskih družb v Sloveniji

Družbe se v skladu z Zakonom o gospodarskih družbah razvrščajo po velikosti na mikro, majhne, srednje in velike družbe. Merila za razvrščanje družb so (Zakon o gospodarskih družbah 2006):

- povprečno število zaposlenih v zadnjem poslovnem letu;
- čisti prihodki od prodaje v zadnjem poslovnem letu;
- vrednost aktive ob koncu poslovnega leta.

Mikro družba mora izpolnjevati vsaj dve izmed naslednjih meril:

- povprečno število delavcev ne presega deset v poslovnem letu;
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 2.000.000 evrov;
- vrednost aktive ne presega 2.000.000 evrov.

Majhna družba mora izpolnjevati tudi vsaj dva izmed spodaj navedenih kriterijev, hkrati pa ni mikro družba:

- povprečno število zaposlenih v zadnjem poslovnem letu je manjše od 50;
- čisti prihodki od prodaje v zadnjem poslovnem letu so manjši kot 7.300.000 evrov;
- vrednost aktive ob koncu poslovnega leta je manjša kot 3.650.000 evrov.

Srednja družba ni mikro ali majhna in izpolnjuje dva izmed kriterijev:

- povprečno število zaposlenih v zadnjem poslovnem letu je manjše od 250;
- čisti prihodki od prodaje v zadnjem poslovnem letu so manjši od 29.200.000 evrov;
- vrednost aktive ob koncu poslovnega leta je manjša kot 14.600.000 evrov.

Velike družbe presegajo navedene kriterije, v vsakem primeru pa so banke, zavarovalnice, borza vrednostnih papirjev in družbe, ki morajo po zakonu izdelati konsolidirano letno poročilo.

## 4.2. Prikaz makroekonomskega okolja, v katerem delujejo MSP v Sloveniji v primerjavi z EU v letu 2005

Stabilno makroekonomsko okolje je osnova za uspešno delovanje MSP. Zaradi svoje majhnosti imajo MSP manj možnosti za uspešno delovanje v nestabilnem makroekonomskem okolju v primerjavi z velikimi podjetji. Zagotavljanje makroekonomske stabilnosti (trdna domača valuta, nizka inflacija, visoka stopnja zaposlenosti, proračunsko ravnovesje in uravnotežena plačilna bilanca) je osnova za uspešno ustanavljanje, rast in razvoj novih podjetij (Žakelj, 2004, str. 16). Zato bom v nadaljevanju na kratko predstavil izbrane posamezne postavke makroekonomskega okolja in primerjal kazalce Slovenije s povprečjem EU 25.

Slovenija se je po makroekonomskih kazalnikih z izjemo inflacije v letu 2004 uvrščala v prvo polovico držav EU. Najvišje se je uvrstila pri javnem dolgu, saj so nižjega imele le štiri države



(vse tri baltske in Irska). Do izpolnitve maastrichtskih kriterijev<sup>30</sup> v letu 2005 je Slovenija uspešno znižala tudi inflacijo in tako zagotovila cenovno stabilnost. Dodatno makroekonomsko stabilnost je Slovenija zagotovila s prevzemom evra v letu 2007. Že od leta 2004 Slovenija presega evropsko povprečje pri stopnji zaposlenosti, čeprav razmere na trgu dela še niso zadovoljive predvsem zaradi nizke stopnje zaposlenosti starejših in brezposelnih mladih. Slabše rezultate Slovenija dosega na področju konkurenčnosti in spodbujanja podjetniškega razvoja, saj jo pesti nizka produktivnost zaradi neugodne gospodarske strukture. Predvsem je visok delež predelovalnih dejavnosti s slabim razvojem visoko tehnološke intenzivne industrije, tudi na področju storitev (Poročilo o razvoju 2006, 2006, str. 6–7).

Tabela 1: Prikaz izbranih makroekonomskih kazalnikov v Sloveniji in EU25 v letu 2005

	<b>Slovenija</b>	<b>EU 25</b>
BDP na prebivalca po kupni moči	19.216 evrov	23.465 evrov
Realna rast BDP	3,9 %	1,8 %
Inflacija	2,3 %	2,2 %
Primanjkljaj države	1,8% BDP	2,3% BDP
Plačilnobilančno ravnovesje	- 301,1 mio EUR	- 3.034 mio EUR
Stopnja brezposelnosti po ILO	5,9 %	8,5 %

Vir: Slovenija v primerjavi z EU25 (2003–2005), 2007; Kazalniki 2006 (Priloga Poročila o razvoju 2006); Konjunktorni trendi, 2006; Primanjkljaj EU, 2006; Letno poročilo 2005, 2006.

#### **4.3. Prikaz stanja podjetij v Sloveniji v letu 2005 s poudarkom MSP v primerjavi z velikimi podjetji**

Po podatkih AJPES<sup>31</sup> je bilo v letu 2005 v Sloveniji 43.711 gospodarskih družb in 57.766 samostojnih podjetnikov, ki so predložili podatke iz letnih poročil. V analizo je bilo tako skupaj zajetih 101.477 podjetij. V kolikor obravnavamo podjetja glede na velikostne razrede, ugotovimo, da je bilo po podatkih AJPES večina družb majhnih, teh je bilo kar 96,4 %. Srednje in velikih družb je bilo vsakih po 1,8 %. Torej je bilo skupaj 98,2% malih in srednje velikih družb oziroma 42.924 družb. Ker po podatkih AJPES velikih podjetnikov ni bilo, bom vse samostojne podjetnike uvrstil med MSP. Skupaj z gospodarskimi družbami je število MSP doseglo 99,2 %

<sup>30</sup> Maastrichtski kriteriji: maastrichtski kriteriji zadevajo pogoje, ki jim morajo članice EU zadostiti za vstop v EMU (Stanovnik, 1999, str. 10).

<sup>31</sup> AJPES: Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (v nadaljevanju AJPES).

vseh v analizo zajetih podjetij (Informacija o poslovanju gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v republiki Sloveniji v letu 2005, 2006, str. 2; Lastni izračuni).

Tabela 2: Primerjava izbranih kazalnikov med MSP in velikimi podjetji v Sloveniji v letu 2005

<b>VELIKOSTNI RAZREDI</b>	<b>MSP</b>	<b>VELIKA PODJETJA</b>	<b>PODJETJA SKUPAJ</b>
Število podjetij	100.709	768	101.477
Delež števila podjetij med vsemi podjetji (v %)	99,2	0,8	100
Število zaposlenih	369.877	221.639	591.516
Delež števila zaposlenih med vsemi zaposlenimi (v %)	62,5	37,5	100
Čisti prihodki od prodaje v mio SIT	7.272.374,46	8.236.490,57	15.508.865
Delež čistih prihodkov od prodaje med vsemi prihodki (v %)	46,9	53,1	100
Neto dodana vrednost v mio SIT	1.811.504,62	1.811.515,38	3.623.020
Delež neto dodane vrednosti med vso neto dodano vrednost (v %)	50	50	100
Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v 1000 SIT	4.898	8.173	6.125

Vir: Informacija o poslovanju gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v Republiki Sloveniji v letu 2005, 2006, str. 2–3; Lastni izračuni.

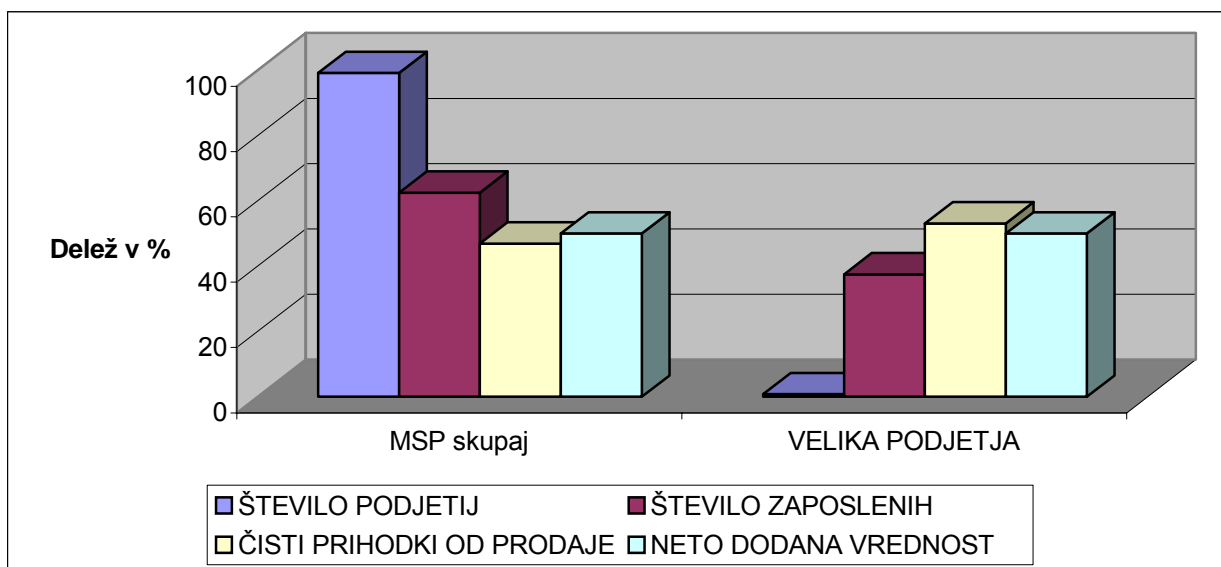
Obravnavane družbe so v letu 2005 zaposlovale 474.601 delavcev, majhni samostojni podjetniki 57.757 delavcev<sup>32</sup>, srednji samostojni podjetniki pa 1.407 delavcev. Skupaj so tako podjetja zaposlovala 533.765 delavcev. To število je podcenjeno, saj AJ PES v letnem poročilu o poslovanju samostojnih podjetnikov posameznikov za leto 2005 ne upošteva majhne podjetnike kot lastnike in nosilce dejavnosti za zaposlene. V letu 2005 je bilo majhnih podjetnikov 57.751. Da bi ugotovil dejansko stanje zaposlenih oziroma boljši približek, bom upošteval male

<sup>32</sup> Nosilci dejavnosti – lastniki niso vključeni v število zaposlenih.

podjetnike kot zaposlene, torej naznanil, da so podjetja skupno zaposlovala 591.516 zaposlenih. Velike družbe, teh je bilo 768, so po podatkih AJ PES zaposlovale 46,7 % vseh delavcev, torej od 474.601 zaposlenih so družbe zaposlovale 221.639 oseb. Od skupnega števila vseh zaposlenih so velika podjetja zaposlovala 37,5 % oseb, MSP pa skupaj 62,5 %. S tem lahko potrdim, da so MSP zelo pomembna tudi za Slovenijo pri generiranju novih delovnih mest (Informacija o poslovanju gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v Republiki Sloveniji v letu 2005, 2006, str. 2–3; Lastni izračuni).

Gospodarske družbe so v letu 2005 ustvarile 14.424.677 milijonov tolarjev prihodkov, samostojni podjetniki pa skupno 1.084.188 milijonov tolarjev prihodkov. Podjetja so tako skupaj ustvarila 15.508.865 milijonov tolarjev prihodkov. Velike družbe so dosegle 57,1 % vseh čistih prihodkov od prodaje, torej je 768 družb ustvarilo 8.236.490,57 milijonov tolarjev prihodkov, kar je nekaj več kot so v enakem obdobju dosegla vsa MSP skupaj. MSP so skupaj ustvarila 7.272.374,43 milijonov tolarjev prihodkov (Informacija o poslovanju gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v Republiki Sloveniji v letu 2005, 2006, str. 2–3; Lastni izračuni).

Slika 1: Prikaz izbranih kazalnikov za podjetja v Sloveniji v letu 2005



Vir: Informacija o poslovanju gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v Republiki Sloveniji v letu 2005, 2006, str. 2–3; Lastni izračuni.

Dodana vrednost je novo ustvarjena vrednost in izraža predvsem gospodarsko aktivnost družb. Družbe so v obravnavanem obdobju ugotovile 3.305.685 milijonov tolarjev neto dodane vrednosti. Pri tem so imela vodilno vlogo na rezultate poslovanja družb velika podjetja, saj so ustvarila kar 54,8 % neto dodane vrednosti, kar je ekvivalentno 1.811.515,38 milijonov tolarjev neto dodane vrednosti. Samostojni podjetniki so skupno ustvarili 317.335 milijonov tolarjev neto dodane vrednosti, MSP skupaj pa 1.811.504,62 milijonov tolarjev neto dodane vrednosti. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega je znašala 6.125 tisoč SIT, povprečna dodana

vrednost na zaposlenega v velikem podjetju je znašala 8.173 tisoč SIT, v MSP pa 4.898 tisoč SIT. Vidimo, da so MSP ustvarila skoraj ekvivalentno neto dodano vrednost kot velika podjetja, za delček so bila slabša. V kolikor primerjamo povprečno dodano vrednost na zaposlenega pa ugotovimo, da so MSP kar precej zaostala za velikimi podjetji. MSP ne morem pripisati večino zaslug pri pospeševanju gospodarske rasti za obdobje leta 2005 za Slovenijo kot pri zaposlovanju. Letos so se dejansko izkazale velike družbe in s tem potrdila, da Slovenija zaenkrat še kako potrebuje tudi velika podjetja. (Informacija o poslovanju gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov v Republiki Sloveniji v letu 2005, 2006, str. 2–3; Lastni izračuni).

## **5. Podporne institucije za MSP v Sloveniji v zadnjih nekaj letih**

MSP predstavljajo hrbtenico uspešnega nacionalnega gospodarstva in so ključni dejavnik konkurenčne prednosti v svetovnem merilu. Razvojne investicije in širjenje inovativnosti za hitrejše nadomeščanje obstoječih proizvodov z novimi proizvodi višje kvalitete in nižjih stroškov proizvodnje so glede na mednarodne primerjave ključna gonilna sila razvoja MSP. Prav na teh področjih pa Slovenija v primerjavi z gospodarsko uspešnejšimi državami bistveno zaostaja. Z zagotavljanjem ugodnejših finančnih virov na stopnji zagona podjetja kot tudi na stopnji nadaljnega razvoja in rasti MSP se bodo razlike še zmanjševale. Zato je potrebno podjetjem, ki povprašujejo po tveganih virih financiranja (kreditih, garancijah za podjetja v zagonu), omogočiti prijazno finančno okolje. Javne vire financiranja je potrebno povezovati s privatnimi ter dosegati sinergijske učinke. V današnjem konkurenčnem okolju so ugodnejša finančna sredstva bistven dejavnik konkurenčnosti podjetja, vendar le v primeru, če ima podjetje tudi primerne druge dejavnike rasti, kot so rastoči trg, tehnologija in znanje (Predlog zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2006).

Raziskava »Enterprise and Innovation Scoreboard 2003« potrjuje, da predstavlja dostop do virov financiranja tako na stopnji zagona kot na stopnji rasti podjetja enega osnovnih problemov v Sloveniji. Vzroki za to se pojavljajo tako na strani ponudbe (trg kapitala) kot tudi na strani povpraševanja (projekti). Na strani ponudbe je problem v nezadostnosti ustreznih finančnih instrumentov (garancije, začetni in tvegani kapital), na strani povpraševanja pa v dostopu do kvalitetnih storitev za podporo podjetnikom pri pripravi in izvajanju projektov (Predlog zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2006).

Zaradi omenjenih dejstev bom v nadaljevanju opisal pomembnejše finančne podporne institucije in druge vire financiranja za mala in srednje velika podjetja. Videli bomo dejansko stanje ponujenega s strani finančnih in drugih podpornih institucij. Predstavil bom tudi druge pomembnejše podporne institucije ter vlogo vlade kot institucije pri konkurenčnosti MSP.

## **5.1. Pomembnejše finančne podporne institucije in drugi viri financiranja za MSP**

### **5.1.1. Kreditiranje MSP s strani bank**

Po raziskavah slovenskega podjetniškega observatorija so bančni krediti najpomembnejši zunanji vir financiranja evropskih in tudi slovenskih podjetij. Stopnji kratkoročnih in dolgoročnih kreditov gospodarstvu sta se po letu 2002 bistveno zmanjšali, kar je kazalo na zmanjševanje pomena bančnih kreditov. Podjetja so slednja namreč zamenjala z drugimi viri financiranja (Rebernik et al., 2004 str. 33).

MSP so najbolj izpostavljena zavračanju tveganja s strani investicijskega sektorja in so zaradi nezadostno razvitih kapitalskih trgov prisiljena iskati alternativne vire financiranja za svoje poslovanje. Banke so znane po svoji nefleksibilnosti in izogibanju tveganja, zato izkoriščajo vsako priložnost za odklonitev kredita MSP, oziroma zahtevajo zavarovanje kredita z zelo visoko obrestno mero (Žakelj, 2004, str. 38).

Bančni sistem je še posebej nezaupljiv do novoustanovljenih podjetij in drugih subjektov z visoko stopnjo tveganosti, ki pa žal potrebujejo največ finančne podpore. Omenjena podjetja so posledično prisiljena iskati vire kreditiranja pri nebančnih institucijah, jemati lizinge in povpraševati po virih financiranja na sivem trgu (Rebernik et al., 2004 str. 36).

Seveda pa je za banko kot podjetje, ki trguje s finančnimi sredstvi, nujna varnost in likvidnost naložb. Ocenjevanje kreditne sposobnosti podjetij je temelj odobritve kreditov, saj nam ta ocena pove, ali bo podjetje sposobno vrniti dolgove v dogovorjenem roku. Pri tem pa naletimo na paradoks. Podjetja so pogosto v težavah pri določanju točnih rokov vračila kreditnih sredstev, saj je njihovo poslovanje odvisno od več dejavnikov (Rustja, 2005, str. 10).

Z vstopom v EU so kreditni posli bank v postopku preoblikovanja. Nov okvir, poznan bolje kot »Basel II«, ki bo kredite z visoko stopnjo tveganja še podražil, ima za MSP dve posledici<sup>33</sup>: prvič bodo banke še bolj pozorne na oceno tveganja ali boniteto MSP, tudi tistih, ki bodo zaprosila za manjše vsote in drugič bodo MSP morala izpolnjevati več kreditnih pogojev (Kako obravnavati novo kulturo določanja bonitete, 2004, str. 10).

Z vstopom Slovenije v EU pa so se na področju bančnih kreditov odprla nova vrata. Evropska investicijska banka (EIB<sup>34</sup>) je Novi Ljubljanski Banki d.d. (NLB<sup>35</sup>) posredovala 50 milijonov posojila za financiranje investicijskih projektov malih in srednjih podjetij (MSP) ter občin v Sloveniji. Tovrstno posojilo ni prvo, saj je v preteklosti že posredovala dva podobna kredita v

---

<sup>33</sup> Posledice za MSP vključujejo povečano uporabo bonitet in širši obseg cen posojil.

<sup>34</sup> EIB: Evropska investicijska banka (v nadaljevanju EIB).

<sup>35</sup> NLB: Nova Ljubljanska Banka (v nadaljevanju NLB).

višini 100 milijonov EUR za podporo investicijam slovenskih MSP in občin. Zaenkrat EIB ponuja posojila za financiranje projektov na področjih energije, energetske varčnosti, okoljske zaščite, zdravstvene in izobraževalne infrastrukture, obnove in oživljanja urbanih okolij, socialnih stanovanj, uvajanja kreativnih in kulturnih storitev ter turizma. Posojilo EIB partnerskim bankam je učinkovito orodje za spodbujanje dolgoročnega financiranja malih projektov MSP in občin. V okviru tega globalnega posojila bo NLB lahko koristila tudi t. i. *SME Finance Facility* (SME FF<sup>36</sup>) in *Municipal Investment Facility* (MIF<sup>37</sup>). Obe finančni ugodnosti sta kot posebni shemi promovirani v okviru EU programa Phare. Cilj SME FF je povečati financiranje za manjši segment trga MSP na podlagi ugodnih pogojev, ki jih finančna spodbuda ponuja. Partnerskim bankam s stimulacijami omogoča, da razvijajo močen in konkurenčen sektor malih in srednjih podjetij v novih državah članic EU (Evropska investicijska banka daje Novi Ljubljanski Banki 50 milijonov EUR posojila za mala in srednja podjetja ter občinske investicije, 2006).

S 1.1.2007 je začela delovati tudi Slovenska izvozna in razvojna banka (SID<sup>38</sup>), ki bo nadaljevala z dejavnostmi na področju financiranja mednarodnega gospodarskega sodelovanja oziroma nadaljnjega razvoja sistema spodbujanja zavarovanja in financiranja izvoza in se postopoma preobrazila iz družbe za spodbujanje zavarovanja in financiranja izvoza v specializirano banko, ki bo poleg obstoječih opravljala tudi druge širše razvojne in spodbujevalne finančne dejavnosti, kar bo koristilo predvsem MSP. Na področju zavarovanja izvoznih poslov bo še naprej delovala kot pooblaščen izvozna-kreditna agencija s ciljem čimbolj konkurenčnega in varnega poslovanja slovenskih podjetij na tujih trgih. S svojo celotno ponudbo storitev, ki bodo dopolnilne finančni trg, bo pomemben dejavnik rasti slovenskega gospodarstva in trajnostnega razvoja Slovenije (Slovenska izvozna družba postaja banka, 2007).

Bančni investicijski krediti, ki jih podjetniki lahko najamejo pri katerikoli slovenski banki, ki sodeluje s Slovenskim podjetniškim skladom, pa predstavljajo prvovrstno ponudbo, saj za tovrstne razvojno-investicijske kredite sklad zagotavlja hkrati nižjo obrestno mero in garancijo za zavarovanje kredita. Garancije za zavarovanje investicijskih kreditov aktivno spodbuja tudi Evropska komisija, ki je prepričana, da se le s sodelovanjem bank, razvojnih finančnih institucij in podjetij lahko poveča investicijska in s tem konkurenčna sposobnost MSP v posamezni državi EU (Slovenski podjetniški sklad finančni partner, 2007).

### **5.1.2. Slovenski podjetniški sklad**

Slovenski podjetniški sklad je nacionalna finančna institucija, ustanovljena z namenom olajšanja dostopa malim in srednje velikim podjetjem do virov financiranja razvojnih naložb podjetij ter zagotavlja ugodnejša finančna sredstva za investicijska vlaganja podjetij. Podjetniški sklad s

---

<sup>36</sup> SME FF: Small Medium Enterprise Finance Facility – finančne olajšave za mala in srednja velika podjetja (v nadaljevanju SME FF).

<sup>37</sup> MIF: Municipal Investment Facility – občinske investicijske olajšave (v nadaljevanju MIF).

<sup>38</sup> SID: Slovenska izvozna in razvojna banka (v nadaljevanju SID).

finančnimi produkti pomaga fizičnim osebam in MSP uresničiti osnovne ideje. Glavne naloge sklada so (Predstavitev sklada, 2006):

- vzpodbujajo investicijska vlaganja MSP v razvojne projekte;
- vzpodbujajo ustanavljanja novih podjetij;
- izenačevanje kreditnih in drugih finančnih pogojev MSP z večjimi podjetji;
- vstopanje sklada na finančni trg v segmentih, kjer bančni trg ne deluje učinkovito;
- vzpodbujanje kapitalskih vlaganj v vseh fazah razvoja MSP s kreditnimi sredstvi;
- vzpodbujanje kapitalskih vlaganj z garancijami.

V letu 2006 je Slovenski podjetniški sklad podprl 296 investicijskih projektov in odobril skupno 8,19 mio EUR različnih finančnih pomoči. Odobrenih je bilo kar 170 projektov, ki so prejeli pomoč iz naslova evropskih strukturnih sredstev v višini 5,96 mio EUR, 17 projektov pa je dobilo pomoč tudi iz naslova Evropskega investicijskega sklada. Tudi v naslednjem programskem obdobju 2007-2013 ostaja Slovenski podjetniški sklad nacionalni posrednik pri koriščenju evropskih strukturnih sredstev, saj je Vlada RS že v Operativnem programu krepitve regionalnih razvojnih potencialov 2007-2013 določila Slovenski podjetniški sklad za izvajalca ukrepov za spodbujanje tehnoloških in razvojnih investicij in turističnih projektov v MSP. Med glavne produkte Sklada uvrščamo kredite, garancije ter subvencije za MSP (Slovenski podjetniški sklad finančni partner, 2007).

V letu 2007 bo Sklad razpisal 11 različnih razpisov v skupni višini 66,92 mio evrov za razvojne projekte MSP, ki se bodo realizirali v letih 2007 in 2008. Po izkušnjah iz preteklih let bi lahko Sklad s to razpisano kvoto okvirno podprl 550 investicij v MSP. Zaradi novega programskega obdobja 2007-2013, ki zahteva nova soglasja za odobravanje državnih pomoči iz evropskih in nacionalnih javnih sredstev v Sloveniji, pa lahko pričakujemo izboljšanje delovanja institucij v prid MSP, med katere sodi tudi Slovenski podjetniški sklad (E-novica Slovenskega podjetniškega sklada, 2007).

### ***5.1.3. Tehnološki parki***

Dejavnost tehnoloških parkov se je v Sloveniji začela razvijati z namenom spodbujanja podjetništva in prenosa raziskovalnih dosežkov iz raziskovalne sfere v gospodarstvo. Danes želijo tehnološki parki igrati aktivno vlogo na področju pospeševanja podjetništva, tehnološkega razvoja regij, zaposlovanja in mednarodnega vključevanja Slovenije v globalizacijo poslovanja. Trenutno imamo Tehnološki park Ljubljana, Primorski tehnološki park ter Štajerski tehnološki park, ki svojim članom ponujajo (Predstavitev primorskega tehnološkega parka, 2006):

- pomagajo pri razvoju nove tehnologije in izdelkov tehnološko naprednim podjetjem z vključitvijo v ustrezno okolje;
- ustvarjajo motivacijo za razvoj podjetništva;
- promovirajo samozaposlovanje;
- podjetnikom nudijo poglobljene informacije;

- preko tujih partnerjev in mednarodnih povezovalnih mrež uvrščajo tehnološko napredno podjetništvo regije na globalno tržišče;
- finančno svetovanje in pomoč pri pridobivanju sredstev iz ugodnih aranžmajev;
- izvajanje zaščite industrijske lastnine;
- ugoden najem poslovnih prostorov;
- dostop in uporaba potrebne infrastrukture.

#### **5.1.4. Tvegani kapital**

Tajnikar pravi, da je tvegani kapital posebna oblika kapitala, ki ga lahko uvrstimo v skupino trajnega kapitala, hkrati pa ima določene značilnosti, po katerih se razlikuje od ostalih oblik trajnega kapitala. Tvegani kapital lahko nadomešča ali samo dopolnjuje bančna posojila, lastniški kapital ali razne oblike državne podpore pri uvajanju novih proizvodov, tehnologij ter nastajanju nove zaposlenosti na področju visoke tehnologije in zlasti v rastočem poslu, ko je potreba po svežem kapitalu največja (Tajnikar, 1997, str. 130).

Tvegani kapital je ena od ključnih oblik financiranja hitro rastočih podjetij. Ta podjetja imajo zaradi omejenega denarnega toka, nezmožnosti zagotovitve zavarovanja kreditnega tveganja in večjega poslovnega tveganja težave pri pridobivanju bančnih posojil (Žakelj, 2006, str. 22).

Skladi tveganega kapitala so priljubljena oblika financiranja na zahodu, predvsem hitro rastočih podjetij s področja visokih tehnologij. V Sloveniji se ta oblika financiranja še ni dobro uveljavila, saj je na voljo le peščica skladov, prav toliko pa tudi naložb (Tvegani kapital, 2006).

V nadaljnjem besedilu predstavljam sklade tveganega kapitala v Sloveniji, ki bi lahko izboljšali konkurenčnost slovenskih MSP.

##### **1. Sklad tveganega kapitala Poteza Venture (Predstavitev Poteza Venture, 2007)**

Sklad tveganega kapitala Poteza Venture želi nastajajočim in hitro rastočim visoko-tehnološkim podjetjem omogočiti razvoj in z njimi deliti tako uspeh kot tudi tveganja na poti do uveljavitve na trgu. Sklad zagotavlja finančna sredstva v skupni vrednosti od 0,5 do 3 milijone evrov, financiranje začetnih in nadaljevalnih faz rasti podjetja, ovrednotenje poslovne ideje in optimizacijo poslovnega načrta, poslovno in tehnološko svetovanje pri snovanju, zagonu in razvoju podjetja, povezave z raziskovalno-razvojnimi okoljem, povezave z industrijskim okoljem.

Sklad je v letih 2004/2005 investiral le v eno slovensko podjetje (Skladi tveganega kapitala v Sloveniji, 2007).

##### **2. Prophetes d.d. (Predstavitev Prophetes, 2007)**

Prophetes d.d. deluje kot finančni holding in kot razvojno podjetje, ki vlaga tvegani kapital zlasti v zelo inovativna, zaprta partnerska ali družinska podjetja. Prophetes d.d. je podjetje, ki gradi na



partnerstvu aktivnih delničarjev (managerjev, ustvarjalcev, vodij projektov in zaposlenih) in vlagateljev tveganega kapitala, katerih vzajemni interes je hitra rast cene delnic Prophetes d.d. in izplačevanje primerne dividende. Dejavnosti Prophetes d.d. so pridobivanje in vlaganje tveganega kapitala v inovativna podjetja in inovacije ter podjetja gazele, strokovna podpora inovativnim družbam, inovatorjem posameznikom in podjetjem gazelam pri izpeljavi podjetniške ideje s celovitim podjetniškim znanjem, kriteriji in metodologijami za sestavo celostnega poslovnega načrta. Sklad je do sedaj investiral v dva projekta.

### 3. Sklad Sivent d.d. (Predstavitev Sivent, 2007)

Zanimajo se za vlaganja v podjetja na geografskem področju Slovenije, JV Evrope ter države EU. V posamezno podjetje so pripravljene investirati do 35 % vrednosti kapitala družbe prejemnice. Družba sredstva investira predvsem v naložbe, pri katerih lahko izvaja relativno visoko stopnjo aktivnega upravljanja z naložbo. Aktivno upravljanje pomeni, da mora družba imeti svojega predstavnika v organih družbe (nadzorni svet ali upravni odbor), ima možnost imenovati člane uprave, nadzornega sveta ali upravnega odbora ter lahko sodeluje z upravo in nadzornim svetom družbe pri oblikovanju poslovne politike takšne družbe. Vse družbe, v katerih družba Sivent d.d. izvaja aktivnosti aktivnega upravljanja, morajo biti zavezane (zakonsko ali s sklepom skupščine) k revidiranju svojih poslovnih izkazov. Vse družbe morajo biti zavezane k izdelavi temeljnih poslovnih dokumentov (strateški, mandatni, letni načrti in poročila). Priporočljivo je, da družba s preostalimi večjimi solastniki posamezne družbe, ki jih obravnava kot partnerje v projektu investiranja, sklene delniški sporazum (pri d.d.) oziroma družbena pogodba ustrezno opredeljuje razmerja med družbeniki (pri d.o.o.). Sklad je v času njegovega delovanja na območju Slovenije investiral le v nekaj podjetij.

### 4. Ministrstvo za gospodarstvo (Zakon o družbah tveganega kapitala – prva obravnava, 2006, str. 6-9)

Nobenega dvoma ni, da je zagon in razvijanje malih in srednje velikih podjetij za vsako državo vitalnega pomena. MSP so namreč pogosto najbolj primeren okvir za realizacijo svežih in perspektivnih podjetniških idej ter okolje, v katerih se lahko preizkusijo, realizirajo ter unovčijo različne inovacije, ki so razvite v okviru univerzitetnih ter drugih raziskovalnih inštitucij. V primeru uspešnega razvoja pomenijo MSP možnost novega zaposlovanja, kar skupaj z drugimi posledicami uspeha MSP, ki imajo multiplikativen učinek, vpliva na gospodarski razvoj in rast BDP-ja in proračunskih prihodkov v državi. Konec leta 2006 je bil v pripravi nov Zakon o družbah tveganega kapitala s strani Ministrstva za gospodarstvo v sodelovanju s Slovenskim podjetniškim skladom. Slovenski podjetniški sklad načrtuje ustanovitev prvega javnega sklada tveganega kapitala, ki bi v sodelovanju z drugimi privatnimi skladi pospešil razvoj podjetij z visokimi potenciali rasti.

V mednarodni primerjavi je prisotnost tveganega kapitala v Sloveniji zanemarljiva. Glede na podatke GEM so v letu 2004 investicije tveganega kapitala v Sloveniji dosegle komaj 0,009 % BDP, kar nas med članicami EU uvršča po tem na zadnje mesto. Majhna prisotnost tveganega kapitala pa je posledica pomanjkanja priložnosti za njegovo vlaganje ter neprijazne institucionalno-regulatorne ureditve (Žakelj, 2006, str. 22).

Iz zgoraj opredeljenih virov je mogoče tudi razbrati, da se skladi zanimajo za vlaganja v podjetja, kjer so letni donosi običajno nad 30 %. Predvsem pa velja v Sloveniji še vedno konzervativna politika na področju delovanja tveganega kapitala, saj smo videli, da skladi kljub opredelitvi »skladi tveganega kapitala« vlagajo preudarno v podjetja predvsem v fazah rasti, torej, ko je podjetje že stabilno in potrebuje dodatna sredstva za njihovo širitev. Tak primer je med drugimi podjetje GA d.d. (GA d.d., 2007).

Kar zadeva financiranje MSP s strani tveganega kapitala, lahko torej trdim, da je tudi ta vir financiranja MSP zelo skromen in lahko le upamo, da se obetajo spremembe v slovenski kulturi podjetništva, saj je za izboljšanje konkurenčnosti predvsem malih in srednje velikih podjetij potrebna pomoč tveganega kapitala.

### ***5.1.5. Poslovni angeli***

Poslovni angeli so premožni posamezniki, ki so pripravljeni nekaj svojega kapitala investirati v dobre podjetniške projekte. S svojim znanjem in izkušnjami lahko tudi pomagajo mlademu podjetju oziroma odpirajo vrata iz ozadja. Pri konceptu poslovnih angelov gre za vlaganja, kjer si partnerja delita dobiček, če projekt uspe, ali izgubo v primeru, da le-ta projekt propade (Golmajer, 2006, str. 34).

Leta 2001 je bil v Sloveniji ustanovljen klub poslovnih angelov pod okriljem JAPTI<sup>39</sup> (bivši PCMG<sup>40</sup>). Osnovna dejavnost kluba je bila zbiranje in posredovanje podatkov ter navezovanje stikov med povpraševalci (podjetij) in ponudniki kapitala (poslovnimi angeli). Do 16. marca 2006 je bilo v klub vključenih 26 poslovnih angelov in 170 registriranih projektov. Iz tega je bilo izpeljanih 32 poslovnih sestankov, sklenjeni pa so bili samo 4 posli. V letu 2006 je klub poslovnih angelov pod okriljem JAPTI tudi prenehal z delovanjem, saj so bilo v petih letih delovanja kluba sklenjeni samo 4 posli, kar nakazuje dejstvo, da v Sloveniji financiranje MSP s pomočjo poslovnih angelov še ni običajna praksa (Golmajer, 2006, str. 34).

Poslovne angele lahko torej črtamo iz seznama za financiranje MSP, njihovo konkurenčnost na področju financiranja si bodo morala podjetja zagotoviti z drugimi viri.

---

<sup>39</sup> JAPTI: Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije (v nadaljevanju JAPTI).

<sup>40</sup> PCMG: Pospeševalni center za malo gospodarstvo (v nadaljevanju PCMG).

## 5.2. Druge pomembnejše podporne institucije za MSP

### 5.2.1. PCMG – JAPTI

Leta 1992 je bil ustanovljen pospeševalni center za malo gospodarstvo, od leta 2006 bolje poznan pod kratico JAPTI. Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije ima naslednje pogloblitve naloge (Predstavitev PCMG, 2006):

- koordinacijo in krepitev kakovosti storitev pospeševalne mreže na lokalni ravni;
- koordinacijo in razvoj storitev mreže EIC;
- koordinacijo in strokovno pomoč delovanju sekcij in klubov (Sekcija podjetniških svetovalcev Slovenije – SPSS<sup>41</sup>, Sekcija slovenskega tveganega kapitala – SLEVCA<sup>42</sup>, Klub poslovnih angelov, ...);
- zbiranje podatkov in informacij, oblikovanje in redna distribucija paketov informacij različnim ciljnim skupinam uporabnikov;
- raziskave in razvoj v podporo programom razvoja podpornega okolja podjetništva in promocije podjetniške kulture;
- izvajanje vladnih in medresorskih programov spodbujanja razvoja podjetništva;
- mednarodno sodelovanje z namenom prenosa informacij, dobrih praks in vzpostavljanja možnosti za izboljševanje informacij v podporo internacionalizacije MSP in PMMG<sup>43</sup>;
- publiciranje, vzdrževanje spletnih strani, promocija mreže in programov ter vzdrževanje stikov z javnostmi.

### 5.2.2. e-VEM

Od 1. julija 2005 deluje Državni portal za poslovne subjekte, ki nudi možnost opravljanja naslednjih storitev (Predstavitev e-VEM<sup>44</sup>, 2006):

- vpis podjetnika v Poslovni register Slovenije, ki ga vodi Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve;
- posredovanje davčnih podatkov, ki jih je podjetnik dolžan posredovati ob ustanovitvi s.p. na DURS<sup>45</sup>;
- prijava samostojnega podjetnika v obvezno zdravstveno zavarovanje na ZZZS<sup>46</sup>;
- prijava otrok podjetnika do 18. leta starosti v obvezno zdravstveno zavarovanje na ZZZS;
- vpis spremembe podatkov v Poslovni register Slovenije;
- izbris podjetnika iz Poslovnega registra Slovenije;

<sup>41</sup> SPSS: Sekcija podjetniških svetovalcev Slovenije (v nadaljevanju SPSS).

<sup>42</sup> SLEVCA: Sekcija slovenskega tveganega kapitala (v nadaljevanju SLEVCA).

<sup>43</sup> PMMG: Pospeševalna mreža za malo gospodarstvo (v nadaljevanju PMMG).

<sup>44</sup> e-VEM: Vse na enem mestu (v nadaljevanju e-VEM), državni portal za poslovne subjekte.

<sup>45</sup> DURS: Davčna uprava Republike Slovenije (v nadaljevanju DURS).

<sup>46</sup> ZZZS: Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (v nadaljevanju ZZZS).

- naročilo izpisa podatkov iz Poslovnega registra Slovenije za poljubnega samostojnega podjetnika.

Do konca leta 2006 nameravajo olajšati zgoraj navedene storitve tudi za pravne osebe tipa d.o.o.

### 5.3. Vloga vlade kot institucije pri konkurenčnosti MSP

Delovanje vlade, usmerjeno v zagotavljanje pogojev, potrebnih za učinkovitost, prilagodljivost in inovativnost podjetij v industrijski politiki, je v nenehni in premišljeni aktivnosti pri strateškem usmerjanju gospodarstva. Pri tem pa je seveda predpogoj že osnovno vladno delovanje, ki se odraža v davčni politiki, raznih regulativah ter investicijskih vlaganjih javnih in zasebnih podjetij. Vlada tako določa pravni okvir za učinkovito delovanje tržnega gospodarstva, določa stabilizacijske dejavnike, ki vplivajo na nezaposlenost, rast cen in stagnacijo gospodarstva, igra vlogo prerazdeljevanja in izvajanja razvojne funkcije, ki vpliva na delovno silo, tehnološki razvoj in ugodno podjetniško klimo (Senjur, Rop, 1999, str. 4).

Vpliv vlade na tehnološki razvoj je razviden predvsem pri aktivnem vključevanju podjetij v procese globalizacije, pri dvigu bruto dodane vrednosti s pomočjo večanja proizvodnje visoko tehnoloških izdelkov, pri večjem podjetniškem vlaganju v razvoj novih tehnologij, pri spodbujanju hitrejšega prenosa znanja iz raziskovalnega področja v podjetja in sodelovanja med raziskovalnimi ustanovami in s podjetji ter seveda pri spodbujanju strateškega povezovanja podjetij. Tako je v državah, kjer je poudarjena razvojna vloga podjetništva, vladna politika usmerjena v spodbujanje nastanka novih podjetij ter podpiranje razvoja najuspešnejših med njimi. Tako razvojno strategijo<sup>47</sup> je junija 2005 sprejela tudi slovenska vlada (Žakelj, 2006, str. 26).

Za povečanje konkurenčnosti Slovenije je potrebno ustrezno spodbuditi podjetja, predvsem MSP, pri konkurenčnosti potrebna za nastop na tujih trgih. Konkurenčnost MSP pa lahko dosežejo le z razvojem in inovacijo, pri tem pa je za MSP pomembno podporno okolje, dostop do finančnih sredstev, skratka odpravljanje ovir, s katerimi se danes najpogosteje srečujejo podjetja. Tako so največje ovire za uspešen razvoj podjetništva pri nas razpoznavne v neučinkovitosti institucionalnega okolja, ki ga opredeljujejo tri skupine težav (Poročilo o razvoju 2006, 2006, str. 10):

- administrativne in druge ovire pri razvoju podjetništva in investiranja;
- prevelik lastniški in upravljavski delež države v podjetniškem sektorju;
- šibko varovanje konkurence in prepočasna liberalizacija mrežnih dejavnosti.

Na omenjene slabosti v razvojnih gibanjih in stanju se je vlada najprej odzvala z sprejemom SRS<sup>48</sup>, nato pa še z podrobno razdelanim programom za izvajanje Lizbonske strategije<sup>49</sup> in tako

<sup>47</sup> Strategija razvoja Slovenije, ki med drugim vključuje izboljšanje dostopa do finančnih virov za MSP ter podjetništvu prijaznejše podporno okolje.

<sup>48</sup> SRS: Strategija razvoja Slovenije (v nadaljevanju SRS).

vključila Slovenijo v razvojne usmeritve EU. Poleg tega je za korenite spremembe na področju gospodarstva in socialne politike sprejela okvir gospodarskih in socialnih reform za povečanje blaginje v Sloveniji. Omenjene reforme so usmerjene predvsem v pospeševanje konkurenčnosti in gospodarske rasti, čemur naj bi bilo podrejeno tudi znanje, kakovostna delovna sila ter učinkovitejša (in cenejša) država. Tako sprejete reforme odgovarjajo na ključne razvojne probleme domačega gospodarstva, kot so: poslovno okolje in administrativne ovire; privatizacija; obdavčitev; javnofinančni izdatki in njihova učinkovitost ter učinkovita poraba tako domačih, kot sredstev pridobljenih iz proračuna EU (Poročilo o razvoju 2006, 2006, str. 12).

## **6. Opredelitev ovir, ki jih je treba odpraviti za izboljšanje konkurenčnosti MSP**

### **6.1. Administrativne ovire**

Zmanjševanje administrativnih ovir je lahko ena od najučinkovitejših spodbud za razvoj podjetništva, saj se podjetniki pri svojem delovanju srečujejo s togim administrativnim okoljem. Visoki administrativni stroški, zapleteni uradniški postopki so glavne ovire, ki jih morajo države z racionalizacijo zmanjševati, če želijo ustvarjati podporno okolje v podjetniškem duhu (Žakelj, 2004, str. 21).

V letu 2005 je državni portal e-VEM naredil korak naprej pri zmanjševanju administrativnih stroškov ter postopkov za razvoj podjetništva. Zaenkrat portal ponuja storitve za samostojne podjetnike, dobrodošel pa bo tudi za gospodarske družbe, ki jih navadno ustanovi več skupaj povezanih posameznikov. Državni portal e-VEM ali ONE STOP SHOP je zanimiv predvsem zato, ker kot pove že sam slogan, so informacije zbrane na enem mestu, predvsem pa večino ovir odpravijo drugi v imenu ustanovitelja (Predstavitev e-VEM, 2006).

### **6.2. Ekonomske ovire**

Ekonomske dejavniki so zelo pomembni pri ustanavljanju, zagonu ter razvoju MSP, istočasno pa zelo pomembni razlogi za težave, ki se pojavijo v družbah. Negativni poslovni dejavniki, ki pridejo iz poslovnega okolja zajamejo MSP zelo hitro. En primer teh dejavnikov je otežen dostop

---

<sup>49</sup> Lizbonska strategija: Lizbonska strategija, ki jo je Evropski svet sprejel marca leta 2000, predstavlja dolgoročno strategijo, katere glavni cilj je, da postane Evropa do leta 2010 najbolj konkurenčno, dinamično ter na znanju temelječe gospodarstvo na svetu, ki naj bi doseglo trajno gospodarsko rast z več ter boljšimi delovnimi mesti. Strategija je bila v letu 2001 dopolnjena z ukrepi za urejanje okolja, tako da strategija kot celota sedaj zajema tri področja (t.i.stebre) in sicer gospodarstvo, sociala ter okolje. Vsa tri področja naj bi usklajena delovala v smeri hitrejšega trajnostnega razvoja Unije (O čem govori Lizbonska strategija?, 2005).

MSP do financiranja poslovanja podjetja. Ekonomske ovire lahko razdelimo na notranje in zunanje.

### ***6.2.1. Notranji vidik ekonomskih ovir; izbor najpomembnejših***

#### **6.2.1.1. Pomanjkanje lastniškega kapitala in možnosti kreditiranja za zagon podjetij**

V procesu ustvarjanja podjetja je pridobivanje financ eden najtežjih problemov. Podjetnik se lahko odloča o financiranju z dolžniškim ali lastniškim kapitalom. Financiranje podjetja s posojilnimi sredstvi ponavadi zahteva, da se neka lastnina uporabi kot jamstvo oz. druge oblike jamstev, financiranje z lastniškim kapitalom pa ne zahteva jamstev in vlagatelju daje nekakšno obliko lastniškega položaja v podjetju. Malo novih podjetij, če sploh kako, se ustanovi brez lastnih denarnih sredstev podjetnika, saj je lastniški kapital bistven za pritegovanje zunanjih financ (Antončič et al., 2002, str. 303–308).

Na evropska mala in srednje velika podjetja v primerjavi s podobnimi podjetji v Severni Ameriki negativno vpliva pomanjkanje lastniškega kapitala, ker vlada na trgu kapitala trajno pomanjkanje, ki preprečuje ponudbi, da bi dosegla povpraševanje po ceni, ki bi bila sprejemljiva za obe strani. Pomanjkanje se na eni strani kaže v visokotehnoloških, inovativnih in zlasti mladih podjetjih z visokim potencialom rasti, na drugi strani pa v številnih podjetjih različnih starosti in v različnih sektorjih z manjšim potencialom rasti, ki ne morejo pridobiti financiranja za projekte širitve brez zunanjega tveganega kapitala. Lastniško financiranje predstavlja zlasti za manjša podjetja številne izzive za investitorje in podjetja. Investitor mora narediti skrbno analizo ne le vseh ponujenih poroštev (kakor to stori posojilodajalec), ampak tudi celotne poslovne strategije. Za podjetje izziv predstavlja delitev nadzora z zunanjim investitorjem, verjetno prvič v času svojega obstoja (Državna pomoč in tvegani kapital, 2001).

Potrebe podjetniškega okolja kažejo na povpraševanje po tveganih virih financiranja (garancije, ugodni krediti za nastajajoča in nova podjetja) in po neposrednih spodbudah za ustanovitev, zagon, rast podjetij ter za povečevanje dodane vrednosti na zaposlenega v MSP. Evropska komisija v Zeleni knjigi o podjetništvu v Evropi za leto 2003 ugotavlja, da okoli 20 % malih podjetij v državah EU še vedno navaja težave pri pridobivanju dolgoročnih finančnih sredstev. Zato predlaga, da bi javne finančne institucije v državah EU delovale kot katalizatorji za privatne investitorje, da bi povečale ponudbo garancij za mala in srednje velika podjetja in razvile različne instrumente podpore od mikro kreditov do tveganega kapitala (Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013, 2006, str. 58).

Po podatkih Global Entrepreneurship Monitorja iz leta 2005 v Sloveniji primanjkuje finančnih virov za financiranje ustanovitve in rast podjetij. Razlogi za to so nerazvit kapitalski trg, pomanjkanje skladov tveganega kapitala, premalo neposrednih investicij tujcev, bančni instrumenti niso prilagojeni financiranju ustanavljanja in rasti podjetij in premalo državnih subvencij. Zaradi pomembnega vpliva MSP na celotno gospodarstvo se danes v večini razvitih

držav posveča velika pozornost pomanjkanju lastniških sredstev za financiranje MSP v njihovih zgodnjih fazah razvoja. Dolžniških virov financiranja je v tej fazi skoraj nemogoče pridobiti, zato ostajajo edini vir lastniški vir. Vendar se po zadnjih rezultatih EVCE<sup>50</sup> žal tudi zasebni skladi tveganega kapitala v državah EU v večini primerov (33,9 % naložb) odločajo za investiranje v podjetja v fazi širitve in le 1,8 % naložb je namenjeno podjetniškim aktivnostim v fazi zametka (Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013, 2006, str. 58–59).

### **6.2.1.2. Omejena podpora za inovacije in inovativna podjetja**

Slovenija je obdobju tranzicije dosegala stabilno gospodarsko rast, ena od pomanjkljivosti sedanjega razvoja pa je zlasti nizka inovativnost gospodarstva, ki je nujna ne samo za preživetje, temveč tudi za preboj na globalnih trgih. Analiza stopenj gospodarske rasti v članicah OECD je pokazala, da so najhitreje rasle tiste, ki jim je uspelo najhitreje razviti nove izdelke, procese in storitve na podlagi novih tehnologij, in ne nujno tiste, v katerih je prišlo do razvoja novih tehnologij. Zato se poudarja, da je inovacijska sposobnost države pomembnejša od kateregakoli posamičnega tehnološkega odkritja: poleg invencijske sposobnosti je torej bistvenega pomena inovacijska (Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013, 2006, str. 48).

Slovenija je v zadnjih petih letih ustanovila in podprla razvoj številnih subjektov podpornega okolja, ki delno ali pa v celoti delujejo na področju inovacij. Pregled aktivnosti omenjenih subjektov kot tudi ostalih institucij podpornega okolja pa kaže na neučinkovitost, predvsem na področju njihovega povezovanja, kar ne omogoča sinergije ter v tem smislu enotnega podpornega okolja na področju inovacij. Prav tako se aktivnosti med različnimi subjekti podpornega okolja na področju inovacij programsko prekrivajo, nekatere pa se sploh ne izvajajo, kar ima za posledico nepregleden in neučinkovit sistem podpornega okolja. Potreba se še posebej kaže na zelo specifičnem področju zaščite, trženja in posredovanja pri inovacijah ter invencijah kot tudi na področju povezovanja s potencialnimi partnerji in investitorji. Omenjeni problemi so razlog in zahteva za ustanovitev Slovenskega centra za konkurenčnost in inovativnost<sup>51</sup> (Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013, 2006, str. 49).

## **6.2.2. Zunanji vidik ekonomskih ovir; izbor najpomembnejših**

### **6.2.2.1. Omejene možnosti financiranja**

O možnostih financiranja MSP sem že pisal v povezavi s podpornimi institucijami, zato bom samo še enkrat opozoril na bistvene točke:

<sup>50</sup> EVCA: European Venture Capital Association – Evropsko združenje tveganega kapitala (v nadaljevanju EVCA).

<sup>51</sup> Osrednja naloga Slovenskega centra za konkurenčnost in inovativnost je povezovanje posameznih subjektov podpornega okolja v učinkovito celoto.

- na področju financiranja iz naslova tveganega kapitala so MSP skrajno omejena, saj se skladi v večini primerov odločajo za investiranje v podjetja v fazi širitve in ne v začetni fazi, v kateri bi podjetja tvegani kapital najbolj potrebovala. Razvoj tveganega kapitala naj bi doprinesel novim inovativnim podjetjem upanje, kar lahko ugodno vpliva na spodbudo pri razvoju podjetništva;
- z vstopom v EU imajo MSP po novem možnost pridobivanja subvencij, še posebej zrela podjetja, kar ugodno vpliva na nadaljnji razvoj podjetij in zaposlovanja v teh podjetjih;
- kreditiranje bank je za MSP zelo pomembno. Najbolj bi kredite potrebovala podjetja v fazi zagona podjetij, kar se izkaže za utopično. V zreli fazi pa podjetja potrebujejo kreditiranje s strani bank za odpravljanje plačilne nediscipline in hitrejše rasti, čeprav je v zreli dobi za podjetja mogoče lažje najti tudi druge vire financiranja kot je npr. tvegan kapital. Banke bi se morale z novimi pristopi približati novim podjetjem in predvsem s pomočjo evropskih sredstev krpiti luknje na strani MSP.

### **6.2.2.2. Plačilna nedisciplina**

Plačilna nedisciplina je nespoštovanje dogovorjenih zneskov, rokov in načinov poravnavanja obveznosti. V drugi polovici devetdesetih let je bila v državah članicah EU 15 plačilna nedisciplina vzrok za izgubo 23,6 milijarde evrov terjatev, izgubo 450.000 delovnih mest ter za četrtno plačilno nesposobnih podjetij. Vrednost zamujenih plačil pri poslovanju med podjetji je bila ocenjena na 90 milijard evrov na leto, kar je povzročilo izgubo obresti v vrednosti 10,8 milijarde evrov. Plačilna nedisciplina najbolj prizadene ravno MSP, saj so za ta podjetja v primerjavi z velikimi značilna nihanja v denarnem toku in so pogosto odvisna od majhnega števila kupcev. MSP nastopajo pogosto tudi kot dobavitelji večjim podjetjem, ki imajo boljše pogajalske pogoje ter tako bolj zamujajo s plačili kot MSP. Vsa ta dejstva pa so velik problem tudi v Sloveniji, kar ogroža obstoj MSP (Žakelj, 2006, str. 21). Zaradi plačilne nediscipline so podjetja prisiljena prodajati svoje terjatve za to specializiranim podjetjem, ki se ukvarjajo z izterjavo. V najboljšem primeru podjetja dobijo plačane terjatve z izgubo provizije tem podjetjem, v najslabšem pa denarja v celoti ne vidijo več. Zrelo podjetje, ki upravlja več denarnega toka, plačilna nedisciplina še ne prizadene takoj kot nova podjetja, ki morajo svoje obveznosti poravnati takoj, plačilo pa lahko dobijo z zakasnitvijo, ki je lahko usodno. Vlada bi morala plačilno nedisciplino jemati resneje in z ustrezno ostrejšo zakonodajo sankcionirati kršitelje. Tako bi velika podjetja izgubila svojo pogajalsko moč, malim in srednje velikim podjetjem pa bi se izboljšala konkurenčnost.

### **6.2.2.3. Neustrezna davčna politika**

Previsoki davki in previsoki prispevki predstavljajo velik problem pri poslovanju MSP. Sistem obdavčevanja mora v nasprotju z dosedanjim sistemom nagrajevati uspeh, spodbujati ustanavljanje podjetij, njihovo rast in odpiranje novih delovnih mest. V EU je opazen trend zmanjševanja davčnih stopenj za samozaposlene in mala podjetja, uvajajo pa se tudi ukrepi za



zmanjšanje davčnih obremenitev potencialno samozaposlenih. V nekaterih državah članicah ostajajo davčne stopnje visoke, kar zmanjšuje možnost podjetnikov (Green Paper, 2003, str. 12).

S 1.1.07 je vlada naredila korak naprej glede davka od dohodka pravnih oseb, saj se je stopnja iz 25 % znižala na 23 % in se bo vsako leto še zniževala za eno odstotno točko do leta 2010, ko bo davčna stopnja znašala 20 % (Davek od dohodka pravnih oseb, 2007).

### **6.3. Ovire, povezane s pomanjkanjem znanja**

V zadnjih desetletjih se je podjetništvo zelo razvilo, predvsem z nastajanjem malih in srednjih podjetij, ki povečujejo konkurenčnost, učinkovitost gospodarstva in dajejo možnost zaposlitve številnim ljudem. Zato je spoznavanje delovanja podjetniškega procesa koristno, ker pomaga povezovati različne vsebine in znanje, razvija spretnosti in osebnostne lastnosti za lažje vključevanje v delo in življenje.

Junior Achievement International (JAI<sup>52</sup>) je neprofitna organizacija, ki ima svoje korenine na začetku 20. stoletja v Združenih državah Amerike. Deluje v 112 državah po vsem svetu in ima okoli 6,5 milijonov slušateljev. V Sloveniji se je tej organizaciji pridružil zavod Junior Achievement–Young Enterprise, Zavod za podjetniško izobraževanje mladih, ki je pravna oseba, ustanovljena kot nevladna in neprofitna organizacija, ustanovljena novembra 2003 v Ljubljani. Slovenija je tako na poti, da se pridruži sedemintridesetim evropskim državam, kjer se JA programi že izvajajo, ponekod celo že več kot 20 let. Glavni cilj zavoda je razvijati in izvajati ekonomsko in podjetniško izobraževanje za mlade v sodelovanju s poslovnimi in izobraževalnimi organizacijami ter javnimi zavodi (Junior Achievement tudi v Sloveniji, 2007).

Na izobraževanje in usposabljanje se nanašajo naslednji najpomembnejši predlogi izvedencev za pospeševanje podjetništva v Sloveniji (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2006, str. 49–50):

- v vse ravni formalnega izobraževanja je treba vključiti predmete in programe, ki bodo ponujali vsebine s področja podjetništva;
- metode poučevanja na osnovnih in srednjih šolah ter na univerzah morajo biti takšne, da spodbujajo razvoj podjetniških veščin in prevzemanje pobude in odgovornosti, neodvisnost, avtonomijo, samoodvisnost, samonadzor ter povezujejo teorijo s prakso (vključevanje študentov v projekte, kjer ustanovijo in vodijo fiktivno podjetje, sestavljanje vaj s podjetniškimi vsebinami, na primer pri matematiki, študijski izleti v podjetja) ter s tem dijakom in študentom omogočijo, da odkrivajo svoje potenciale ter razumejo vlogo podjetništva za ekonomsko rast;
- izobraževalni sistem mora postati bolj interdisciplinaren in mednarodno usmerjen; študij podjetništva mora študentu zagotoviti splošno znanje različnih disciplin in pridobivanje izkušenj v mednarodnih podjetjih z opravljanjem študijske prakse;

---

<sup>52</sup> JAI: Junior Achievement International – Zavod za podjetniško izobraževanje mladih (v nadaljevanju JAI).

- podjetja morajo več vlagati v znanje svojih zaposlenih, saj investicije v znanje povečujejo dodano vrednost, kar je pogoj za preživetje, in konkurenčnost podjetij;
- znotraj izobraževalnega sistema (osnovnošolsko, srednješolsko in visokošolsko izobraževanje) je treba vzpostaviti tekmovalnost med programi in med institucijami, in sicer na dva načina: z ustanavljanjem privatnih izobraževalnih institucij, ki bodo postavljala pravila in programe, ter z vzpostavitvijo vavčerskega sistema izobraževanja, ki bo staršem omogočil, da bodo sami izbirali izobraževalno institucijo za svojega otroka.

## 6.4. Socialnopolitične in osebne ovire

Glede na javnomnenjsko raziskavo GFK<sup>53</sup> o odnosu slovenskih podjetij do korupcije<sup>54</sup> sodijo med najpomembnejše dejavnike, ki močno vplivajo in negativno delujejo na delovanje in rast podjetij, davki, obstoječa zakonodaja in druga regulativa ter delovanje sodstva. Pogoje financiranja ter ceno najema in nakupa zemljišč ter poslovnih prostorov kot veliko oviro pri svojem delovanju in uspešnosti v največji meri navajajo mala podjetja (Oseli, 2007).

Problem korupcije v Sloveniji je po mnenju več kot tretjine podjetij velik, kot zelo velik ga ocenjujeta desetini velikih in srednjih podjetij ter petina malih podjetij. Mnenje o tem, da korupcija pripomore k razvoju in rasti podjetja ter k razvoju in rasti slovenskega in svetovnega gospodarskega sistema, je v največji meri prisotno pri malih podjetjih in v najmanjši meri pri velikih podjetjih. Podobno velja pri mnenju, da je korupcija neizbežen del slovenskega in svetovnega gospodarskega sistema. Mnenja med podjetji različnih velikosti se najmanj razlikujejo pri tem, da korupcija pripomore k razvoju in rasti slovenskega gospodarskega sistema (Oseli, 2007).

## 6.5. Demografskosocialne ovire

Demografskosocialne značilnosti podjetnikov, ki jih lahko razpoznamo iz GEM podatkov, so predvsem spol, starost, izobrazbena struktura, ruralnost in urbanost, regionalna razpršenost in dohodkovni razredi. Tovrstne značilnosti dajejo pomembno informacijo o potencialih, ki se skrivajo v podjetniški populaciji, ter nam pomagajo oblikovati primerne ukrepe, s pomočjo katerih lahko spodbudimo določene deficitarne skupine podjetnikov. Manko v določeni

---

<sup>53</sup> GFK: GFK Gral Iteo je vodilna slovenska tržnoraziskovalna hiša za ad-hoc raziskave in članica ene največjih globalnih tržnoraziskovalnih institucij (GFK Group), ki ima razvejano mrežo raziskovalnih podjetij v več kot 70 državah sveta.

<sup>54</sup> Mnenja o stanju slovenskega gospodarskega okolja in dejavnikih vpliva na delovanje in rast podjetij je GFK zbrala z raziskavo o odnosu slovenskega gospodarstva do pojava korupcije v Sloveniji, ki jo je jeseni 2006 opravila za Komisijo za preprečevanje korupcije. V raziskavi, ki je potekala preko interneta, je sodelovalo 232 predstavnikov slovenskih podjetij, glavni namen raziskave pa je spremljati odnos podjetij do pojava korupcije v Sloveniji. Komisija za preprečevanje korupcije raziskavo opravlja že od leta 2002 (Oseli, 2007).

demografski skupini (npr. visoko izobraženi podjetniki) namreč lahko pomeni resno zavoro gospodarskemu razvoju (Rebernik, Tominc, Pušnik, 2006, str. 22).

Med slovenskimi podjetniki prevladujejo moški v vseh kategorijah, razen pri tisti skupini podjetnikov, ki so si podjetniško kariero izbrali zaradi nujnosti, ker niso imeli druge boljše alternative za delo. Moški najbolj prevladujejo med lastniki ustaljenih podjetij, sicer pa se je v primerjavi s preteklimi leti vključenost žensk v podjetništvo povečala. Največ nastajajočih in novih podjetnikov je v starostni skupini med 25. in 34. letom, tako med moškimi kot med ženskami. V tem starostnem obdobju se na podjetniško pot poda nekaj manj kot desetina moških in 5,6 % žensk. Po pričakovanju je med starejšimi starostnimi skupinami sorazmerno več ustaljenih podjetij kot pa nastajajočih in novih. V starostni skupini 25 do 34 let je v povprečju 3,75 % odraslih prebivalcev Slovenije aktivnih lastnikov ali solastnikov podjetja, v starostni skupini od 45 do 54 let pa je teh kar 10,58 %. V povprečju ima torej vsak 9. prebivalec Slovenije v tej starostni skupini podjetje, ki je starejše od treh let in pol. Največ podjetnikov izhaja iz tistih slojev prebivalstva, katerih gospodinjstva se po dohodku uvrščajo v zgornjo tretjino. V povprečju je vsak 19. posameznik iz te skupine na začetku podjetniške poti, vsak deveti pa ima podjetje, ki je starejše od treh let in pol. Največji delež podjetnikov najdemo, ki imajo samo nedokončano srednjo šolo, med ustaljenimi podjetniki (17,8 %), med njimi pa je tudi največji delež tistih, ki imajo več kot zgolj srednješolsko izobrazbo (45,9 %). Med novimi podjetniki, ki imajo podjetje več kot tri in manj kot 42 mesecev, jih je največ z dokončano srednjo šolo (52,8 %) (Rebernik et al., 2005, str. 24–25).

## **6.6. Ovire, povezane z regionalnim razvojem**

Po podatkih AJ PES v poročilu Informacija o poslovanju gospodarskih družb v letu 2005 je bila najbolj razvita regija v letu 2005 osrednjeslovenska, v kateri je bilo 46 % vseh družb, ki so zaposlovale 34,8 % vseh delavcev, ustvarile 44,3 % vseh prihodkov ter 40,6 % neto dodane vrednosti. Pomembnejši regiji sta bili še podravska in savinjska regija. V podravski regiji je bilo 11,3 % vseh družb, ki so s 13,7 % vseh zaposlenih ustvarile 10,8 % vseh prihodkov ter 11,5 % neto dodane vrednosti. V savinjski regiji pa je bilo 9,0 % vseh družb, ki so zaposlovale 13,0 % vseh delavcev in dosegle 10,4 % vseh prihodkov ter enako kot v podravski regiji dosegle 11,5 % neto dodano vrednost. Najmanjši med regijami sta zasavska z 1,2 % in notranjsko-kraška z 1,6 % vseh družb. Delež zaposlenih in prihodkov sta bila pri družbah obeh regij manjša od 2,0 % (AJ PES, maj 2006. Informacija o poslovanju gospodarskih družb v RS v letu 2005, str. 16–17). To kaže na neizkoriščene razvojne potenciale, ki se odražajo tudi v regionalnih razlikah v izobrazbi, ustanavljanju in uspešnosti podjetij in podobno. Nov zakon o spodbujanju regionalnega razvoja naj bi povečal učinkovitost regionalnih razvojnih spodbud in zapolnil praznine, ki jih pušča sedanji nivo naše lokalne samouprave (Lavrač et al., 2007, str. 2).

Slovenija je v prostorskem razvoju blizu razvitim državam EU ter tudi v pogledu pokrajine in mest med najboljše urejenimi med novimi pristopnicami. Slovenija ima tudi bogato in raznovrstno naravo, kulturno dediščino, kulturne krajine, kar ustvarja ugodne pogoje za

gospodarski razvoj. Vendar pa imamo v prostorskem razvoju nekatere izrazite slabosti (Lavrač et al., 2007, str. 2):

- Slovenija ima glede na svojo razvitost in kupno moč prebivalstva previsoko ceno zemljišč, kar na segmentu podjetništva znižuje konkurenčnost in povzroča manjše zanimanje tujih investitorjev;
- pri prometu Slovenija zmanjšuje zaostanek pri izgradnji avtocest, povečuje pa ga pri posodabljanju železnic in pri posodabljanju cestnih povezav do subregij, ki niso na avtocestnem križu, kar bo močno otežilo regionalni razvoj.

Regionalna razvojna politika mora na segmentu gospodarstva izhajati iz vseh razpoložljivih virov, to je iz obstoječih srednjih in velikih podjetij; malega podjetništva (vključno s potencialnimi podjetniki) in iz tujih investicij. Pri tem obstoječa podjetja predstavljajo osnovo za regionalno specializacijo, ki omogoča razvoj kritične mase podjetij, kapitala, ljudi, znanja in izkušenj za doseganje mednarodne konkurenčnosti v določeni panogi. Nujen pogoj za uspešnost strategije regionalne specializacije je temu prilagojen sistem razvoja človeških virov (decentraliziran pristop k izobraževanju s prilagojeno ponudbo regionalnih potrebam, spodbude za usmerjanje predvsem mladih, usposabljanje zaposlenih in nezaposlenih). V tem kontekstu lahko vse večja mobilnost predstavlja problem za manj razvita območja zaradi nevarnosti odliva višje izobraženih ljudi. Pravi odgovor na to je le spodbujanje podjetij k zahtevnejšim proizvodnim procesom in s tem k odpiranju kvalitetnih delovnih mest. Večja mobilnost dela in kapitala po vstopu v EU za Slovenijo predstavlja nevarnost predvsem manj razvitim regijam. Manj konkurenčne regije bo večja konkurenca lažje »izrinila s trga«, hkrati pa bosta kapital in delovna sila iz teh regij imela relativno večjo nagnjenost k relokaciji. Zaradi tega te regije zahtevajo posebno obravnavo (Lavrač et al., 2007, str. 3).

## 6.7. Analiza SWOT

Slovenija zmanjšuje gospodarski razvojni zaostanek za povprečjem Evropske unije, vendar z vidika zastavljenih ciljev SRS prepočasi. Z nadaljevanjem dosedanjih trendov cilja ne bo mogla uresničiti, zato so gospodarske reforme, ki bi pospešile predvsem konkurenčnost gospodarstva (kjer so razvojni zaostanki največji), nujne. Gospodarski razvojni cilj je v desetih letih (do 2013) preseči povprečno raven ekonomske razvitosti Evropske unije (merjeno z BDP na prebivalca v pariteti kupne moči) in povečati zaposlenost v skladu s cilji Lizbonske strategije. Družbeni razvojni cilj je izboljšanje kakovosti življenja in blaginje posameznikov in posameznikov, merjene s kazalniki človekovega razvoja, socialnih tveganj in družbene povezanosti (Poročilo o razvoju 2006, 2006, str. 5). MSP predstavljajo danes zaradi svojega uspeha, številčnosti, dodane vrednosti, zaposlitvenega potenciala, dinamičnosti, inovativnosti, dolgoročnih smernic razvoja in drugih značilnosti, hrbtenico evropskega in tudi slovenskega gospodarstva. Z analizo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti (SWOT) za MSP, ki je prikazana v Tabeli 3, bom predstavil glavne dejavnike, ki pestijo danes ta podjetja.

Tabela 3: Analiza prednosti in slabosti, priložnosti in nevarnosti za MSP

<b>PREDNOSTI</b>	<b>SLABOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sposobnost ustvariti, prepoznati in uresničiti podjetniško idejo;</li> <li>▪ snanje in veščine za ustanovitev in rast podjetij;</li> <li>▪ inovativne, kreativne in neodvisne podjetniške zmogljivosti;</li> <li>▪ posamezniki so pripravljeni sprejeti tveganje, če imajo podporo okolja; pPercepcija, da se podporno okolje spreminja;</li> <li>▪ nova politična oblast daje večjo težo podjetništvu ter MSP kot prejšnja; vVladni programi: finančne spodbude, svetovanje, usposabljanje, razpoložljivost lokacije pod ugodnimi pogoji;</li> <li>▪ nekaj finančnih virov za financiranje novih in rastočih podjetij;</li> <li>▪ večja in ugodnejša ponudba bančnih virov financiranja ob liberalizaciji bančnega sektorja;</li> <li>▪ tradicija mednarodno usmerjenega izobraževalnega sistema;</li> <li>▪ relativno dobra raven znanja;</li> <li>▪ izobraževalni sistem spodbuja podjetniško iniciativo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ nizka raven znanja in veščin za prepoznavanje in uresničevanje poslovnih idej;</li> <li>▪ podjetništvo je v družbi negativno sprejeto;</li> <li>▪ družba ne prepozna vloge podjetništva, podjetništvo je neprimerna poklicna izobrazba;</li> <li>▪ posamezniki niso pripravljeni prevzeti tveganja;</li> <li>▪ družba ne sprejema neuspeha;</li> <li>▪ davčna bremena so previsoka, davčna politika pa nenaklonjena podjetništvu;</li> <li>▪ kompleksna vladna regulativa (administrativna bremena) zavira ustanavljanje in upravljanje malih podjetij;</li> <li>▪ delovna zakonodaja ni naklonjena malim podjetjem;</li> <li>▪ težak vstop na trg zaradi visokih vstopnih ovir;</li> <li>▪ zaprtost Slovenije za tuji kapital;</li> <li>▪ prevladujoči koncept socialne države in zaščite delovnih mest;</li> <li>▪ kapitalski trg je nerazvit;</li> <li>▪ redki skladi tveganega kapitala;</li> <li>▪ neatraktivnost Slovenije za tuje vlagatelje;</li> <li>▪ bančni instrumenti niso prilagojeni financiranju novih in rastočih podjetij;</li> <li>▪ izobraževalni sistem podjetništvu ne posveča potrebne pozornosti.</li> </ul>

PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ evropska podpora razvoju podjetništva in MSP (črpanje evropskih sredstev, podporne institucije, svetovanje, podjetniško naravnana politika)</li> <li>▪ večji notranji trg z odprtjem mej EU;</li> <li>▪ evropski plačilni promet;</li> <li>▪ vladna naklonjenost MSP;</li> <li>▪ prijazno okolje tujim investitorjem</li> <li>▪ prijaznejše okolje čezmejnega povezovanja;</li> <li>▪ prepoznavanje potreb regionalnega razvoja;</li> <li>▪ izobraževalne reforme za podjetništvo;</li> <li>▪ podporne institucije za tehnološko inovativna podjetja;</li> <li>▪ povezovanje finančnih institucij povečuje finančno ponudbo za zagon in razvoj podjetij;</li> <li>▪ potreba po realokaciji produkcijskih faktorjev držav EU;</li> <li>▪ povezovanje podjetij, grozdenje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ odvisnost od gospodarskega stanja EU;</li> <li>▪ počasno približevanje strukturnim reformam (strukturne pomanjkljivosti kot so nerazviti finančni sektor, nezadostna stopnja tehnološkega prestrukturiranja in cenovne neenakosti) in pomanjkanje soglasne gospodarske politike;</li> <li>▪ počasno prestrukturiranje proizvodenj;</li> <li>▪ nizka stopnja zanimanja za podjetništvo;</li> <li>▪ pomanjkanje politične volje do MSP;</li> <li>▪ korupcija velikih podjetij;</li> <li>▪ regionalna nerazvitost;</li> <li>▪ pomanjkanje znanja;</li> <li>▪ neuspešnost povezovanja podjetij, grozdenja;</li> <li>▪ finančne: plačilna nedisciplina, pomanjkanje lastniškega kapitala, omejene možnosti financiranja;</li> <li>▪ zanimanje tujih investitorjev za tržišče Slovenije ne pa tudi produkcijskih faktorjev (delo);</li> <li>▪ pomanjkanje zanimanja tujih investitorjev.</li> </ul>

Vir: Rebernik, Tominc, Pušnik, 2006, str. 51–52.

## 7. SKLEP

Kot sem že v samem uvodu diplomske naloge omenil, me je k izbiri teme diplomske naloge, poleg težnje po razvoju in uspešnosti MSP in industrijskih okrožij, gnala tudi prisotnost lastnega podjetja, katerega »možnosti za uspeh« sem želel sistematično preučiti s pomočjo analize sedanjega stanja na področju MSP v Sloveniji, tudi glede prisotne negotovosti po vstopu v EU ter analizo obetov za prihodnost.

V ta namen sem v uvodnem poglavju preletel ključne podporne institucije, ki jih izvaja EU ter pogledal, kakšen pomen imajo MSP v sodobnih gospodarstvih. Njihov uspeh in pomen za

italijansko gospodarstvo sem kot prebivalec Nove Gorice lahko leta tudi поблиžje spremljal v italijanskih industrijskih okrožjih. Z analizo tematike in kronološkim pregledom nastanka MSP, sem ugotovil, da lahko za njihov uspeh v sosednji Italiji krivimo velika podjetja, ki so za lastne interese intenzivno razvijala notranjo podjetniško kulturo ter tako omogočala svojim zaposlenim razvoj lastnega podjetja. S podporo »velikanov« se je le-to lahko razvijalo in skupaj s svojo rastjo omogočalo nadaljnji razvoj vedno novih podjetij.

Prav omenjeni naravni razvoj podjetij v Italiji predstavlja bistveno razliko v primerjavi s slovenskim grozdenjem, ki je zaradi prednosti, ki jih gospodarstvo prepoznava v manjših podjetjih, nastajalo umetno, a kljub temu predstavlja velik potencial. MSP so za Slovenijo zelo pomembna, saj zaposlujejo kar 62,5 % vseh zaposlenih, čeprav so velika podjetja po deležu neto dodane vrednosti enakovredna MSP. Pri tem pa velja poudariti velik pomen podpornih institucij pri izboljšanju konkurenčnosti MSP, katerih delovanje se je po vstopu v EU še izboljšalo. Tako se je med drugim razvil državni portal e-VEM, ustanavljajo se skladi tveganega kapitala, povezujejo se bančne institucije z institucijami za pospeševanje malega gospodarstva in podobno.

Veliko je še ovir in dejavnikov, ki zavirajo uspešnost in konkurenčnost slovenskih MSP, hkrati pa je veliko tudi novih možnosti in priložnosti za uspeh, ki so se ponudila s širitvijo tržišča po vstopu v EU. Za čim boljše preskakovanje prvih in izkoriščanje drugih pa je pomembno predvsem znanje ljudi, njihova drznost in prodornost, ki predstavljajo predpogoje za uspešnost MSP.

## LITERATURA

1. Antončič Boštjan et al.: Podjetništvo. Ljubljana : GV založba, 2002. 485 str.
2. Becattini Giacomo: Il distretto industriale marshalliano come concetto socio-economico. Firenze : Banca Toscana, Studi e informazioni, 1991. 128 str.
3. Boari Cristina: Industrial Clusters, Focal Firms, and Economic Dynamism. A Perspective from Italy. Washington USA : WBI, 2001. 18 str.
4. Boekholt Patries, Thuriaux Ben: Overview of cluster policies in international prespective. Final report. The Hague : Ministerie van Economische Zaken, 2000. 60 str.
5. Bosma Niels, Harding Rebecca: GEM 2006 results. London : Business School, 2006. 32 str.
6. Cagliano Raffaella, Blackmon Kate, Voss Cris: Small firms under MICROSCOPE: international differences in production/operations management practises and performance. Integrated Manufacturing Systems, London, 12(2001), 7, str. 469-482
7. Cappellin Riccardo: Distretti industriali e sistemi produttivi locali. Corso: Economia dell'innovazione. Roma : Facolta di Economia, 2004. 41 str.
8. Golmajer Alenka: Poslovni angeli kot vir financiranja malega podjetja v Sloveniji in v svetu. Magistrska naloga. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2006. 108 str.
9. Jaklič Marko: Poslovno okolje podjetja. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1999. 353 str.
10. Jaklič Marko, Zagoršek Hugo, Svetina Anja Cotič: Evalvacija ukrepov za spodbujanje razvoja grozdov v Sloveniji v obdobju 2001–2003. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2004. 62 str.
11. Kajzer Štefan: Kaj je pričakovati od virtualnega podjetja?. Zbornik referatov 3. MBA posvetovanja, Management visokih tehnologij. Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2001, str. 29-38
12. Kovač Jure: Mrežne organizacije. Zbornik referatov: Sodobne oblike in pristopi pri organiziranju. Kranj : Moderna organizacija, 1999, str. 321-328
13. Lavrač Ivo et al.: Regionalni in prostorski razvoj. Str. 2-3  
[URL: <http://www.slovenijajutri.gov.si/fileadmin/urednik/dokumenti/rpr.pdf>], 7.4.2007.
14. Matek Miha: Grozdenje podjetij kot oblika industrijske politike z analitičnim primerom orodjarstva. Magistrska naloga. Ljubljana : Ekonomska fakulteta , 2004. 116 str.
15. Meža Peter: Projektni management in industrijski grozdi. Magistrska naloga. Maribor : Fakulteta za strojništvo, 2002. 140 str.
16. Palčič Iztok, Fulder Tatjana, Herzog Vujica Nataša: Model za upravljanje proizvodnje v večprojektnem okolju. Znanstveno delo podiplomskih študentov v Sloveniji. Maribor : Fakulteta za strojništvo. Laboratorij za načrtovanje proizvodnih sistemov, 2004. Str. 423
17. Petrin Tea: Program razvoja podjetništva. Seminar Entrepreneurship and Community Building, Strunjan, 4–10 december 1991. Gradivo za usposabljanje. Strunjan : FAO, 1991. 20 str.
18. Porter Michael E.: Clusters and the new economics of competition. Harvard business Review book, Boston, 1998. str. 197-199
19. Rabellotti Roberta: Is there an industrial district model? Footwear districts in Italy and Mexico compared. Word Development, New York, 23(2000), 1, str. 29-41



20. Rebernik Miroslav et al.: Slovenski podjetniški observatorij 2003. Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, 2004. 110 str.
21. Rebernik Miroslav, Tominc Polona, Pušnik Ksenja: Podjetništvo med željami in stvarnostjo. Maribor : Ekonomsko poslovna fakulteta. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij. GEM 2005, 2006. 56 str.
22. Rodríguez-Pose Andrés, Refolo Maria Cristina: The Link Between Clusters of SME and Public and University Research in Italy. London : School of Economic, Department of Geography and Environment, 2003. 26 str.
23. Rustja Robert: Kreditiranje malega gospodarstva: Nova Kreditna banka Maribor d.d. Področje Nova Gorica. Diplomaska naloga. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2005. 56 str.
24. Senjur Marjan, Rop Anton: Državni izdatki in gospodarska rast. Raziskovalna naloga. Ljubljana : Raziskovalni center Ekonomske fakultete, 1999. 131 str.
25. Stanovnik Tine: Javnofinančna politika in vključitev Slovenije v EU. Ekspertiza. Ljubljana : Ekonomska fakulteta in inštitut za ekonomska raziskovanja, 1999. 17 str.
26. Tajnikar Maks: Tvegano poslovanje. Knjiga o gazelah in rastočih poslih. Ljubljana : GEA College, 1997. 308 str.
27. Zupan Aljaž: Problematika Ljubljanske banke v slovensko-hrvaških odnosih. Diplomaska naloga. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede, 2005. 104 str.
28. Žakelj Luka: Podjetniška aktivnost in podjetniško okolje v Sloveniji. Delovni zvezek 4. Ljubljana : UMAR, 2006. 38 str.
29. Žakelj Luka: Razvoj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji in Evropski uniji. Delovni zvezek 6. Ljubljana : UMAR, 2004. 56 str.

## VIRI

1. Carta Europea per le piccole imprese.  
[URL: <http://europa.eu/scadplus/leg/it/lvb/n26002.htm>], 2004.
2. Clustering as a Tool For Regional Economic Competitiveness. 47 str.  
[URL: <http://www.countyofsb.org/cao/pdf/edc/industrycluster.pdf>], 2004.
3. Consigli e reti di sostegno alle imprese.  
[URL: <http://europa.eu/scadplus/leg/it/lvb/n26099.htm>], 2005.
4. Davek od dohodka pravnih oseb.  
[URL: <http://www.pcmg.si/index.php?id=5018>], 2007.
5. Definizione delle microimprese, delle piccole e delle medie imprese.  
[URL: <http://europa.eu/scadplus/leg/it/lvb/n26026.htm>], 2003.
6. Dodana vrednost.  
[URL: [http://www.stat.si/vodic\\_oglej.asp?ID=151&PodrocjeID=3](http://www.stat.si/vodic_oglej.asp?ID=151&PodrocjeID=3)], 29.4.2007.
7. Državna pomoč in tvegani kapital.  
[URL: [http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga\\_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&numdoc=52001XC0821\(01\)&model=guichett&lg=sl](http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&numdoc=52001XC0821(01)&model=guichett&lg=sl)], 2001.

8. E-novica Slovenskega podjetniškega sklada.  
[URL: [www.gzs.si/pripone/16443/33098d16443.doc](http://www.gzs.si/pripone/16443/33098d16443.doc)], april 2007.
9. Evropska investicijska banka daje Novi Ljubljanski Banki 50 milijonov EUR posojila za mala in srednja podjetja ter občinske investicije.  
[URL: <http://peskovnik.primorje.upr.si/UserFiles/File/2006-132%20EN-Nova%20Ljubljanska%20Banka%20GL%20II%20SLOVENIA.doc>], 2006.
10. GA d.d..  
[URL: <http://www.gospodinjski-aparati.si/index.php?p=onama>], 2007.
11. Green Paper: Entrepreneurship in Europe. Brussels : Commission of the European Communities, 2003. 25 str.
12. Informacija o poslovanju gospodarskih družb v RS v letu 2005. Ljubljana : AJPES, 2006. 38 str.
13. Informacija o poslovanju samostojnih podjetnikov posameznikov v RS v letu 2005. Ljubljana : AJPES, 2006. 30 str.
14. Junior Achievement tudi v Sloveniji.  
[URL: <http://www.pcmg.si/index.php?id=1089>], 2007.
15. Kako obravnavati novo kulturo določanja bonitete. Praktični priročnik za financiranje s posojili za mala in srednja podjetja. Brussels : Evropska komisija, 2004. 53 str.
16. Karan Monika: Vloga vodstva pri spodbujanju inovativnosti zaposlenih.  
[URL: <http://www.revija.mojedelo.com/revija/razvojkariere.asp?showID=522>], 5.4.2007.
17. Kazalniki 2006. Priloga Poročila o razvoju 2006. Ljubljana : Vlada Republike Slovenije, UMAR, 2006.
18. Konjunktorni trendi.  
[URL: <http://www.gzs.si/ArhivNovic.asp?ID=26828>], 2006.
19. Letno poročilo 2005. Ljubljana : Banka Slovenije, 2006. 116 str.
20. O čem govori Lizbonska strategija?  
[URL: <http://evropa.gov.si/evropomocnik/question/971-103/>], 2005.
21. Opredelitev MSP v Italiji.  
[URL: [http://www.governo.it/GovernoInforma/Dossier/pmi\\_definizione.htm](http://www.governo.it/GovernoInforma/Dossier/pmi_definizione.htm)], 2006.
22. Oseli Petra: Javno mnenje: Raziskava o odnosu slovenskih podjetij do korupcije, Problem korupcije v Sloveniji, Vpliv korupcije na razvoj in rast podjetij. E-mesečnik GfK Orange.  
[URL: <http://www.gfk.si/Inovice.php?NID=1779>], februar 2007.
23. Poročilo o razvoju 2006. Ljubljana : Vlada Republike Slovenije, UMAR, 2006. 66 str.
24. Predlog zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o podpornem okolju za podjetništvo. Vlada RS, 82. redna seja.  
[URL: [http://www2.gov.si/zak/Pre\\_Zak.nsf/76a77e80d2bb67a8c12566160029fa81/a07117906683c980c12571be00453924?OpenDocument](http://www2.gov.si/zak/Pre_Zak.nsf/76a77e80d2bb67a8c12566160029fa81/a07117906683c980c12571be00453924?OpenDocument)], 2006.
25. Predstavitev e-VEM.  
[URL: <http://evem.gov.si/sp/>], 2006.
26. Predstavitev PCMG.  
[URL: <http://www.pcmg.si/index.php?id=118>], 2006.

27. Predstavitev Poteza Venture.  
[URL: <http://www.poteza.si/si/business.cp2?cid=FF2E23DE-F732-A7D1-1C8F-18737EB3ABE4&linkid=20>], 2007.
28. Predstavitev Prophetes.  
[URL: <http://www.prophetes.com/index.html>], 2007.
29. Predstavitev Sivent.  
[URL: <http://www.sivent.si/default.asp?podrocje=7&menu=7&jezik=1060>], 2007.
30. Predstavitev sklada.  
[URL: <http://www.podjetniskisklad.si/Predstavitev.htm>], 2006.
31. Predstavitev primorskega tehnološkega parka.  
[URL: <http://www.primorski-tp.si/main.php?ID=2003100417332871&m=pre&lang=slo>], 2006.
32. Prešeren Polona: Filling Market Voids.  
[URL: <http://slonews.sta.si/index.php?id=1669&s=65>], 2003.
33. Primanjkljaj EU.  
[[http://www.rra-nkr.si/novica\\_celotna.php?id=102](http://www.rra-nkr.si/novica_celotna.php?id=102)], 2006.
34. Programma quadro per l'innovazione e la competitività (2007-2013).  
[URL: <http://europa.eu/scadplus/leg/it/lvb/n26104.htm>], 2006.
35. Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2007–2013.  
Ljubljana : Republika Slovenija, Ministrstvo za Gospodarstvo, 2006. 79 str.
36. Skladi tveganega kapitala v Sloveniji.  
[URL: <http://www.pcmg.si/index.php?id=4806>], 2007.
37. Slovenija v primerjavi z EU25 (2003 – 2005).  
[URL: [http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?ID=787](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=787)], 2007.
38. Slovenska izvozna družba postaja banka.  
[URL: <http://www.sid.si/sidslo.nsf>], 24.4.2007.
39. Slovenski podjetniški sklad finančni partner.  
[URL: <http://www.revijakapital.com/kapital/davcno-financno-svetovanje.php?idclanka=4624>], 2007.
40. Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach. OECD Observer, Paris junij 2000, str. 8
41. Spin off podjetje.  
[URL: <http://www.sytech.org/sytech/51>], 2006.
42. Tvegani kapital.  
[URL: [http://www.microsoft.com/slovenija/malapodjetja/aktualno/financni\\_viri.msp](http://www.microsoft.com/slovenija/malapodjetja/aktualno/financni_viri.msp)], 2006.
43. Učinkovita izvedba energetske storitve v MSP.  
[URL: <http://www.rec-lj.si/projekti/effi/effi.htm>], 5.5.2007.
44. Zakon o družbah tveganega kapitala – prva obravnava. Ljubljana : Vlada Republike Slovenije, Ministrstvo za gospodarstvo, 2006. 56 str.
45. Zakon o gospodarskih družbah (Uradni List RS, št. 42/2006).