



INŠTITUT ZA PODJETNIŠTVO IN MANAGEMENT MALIH PODJETIJ

EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA
UNIVERZA V MARIBORU



SLOVENSKI PODJETNIŠKI OBSERVATORIJ 2003

Miroslav Rebernik	Jožica Knez - Riedl	Dijana Mo nik	Polona Tominc
Karin Širec Rantaša	Matej Rus	Tadej Krošlin	Silvo Daj man



INŠTITUT ZA PODJETNIŠTVO IN MANAGEMENT MALIH PODJETIJ
EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA
UNIVERZA V MARIBORU

MIROSLAV REBERNIK
DIJANA MOČNIK
JOŽICA KNEZ - RIEDL
POLONA TOMINC
KARIN ŠIREC RANTAŠA
MATEJ RUS
TADEJ KROŠLIN
SILVO DAJČMAN

Slovenski podjetniški observatorij 2003

MARIBOR, MAREC 2004

CIP – Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

65.011/.12:334.012.64

SLOVENSKI podjetniški observatorij 2003 / Miroslav
Rebernik... [et al.]. - Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta,
Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, 2004

ISBN 961-6354-37-X

1. Rebernik, Miroslav
COBISS.SI-ID 52654849

Izsledki slovenskega podjetniškega observatorija, ki so objavljeni v tej publikaciji, so delni rezultati raziskav, ki jih financirata Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport ter Ministrstvo za gospodarstvo s temeljnim raziskovalnim projektom J-5-3299-0585-0103 in ciljnim raziskovalnim projektoma CRP 3311-01-828-524 ter CRP V5-0809, diseminacijo rezultatov pa je podprl tudi Pospeševalni center za malo gospodarstvo.

© IPMMP, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru, 2004.

Razmnoževanje publikacije in njenih delov ni dovoljeno. Objava celotnega ali delnega besedila in podatkov je dovoljeno le ob navedbi vira.

VSEBINA

	POVZETEK	7
1	<i>Miroslav Rebernik, Dijana Močnik, Matej Rus, Silvo Dajčman</i> SLOVENSKA PODJETJA V LETU 2002	11
1	Pestrost pojavnih oblik poslovnih subjektov	11
1.1	Uvod	11
1.2	Poslovni register	11
1.3	Definicije in pojasnila	13
1.4	Razvrščanje poslovnih subjektov v institucionalne sektorje	15
1.5	Katere poslovne subjekte zajemamo s Slovenskim podjetniškim observatorijem	17
2	Stanje podjetništva v Sloveniji	17
2.1	Metodološka pojasnila	17
2.2	Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva v letu 2002	18
2.2.1	Število podjetij in njihova povprečna velikost	18
2.2.2	Število zaposlenih	21
2.2.3	Dodana vrednost	23
2.2.4	Stroški dela	26
3	Primerjava slovenskega podjetništva z evropskim	27
3.1	Povprečna velikost evropskega in slovenskega podjetja	27
3.2	Delovna produktivnost in dobičkovnost slovenskega in evropskega podjetja	28
3.3	Kazalniki slovenskega gospodarstva v primerjavi z evropskim	30
2	<i>Silvo Dajčman</i> IZZIVI BANČNEGA FINANCIRANJA MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ V SLOVENIJI IN EU	33
1	Uvodne ugotovitve	33
2	Značilnosti poslovanja malih in srednjevelikih podjetij s slovenskimi bankami	35
3	Informacijski tok med podjetji in bankami	38
4	Prednosti in slabosti tesnejšega sodelovanja podjetij z bankami	40
5	Zadovoljstvo in pogostost zamenjave bank	41
6	Eksogeni izzivi bančno-podjetniškega sodelovanja	43
7	Sklepne misli	45
3	<i>Polona Tominc, Karin Širec Rantaša</i> ODNOS DO ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA	47
1	Uvod	47
2	Enakost med spoloma po mnenju podjetnikov in podjetnic	48
3	Enakost med spoloma po mnenju nacionalnih izvedencev	52
4	Plačna vrzel med povprečnimi plačami moških in žensk v Sloveniji	53
5	Zaključek	54

4	<i>Tadej Krošlin, Matej Rus</i> IZZIVI RAZVOJA GROZDOV V REGIONALNE INOVACIJSKE SISTEME	57
1	Uvod	57
2	Opredelitev grozdov kot jo uporablja evropski observatorij	58
2.1	Hierarhija treh konceptov	58
2.2	Življenjski cikel grozdov	59
3	Kvantitativna pomembnost grozdov v EU	59
4	Temeljne značilnosti in razvojni trendi analiziranih grozdov v EU	60
5	Izzivi razvoja slovenskih grozdov z vidika razvojnih trendov grozdov v EU	62
5.1	Problemi slovenskega gospodarstva ob vstopu v EU	62
5.2	Rezultati grozdenja v Sloveniji in potrebne nadaljne aktivnosti	62
5.3	Ovire in priložnosti razvoja grozdov pri nas	64
6	Politike grozdenja v državah EU in v Sloveniji	67
6.1	Skupne značilnosti politik grozdenja v državah EU	67
6.2	Politika grozdenja v Sloveniji in vloga države pri odpravljanju identificiranih ovir	68
7	Sklepne misli	68
5	<i>Jožica Knez-Riedl</i> OKOLJSKA ODGOVORNOST SLOVENSКИH MALIH IN SREDNJEVELIKIH PODJETIJ	71
1	Uvod	71
2	Okoljska odgovornost kot razsežnost družbene odgovornosti podjetja	71
3	Motivi/razlogi za okoljsko odgovorne aktivnosti	71
4	Ovire za okoljsko odgovorne aktivnosti	72
5	Pridobivanje okoljskih standardov	73
6	Povezanost okoljske aktivnosti slovenskih malih in srednjevelikih podjetij s strategijo podjetja	74
7	Indikatorji okoljske odgovornosti slovenskih malih in srednjevelikih podjetij	74
8	Načrti slovenskih malih in srednjevelikih podjetij v povezavi z varstvom okolja v naslednjih treh letih	75
9	Povzetek	76
6	<i>Matej Rus, Tadej Krošlin</i> KAKO SE UČIJO SLOVENSKA IN EVROPSKA MALA IN SREDNJEVELIKA PODJETJA?	79
1	Uvod	79
2	Koncept razvoja kompetenc	79
2.1	Prehod v 'ekonomijo znanja'	79
2.2	Definicija koncepta razvoja kompetenc. O čem govorimo?	80
2.3	Pomen izgradnje kompetenc za MSP	81
3	Aktivnosti za večanje kompetenc v slovenskih in evropskih MSP	81
3.1	Delež MSP, ki izvajajo različne aktivnosti za razvoj kompetenc	81
3.2	Druge značilnosti razvoja kompetenc v MSP	84
4	Sklepne misli	86
	PRILOGE	89
	SEZNAM VIROV	101

SEZNAM SLIK

Slika 1-1:	Število podjetij na 1000 prebivalcev po statističnih regijah, 2002	19
Slika 1-2:	Število podjetij in njihova povprečna velikost, 2002	20
Slika 1-3:	Delež števila zaposlenih po velikostnih razredih in regijah, 2002	21
Slika 1-4:	Povprečna velikost podjetja po velikostnih razredih v Sloveniji, 2002	22
Slika 1-5:	Povprečna velikost podjetja po dejavnostih v Sloveniji, 2002	23
Slika 1-6:	Povprečna velikost podjetja po glavnih sektorjih gospodarstva v Sloveniji, 2002	23
Slika 1-7:	Dodana vrednost po velikostnih razredih podjetij, 2002	24
Slika 1-8:	Deleži dodane vrednosti v prihodkih podjetij po dejavnostih, 2002	24
Slika 1-9:	Dodana vrednost na zaposlenega po velikostnih razredih podjetij, 2002	25
Slika 1-10:	Dodana vrednost na zaposlenega po regijah, 2002	25
Slika 1-11:	Relativna dodana vrednost na zaposlenega po dejavnostih, 2002	26
Slika 1-12:	Delež stroškov dela v dodani vrednosti po dejavnostih, 2002	26
Slika 1-13:	Delež stroškov dela v dodani vrednosti po velikostnih razredih podjetij, 2002	26
Slika 1-14:	Stroški dela na zaposlenega po dejavnostih, 2002	27
Slika 1-15:	Relativna delovna produktivnost MSP po državah	28
Slika 2-1:	Letne stopnje rasti kreditov podjetjem	33
Slika 2-2:	Realne obrestne mere kreditov bank v Sloveniji za podjetja	34
Slika 2-3:	Uporaba vrst bančnih storitev pri slovenskih podjetjih	35
Slika 2-4:	Povpraševanje po finančnih storitvah nebančnih finančnih institucij in na sivem trgu	36
Slika 2-5:	Način poslovanja slovenskih podjetij z bankami	37
Slika 2-6:	Dejavniki vrednotenja kakovosti ponudbe bank	37
Slika 2-7:	Temeljne ovire MSP pri dostopu do bančnih kreditov	38
Slika 2-8:	Podatki, ki jih podjetja redno posredujejo svoji glavni banki v Evropi-19	40
Slika 2-9:	Število bank, pri katerih MSP v Evropi-19 uporabljajo bančne storitve	41
Slika 2-10:	Število bank, pri katerih uporablja slovenska podjetja bančne storitve	41
Slika 2-11:	Pogostost zamenjave glavne banke pri slovenskih podjetjih	42
Slika 2-12:	Razlogi zamenjave glavne banke podjetij v EU-19	42
Slika 2-13:	Pogostost zamenjave banke pri slovenskih podjetjih	43
Slika 2-14:	Razlogi zamenjave banke pri slovenskih podjetjih	43
Slika 2-15:	Mnenja slovenskih podjetij o vplivu prihoda novih tujih bank (vstop v EU, finančna integracija) na ponudbo bančnih storitev	44
Slika 3-1:	Povprečne ocene resničnosti trditev iz tabele 3-1 za podjetnike in podjetnice	49
Slika 3-2:	Povprečne ocene resničnosti trditev podjetnikov, po posameznih velikostnih skupinah	49
Slika 3-3:	Povprečne ocene resničnosti trditev podjetnic, po posameznih velikostnih skupinah.	49
Slika 3-4:	Podjetniška aktivnost moških in žensk zaradi priložnosti	51
Slika 3-5:	Podjetniška aktivnost moških in žensk zaradi nuje	51
Slika 3-6:	Povprečne ocene resničnosti trditev iz tabele 3-2	52
Slika 3-7:	Najvišje in najnižje ocene resničnosti trditev za evropske GEM države ter ocene za Slovenijo za vseh 5 opisanih trditev	53
Slika 3-8:	Povprečne plače žensk v odstotku od moških po gospodarskih dejavnostih	53
Slika 4-1:	Intenzivnost sodelovanja v grozdu	62
Slika 4-2:	Seznanjenost podjetij z razpisi Ministrstva za gospodarstvo o grozdenju	64
Slika 4-3:	Temeljni vzroki, da se podjetje, ki je bilo seznanjeno z razpisi MG, na njih ni prijaviilo	65
Slika 6-1:	Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki se zavedajo pomena znanja in veščin	81
Slika 6-2:	Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki redno izvajajo aktivnosti za razvoj znanja in veščin ter pričakujejo hitre učinke teh vlaganj	84
Slika 6-3:	Delež podjetij po velikostnih razredih, ki v zadnjih treh letih niso bila vključena v nobeno od navedenih aktivnosti zato, da bi izboljšala raven znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju	85
Slika 6-4:	Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki imajo zaposleno (posebno) osebo ali skupino ljudi, ki skrbi za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti zaposlenih	85

Slika 6-5:	Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki imajo izdelan pisni načrt za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti zaposlenih	85
Slika 6-6:	Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki se soočajo s problemom identifikacije manjkajočih znanj in veščin ter s pomankanjem vedenja o tem, katera znanja, veščine, spretnosti in izkušnje bi bile dragocene za podjetje	86
Slika 6-7:	Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki menijo da vlada premalo podpira izvajanje izobraževanja in drugih aktivnosti za povečanje znanja in veščin v podjetjih	86
Slika P1:	Deleži števila podjetij po regijah in velikostnih razredih, 2002	96
Slika P2:	Število podjetij na 1000 prebivalcev, 200	97

SEZNAM TABEL

Tabela 1-1:	Poslovni subjekti po pravnoorganizacijskih oblikah, 31. 12. 2002	12
Tabela 1-2:	Poslovni subjekti po standardni klasifikaciji dejavnosti in regijah, 31. 12. 2002	14
Tabela 1-3:	Poslovni subjekti po Standardni klasifikaciji Institucionalnih sektorjev, velikosti in številu zaposlenih oseb, 31.12.2002	16
Tabela 1-4:	Ključni podatki po velikosti podjetja, 2002	19
Tabela 1-5:	Deleži posameznih velikostnih razredov podjetij po regijah, 2002	20
Tabela 1-6:	Deleži dodane vrednosti v prihodkih podjetij po velikostnih razredih podjetij, 2002	24
Tabela 1-7:	Velikost neprimarnega zasebnega sektorja po državah	28
Tabela 1-8:	Velikost neprimarnega zasebnega sektorja po dejavnostih	30
Tabela 1-9:	Nekateri kazalniki slovenskega gospodarstva v primerjavi z Evropa-19 v letu 2002	31
Tabela 1-10:	Zaposlenost v neprimarnem zasebnem sektorju, Evropa-19, ZDA, Japonska (vse 1998) in Slovenija (2002)	32
Tabela 2-1:	Deleži skupin prihodkov slovenskega bančnega sektorja	34
Tabela 2-2:	Najpogostejši razlogi zavrnitve bančnega kredita MSP v Evropi-19	39
Tabela 3-1:	Razlike v mnenju podjetnic in podjetnikov	48
Tabela 3-2:	Povprečne ocene slovenskih izvedencev	52
Tabela 4-1:	Hierarhija treh konceptov	58
Tabela 5-1:	Motivi/razlogi slovenskih MSP za okoljsko odgovorne aktivnosti	72
Tabela 5-2:	Ovire za vključitev slovenskih MSP v okoljsko odgovorne aktivnosti	73
Tabela 5-3:	Osvojeni okoljski standardi slovenskih MSP	74
Tabela 5-4:	Povezanost okoljske aktivnosti slovenskih MSP s strategijo podjetja	74
Tabela 5-5:	Osnovni indikatorji okoljske odgovornosti slovenskih MSP	75
Tabela 5-6:	Drugi indikatorji slovenskih MSP	75
Tabela 5-7:	Načrti slovenskih MSP v povezavi z varstvom okolja v naslednjih treh letih	76
Tabela 6-1:	Glavne kompetence, ki jih bodo morala izgraditi podjetja	80
Tabela 6-2:	Delež slovenskih in evropskih mikro, malih in srednjih podjetij, ki so bila vključena v različne aktivnosti, da bi izboljšala raven znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju, Slovenija in Evropa-19	82
Tabela 6-3:	Delež mikro, malih in srednjih podjetij vključenih v različne aktivnosti, da bi izboljšala raven znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju, po državah EU in Sloveniji	83
Tabela P1:	Število podjetij po regijah in dejavnostih, 2002	89
Tabela P2:	Število zaposlenih po regijah in dejavnostih, 2002	90
Tabela P3:	Število zaposlenih po velikostnih razredih, skupinah dejavnosti in regijah, 2002	91
Tabela P4:	Število zaposlenih na podjetje po velikostnih razredih, skupinah dejavnosti in regijah, 2002	93
Tabela P5:	Relativna dodana vrednost na zaposlenega, 2002	95
Tabela P6:	Razlike med podjetji v vzorcu, ugotovljene s testiranjem	98

POVZETEK

Razvoj podjetništva odločilno vpliva na ekonomski in družbeni razvoj. Razumevanje dogajanj v slovenskih podjetjih je pomembno ne samo zaradi vodenja ustrezne ekonomske politike, ampak tudi zaradi iskanja prednosti in slabosti, ki označujejo slovenska podjetja v primerjavi s podjetji v evropskem prostoru. Evropa si je zadala težko dosegljiv cilj, da bi do leta 2010 postala najbolj dinamično gospodarstvo na svetu. Če se bo Slovenija želela pridružiti najrazvitejšim evropskim državam, bo morala pospešiti svojo ekonomsko rast. Brez uspešnih, kakovostno rastočih podjetij ter dinamičnega procesa rojevanja novih podjetij, tega cilja ne bo mogla doseči.

Slovenski podjetniški observatorij 2003 v skladu z dosedanjimi praksami zajema več raziskovalnih sklopov. V prvem delu smo podali kratek oris stanja na področju podjetništva, kot ga lahko razberemo iz ekonomskih in statističnih podatkov. V nadaljevanju pa smo izbrali več tem, ki smo jih na temelju terenske raziskave na vzorcu 672 podjetij podrobneje obdelali. Odločili smo se za proučitev odnosov med bankami in malimi ter srednjevelikimi podjetji, žensko podjetništvo, grozde, družbeno odgovornost podjetij in razvoj kompetenc.

Veliko zaostajanje povprečne dodane vrednosti

Ker je ena od nalog naše analize razumevanje ekonomskih dogajanj v slovenskem podjetništvu, je v kvantitativnem delu raziskovanja zanesljiv vir podatkov temeljnega pomena. Za razliko od preteklih let, ko smo dobili podatke o gospodarskih družbah od Agencije za plačilni promet, podatke o samostojnih podjetnikih pa od Davčne uprave Republike Slovenije, v tem poročilu v celoti izhajamo iz podatkov, ki jih je za leto 2002 zbrala in harmonizirala agencija AJPES. Tako bomo ravnali tudi poslej. V dobro zanesljivosti in točnosti podatkov smo se s premislekom odpovedali neznatnemu delu časovne serije, ki se nanaša na število podjetij in bi jo lahko morebiti uporabili v kakšnem od prihodnjih raziskovanj. Pri primerjavi rezultatov iz preteklih let je torej treba upoštevati spremenjeno metodologijo zajemanja podatkov.

Skupno število podjetij, ki smo jih zajeli v analizo, je v letu 2002 znašalo 91.250 (38.051 družb in 53.199 samostojnih podjetnikov). V letu 2002 se 93,4% vseh podjetij uvršča med mikro podjetja (0 do 9 zaposlenih). 99,7% vseh podjetij v Sloveniji ima manj kot 250 zaposlenih. Slovensko povprečno podjetje je v letu 2002 zaposlovalo 6 ljudi. Tri petine zaposlenih je v malih in srednjih podjetjih. Obalnoкраška ali osrednjeslovenska pokrajina imata dvakrat toliko podjetij na 1000 prebivalcev (60) kot

pomurska ali zasavska (30). Mala in srednje velika podjetja so ustvarila 56% skupne ustvarjene dodane vrednosti slovenskih podjetij.

Kazalnik dodane vrednosti na zaposlenega kaže veliko zaostajanje Slovenije za EU. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v EU namreč znaša 80.000 evrov, v Sloveniji pa je ta samo 23.00 evrov.

“Small is beautiful” pri poslovanju z bankami ne drži

Čeravno povpraševanje slovenskih podjetij po kreditih (slovenskih bank) realno upada in podjetja navkljub zniževanju realnih obrestnih mer kreditov pri slovenskih bankah, le-tega postopoma zamenjujejo z drugimi viri financiranja, ostajajo banke za mala in srednja podjetja najpomembnejše finančne institucije. Zato smo poslovnim odnosom med bankami in malimi in srednjimi podjetji posvetili posebno pozornost. Raziskava med evropskimi in slovenskimi malimi in srednjimi podjetji kaže, da leta delijo podobne izkušnje pri poslovanju z bankami. V kreditnem poslovanju z bankami slovenskim MSP največjo oviro predstavljajo visoke obrestne mere, zavarovanje kredita ter nerazumevanje potreb MSP. Ugotavljamo, da manjše kot je podjetje, večje so te ovire. Slovenske banke pomena malih podjetij in njihovega potenciala še vedno niso dojela.

V Sloveniji večina MSP podjetij pridobiva kredit in uporablja druge bančne storitve pri zgolj eni banki. Število bank, s katerimi ima podjetje stike, narašča z naraščanjem velikosti podjetja. Mala podjetja poslujejo večinoma zgolj z eno banko (52% malih podjetij), velika slovenska podjetja uporabljajo v veliki večini storitve treh ali več bank (64%), medtem ko storitve zgolj ene banke uporablja le 14% velikih podjetij.

Bančni trg je konkurenčen, če lahko bančni komitenti hitro in z nizkimi stroški prestopijo k drugi banki. Vendar se podjetja ne odločajo pogosto za zamenjavo banke, s katero že dlje časa poslujejo, kar je verjetno povezano s stroški izgubljenega časa npr. pri odpiranju novega računa, prenosa podatkov o podjetju v novo banko, spremembo kontaktne osebe v banki ipd. Slovenska podjetja, ne glede na velikost, podobno kot podjetja drugod po Evropi, ne zamenjujejo pogosto bank. Najbolj pogosto naveden razlog zamenjave banke je nezadovoljstvo s poslovanjem z banko (sem lahko prištejemo razloge kot so počasnost odziva banke na potrebe podjetja, napake pri poslovanju, razlogi povezani z uslužbenci in podobno), v manjši meri

pa dejavniki povezani s pogoji in cenovnimi značilnostmi ponudbe ter kakovost storitev.

Večina podjetij ob vstopu v Evropsko unijo pričakuje pozitivne spremembe, predvsem, da bo povečan konkurenčni pritisk na domače banke izboljšal ponudbo domačih bank, da bodo nove tuje banke ponudile cenejše in bolj kvalitetne bančne storitve ter obogatile bančno ponudbo v Sloveniji.

Več spodbude ženskemu podjetništvu

Podrobnejši vpogled v žensko podjetništvo v Sloveniji je pokazal precejšnje rezerve. Podjetnice v Sloveniji se večinoma ne soočajo s predsodki do svoje podjetniške kariere. Dejansko ni pravnih ovir, ki bi omejevale ženske na primer pri lastništvu podjetij. Prav tako je bila v zadnjih letih sprejeta ustrezna zakonodaja, ki omogoča enake možnosti za oba spola (Zakon o enakih možnostih žensk in moških, Zakon o delovnih razmerjih in Zakon o starševskem varstvu in družinskih prejemkih). Vendar pa se ženske dejansko bistveno manj pogosto kot moški vključujejo v podjetništvo. V starostni skupini od 25 do 34 let, ki je tako v Sloveniji kot v svetovnem merilu podjetniško najaktivnejša, se moški v povprečju več kot štirikrat bolj pogosto vključujejo v podjetništvo zaradi priložnosti kot ženske: v povprečju 95 moških in samo 21 žensk izmed 1000.

Ženske ostajajo v veliki meri neizkoriščen vir podjetništva, zato bi bilo vzpostavljanje učinkovitih mehanizmov spodbujanja ženskega podjetništva lahko pomemben vir dodatnih podjetniških idej v Sloveniji. Podporni in razvojni programi, ki jih imajo določene države EU so v glavnem osredotočeni na zagotavljanje enakosti med spoloma in se ne osredotočajo na žensko podjetništvo kot tako. Programi namreč niso prilagojeni posebnim potrebam žensk – podjetnic. Kazalo bi proučiti možnosti za posebne programe financiranja podjetij, katerih iniciatorke so ženske, ter vzpostaviti potrebno podporno infrastrukturo (vladna in nevladna telesa), ki bi bila v pomoč podjetnicam v različnih fazah poslovanja podjetja.

V naslednjih desetih do dvajset letih se bo Slovenija spopadala z demografskimi težavami zaradi staranja prebivalstva in padanja stopnje rodnosti, za katero kaže, da neizogibno predstavlja grožnjo zahtevi po zeleni gospodarski rasti in sposobnosti podpiranja starajoče se populacije na dolgi rok. Dolgoročna razvojna politika mora zato vključevati merila in ukrepe, ki bodo kos populacijskemu in demografskemu razvoju. Obravnava vloge ženske, ki je tako ključno povezana z obema segmentoma prihodnosti, in prizadevanja za uresničevanje enakosti med spoloma zato nikakor ne more izostati pri oblikovanju političnih in gospodarskih smernic za prihodnost.

Grozdjenje

Kratka zgodovina grozdenja in podjetništva pri nas nasploh predstavljata le del vzrokov za relativno majhno število in slabšo razvitost grozdov. Programi Ministrstva za gospodarstvo so povsem primerljivi ali celo boljši od tistih v razvitejših državah, našim grozdom pa na razvojni poti do regionalnih inovacijskih sistemov, kamor se razvijajo primerljivi grozdi po svetu, stojijo različne ovire. Tako denimo skoraj 70% anketiranih podjetij ni seznanjenih z razpisi, od tega je pričakovano največ mikro podjetij. Najbolje so informirana srednje velika podjetja, vendar je tudi med njimi 40% takšnih, ki razpisov ne poznajo. Skoraj 40% vseh MSP v Sloveniji pa koncepta grozdenja sploh ne pozna. Med njimi največ mikro podjetij. 25% je takšnih, ki so bili z razpisi seznanjeni, vendar se na njih iz različnih razlogov niso prijavi.

Najbolj pogost vzrok med MSP je, da za vključitev v grozd ne čutijo prave potrebe (28%). Med njimi je nedvomno precej takšnih, ki s koristmi grozdenja niso dovolj dobro seznanjeni. Največ jih je med mikro podjetji. Sledi pomanjkanje pravih partnerjev (13%) in prezapletenost prijave (8%). Le približno 3% jih ima s prejšnjimi razpisi slabe izkušnje in niso več pripravljeni vlagati časa in navora v pripravo prijav.

Med grozdi prevladujejo tisti iz tradicionalnih panog. Zelo majhen delež gospodarstva deluje v dejavnostih nove ekonomije. Kljub temu se pojavljajo raziskave in ideje, kako povezati slovenska podjetja s področja informacijske in komunikacijske tehnologije v grozde, jih vključiti v mednarodne mreže in s tem povečati njihovo konkurenčnost na svetovnem trgu. V naših grozdih še ni opaziti prevlade MSP. Postopoma res pridobivajo na pomenu, vendar imajo glavno besedo in moč še vedno velika podjetja.

Na vprašanje, ali se podjetje želi vključiti v grozd, jih je skoraj 40% odgovorilo, da tega ne želijo. Med njimi je največ mikro (39%) in malih (38%) podjetij, kar je še posebej zaskrbljujoče. Tuje raziskave namreč kažejo, da takšna podjetja v grozdih največ pridobijo, saj nevtralizirajo pomanjkljivosti svoje majhnosti, po drugi strani pa lahko ohranijo fleksibilnost in tudi druge prednosti. Vzrokov za to, da se domači mikro in mali podjetniki ne želijo vključiti v grozde, je veliko: pomanjkanje potrebnega znanja za sodelovanje, pomanjkanje zaupanja ter strah pred izgubo samostojnosti, nezaupanje v koncept grozdenja in pomanjkanje drugih virov. Po drugi strani pa se kar petina MSP želi vključiti v grozde, kar je precej spodbudno.

V Sloveniji manjka sistemski pogled na razvoj grozdov, saj njihov razvoj neizogibno posega tudi na druga področja, ki jih ne pokriva le MG. Najboljše povezave in sodelovanja nastanejo iz tržnih potreb in ne zaradi mamljivih zneskov, ki jih za različne razpise namenja država. Marsikateri

projekt brez tega ne bi bil nikoli izpeljan. Podjetniki in managerji še vedno preveč računajo na državno pomoč. Dejstvo pa je, da odločitev za vključitev v grozd ter rast in razvoj njihovega podjetja, ni v rokah vlade, regionalnih ali občinskih oblasti ali političnih strank. To odločitev mora sprejeti podjetnik ali lastnik podjetja skupaj s svojo vodstveno ekipo. Brez ustreznega znanja o upravljanju in vodenju takšnih sistemov, ki nam ga vsekakor primanjkuje, pa ne bo šlo.

Okoljska (ne)odgovornost slovenskih podjetij

Večina slovenskih podjetij opravlja okoljsko odgovorne aktivnosti ad hoc, nepovezano s strategijo. V naslednjih treh letih bo nadaljevala oziroma pričela z okoljskimi aktivnostmi tretjina anketiranih podjetij, prav toliko jih tega ne načrtuje in enak odstotek jih ni vedelo, kaj se bo v njihovem podjetju glede varstva naravnega okolja dogajalo v bližnji prihodnosti.

Koliko so slovenska podjetja okoljsko odgovorna in kateri motivi so v ozadju okoljsko odgovornega obnašanja? Največ podjetij kot motiv za okoljsko odgovorno obnašanje izpostavlja skrb za zdravo okolje in zdravje ljudi (65%), sledi mu prilagajanje zakonodaji (41%), skrb za poslovni sloves podjetja oziroma njegov image (32%) ter ekonomska uspešnost (26%). Od okoljsko odgovornih aktivnosti slovenska podjetja odvrta predvsem pomanjkanje časa (36%) in previsoki stroški (28%).

Pričakujemo lahko, da se bodo tudi v slovenskem prostoru okrepili trendi, ki jih zaznavamo v razvitih državah. Pobude za okoljsko odgovorno ravnanje bodo stopnjevale zahteve družbeno odgovornih investitorjev in zaostrovale selekcijo na osnovi okoljske odgovornosti na trgu. V takih razmerah je aktualno vprašanje o možnih oblikah pomoči, podpore in o davčnih olajšavah, predvsem v primeru okoljsko inovativnih proizvodov, storitev, okoljskih naložb in raznih drugih rešitev.

Razvoj kompetenc

Izboljševanje nivoja pristojnosti in veščin človeških virov v podjetjih je danes izpostavljeno kot ključno orodje za pospeševanje konkurenčnosti podjetij nasploh in še posebej MSP. Približno polovica evropskih in dve tretjini slovenskih MSP poudarja, da so aktivnosti za razvoj pristojnosti ključni del njihove splošne podjetniške strategije. Pri evropskih podjetjih je opazna razlika med velikostnimi razredi. Tako se relativno večja podjetja bolj zavedajo pomena razvoja pristojnosti kot relativno manjša podjetja (mikro 51%; mala 53%; srednja 67%). Pri slovenskih podjetjih je zavedanje pomena razvoja pristojnosti bolj enakomerno razporejeno prek vseh velikostnih razredov (mikro 66%; mala 64%; srednja 62%). Zanimivo je, da se slovenska podjetja bolj zavedajo pomena razvoja pristojnosti kot evropska. Verjetno gre

takšen rezultat pripisati zavedanju slovenskih podjetij, da je vzrok za njihovo relativno zaostajanje za evropskimi ravno v pomanjkanju znanja in veščin.

Najpogostejši način za razvoj pristojnosti v vseh velikostnih razredih podjetij je obiskovanje razstav in sejmov. Poleg tega lahko med pomembnejše načine uvrstimo še branje strokovne literature ter pripravo sestankov med zaposlenimi za izmenjavo znanja. Slovenska podjetja koristijo (med 70% in 80% vseh vprašanih podjetij) ta način v bistveno večji meri kot evropska (med 30% in 60% vseh vprašanih podjetij). Vsekakor pa je tako za slovenska kot evropska podjetja značilno, da relativno večja podjetja to uporabljajo v višjem deležu. Po obsegu sledi sodelovanje s svetovalci, kar uporablja 59% slovenskih in 33% evropskih MSP.

Slovenija skupaj z Norveško, Finsko, Švedsko, Islandijo, Lichtensteinom, Avstrijo in Irsko spada v skupino držav, ki so najbolj aktivne v izboljševanju znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju. Kot nasprotje se kaže druga skupina držav, ki jo sestavljajo južnoevropske države (Italija, Grčija, Španija in Portugalska) kakor tudi Francija in Luxemburg, ki beležijo najnižjo udeležbo v aktivnostih razvoja pristojnosti (tako v formalnih in neformalnih aktivnostih, kakor tudi v številu različnih metod uporabljenih za ta namen).

Okoli štiri izmed desetih evropskih MSP podpira trditev, da si od njihovih vlaganj v aktivnosti razvoja pristojnosti obetajo hitre ekonomske učinke. Ob tem ni zaznati pomembne razlike glede na velikost podjetja. Slovenska MSP so bolj potrpežljiva glede pričakovanih ekonomskih učinkov, saj jih v povprečju le 32% pričakuje hitre ekonomske učinke. Prav tako ni zaznati pomembne razlike glede na velikost podjetja.

Več kot 45% evropskih in samo 28% slovenskih MSP ima zaposleno (posebno) osebo ali skupino ljudi, ki skrbi za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti zaposlenih. Pomembna ovira pri razvoju pristojnosti podjetja je tudi, da lastniki MSP niso sposobni učinkovito identificirati manjkajočih znanj in veščin. Le majhen delež MSP priznava težave pri identifikaciji strokovnih potreb in pri iskanju koristnih virov pristojnosti.

Številni programi, ki jih izvajajo posamezne države Evropske unije in tudi slovenska vlada, ustvarjajo vtis, da se države zavedajo pomena znanja in da se intenzivno ukvarjajo s to problematiko ter da so udeležene v številnih pobudah za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v njihovih MSP. Kljub temu rezultati raziskave kažejo, da se kar 46% evropskih MSP in celo 58% slovenskih MSP pritožuje nad premajhno podporo države na tem področju.

Vsekakor bo nujno poiskati način za razširitev tradicionalne definicije učenja, ki predstavlja osnovo za večino oblik izobraževanja in usposabljanja, kakor tudi za večino političnih ukrepov. Tudi naša raziskava spodbuja k razmišljanju, da naj širši koncept učenja vključuje tudi odnos med formalnim izobraževanjem in izobraževanjem, ki poteka na delovnih mestih (neformalno izobraževanje), kakor tudi povezavo med izobraževanjem, usposabljanjem in trgom dela.

Prof. dr. Miroslav Rebernik
Vodja raziskovalne skupine

Miroslav Rebernik
 Dijana Močnik
 Matej Rus
 Silvo Dajčman

1

Slovenska podjetja v letu 2002

1 PESTROST POJAVNIH OBLIK POSLOVNIH SUBJEKTOV

1.1 Uvod

Na trgu se srečujejo in izvajajo transakcije številne zelo raznolike oblike poslovnih subjektov. V sodobnih gospodarstvih so se razvile raznovrstne oblike poslovanja, od katerih so mnoge izrazito prilagojene potrebam različnih dejavnosti. Kljub različnosti imajo v jedru enak temelj poslovanja – gre za kombiniranje proizvodnih dejavnikov za proizvodnjo dobrin in storitev zaradi dobička, pa tudi zaradi drugih ciljev. Podjetja so se kot posebne oblike, ki imajo natančno opredeljen pravni status, razvila v desetletjih razvoja industrijske družbe kot enote, ki upravljajo s proizvodnimi obrati, zaposlujejo delavce zaradi proizvodnje, skrbijo za prodajo blaga, zagotavljajo dohodke lastnikom, težijo k prihrankom in vnašajo spremembe v tehnike proizvodnje, vse s težnjo po čim večji učinkovitosti in poslovnem uspehu.

Kot podjetje se pojmuje enovit poslovni subjekt z definirano pravnoorganizacijsko obliko. Med poslovne subjekte štejemo pravne in fizične osebe, ki na osnovi vpisa v ustrezne primarne registre, evidence, razvide ali na podlagi zakona opravljajo registrirane ali s predpisom ali z aktom o ustanovitvi določene dejavnosti¹ v zakonsko določeni pravnoorganizacijski obliki in so vpisane² v Poslovni register Republike Slovenije (PRS)³. Med poslovne subjekte ne sodijo podružnice in drugi deli poslovnih subjektov ter podružnice tujih poslovnih subjektov.

Kadar koli torej poskušamo analizirati ekonomsko aktivnost poslovnih subjektov, se znajdemo pred vprašanjem, katere subjekte zajeti v analizo in kako za njih pridobiti potrebne podatke. Nekdanja SDK in kasneje APPN je vzpostavila relativno dober sistem zajemanja in analiziranja podatkov za gospodarske družbe, zato še danes zelo pogosto srečamo analize, ki temeljijo zgolj na podatkih teh subjektov, svoja spoznanja pa posplošujejo na celotno gospodarstvo. S *Slovenskim podjetniškim observatorijem* smo že pred leti pričeli odpravljati to nedoslednost in smo v analizo zajeli tudi samostojne podjetnike, za katere je podatke zbirala DURS.

V Slovenskem podjetniškem observatoriju 2003 v celoti izhajamo iz podatkov, ki jih zbira in harmonizira agencija AJPES. Tako bomo ravnali tudi v naslednjih letih, zato v nadaljevanju podajamo nekatera pojasnila, ki se nanašajo na naš podatkovni vir.

1.2 Poslovni register

AJPES v skladu z določili Zakona o Poslovnem registru Slovenije vodi in vzdržuje podatke o enotah poslovnega registra glede na določbe predpisov, ki urejajo registracijo posameznih pravnoorganizacijskih oblik.

¹ Dejavnost je osnovna funkcija poslovnega subjekta, s katero le-ta ustvarja dobiček ali dosega temeljni namen svoje ustanovitve.

² Poslovni subjekt postane enota Poslovnega registra Republike Slovenije (PRS) tako, da mu določimo šifro in ime podrazreda dejavnosti za njihovo registrirano glavno dejavnost, določeno z zakonom ali z aktom o ustanovitvi poslovnega subjekta, ne glede na njegovo pravnoorganizacijsko obliko, status, lastništvo ali način proizvodnje in storitev.

³ PRS predstavlja torej glavni vir podatkov o poslovnih subjektih v Sloveniji. Njegovo delovanje ureja Zakon o Poslovnem registru Slovenije (Ur. l. RS št. 13/95). Do leta 2002 je bil upravljalec PRS Statistični urad Republike Slovenije, julija 2002 pa je na podlagi Zakona o plačilnem prometu vodenje PRS prevzela Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve - AJPES.

Glede na to ter glede na vsebino in obseg finančnih podatkov o poslovanju so poslovni subjekti poslovnega registra razdeljeni v sedem osnovnih skupin:

- gospodarske družbe in zadruga,
- pravne osebe javnega prava⁴,
- pravne osebe zasebnega prava⁵,
- društva,

- samostojni podjetniki,
- banke, zavarovalnice in druge finančne organizacije,
- drugi poslovni subjekti.

V Poslovnem registru Slovenije je bilo 12. decembra 2002 vpisanih 140.982 poslovnih subjektov (glej *tabelo 1-1*).

SKUPAJ (a+b+c)	140.982		
Gospodarski subjekti – pravne osebe (a)	46.346	Zavodi, organi in organizacije (c)	27.302
Družba z neomejeno odgovornostjo, d.n.o.	3.354	Državni organi	7
Komanditna družba, k.d.	1.175	Vlada, vladna služba	24
Družba z omejeno odgovornostjo, d.o.o.	38.938	Ministrstva	14
Delniška družba, d.d.	1.263	Sodišče (vrhovno, višje, okrajno, okrajno)	19
Nameravana firma	4	Tožilstvo	16
Gospodarsko interesno združenje, GIZ	140	Pravobranilstvo	2
Holding podjetje	11	Delovno sodišče, socialno sodišče	60
Zadruga, z.o.o.	503	Upravni organ v sestavi	58
Zadruga, z.b.o.	39	Upravna organizacija v sestavi	8
Odvetniška družba	17	Upravna enota	58
Podjetje za zaposlovanje invalidov	148	Organ, organizacija širše lokalne skupnosti	4
Glavna podružnica tujega poslovnega subjekta	274	Občina (drugi organ, organiz. lokalne skupnosti)	139
Družbeno podjetje	212	Krajevna skupnost, druge ožje lokalne skupnosti	969
Centralna banka	1	Javni gospodarski zavod	5
Banka	29	Zavod	660
Hranilnica in druga finančna organizacija	78	Javni zavod	1.447
Družba za upravljanje, d.d.	11	Skupnost zavodov	23
Družba za upravljanje, d.o.o.	22	Zbornica	89
Investicijska družba	31	Ustanova	140
Borza	2	Agrarna skupnost	225
Borzno posredniška družba	17	Druge skupnosti	9
Agencija	5	Politična stranka	38
Družba za vzajemno zavarovanje, d.v.z.	1	Sindikati	3.823
Zavarovalnica	11	Društvo, zveza društev	17.950
Javno podjetje	42	Mednarodno društvo, zveza mednarodnih društev	2
Druge organizacijske oblike	18	Verska skupnost in podobne verske organizacije	923
Gospodarski subjekti – fizične osebe (b)	67.334	Sklad	152
Samostojni podjetnik, s.p.	60.454	Javni sklad	17
Notar	68	Javna agencija	2
Druge fizične osebe	6.812	Druge oblike poslovnih subjektov	365

Vir: SURS, Statistični letopis 2003, stran 57.

Tabela 1-1: Poslovni subjekti po pravnoorganizacijskih oblikah, 31.12.2002

Prikaz podatkov za posamezno skupino poslovnih subjektov je določen na podlagi razpoložljivosti podatkov iz poslovnega registra in finančnih podatkov o poslovanju poslovnih subjektov. V sak prikaz podatkov ima več sklopov,

in sicer naslov poslovnega subjekta, identifikacijske podatke, podatke o ustanovitvi, organizacijsko obliko/dejavnost, pri nekaterih skupinah poslovnih subjektih pa so dodani tudi finančni podatki o poslovanju:

⁴ Med pravne osebe javnega prava sodijo drugi uporabniki enotnega kontnega načrta (državni in občinski proračuni, državni in občinski organi in organizacije, lokalne skupnosti, Zavod za pokojninsko in invalidsko zavarovanje Slovenije, Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije, javni skladi itd.) in določeni uporabniki enotnega kontnega načrta (zavodi, javni zavodi, inštituti itd.).

⁵ Med pravne osebe zasebnega prava sodijo ustanove, politične stranke, sindikati itd.

Naslov poslovnega subjekta:

- popolno ime,
- kratko ime⁶,
- naslov,
- kraj,
- pošta,
- občina,
- regija,
- telefon, telefax in elektronski naslov.

Podatki o ustanovitvi:

- datum vpisa pri registrskem organu oziroma datum ustanovitve⁸,
- registrski organ,
- zaporedna številka vpisa,
- poreklo ustanovitvenega kapitala,
- vrsta lastnine,
- podatki o ustanoviteljih oziroma družbenikih.

Identifikacijski podatki:

- matična številka,
- davčna številka,
- transakcijski račun oziroma račun,
- šifra proračunskega uporabnika⁷.

Organizacijska oblika/dejavnost:

- pravnoorganizacijska oblika,
- sektorska pripadnost po Standardni klasifikaciji institucionalnih sektorjev,
- glavna dejavnost Standardne klasifikacije dejavnosti (v nadaljevanju: SKD),
- druge registrirane dejavnosti SKD.

Podatki o poslovanju so na voljo za poslovne subjekte, ki so v skladu z Zakonom o gospodarskih družbah, Zakonom o računovodstvu in Zakonom o društvih zavezani za predložitev letnih poročil. Uporabniki lahko pregledujejo podatke o poslovanju gospodarskih družb in zadrug, pravnih oseb javnega prava, pravnih oseb zasebnega prava in društev za leto 2001. Za navedene skupine poslovnih subjektov so na voljo naslednji podatki:

- zakoniti zastopniki,
- promet v preteklih šestih mesecih⁹,
- poslovno leto,
- predložitev računovodskih izkazov,
- povprečno število zaposlenih,
- vrednost premoženja,
- skupni prihodki,
- poslovni izid.

Za gospodarske družbe in zadruge lahko uporabnik dobi še informacije o tipu zastopnika, o velikosti poslovnega subjekta v skladu z določbami Zakona o gospodarskih družbah, o tržnem položaju poslovnega subjekta v dejavnosti, v katero je razvrščen in o izvozni usmerjenosti poslovnega subjekta.

1.3 Definicije in pojasnila

Poslovni subjekti so pravne in fizične osebe, ki na podlagi vpisa v ustrezne primarne registre, evidence, razvide ali na podlagi zakona opravljajo registrirane ali s predpisom

ali z aktom o ustanovitvi določene dejavnosti v zakonsko določeni pravnoorganizacijski obliki in so vpisane v PRS. Pravnoorganizacijska oblika poslovnega subjekta je ena od zakonsko veljavnih oblik organiziranja poslovnega subjekta in je razvidna iz akta o ustanovitvi poslovnega subjekta ali predpisa, na podlagi katerega je bil poslovni subjekt ustanovljen.

Vrste pravoorganizacijskih oblik:

- *Pravne osebe* so gospodarske družbe, zavodi, društva, organi in organizacije, ki z vpisom v konstitutivni register, ustrezno evidenco ali ustrezni razvid ali z zakonom pridobijo status (lastnost) pravne osebe.
- *Fizične osebe* so samostojni podjetniki posamezniki in druge fizične osebe, ki na prostem trgu samostojno in trajno opravljajo različne, izključno pridobitne dejavnosti.
- *Zavodi, organi in organizacije* so pravnoorganizacijske oblike, ki so bile ustanovljene za opravljanje dejavnosti vzgoje, izobraževanja, znanosti, kulture, športa, zdravstva, socialnega, otroškega in invalidskega varstva, za opravljanje državnih, regionalnih, upravnih, občinskih in drugih funkcij in pristojnosti in so pravne osebe, če namen njihove ustanovitve ni pridobivanje dobička.

Pravne in fizične osebe štejemo med *gospodarske subjekte*, ki so bili ustanovljeni z namenom pridobivanja dobička na prostem trgu. V *tabeli 1-2* so navedeni poslovni subjekti po SKD in regijah za leto 2002.

⁶ Nekateri poslovni subjekti poslujejo le s popolnim imenom in nimajo kratkega imena.

⁷ Šifro proračunskega uporabnika določi Ministrstvo za finance, Uprava Republike Slovenije za javna plačila vsem neposrednim in posrednim uporabnikom državnega in občinskih proračunov.

⁸ Podatek o datumu ustanovitve se v poslovni register vpisuje pri tistih poslovnih subjektih, ki se ne registrirajo pri registrskih organih, temveč se v poslovni register vpišejo na osnovi predpisa.

⁹ Uporabniku je na voljo le informacija o tem, ali je poslovni subjekt imel promet v preteklih šestih mesecih ali ne, ni pa podatkov o zneskih prejemkov in izdatkov.

Gospodarski subjekti - pravne osebe (a)

		Pomurska	Podravska	Koroška	Savinjska	Zasavska	Spodnje-posavska	Jugovzhodna Slovenija	Osrednje slovenska	Gorenjska	Notranjsko-kraška	Goriška	Obalno-kraška
Skupaj	46346	1368	5330	954	4322	583	1009	2024	20534	4191	781	2338	2912
A	588	79	77	17	72	-	46	41	123	39	26	40	28
B	30	2	3	-	1	-	-	1	4	-	-	1	18
C	64	6	4	4	9	3	2	2	22	3	2	1	6
D	7705	235	857	265	876	141	194	500	2716	858	233	450	380
E	162	10	14	11	26	5	6	6	29	33	4	13	5
F	3552	95	411	53	327	58	88	173	1548	324	45	216	214
G	16097	501	2030	287	1567	166	377	653	7025	1417	225	799	1050
H	1811	52	175	32	126	18	31	94	759	242	28	98	156
I	2252	73	222	50	215	19	39	124	819	231	51	158	251
J	829	35	104	9	53	7	15	24	458	46	10	23	45
K	11020	216	1189	172	863	135	176	336	5943	790	126	447	627
L	11	-	1	-	1	1	-	-	5	1	-	1	1
M	540	14	69	15	54	9	5	19	263	45	5	21	21
N	473	20	63	22	33	8	10	15	206	42	12	18	24
O	1212	30	111	17	99	13	20	36	614	120	14	52	86
Q	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Gospodarski subjekti - fizične osebe (b)

		Pomurska	Podravska	Koroška	Savinjska	Zasavska	Spodnje-posavska	Jugovzhodna Slovenija	Osrednje slovenska	Gorenjska	Notranjsko-kraška	Goriška	Obalno-kraška
Skupaj	67334	3321	9804	2339	8407	1054	2410	4337	16497	6527	1848	5441	5349
A	647	38	72	25	73	8	37	86	111	70	31	70	26
B	125	-	2	-	2	-	2	2	5	1	1	1	109
C	90	6	7	4	18	2	1	7	16	8	4	7	10
D	12512	599	1625	458	1534	186	462	1012	3173	1350	365	1075	673
E	194	-	9	27	30	2	2	3	14	53	1	53	-
F	10010	458	1321	302	1174	129	394	677	2508	1022	267	977	781
G	11119	624	2014	425	1472	248	450	697	2305	939	327	800	818
H	6544	487	939	230	682	87	222	396	1025	859	214	400	1003
I	7657	361	1110	265	1177	115	318	532	1880	596	283	583	437
J	355	16	94	21	45	4	6	18	63	11	11	44	22
K	9044	360	1444	338	1127	133	259	482	2352	755	155	788	851
L	2	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-
M	282	9	30	11	40	4	10	16	94	27	8	15	18
N	1508	80	238	52	207	31	39	85	388	156	42	90	100
O	7245	283	899	181	826	105	206	324	2563	680	139	538	501
Q	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Zavodi, organi in organizacije (c)

		Pomurska	Podravska	Koroška	Savinjska	Zasavska	Spodnje- posavska	Jugovzhodna Slovenija	Osrednje slovenska	Gorenjska	Notranjsko- kraška	Goriška	Obalno- kraška
Skupaj	27302	2020	3420	986	3232	570	933	2028	7559	2378	821	1829	1526
A	673	42	73	25	57	10	29	75	74	70	68	86	64
B	89	6	18	2	12	3	4	6	14	11	4	7	2
C	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
D	33	1	4	2	2	-	1	2	19	1	-	-	1
E	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
G	25	1	4	1	4	1	4	3	2	1	1	2	1
H	28	1	7	-	1	1	-	2	9	3	-	2	2
I	20	3	1	1	2	-	-	3	6	2	1	-	1
J	47	2	8	-	3	-	1	1	25	3	-	2	2
K	481	12	50	3	29	1	6	13	307	22	10	13	15
L	3114	410	318	98	373	73	145	316	627	289	112	224	129
M	1117	72	159	38	127	24	43	79	317	98	32	60	68
N	1032	49	88	45	108	31	30	78	327	86	37	86	67
O	20637	1421	2690	771	2514	426	670	1449	5828	1792	556	1346	1174
Q	5	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	1	-

Vir: SURS, Statistični letopis 2003, stran 57.

Tabela 1-2: Poslovni subjekti po standardni klasifikaciji dejavnosti¹⁰ in regijah, 31. 12. 2002

1.4 Razvrščanje poslovnih subjektov v institucionalne sektorje

Institucionalni sektor je določen s Standardno klasifikacijo institucionalnih sektorjev (Ur. l. RS 56/98). SKIS opredeljuje identificiranje in sektorsko razvrščanje rezidenčnih institucionalnih enot in se kot metodološka podlaga sektorizacije poslovnih subjektov uporablja v PRS za razvrščanje poslovnih subjektov v institucionalne sektorje na podlagi njihove glavne dejavnosti in funkcije ter glede na to, kakšni tipi proizvajalcev so (tržni/netržni, profitni/neprofitni). Le-ti so naslednji:

- *Nefinančne družbe* (sektor 11) so po omenjeni uredbi enote, katerih glavna funkcija je proizvodnja tržnega blaga in nefinančnih storitev, in so zato tržni proizvajalci blaga in nefinančnih storitev. Nefinančne družbe se glede na vrsto nadzora nad družbo (javni, domači zasebni, tuji) razporejajo v skupine institucionalnih enot.
- *Finančne družbe* (sektor 12) so po SKIS vse tiste družbe, ki so v glavnem dejavne v finančnem posredništvu (finančni posredniki) in v pomožnih

finančnih dejavnostih (družbe, ki se ukvarjajo s pomožnimi finančnimi dejavnostmi). Vse enote, razvrščene v sektor 12, razen tistih, ki spadajo v podsektor 121, skladno s SKIS izpolnjujejo zahtevo, da je njihova glavna dejavnost finančno posredništvo.

- *Država* (sektor 13) po SKIS zajema enote, ki so drugi netržni proizvajalci, katerih proizvodnja je namenjena individualni in kolektivni porabi in se v glavnem financirajo z obveznimi plačili enot, ki pripadajo drugim sektorjem, in/ali so institucionalne enote, ki so v glavnem dejavne v preraždelitvi nacionalnega dohodka in bogastva.
- *Gospodinjstva* (sektor 14). V sektor poslovnih subjektov PRS se iz okvira gospodinjstev po pravilih SKIS uvrščajo le tista gospodinjstva, katerih glavna funkcija je (poleg morebitne potrošnje) proizvodnja tržne proizvodnje ter proizvodnja blaga in storitev za lastno končno uporabo (gospodinjstva kot podjetniki - zasebni tržni proizvajalci ali zasebni proizvajalci za lastno končno uporabo). V tem sektorju zajema PRS enote, ki se ne razvrščajo v druge sektorje, a ustrezajo opredelitvi poslovnega subjekta. Po naši zakonodaji

¹⁰ Standardna klasifikacija dejavnosti zajema: A - Kmetijstvo, lov in ribištvo; B - Ribištvo; C - Rudarstvo; D - Predelovalne dejavnosti; E - Oskrba z elektriko, plinom in vodo; F - Gradbeništvo; G - Trgovina, popravila motornih vozil in izdelkov široke porabe; H - Gostinstvo; I - Promet, skladiščenje in zveze; J - Finančno posredništvo; K - Poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve; L - Javna uprava, obramba, socialno zavarovanje; M - Izobraževanje; N - Zdravstvo in socialno varstvo; O - Druge javne, skupne in osebne storitvene dejavnosti in Q - eksteritorialne organizacije, združenja.

zajema samostojne podjetnike posameznike in druge vrste fizičnih oseb, ki so registrirane pri primarnih registrskih organih (zdravnike, lekarnarje, odvetnike, notarje, samostojne ustvarjalce na področju kulture itd.). PRS ne zajema gospodinjstev, ki so zgolj potrošniki, ter gospodinjstev, ki se ukvarjajo tudi s proizvodnjo blaga in storitev (tudi tržno), a niso registrirane fizične osebe (npr. zasebni kmetovalci).

- *Netržni izvajalci storitev gospodinjstvom (NPISG)* (sektor 15) so po omenjeni uredbi neprofitne enote, ki so posebne pravne osebe ali neformalne organizacije (vendar slednje v PRS niso evidentirane), ki oskrbujejo gospodinjstva, in so zasebni drugi netržni proizvajalci. Glavni viri sredstev teh enot so poleg občasnih drugih prihodkov neposredni ali posredni prostovoljni prispevki v denarju ali v naravi s strani gospodinjstev, ki se nasproti tem enotam

pojavnajo kot potrošniki, plačila države in dohodki od premoženja. V sektor netržnih izvajalcev storitev gospodinjstvom so vključene naslednje glavne vrste takih enot, ki oskrbujejo gospodinjstva z nekaterim blagom in storitvami:

- sindikati, stanovska in poklicna združenja, združenja potrošnikov, politične stranke, cerkvene in verske skupnosti (vključno s tistimi, ki jih država financira, vendar ne nadzira) ter družabni, kulturni, rekreacijski in športni klubi;
- dobrodelne ustanove in organizacije za pomoč ponesrečenim in drugače potrebnim, ki jih s prostovoljnimi prispevki v denarju ali v naravi financirajo druge institucionalne enote.

V tabeli 1-3 so navedeni poslovni subjekti po SKIS.

	Skupaj	Poslovni subjekti brez zaposlenih	Velikost poslovnih subjektov glede na število zaposlenih					
			Majhni		Srednji	Veliki		
			1-9	10-49	50-249	250-499	500 +	
Gospodarstvo								
SKUPAJ	Poslovni subjekti	140.711	58.269	74.148	5.930	1.955	239	170
	Zaposleni in samozaposleni	760.270	0	157.967	121.872	190.991	81.885	207.555
Nefinančne družbe	Poslovni subjekti	46.454	18.225	22.788	3.869	1.256	196	120
	Zaposleni in samozaposleni	484.781	0	61.759	79.372	131.006	67.336	145.308
Finančne družbe	Poslovni subjekti	702	323	272	73	20	3	11
	Zaposleni in samozaposleni	19.992	0	866	1.392	3.120	1.029	13.585
Država	Poslovni subjekti	2.931	1.079	366	769	638	40	39
	Zaposleni in samozaposleni	138.925	0	1.627	21.224	53.892	13.520	48.662
Gospodinjstva	Poslovni subjekti	67.559	16.687	49.684	1.156	32	0	0
	Zaposleni in samozaposleni	112.441	0	91.396	18.763	2.282	0	0
Neprofitni izvajalci storitev gospodinjstvom	Poslovni subjekti	23.065	21.955	1.038	63	9	0	0
	Zaposleni in samozaposleni	4.131	0	2.319	1.121	691	0	0

Vir: SURS, Statistični letopis 2003, stran 64 (v tabeli 1-3 je število poslovnih subjektov manjše kot v tabelah 1-1 in 1-2, in sicer za 271 subjektov. Razlika se pojavlja zato, ker je za tabelo 1-3 SURS črpal podatke iz Statističnega registra delovno aktivnega prebivalstva – SRDAP, v tabeli 1-1 in 1-2 pa iz Poslovnega registra Slovenije – PRS).

Tabela 1-3: Poslovni subjekti po Standardni klasifikaciji Institucionalnih sektorjev, velikosti in številu zaposlenih oseb, 31.12.2002

1.5 Katere poslovne subjekte zajemamo s Slovenskim podjetniškim observatorijem

Glavni del analize Slovenskega podjetniškega observatorija bo zajemal le določen del poslovnih subjektov, in sicer določen del gospodarskih družb in samostojne podjetnike. Skupno število analiziranih podjetij za poslovno leto 2002, ki jih navaja ta študija, znaša 91.250.

Ostale organizacije v analizo ne bodo vključene. Iz skupine gospodarskih družb so izvzeti podatki o poslovanju bank in zavarovalnic ter nekaterih drugih družb,¹¹ zaradi katerih bi bil, glede na značilnosti njihovega poslovanja, zbirni prikaz poslovnega izida in premoženjsko finančnega položaja družb nerealen. V informaciji tudi ni podatkov o družbah, ki so v stečajnem ali likvidacijskem postopku.¹²

Če za opredelitev subjektov, ki jih obravnavamo v Slovenskem podjetniškem observatoriju, uporabimo metodologijo Standardne klasifikacije institucionalnih sektorjev, potem lahko zaključimo, da naša študija zajema nefinančne družbe ter gospodinjstva, ki jih je po podatkih Statističnega urada RS 114.013 (nefinančnih družb je 46.454 in gospodinjstev 67.559). Seveda pa lahko analiziramo samo tiste subjekte, za katere imamo potrebne podatke, to je tiste, ki so v letu 2002 oddali zaključno poročilo, teh pa je 91.250. Ker so podatki o poslovanju na voljo le za poslovne subjekte, ki so v skladu z Zakonom o gospodarskih družbah, Zakonom o računovodstvu in Zakonom o društvi zavezani za predložitev letnih poročil, je število podjetij, ki so predložila letna poročila, manjše od dejanskega števila poslovnih subjektov. Podatke iz letnih poročil za leto 2002 je AJ PES predložilo 38.051 družb (34.265 kapitalskih in 3.460 osebnih družb ter 326 zadržanih) in 53.199 samostojnih podjetnikov, 53.181 majhnih in 18 srednjih.

2 STANJE PODJETNIŠTVA V SLOVENIJI

2.1 Metodološka pojasnila

Analiza podjetništva v Sloveniji, ki jo podajamo v nadaljevanju, se nanaša na vsa slovenska podjetja v letu 2002. Kot podjetja v tej raziskavi opredeljujemo gospodarske družbe in samostojne podjetnike ter tiste davčne zavezance¹³, ki se ukvarjajo s podjetniškimi

aktivnostmi. Podatke smo pridobili od Agencije za javno pravne prihodke in evidence Slovenije (AJ PES), ki je združila podatke o gospodarskih družbah in davčnih zavezancih v različne velikostne razrede, in sicer: z 0 (nič) zaposlenimi, z 1 do 9 zaposlenimi, 10 do 49 zaposlenimi, 50 do 249 zaposlenimi in z 250 in več zaposlenimi delavci. Podjetja z 0 do 9 zaposlenimi imenujemo *mikro podjetja*. Podjetja z 10 do 49 zaposlenimi imenujemo *mala podjetja*. Podjetja s 50 do 249 zaposlenimi imenujemo *srednjevelika podjetja*. Podjetja z 250 in več zaposlenimi so *velika podjetja*. Kadar prikazujemo podatke za mikro, mala in srednja podjetja skupaj, jih združujemo in označujemo s kratico MSP. Čeravno se pri razvrščanju podjetij v različne velikostne razrede pogosto uporablja tudi velikost ustvarjenih prihodkov in velikost premoženja, smo v našem primeru upoštevali samo število zaposlenih. Ta kriterij je namreč uporabljen tudi v referenčni evropski raziskavi.

Delitev Slovenije na regije smo povzeli po Statističnem uradu Republike Slovenije (SURS), ki funkcionalno-planske regije, sestavljene iz občin, istoveti s statističnimi regijami. Statističnih regij je 12. Zanje že razpolagamo z večino statističnih podatkov (SURS že od leta 1996 objavlja podatke v Statističnem letopisu).

Kot smo že omenili, smo za leto 2002 pridobili podatke o podjetjih od AJ PES, za razliko od preteklih let, ko smo dobili podatke o gospodarskih družbah od Agencije za plačilni promet (APP) podatke o samostojnih podjetnikih pa od Davčne uprave Republike Slovenije (DURS). Ker je osrednja naloga naše analize razumevanje ekonomskih dogajanj v slovenskem podjetništvu, je v kvantitativnem delu raziskovanja zanesljiv vir podatkov temeljnega pomena. Spremenjeno zajemanje podatkov v primerjavi s prejšnjim letom pa povzroča, da rezultati analiz iz preteklih let niso neposredno primerljivi z analizo, ki jo podajamo v nadaljevanju. Zvestno smo se odločili, da bomo v dobro zanesljivosti in točnosti žrtvovali tisti del potencialne časovne serije, ki se nanaša na število podjetij. Pojasnimo podrobneje. V pregledu podjetij za leto 2001 smo ugotovili, da je bilo v Sloveniji 102.895 podjetij, medtem ko znaša število podjetij za leto 2002 samo 91.250. Izgleda torej, kot da se je izgubilo 11.645 podjetij, ob predpostavki, da bi ostalo število podjetij v letu 2002 isto kot leta 2001. Zakaj se pojavi ta razlika?

¹¹ Iz obdelave podatkov iz letnih poročil družb, predloženih na poenotenih obrazcih, so izvzeti podatki o poslovanju določenih skladov (Slovenski odškodninski sklad, Ekološko razvojni sklad Republike Slovenije, Sklad Republike Slovenije za razvoj malega gospodarstva itd.) in podatki pooblaščenih investicijskih družb, ki poslujejo po kontnem načrtu za banke, zato zanje predpisana vsebina podatkov iz letnih poročil na poenotenih obrazcih ni primerna.

¹² Po podatkih iz Registra transakcijskih računov Banke Slovenije je bilo ob koncu leta 2002 v stečajnem in likvidacijskem postopku 707 družb, ob koncu leta 2001 pa 798 družb.

¹³ Davčni zavezanec je vsaka oseba, ki kjer koli neodvisno (samostojno) opravlja proizvodno, predelovalno, trgovsko ali storitveno dejavnost, vključno s premogovniško, kmetijsko in poklicno dejavnostjo, kot tudi izkoriščanje premoženja in premoženjskih pravic, ne glede na namen ali rezultat opravljanja dejavnosti. Gre za samostojne podjetnike, druge fizične in pravne osebe, ki opravljajo dejavnost in so vpisane v drugi register oziroma drugo predpisano evidenco na območju Republike Slovenije, za tuje fizične in pravne osebe, ki nimajo sedeža ali druge registrirane oblike v Republiki Sloveniji, če opravljajo dejavnost na njenem območju, za druge zavezance za dohodnino in posamezne podvrste dohodnine in za zavezance za druge davke po davčnih in drugih zakonih.

V podatku o številu samostojnih podjetnikov, ki nam jih je za leto 2002 posredovala AJPES, so vključeni le samostojni podjetniki, ki so dolžni predložiti letno poročilo (to je bilanca stanja in izkaz poslovnega izida), medtem ko so bili med samostojnimi podjetniki za leto 2001, ko smo podatke pridobili od DURS, vključeni vsi. Poglejmo, kdo ni dolžan oddati letnega poročila, in zato ni vključen v analizirano število podjetij. Letnega poročila niso dolžni predložiti samostojni podjetniki:

1. *ki ugotavljajo dobiček na podlagi normiranih stroškov.*
Na podlagi 53. in 54. člena zakona o dohodnini so zavezanci, ki se jim dobiček ugotavlja z upoštevanjem normiranih odhodkov, naslednji: samostojni kulturni delavci, zasebni raziskovalci, zasebniki, ki opravljajo vzgojno izobraževalno dejavnost, samostojni novinarji, samostojni športniki, samostojni športni delavci, duhovniki, zavezanci, ki dosegajo dohodek z opravljanjem domače in umetnostne obrti, čebelarstvom, s sprejemanjem gostov v kmečkem gospodinjstvu (kmečki turizem). Naštetim se ugotavlja dobiček z upoštevanjem normiranih stroškov, in sicer pod pogojem, da ne zaposlujejo delavcev in da so davčnemu organu dali izjavo, da zahtevajo obdavčenje na podlagi normiranih odhodkov. Ti zavezanci so dolžni davčni upravi vlagati napovedi med letom do 15. v mesecu za preteklo trimesečje.
2. *ki vodijo evidenco prejetih in izdanih knjigovodskih listin.*
Zasebniki, ki vodijo evidenco prejetih in izdanih knjigovodskih listin, so naslednji:
 - Že zgoraj omenjeni zavezanci, ki se jim dobiček ugotavlja na podlagi normiranih odhodkov;
 - Izdelovalci izdelkov domače in umetnostne obrti, čebelarji, zavezanci, ki sprejemajo goste na prenočevanje v gospodinjstvu, zavezanci, ki opravljajo prevoz oseb s plovnimi objekti in avto taksijem ter zavezanci, ki opravljajo kmetijske storitve s kmetijsko mehanizacijo;
 - Zavezanci, ki poslujejo izključno z eno pravno osebo in se ukvarjajo z domačo ali umetnostno obrtjo, z rejo perutnine in drugih živali, ki ni vezana na doma pridelano krmo.

Podatki o samostojnih podjetnikih za pretekla leta, ko smo uporabljali podatke DURS, so torej vključevali tudi samostojne podjetnike, ki ugotavljajo dobiček na osnovi normiranih odhodkov oziroma vodijo evidenco prejetih in izdanih knjigovodskih listin. Če bi tudi za leto 2002 upoštevali samostojne podjetnike, ki niso dolžni predložiti

letnih poročil, bi bilo teh glede na podatke Poslovnega registra IPIS, 66.970. Če k temu številu prištejemo 38.051 gospodarskih družb v letu 2002 (kjer je uporabljena podatkovna baza v vseh letih ista, le da letnih poročil več ne prejema APP, pač pa njena naslednica AJPES), bi tako prišli do skupnega števila podjetij 105.021.

V kolikor si pomagamo z IPISovimi podatki o številu vseh samostojnih podjetnikov (66.970) ter dejansko oddanimi letnimi poročili samostojnih podjetnikov AJPESu (53.199), torej vidimo, da je v letu 2002 bilo kar 13.771 samostojnih podjetnikov, ki niso dolžni oddati letnega poročila. Tu se torej pojavi velika razlika v številu podjetij.

Ker ključno poslanstvo Slovenskega podjetniškega observatorija ni v štetju podjetij, ampak v analiziranju slovenskega podjetništva, v naši analizi torej upoštevamo 91.250 podjetij, v kar so vključene gospodarske družbe (to so gospodarske: delniške družbe, družbe z omejeno odgovornostjo, družbe z neomejeno odgovornostjo in komanditne družbe) in samostojni podjetniki, ki so dolžni oddati letno poročilo.

2.2 Temeljne značilnosti slovenskega podjetništva v letu 2002

2.2.1 Število podjetij in njihova povprečna velikost

Iz tabele 1-4 lahko vidimo, da je bilo leta 2002 v Sloveniji 91.250 podjetij, od tega 9.912 z 0 zaposlenimi¹⁴, 75.346 z 1 do 9 zaposlenimi, 4.522 z 10 do 49 zaposlenimi, 1.162 s 50 do 249 zaposlenimi in 308 podjetij z 250 in več zaposlenimi. Vseh mikro podjetij (0 do 9 zaposlenih) je bilo leta 2002 v Sloveniji 85.258, kar predstavlja 93,4% vseh podjetij. Če k mikro podjetjem prištejemo še mala in srednje velika podjetja (0 do 249 zaposlenih), je bilo v letu 2002 v Sloveniji 90.942 mikro, malih in srednje velikih podjetij (MSP) skupaj, kar predstavlja kar 99,7% vseh podjetij. V povprečju jih je največ v dejavnosti¹⁵ G: trgovina, popravila motornih vozil in izdelkov široke porabe (24%). Sledi dejavnost D: predelovalne dejavnosti (19%), nato dejavnost K: poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve (18%), dejavnost F: gradbeništvo (13%) ter dejavnost I: promet, skladiščenje in zveze (10%). V vseh ostalih dejavnostih je po številu razporejenih 16% vseh podjetij.

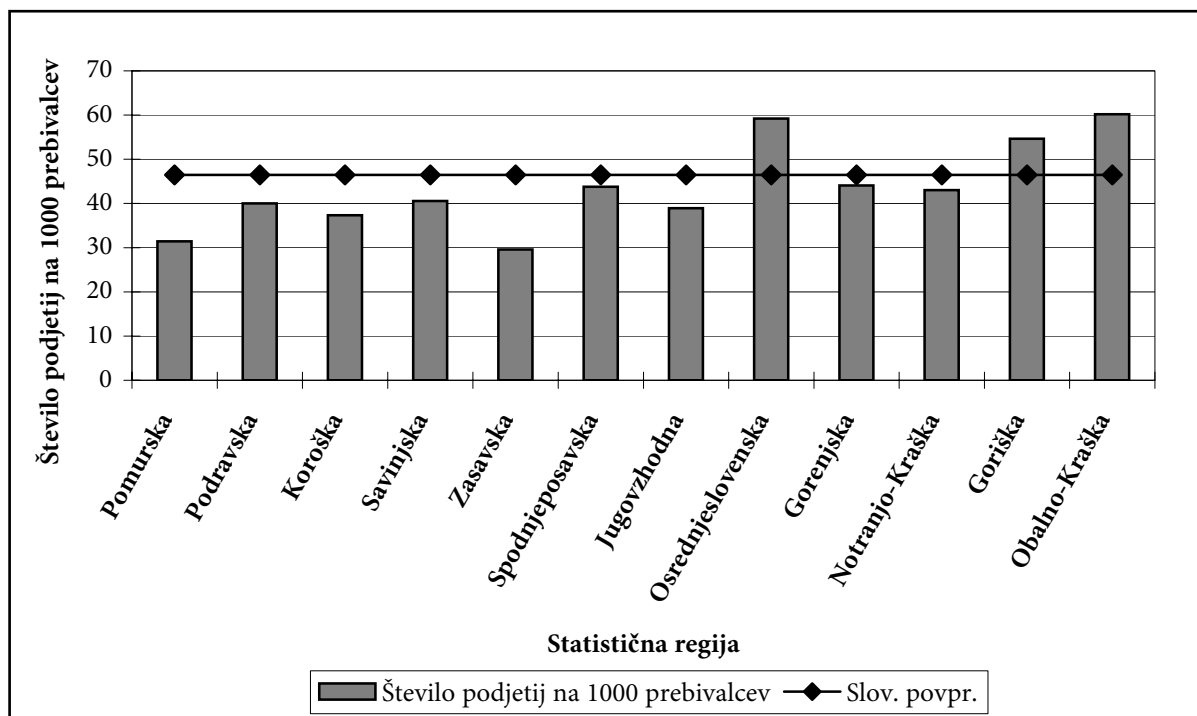
¹⁴ Vse davčne zavezance, ki so pri AJPES sicer uradno izkazani z nič zaposlenimi, smo priključili v razred z 1-9 zaposlenimi. Takih davčnih zavezancev je bilo leta 2002 v Sloveniji 28.184. Tako so v številu 9.912 podjetij z nič zaposlenimi zajete le gospodarske družbe, katerih bilance stanja in izkaza poslovnega uspeha se zbirajo pri AJPES.

¹⁵ V analizi uporabljamo standardno klasifikacijo dejavnosti, ki zajema: A – Kmetijstvo, lov in ribištvo; B – Ribištvo; C – Rudarstvo; D – Predelovalne dejavnosti; E – Oskrba z elektriko, plinom in vodo; F – Gradbeništvo; G – Trgovina, popravila motornih vozil in izdelkov široke porabe; H – Gostinstvo; I – Promet, skladiščenje in zveze; J – Finančno posredništvo; K – Poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve; L – Javna uprava, obramba, socialno zavarovanje; M – Izobraževanje; N – Zdravstvo in socialno varstvo; O – Druge javne, skupne in osebne storitvene dejavnosti

	Velikostni razredi					SKUPAJ
	0	1 do 9	10 do 49	50 do 249	250 in več	
Število podjetij	9.912	75.346	4.522	1.162	308	91.250
Delež števila podjetij v populaciji vseh podjetij (v %)	11	83	5	1	0	100
Število zaposlenih	0	137.732	90.171	123.360	210.580	561.843
Delež zaposlenih velikostnega razreda vseh zaposlenih (v %)	0	25	16	22	37	10
Povprečno število zaposlenih na podjetje	0	2	20	106	684	6
Povprečni prihodki iz poslovanja na podjetje						
(v mio SIT)	10	30	458	2.123	14.870	125
(v 1000 evrih) (1evro = 226,34955 SIT)	46	131	2.025	9.378	65.697	554
Povprečna dodana vrednost na zaposlenega						
(v SIT)		3.873.932	5.189.599	5.017.573	6.068.870	5.187.022
(v evrih)		17.115	22.927	22.167	26.812	22.916
Povprečni čisti dobiček (izguba) na zaposlenega						
(v SIT)		723.089	650.938	385.044	592.154	607.576
(v evrih)		3.195	2.876	1.701	2.616	2.684
Povprečna čista donosnost kapitala (v %)	3	10	6	4	4	5
Povprečni delež kapitala v financiranju (v %)	51	41	42	38	56	47
Povprečna dobičkovnost (v %)	98	52	38	33	38	40
Povprečni delež stroškov dela v dodani vrednosti (v %)	2	48	62	67	62	60

Vir: IPMMP, po podatkih AJPES (podatki za leto 2002).

Tabela 1-4: Ključni podatki po velikosti podjetja, 2002



Vir: IPMMP, 2003. Vir podatkov o številu prebivalcev: Statistični urad RS. Statistični letopis 2002. Spletna stran: <http://www.stat.si/letopis>.

Slika 1-1: Število podjetij na 1000 prebivalcev po statističnih regijah, 2002

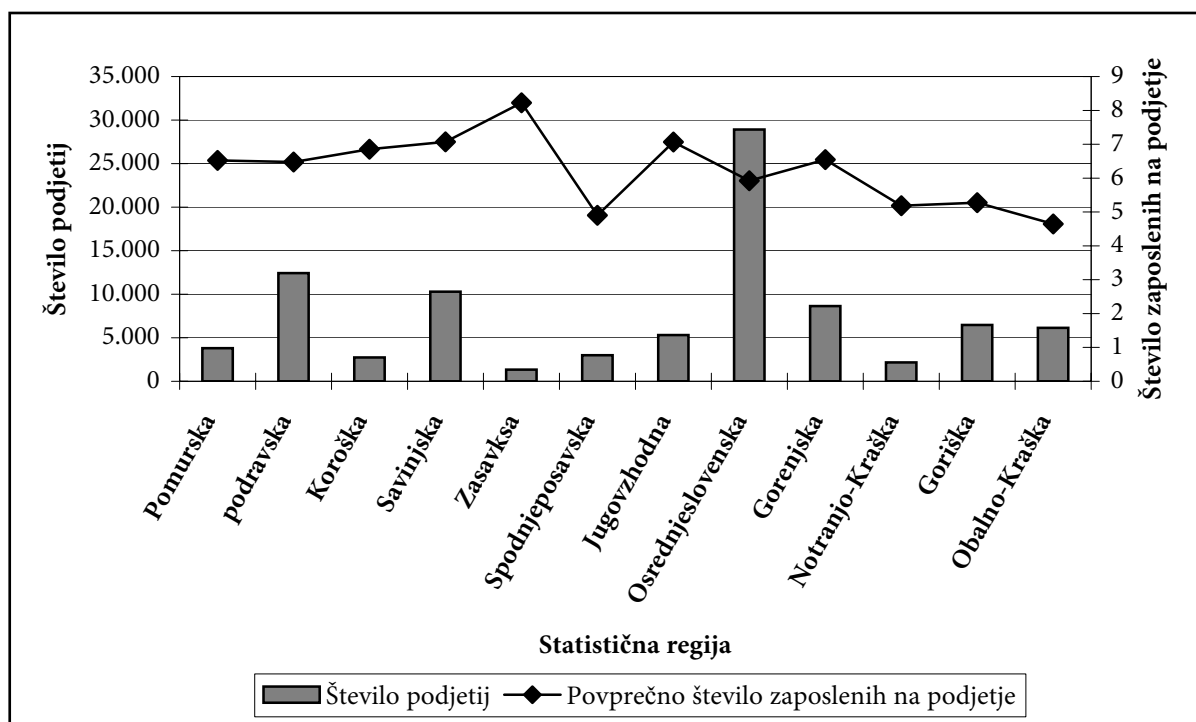
Največ podjetij je v osrednjeslovenski regiji (28.014), najmanj pa v zasavski (1.344). V regijah z manjšim absolutnim številom podjetij je manjše tudi njihovo število na 1000 prebivalcev, kar kaže na manjšo podjetniško aktivnost v teh regijah (slika 1-1). Po številu podjetij na 1000 prebivalcev je na prvem mestu in daleč nad slovenskim povprečjem (46) obalno-kraška regija s 60 podjetji na 1000 prebivalcev. Na zadnjem mestu je zasavska regija s 30 podjetji na 1000 prebivalcev.

Pregled deležev števila podjetij po regijah in velikostnih razredih za leto 2002 je v nadaljevanju podan v tabeli 1-5 in prikazan na sliki P1 v prilogi 1. Natančen pregled števila podjetij po regijah in dejavnostih za leto 2002 je naveden v tabeli P1 v prilogi 1.

Statistična regija	Mikro in mala podjetja			Mikro in mala podjetja	Skupaj srednja podjetja	Skupaj velika podjetja
	0	1 do 9	10 do 49	0 do 49	50 do 249	250 in več
Pomurska	7,39	85,53	5,37	98,29	1,42	0,29
Podravska	7,96	85,35	5,00	98,31	1,34	0,35
Koroška	6,50	86,19	4,75	97,44	2,16	0,40
Savinjska	8,80	84,06	5,24	98,09	1,53	0,38
Zasavska	8,78	83,11	4,91	96,80	2,75	0,45
Spodnjeposavska	9,86	83,61	5,23	98,70	1,10	0,20
Jugovzhodna	6,79	85,92	5,50	98,21	1,39	0,40
Osrednjeslovenska	15,78	77,41	5,38	98,57	1,11	0,32
Gorenjska	10,24	83,62	4,59	98,45	1,12	0,43
Notranjo-Kraška	6,89	87,78	3,52	98,20	1,43	0,37
Goriška	7,68	87,29	3,69	98,66	1,07	0,28
Obalno-Kraška	11,23	83,49	4,00	98,73	1,01	0,26
SKUPAJ	10,86	82,57	4,96	98,39	1,27	0,34

Vir: IPMMP, 2003. Po podatkih AJ PES (podatki za leto 2002).

Tabela 1-5: Deleži posameznih velikostnih razredov podjetij po regijah, 2002



Vir: IPMMP, 2003. Vir podatkov o številu prebivalcev: Statistični urad RS. Statistični letopis 2002. Spletna stran: <http://www.stat.si/letopis>.

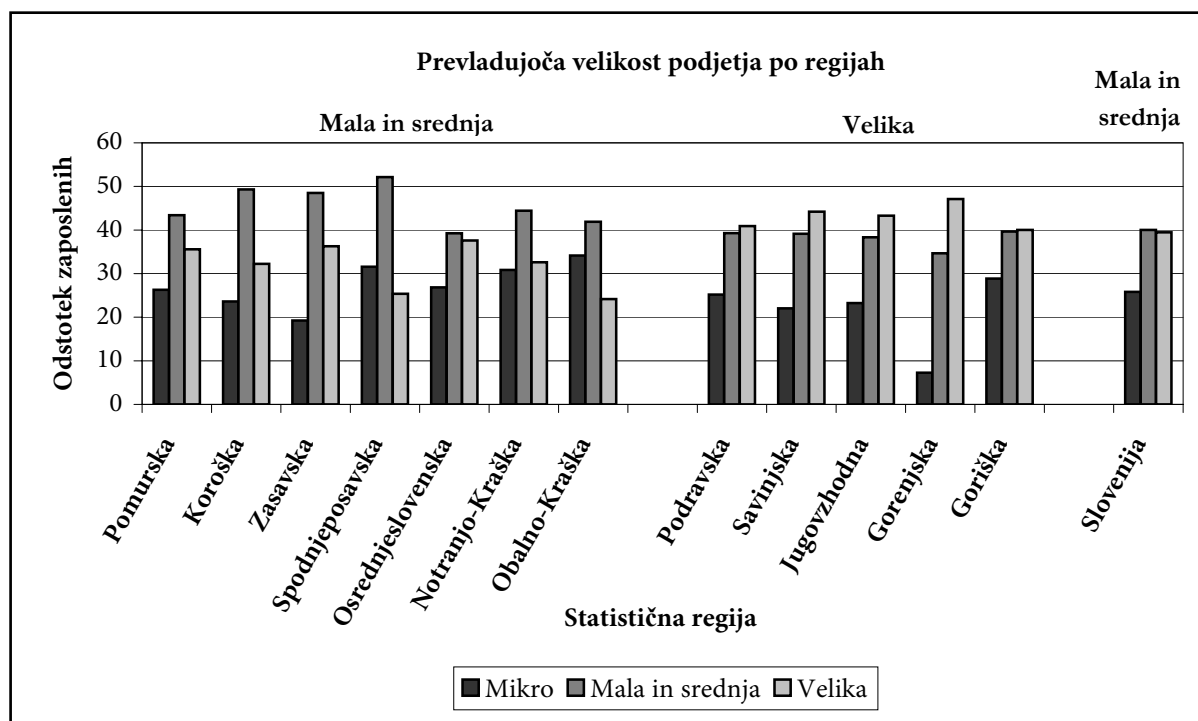
Slika 1-2: Število podjetij in njihova povprečna velikost, 2002

Na *sliki 1-2* je za leto 2002 prikazano število podjetij v povezavi s kazalnikom povprečnega števila zaposlenih v podjetju, ki je eden izmed pokazateljev povprečne velikosti podjetij. Največjo povprečno velikost podjetja izkazuje zasavska regija (8,2), ki ima najmanj podjetij (1.344). Na drugem mestu je jugovzhodna regija, ki zaposluje v povprečju 7,1 zaposlenih ljudi na podjetje. Slovensko povprečno podjetje je v letu 2002 zaposlovalo 6,2 ljudi.

Da bi si ustvarili boljšo predstavo o posameznih velikostnih razredih podjetij, smo izračunali še ustvarjene poslovne prihodke na podjetje (glej *tabelo 1-4*). V povprečju je slovensko podjetje leta 2002 ustvarilo 125 mio SIT (ali 554 tisoč evrov¹⁶) poslovnih prihodkov¹⁷. Povprečno veliko podjetje je ustvarilo 14.870 mio SIT (ali 65.697 tisoč evrov). Povprečno srednje veliko podjetje je ustvarilo 2.123 mio SIT (ali 9.378 tisoč evrov) poslovnih prihodkov. Povprečno malo podjetje je ustvarilo 458 mio SIT (ali 2.025 tisoč evrov) poslovnih prihodkov. Povprečno mikro podjetje z 1 do 9 zaposlenimi je ustvarilo 30 mio SIT (ali 131 tisoč evrov) poslovnih prihodkov. Povprečno mikro podjetje z 0 zaposlenimi je ustvarilo 10 mio SIT (ali 46 tisoč evrov).

2.2.2 Število zaposlenih

Vsa slovenska podjetja so v letu 2002 zaposlovala 561.843 ljudi. V to število je vključenih tudi 28.184 davčnih zavezancev, ki uradno nimajo nobenega zaposlenega delavca. V raziskavi smo te davčne zavezance priključili k zaposlenim v velikostnem razredu z 1 do 9 zaposlenimi. Mikro podjetja so tako zaposlovala 137.732 ljudi (ali 25% vseh zaposlenih), mala podjetja 90.171 ljudi (ali 16% vseh zaposlenih), srednjevelika podjetja 123.360 ljudi (ali 22% vseh zaposlenih) in velika podjetja 210.580 ljudi (ali 37% vseh zaposlenih). MSP so tako zaposlovala 351.263 ljudi (ali 63% vseh zaposlenih). Podatki o številu zaposlenih po regijah in dejavnostih v letu 2002 so v *tabeli P2 v prilogi 1*. Če gledamo Slovenijo kot celoto, prevladujejo po kriteriju števila zaposlenih v letu 2002 mala in srednjevelika podjetja, saj v primerjavi z mikro podjetji ter velikimi podjetji zaposlujejo največ oseb, in sicer 38% (mikro podjetja zaposlujejo 25%, velika podjetja pa 37%). Po regijah pa je prevladujoči velikostni razred naslednji. V sedmih regijah: pomurski, koroški, zasavski, spodnjeposavski, osrednjeslovenski, notranjsko-kraški in obalno-kraški prevladujejo mala in srednje velika podjetja, ki zaposlujejo od 39% do 52% vseh zaposlenih v regiji. V petih regijah: podravska, savinjska, jugovzhodna, gorenjska in goriška regiji prevladujejo velika podjetja, ki zaposlujejo od 40% do 47% vseh zaposlenih v regiji (*slika 1-3*).



Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-3: Delež števila zaposlenih po velikostnih razredih in regijah, 2002

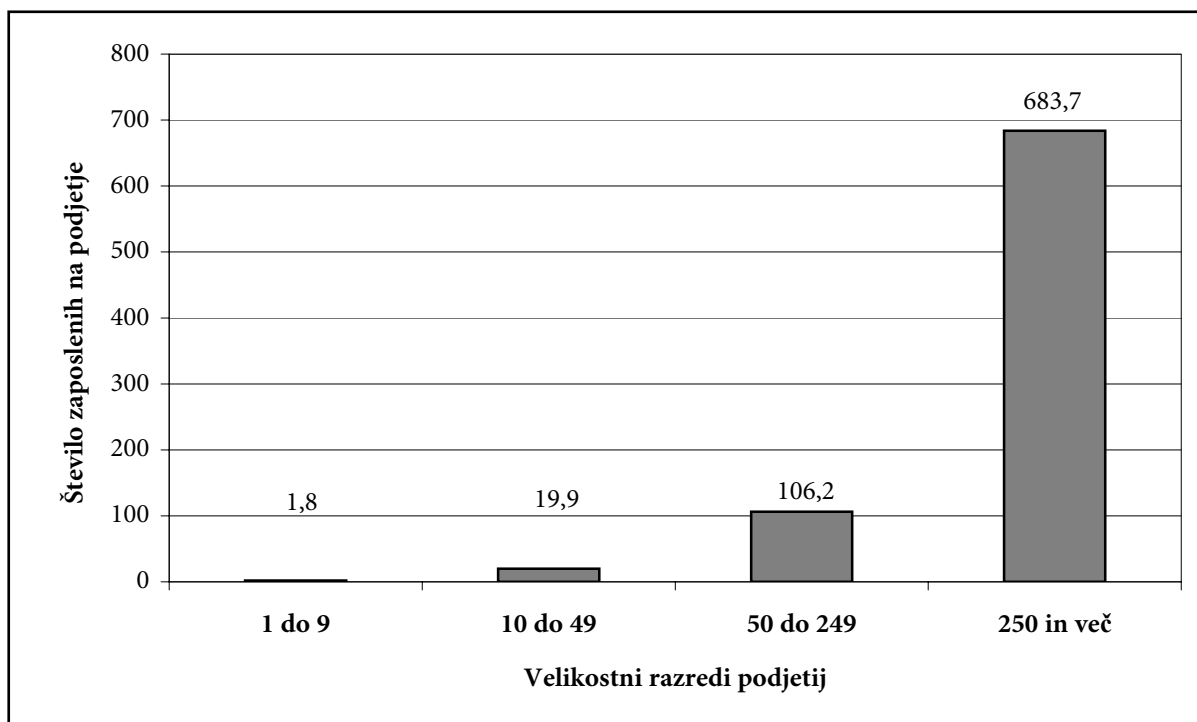
¹⁶ 1 evro = 226,34955 SIT (povprečna vrednost srednjega menjalnega deviznega tečaja evra Banke Slovenije v letu 2002. Vir: Banka Slovenije).

¹⁷ Prihodki iz poslovanja za družbe: (čisti prihodki iz prodaje + vrednost usredstvenih lastnih proizvodov, storitev, blaga in materiala + drugi prihodki iz poslovanja). Prihodki iz poslovanja za davčne zavezance: prihodki od prodaje.

Podrobnejši pregled števila zaposlenih po regijah, dejavnostih in velikostnih razredih podajamo v *tabeli P3* v *prilogi 1*.

Izračunali smo povprečno število zaposlenih na podjetje, ki znaša za Slovenijo kot celoto 6,2 ljudi. Po posameznih velikostnih razredih pa je to število naslednje: mikro podjetja (1 do 9 zaposlenih) – 1,8, mala podjetja 19,9,

srednje velika podjetja 106,2 in velika podjetja 683,7. Podrobnejši pregled povprečne velikosti podjetij, izražene s številom zaposlenih na podjetje, podajamo po regijah, dejavnostih in velikostnih razredih v *tabeli P4* v *prilogi 1*. Povprečna velikost podjetja v letu 2002, izraženo s povprečnim številom zaposlenih na podjetje po regijah, je podana na *sliki 1-4*.

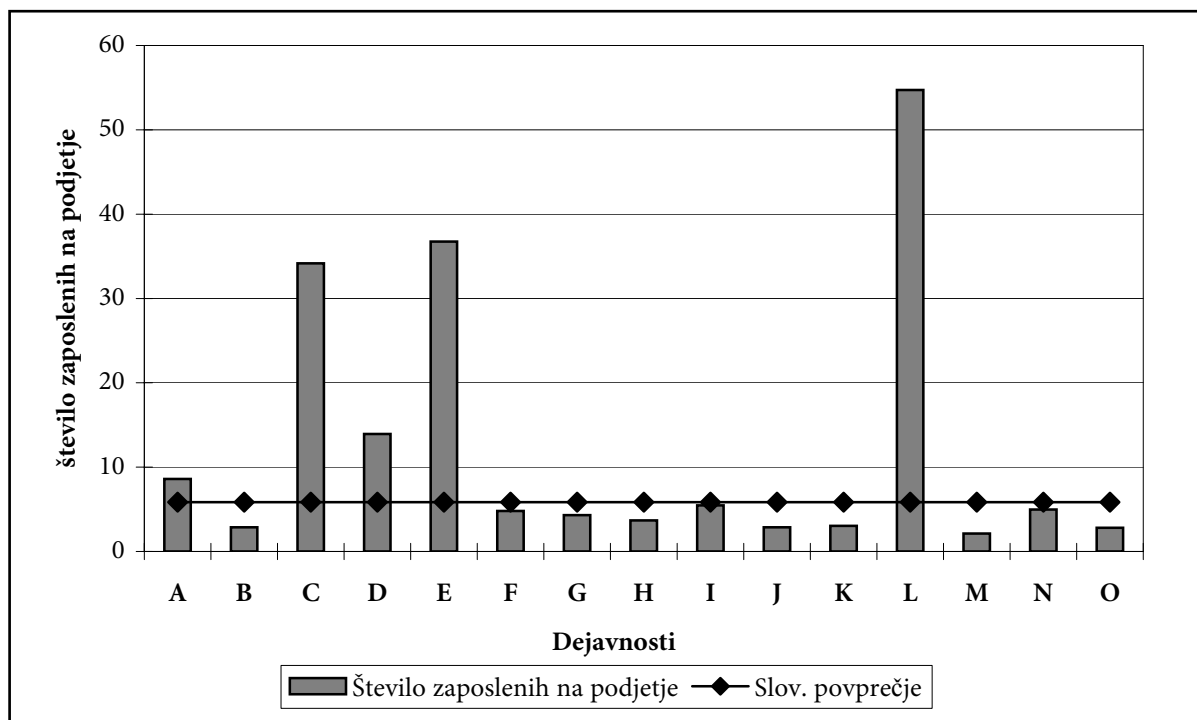


Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-4: Povprečna velikost podjetja po velikostnih razredih v Sloveniji, 2002

Po številu zaposlenih na podjetje so največja podjetja v naslednjih dejavnostih: javna uprava, obramba in socialno zavarovanje (SKD L) 54,7 ljudi na podjetje, oskrba z elektriko, plinom in vodo (SKD E) 36,8 ljudi na podjetje, rudarstvo (SKD C) 34,2 ljudi na podjetje in predelovalne dejavnosti (SKD D) 13,9 ljudi na podjetje. Najmanjša po številu zaposlenih na podjetje so podjetja v naslednjih dejavnostih: izobraževanje (SKD M) 2,1, druge javne, skupne in osebne storitvene dejavnosti (SKD O) 2,8, ribištvo (SKD B) in finančno posredništvo (SKD J) 2,9. Nad povprečjem Slovenije (6,2) je tudi dejavnost kmetijstvo, lov in gozdarstvo (SKD A), in sicer zaposluje povprečno podjetje v tej dejavnosti 8,6 ljudi. Vse ostale dejavnosti pa imajo povprečno velikost podjetja, ki je manjša od slovenskega povprečja. Povprečna velikost podjetja po dejavnostih je prikazana na *sliki 1-5*.

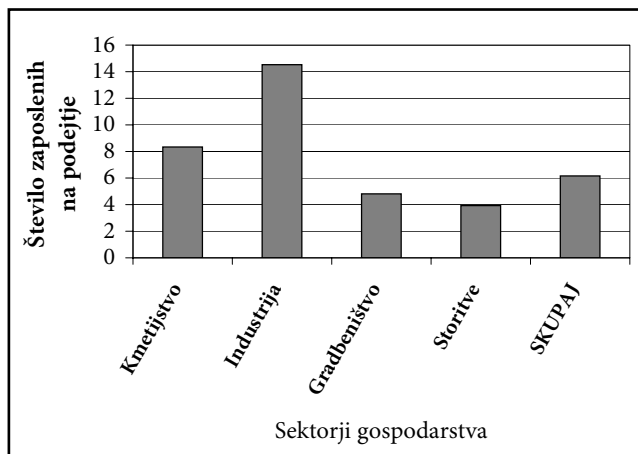
Če pogledamo še povprečno velikost podjetja po glavnih sektorjih gospodarstva, je ta naslednja. V industriji (SKD C do E) povprečno podjetje zaposluje 14,5 ljudi. V kmetijstvu (SKD A in B) je v povprečnem podjetju zaposlenih 8,3 ljudi, 4,8 ljudi v gradbeništvu (SKD F) in 3,9 ljudi v storitvah (SKD G do O). Povprečna velikost podjetja po glavnih sektorjih gospodarstva je prikazana na *sliki 1-6*.



Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-5: Povprečna velikost podjetja po dejavnostih v Sloveniji, 2002

2.2.3 Dodana vrednost



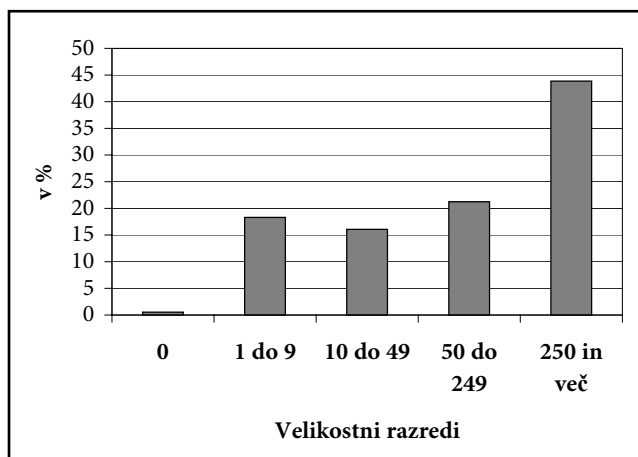
Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-6: Povprečna velikost podjetja po glavnih sektorjih gospodarstva v Sloveniji, 2002

Bistvo podjetniške dejavnosti ni zgolj ustvarjanje dobička, temveč tudi dodane (t.j. nove) vrednosti. V letu 2002 je bilo v slovenskem gospodarstvu ustvarjene po tekočih cenah 2,914.292 mio SIT dodane vrednosti¹⁸ (kar je po povprečnem tečaju evra v letu 2002 znašalo 12.875 mio evrov). Porazdelitev dodane vrednosti po velikostnih razredih podjetij je bila naslednja: podjetja z 0 zaposlenimi so ustvarila 15.826 mio SIT dodane vrednosti (kar znaša 0,5% celotne ustvarjene dodane vrednosti slovenskega gospodarstva), podjetja z 1-9 zaposlenimi 533.564 mio SIT (18,3% celotne ustvarjene dodane vrednosti), podjetja z 10-49 zaposlenimi 467.951 mio SIT (16,1% celotne ustvarjene dodane vrednosti), podjetja s 50-249 zaposlenimi 618.968 mio SIT (21,2% celotne ustvarjene dodane vrednosti) ter podjetja z 250 in več zaposlenimi 1,277.983 mio SIT dodane vrednosti (43,9% celotne ustvarjene dodane vrednosti slovenskega gospodarstva) (slika 1-7).

¹⁸ Dodana vrednost za družbe: Kosmati donos iz poslovanja (čisti prihodki iz prodaje +/- vrednost zalog proizvodov in nedokončane proizvodnje + vrednost usredstvenih lastnih proizvodov, storitev, blaga in materiala + drugi prihodki iz poslovanja) - stroški blaga, materiala in storitev - drugi odhodki poslovanja;

Dodana vrednost za davčne zavezanke: donosi od poslovanja + drugi prihodki - stroški porabljenega materiala in prodanega blaga (nakup materiala in blaga + zmanjšanje zalog materiala in blaga - povečanje zalog materiala in blaga) - stroški storitev - drugi stroški in odhodki.



Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-7: Dodana vrednost po velikostnih razredih podjetij, 2002

Mikro in mala podjetja so v letu 2002 ustvarila 34,9% dodane vrednosti, srednje velika podjetja 21,2%, kar znaša skupaj za majhna in srednje velika podjetja 56,2% skupne ustvarjene dodane vrednosti slovenskih podjetij.

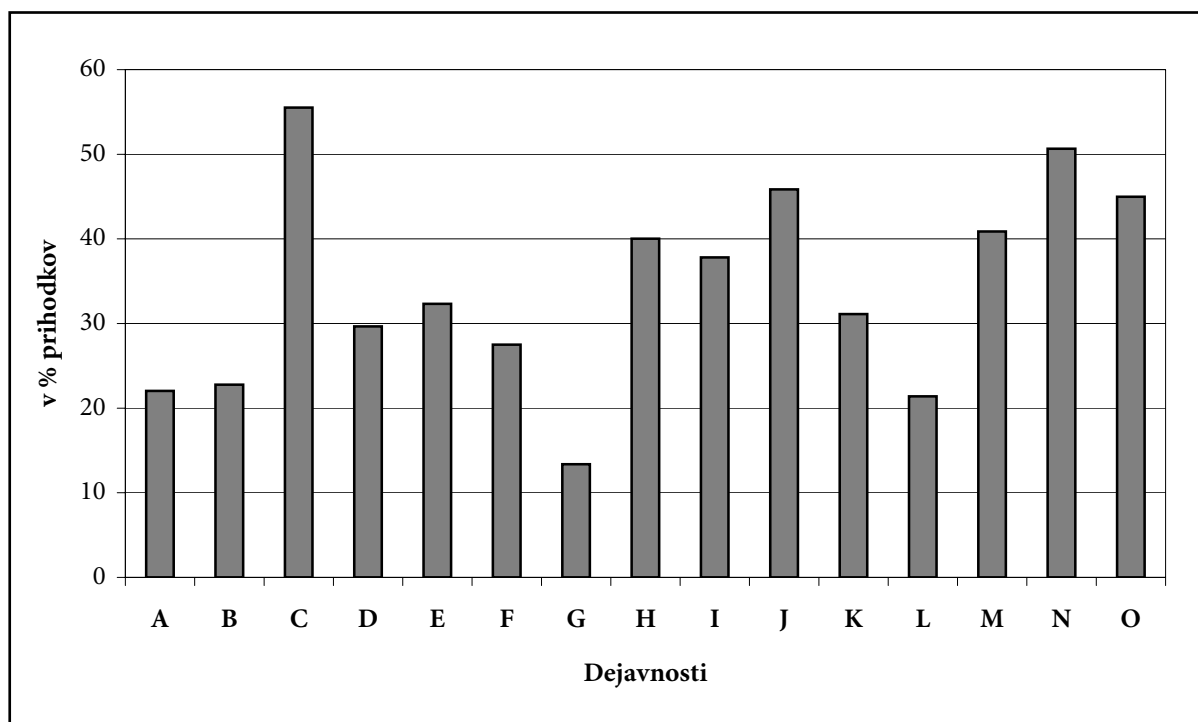
Tabela 1-6 prikazuje, da največji delež dodane vrednosti v prihodkih ustvarijo velika podjetja, med MSP pa navzdol odstopajo predvsem podjetja z 0 zaposlenimi.

Pomembne razlike v deležu dodane vrednosti v prihodkih podjetij se pojavljajo po dejavnostih (slika 1-8).

Velikostni razredi podjetij	0	1 do 9	10 do 49	50 do 249	250 in več	MSP
Delež dodane vrednosti v prihodkih podjetij (v %)	15,5	23,9	22,6	25,1	27,9	23,8

Vir: IPMMP, 2003.

Tabela 1-6: Deleži dodane vrednosti v prihodkih podjetij po velikostnih razredih podjetij, 2002

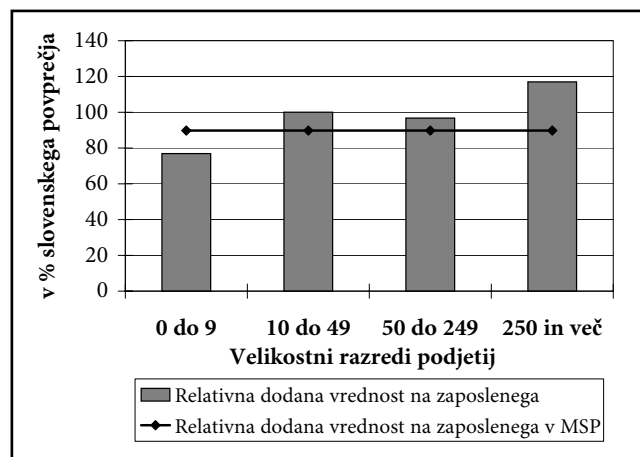


Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-8: Deleži dodane vrednosti v prihodkih podjetij po dejavnostih, 2002

Relativno največjo dodano vrednost v prihodkih ustvarijo v dejavnostih C – rudarstvo (dodana vrednost znaša 56% prihodkov), N – zdravstvu in socialnem varstvu (51%) ter O – drugih javnih, skupnih in osebnih storitvenih dejavnostih (45%); relativno najmanjšo dodano vrednost v prihodkih so v letu 2002 zabeležili v dejavnostih G – trgovina, popravila motornih vozil in izdelkov široke uporabe (13%), L – javna uprava, obramba, socialno zavarovanje (21%) ter A – kmetijstvo, lov in gozdarstvo (22%).

Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v slovenskih podjetjih (pokazatelj produktivnosti dela) je v letu 2002 znašala 5,187 mio SIT (22.916 evrov), od tega v mikro podjetjih (1 do 9 zaposlenih) 3,989 mio SIT, v podjetjih z 10-49 zaposlenimi (majhno podjetje) 5,190 mio SIT, v podjetjih s 50-249 zaposlenimi (srednje veliko podjetje) 5,018 mio SIT ter v velikih podjetjih 6,069 mio SIT na zaposlenega. Relativno najproduktivnejša so bila velika podjetja (ustvarila so v povprečju 17% večjo dodano vrednost na zaposlenega, kot je znašalo slovensko povprečje), tem so v povprečju sledila podjetja v velikostnem razredu z 10 do 49 zaposlenimi (z 0,5% večjo dodano vrednostjo, kot je znašalo slovensko povprečje), srednje velika podjetja (s 3,1% zaostajanjem za povprečno slovensko produktivnostjo), najmanj pa so bila v povprečju produktivna mikro podjetja, ki so dosegala le 76,9% produktivnosti slovenskega povprečja. Povprečna produktivnost MSP je znašala 89,8% slovenskega povprečja (slika 1-9).

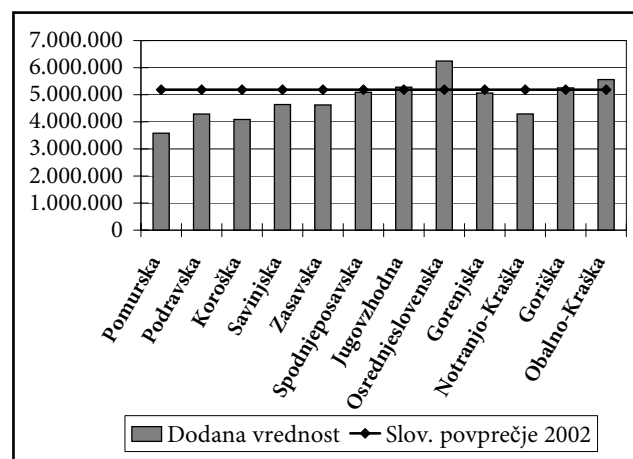


Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-9: Dodana vrednost na zaposlenega po velikostnih razredih podjetij, 2002

Med slovenskimi regijami so bila po kriteriju povprečne dodane vrednosti na zaposlenega najuspešnejša podjetja iz osrednjeslovenske regije, ki so v povprečju ustvarila 6,244 mio SIT na zaposlenega. Dodano vrednost na zaposlenega nad slovenskim povprečjem so ustvarila še podjetja v jugovzhodni regiji (v povprečju 5,281 mio SIT

na zaposlenega), goriški (5,254 mio SIT na zaposlenega) ter v obalno-kraški regiji (5,563 mio SIT na zaposlenega). Podpovprečno produktivnost dela so v povprečju zabeležila podjetja naslednjih regij: pomurska (3,580 mio SIT), podravska (4,287 mio SIT), koroška (4,087 mio SIT), savinjska (4,639 mio SIT) zasavska (4,624 mio SIT), spodnjeposavska (5,090 mio SIT), gorenjska (5,063 mio SIT) ter notranjsko-kraška (4,290 mio SIT). Razlika v povprečni dodani vrednosti na zaposlenega med regijo z najvišjo ter regijo z najnižjo dodano vrednostjo je v letu 2002 znašala 2,663 mio SIT oziroma je v regiji z najnižjo povprečno dodano vrednostjo na zaposlenega znašala le 57,3% povprečne dodane vrednosti na zaposlenega regije z najvišjo povprečno dodano vrednostjo na zaposlenega. Dodane vrednosti na zaposlenega po regijah so prikazane na sliki 1-10.



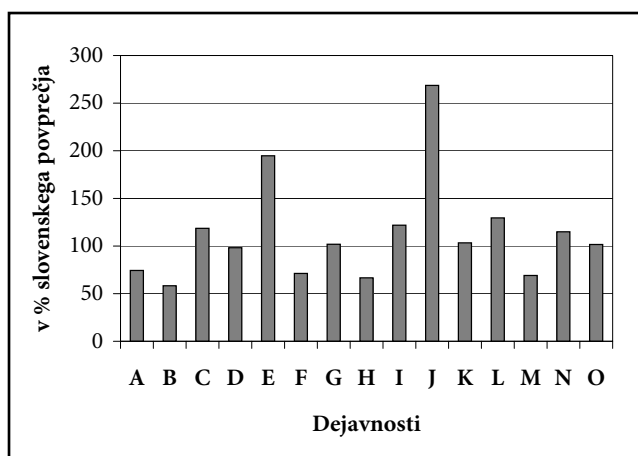
Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-10: Dodana vrednost na zaposlenega po regijah, 2002

Slika produktivnosti slovenskega gospodarstva dopolnjuje podatek o povprečni dodani vrednosti na zaposlenega po dejavnostih (slika 1-11). Relativna dodana vrednost na zaposlenega v dejavnosti je podana kot odstotek povprečne dodane vrednosti na zaposlenega vseh velikostnih razredov v posamezni dejavnosti. Nadpovprečno dodano vrednost na zaposlenega so ustvarile naslednje dejavnosti: J – finančno posredništvo (dodana vrednost na zaposlenega v tej dejavnosti je v povprečju presežala povprečno slovensko dodano vrednost na zaposlenega za 168,8%), E – oskrba z elektriko, plinom in vodo (dosegla je 194,8% slovenskega povprečja), L – javna uprava, obramba, socialno zavarovanje (129,5% slovenskega povprečja), I – promet, skladiščenje in zveze (121,9% slovenskega povprečja), C – rudarstvo (118,6% slovenskega povprečja), N – zdravstvo in socialno varstvo (115,0% slovenskega povprečja), K – poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve (103,4% slovenskega povprečja), dejavnost G – trgovina, popravila motornih vozil in izdelkov široke uporabe (101,8% slovenskega povprečja)

ter O – druge javne, skupne in osebne storitvene dejavnosti (101,6% slovenskega povprečja).

Podpovprečno dodano vrednost na zaposlenega so ustvarile naslednje dejavnosti: D – predelovalne dejavnosti (98,3% povprečne slovenske dodane vrednosti na zaposlenega), A – kmetijstvo, lov in gozdarstvo (74,7% slovenskega povprečja), F – gradbeništvo (71,2% slovenskega povprečja), M – izobraževanje (69,1%), H – gostinstvo (66,7%), v povprečju najmanj produktivna pa so bila podjetja v dejavnosti B – ribištvo (58,3% slovenske dodane vrednosti na zaposlenega).



Vir: IPMMP, 2003.

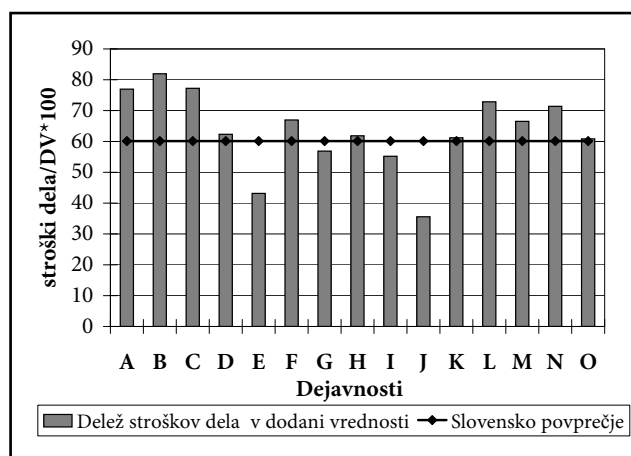
Slika 1-11: Relativna dodana vrednost na zaposlenega po dejavnostih, 2002

V primerjavi produktivnosti (dodane vrednosti na zaposlenega) posameznih velikostnih razredov po dejavnostih ugotavljamo, da so bila MSP nadpovprečno produktivna v dejavnostih A – kmetijstvo, lov in gozdarstvo (povprečno MSP je ustvarilo 101,6% povprečne dodane vrednosti na zaposlenega v tej dejavnosti), C – rudarstvo (107,0%) in K – poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve (104,9%). Ustvarjena dodana vrednost na zaposlenega v MSP v ostalih dejavnostih je manjša od povprečne dodane vrednosti na zaposlenega vseh velikostnih razredov v dejavnosti. Podrobnejši pregled relativne dodane vrednosti na zaposlenega v dejavnostih in po velikostnih razredih podajamo v tabeli P5 priloge 1.

2.2.4 Stroški dela

Delež stroškov dela v dodani vrednosti je v slovenskem podjetju v povprečju v letu 2002 znašal 60,1%. Nadpovprečni stroški dela v dodani vrednosti so bili v naslednjih dejavnostih: B – ribištvo (81,9%), C – rudarstvo (77,2%), A – kmetijstvo, lov in gozdarstvo (77,0%), L – javna uprava, obramba, socialno zavarovanje (72,87%), N – zdravstvo in socialno varstvo (71,4%), F – gradbeništvo (67,0%), M – izobraževanje (66,5%), D – predelovalne

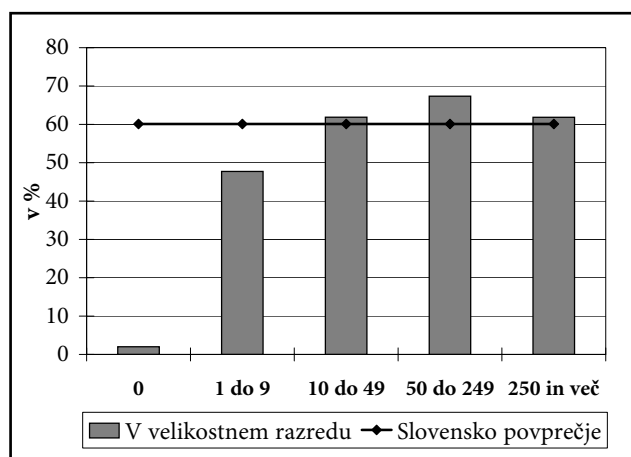
dejavnosti (62,3%), H – gostinstvo (61,8%), K – poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve (61,2%) ter O – druge javne, skupne in osebne storitve (60,8%). Nižje deleže stroškov dela v dodani vrednosti, kot je znašalo slovensko povprečje, so imele dejavnosti: E – oskrba z elektriko, plinom in vodo (43,2%), G – trgovina, popravila motornih vozil in izdelkov široke porabe (56,9%), I – promet, skladiščenje in zveze (55,2%), J – finančno posredništvo (35,6%) (slika 1-12).



Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-12: Delež stroškov dela v dodani vrednosti po dejavnostih, 2002

Delež stroškov dela v dodani vrednosti je po velikostnih razredih naslednji. Najnižji je v mikro podjetjih z 0 zaposlenimi, kjer znaša 2%, manjši kot v povprečju v Sloveniji pa tudi v podjetjih z 1 do 9 zaposlenimi, kjer znaša 47,7%. V ostalih velikostnih razredih je nad slovenskim povprečjem (60,1%), in sicer v majhnih podjetjih 61,9%, srednjih podjetjih 67,4% ter v velikih podjetjih 61,8% (slika 1-13).



Vir: IPMMP, 2003.

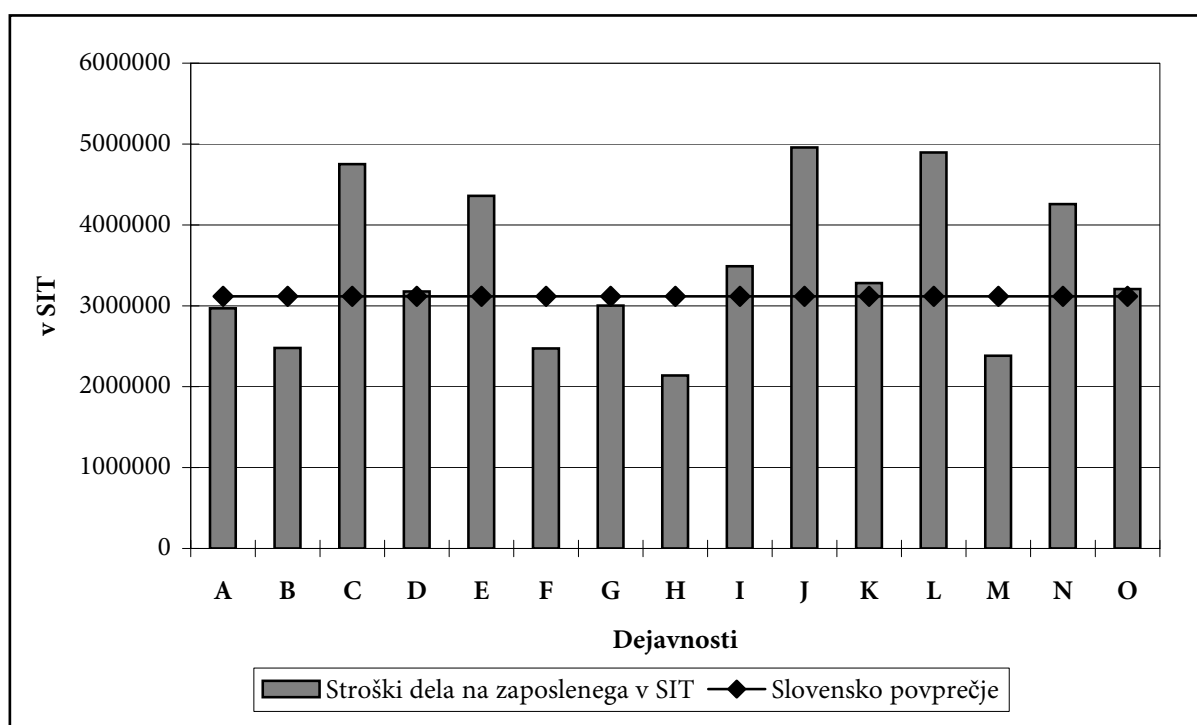
Slika 1-13: Delež stroškov dela v dodani vrednosti po velikostnih razredih podjetij, 2002

Razlike v deležih stroškov dela v dodani vrednosti malih, srednjih in velikih podjetjih niso velike; najvišji so stroški dela v skupini srednje velikih podjetij, občutneje navzdol pa odstopajo mikro podjetja.

Stroški dela na zaposlenega so v letu 2002 v povprečju znašali 3,117.791 SIT na zaposlenega. Ta znesek so presegle naslednje dejavnosti: J – finančno posredništvo 4,958.493 SIT, L – javna uprava, obramba, socialno zavarovanje 4,896.293 SIT, C – rudarstvo 4,751.840 SIT, E – oskrba z elektriko, plinom in vodo 4,359.096 SIT, N – zdravstvo in socialno varstvo 4,257.208 SIT, I – promet, skladiščenje

in zveze 3,489.554 SIT, K – poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve 3,280.877 SIT, O – druge javne, skupne in osebne storitve 3,207.090 SIT, D – predelovalne dejavnosti 3,177.303 SIT.

V povprečju so nižje stroške dela od slovenskega povprečja zabeležile dejavnosti G – trgovina, popravila motornih vozil in izdelkov široke uporabe s 3,003.550 SIT, A – kmetijstvo, lov in gozdarstvo s 2,968.510 SIT, B – ribištvo s 2,478.695 SIT, F – gradbeništvo s 2,473.390 SIT, M – izobraževanje s 2,382.527 SIT ter H – gostinstvo s 2,138.143 SIT (slika 1-14).



Vir: IPMMP, 2003.

Slika 1-14: Stroški dela na zaposlenega po dejavnostih, 2002

3 PRIMERJAVA SLOVENSKEGA PODJETNIŠTVA Z EVROPSKIM

3.1 Povprečna velikost evropskega in slovenskega podjetja

Med državami v Evropi se pojavljajo občutne razlike v povprečni velikosti podjetij (tabela 1-7). V Grčiji, Italiji, Portugalski, Španiji in Islandiji je povprečna velikost podjetja relativno nizka (2 do 5 zaposlenih oseb). V Avstriji, na Irskem, v Luksemburgu in na Nizozemskem so podjetja značilno večja, saj v povprečju zaposlujejo 10 ljudi. Večjo povprečno velikost podjetja, izraženo s številom zaposlenih na podjetje, imajo tudi v Švici in Nemčiji. Ta znaša 8 ljudi. Najbolj pogosta povprečna velikost podjetja je 6 ljudi,

kar velja v letu 2000 za naslednje države: Finsko, Veliko Britanijo, Liechtenstein, Norveško, Slovenijo (podatek za Slovenijo je za leto 2002). Povprečno velikost podjetja s šestimi zaposlenimi izkazuje tudi Evropska unija kot celota ter Evropa-19¹⁹. Države, ki niso članice Evropske unije (ne-EU), pa imajo povprečno v podjetju zaposlenih 7 ljudi.

Drugi način opredeljevanja velikosti neprimarnega sektorja po državah pa je ugotovitev »prevladujočega velikostnega razreda«. V državi prevladujejo mikro, mala in srednja (vzeto skupaj) ali velika podjetja, če je delež vseh zaposlenih v takem velikostnem razredu največji. Na primer, za države, ki jih uvrščamo v Evropo-19, so prevladujoča mikro podjetja, saj znaša delež zaposlenih v le-teh 34,3%. Delež zaposlenih v velikih podjetjih pa je

¹⁹ EU-19 so vse članice Evropske zveze + Liechtenstein, Islandija, Švica, Norveška.

33,6%, v malih in srednje velikih podjetjih je 32,1% (glej *tabela 1-10*). V Sloveniji prevladujejo v neprimarnem sektorju gospodarstva velika podjetja, saj so v letu 2002

zaposlovala 38% vseh zaposlenih. Sledijo mala in srednja podjetja s 37,5% vseh zaposlenih in mikro podjetja, ki so zaposlovala 24,5% ljudi.

	Podjetja (v 1.000)	Število zaposlenih na podjetje	Prevladujoča velikost ¹	Relativna delovna produktivnost ²		Relativna dobičkovnost ⁴	
				MSP	Veliko podjetje	MSP	Veliko podjetje
Avstrija	225	10	Malo in srednje	78	142	-9	10
Belgija	545	6	Mikro	94	114	16	-28
Danska	180	9	Malo in srednje	85	132	-18	25
Finska	210	6	Veliko	75	136	-19	15
Francija	2.490	7	Mikro	68	164	-17	15
Nemčija	3.550	8	Veliko	101	99	-4	5
Grčija	800	2	Mikro	96	129	-1	3
Irska	95	10	Malo in srednje	47	220	2	-1
Italija	4.125	3	Mikro	89	146	-1	2
Luksemburg	20	10	Malo in srednje	103	93	2	-5
Nizozemska	555	10	Malo in srednje	90	117	1	-1
Portugalska	685	5	Malo in srednje	85	157	0	0
Španija	2.700	5	Mikro	70	218	-6	7
Švedska	270	8	Veliko	84	126	-5	5
Velika Britanija	3.490	6	Veliko	69	138	-11	7
Evropska unija	19.930	6	Mikro	78	143	-11	12
Islandija	25	4	Veliko	23	186	-54	8
Liechtenstein	3	6	Mikro	89	133	0	0
Norveška	175	6	Malo in srednje	73	164	-12	13
Švica	320	8	Malo in srednje	72	157	-10	9
Ne-EU	525	7	Malo in srednje	68	166	-14	12
Evropa-19	20.455	6	Mikro	78	144	-11	12
SLOVENIJA³	90	6	Veliko	90	117	2	-4

Vir: Za Slovenijo IPMMP po podatkih AJ PES (podatki za leto 2002), za Evropo-19: Observatory of European SMEs 2002/No. 2, European Commission, stran 17 (podatki za leto 2000).

Opombe:

¹ V državi prevladujejo mikro, mala in srednja ali velika podjetja, če je delež mikro ali malih in srednjih (vzeto skupaj) ali velikih podjetij največji v celotni zaposlenosti.

² Delovna produktivnost (dodana vrednost na zaposleno osebo) v MSP (mikro, malem in srednje velikem podjetju) oziroma velikem podjetju je izračunana kot odstotek slovenskega povprečja.

³ Podatek o podjetjih je prilagojen metodologiji European Observatory, kjer so izločene dejavnosti A – kmetijstvo, lov in gozdarstvo, B – ribištvo, L – javna uprava, obramba, socialno zavarovanje in M – izobraževanje. Zato je prikazano število seveda nižje od dejanskega števila podjetij v Sloveniji.

⁴ Razlika med odstotkom dodane vrednosti, zmanjšane za stroške dela, deljeno z dodano vrednostjo v posameznem velikostnem razredu in takim deležem v povprečju države.

Tabela 1-7: Velikost neprimarnega zasebnega sektorja po državah

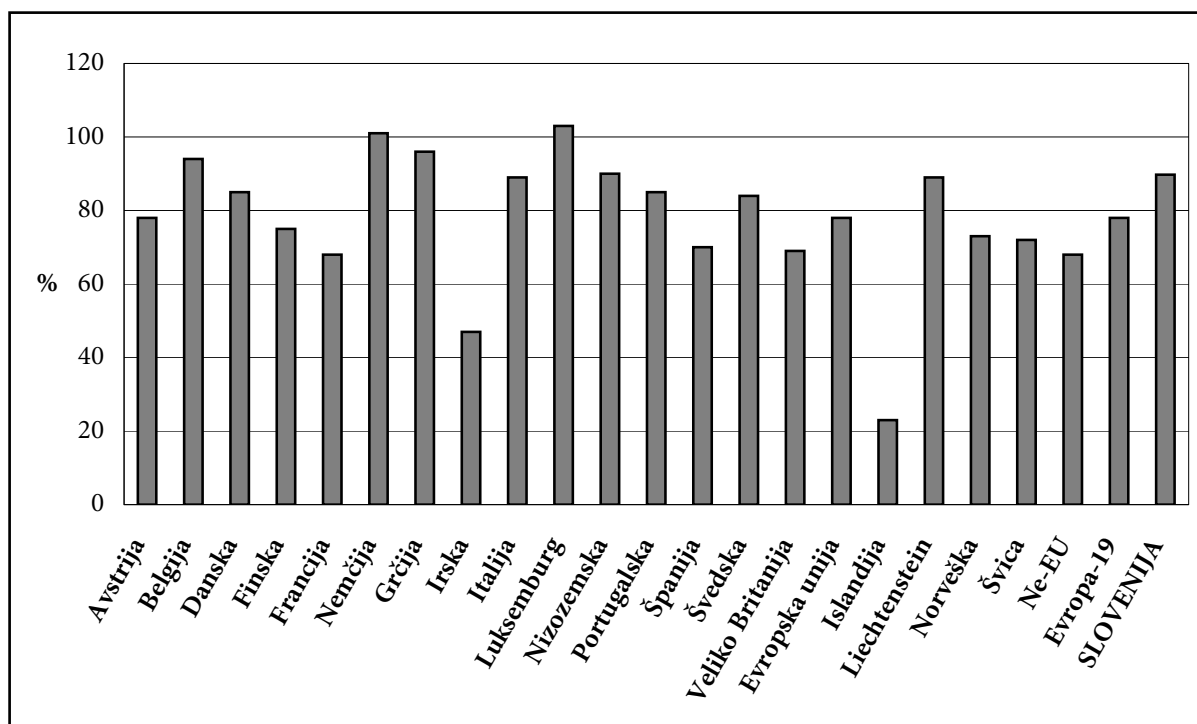
V šestih državah prevladujejo mikro podjetja: Belgija, Francija, Grčija, Italija, Španija in Liechtenstein. Mikro podjetje je prevladujoča oblika tudi za Evropsko unijo kot celoto ter tudi za Evropo-19. V osmih državah prevladuje malo in srednje veliko podjetje: Avstrija, Danska, Irska, Luksemburg, Nizozemska, Portugalska, Norveška in Švica. To velja tudi za nečlanice EU. Veliko podjetje je prevladujoča oblika podjetja v naslednjih državah: Finska, Nemčija, Švedska, Velika Britanija in Islandija. K tem državam se priključuje tudi Slovenija, saj je v letu 2002 prevladujoče veliko podjetje (*tabela 1-7*).

3.2 Delovna produktivnost in dobičkovnost slovenskega in evropskega podjetja

V *tabeli 1-7* so zajeti tudi podatki o relativni delovni produktivnosti v MSP oziroma velikih podjetjih po državah. Za države Evropa-19 je delovna produktivnost MSP manjša od povprečja vseh podjetij, in sicer dosegajo 78% dodane vrednosti na zaposlenega vseh podjetij. Iz *tabele 1-7* vidimo, da velja tudi za druge države, da MSP ne dosegajo povprečne nacionalne delovne produktivnosti. To ne velja le za Nemčijo (101%) in Luksemburg (103%). Še posebej podpovprečna je delovna produktivnost v MSP

v Avstriji, na Finskem, v Franciji, na Irskem (le 47%), v Španiji, Veliki Britaniji, Islandiji (le 23%), na Norveškem in v Švici. Vidimo, da velja tudi za Slovenijo, da je delovna produktivnost podpovprečna v MSP. Predstavlja 89,67% vrednosti povprečne slovenske dodane vrednosti na zaposlenega.

Relativna delovna produktivnost velikih podjetij presega povprečno v vseh državah razen v Luksemburgu (93%) in v Nemčiji (99%). V EU je produktivnost velikega podjetja v primerjavi s povprečno produktivnostjo vseh velikostnih razredov v EU za 43 indeksnih točk višja, v Evropi-19 je višja za 44 indeksnih točk, v nečlanicah EU za 66 indeksnih točk in v Sloveniji za 16,8 indeksnih točk. Relativno delovno produktivnost MSP prikazujemo na sliki 1-15.



Vir: Za Slovenijo IPMMP po podatkih AJPES (podatki za leto 2002), za Evropo-19: Observatory of European SMEs 2002/No. 2, (podatki za leto 2000)

Slika 1-15: Relativna delovna produktivnost MSP po državah

V tabeli 1-7 so zajeti tudi podatki o relativni dobičkovnosti po državah. Dobičkovnost je izražena kot razlika med odstotkom dodane vrednosti, zmanjšane za stroške dela, deljeno z dodano vrednostjo v posameznem velikostnem razredu in takim deležem v povprečju države. To razliko v deležu smo ugotavljali posebej za MSP in velika podjetja.

V letu 2000 je dobičkovnost v MSP boljša od povprečja le v Belgiji (+16%), na Irskem (+2%), v Luksemburgu (+2%), na Nizozemskem (+1%) in v Sloveniji (+2%, podatek za leto 2002). MSP so enaka po dobičkovnosti kot povprečna podjetja v državi na Portugalskem in v Liechtensteinu. Podpovprečna dobičkovnost v MSP pa je v Islandiji (kar -54%), na Finskem (-19%), na Danskem (-18%), v Franciji (-17%), na Norveškem (-12%), v Veliki Britaniji (-11%) in v Avstriji (-9%). Podpovprečno dobičkovnost v MSP izkazujejo tudi nečlanice EU (-14%) in Evropa-19 (-11%).

Relativna dobičkovnost velikih podjetij je manjša od povprečne dobičkovnosti le v: Belgiji (-28%), Luksemburgu (-5%), na Nizozemskem in Irskem (-1%). Tudi dobičkovnost slovenskega velikega podjetja je za 4% manjša od dobičkovnosti povprečnega podjetja vseh velikostnih razredov.

V tabeli 1-8 prikazujemo primerjavo med slovenskimi in evropskimi podjetji po dejavnostih. Slovenska mala in srednje velika podjetja so v večini dejavnosti po relativni delovni produktivnosti precej podobna evropskim podjetjem. To ne velja za oskrbo z elektriko, plinom in vodo (SKD E), kjer je delovna produktivnost v MSP v Sloveniji v letu 2002 manjša, in sicer znaša indeks 77. Evropa-19 pa za leto 1998 izkazuje v MSP te dejavnosti nadpovprečno delovno produktivnost (indeks 167). V zdravstvu in socialnem varstvu (SKD N) je ravno obratno. Slovensko MSP v tej dejavnosti ima indeks 99, medtem ko ima MSP Evropa-19 za leto 1998 indeks 86.

		Število podjetij ²⁰	Število zaposlenih na podjetje	Prevladujoča velikost	Relativna delovna produktivnost MSP*
Vse dejavnosti skupaj	SLO	89.446	6,15	Veliko	89,76
	EU-19	19.850.000	6	Veliko	76
Rudarstvo (SKD C)	SLO	144	34	Veliko	107
	EU-19	5.000	52	Veliko	181
Oskrba z elektriko, plinom in vodo (SKD E)	SLO	333	37	Veliko	77
	EU-19	20.000	57	Veliko	167
Predelovalne dejavnosti (SKD D)	SLO	17.275	14	Veliko	87
	EU-19	2.210.000	14	Veliko	86
Gradbeništvo (SKD F)	SLO	11.891	5	Mikro	92
	EU-19	2.775.000	4	Mikro	98
Trgovina (SKD G)	SLO	22.301	4	Mikro	98
	EU-19	5.560.000	4	Mikro	97
Promet, skladiščenje in zveze (SKD I)	SLO	8.947	5	Veliko	76
	EU-19	1.090.000	8	Veliko	76
Finančno posredništvo (SKD J)	SLO	769	3	Mikro	100
	EU-19	395.000	14	Veliko	119
Poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve (SKD K)	SLO	16.528	3	Mikro	105
	EU-19	3.730.000	4	Mikro	105
Gostinstvo (SKD H)	SLO	6.259	4	Mikro	93
	EU-19	1.460.000	5	Mikro	96
Zdravstvo in socialno varstvo (SKD N)	SLO	556	5	Mikro	99
	EU-19	1.310.000	6	Mikro	86
Druge javne, skupne in osebne storitvene dejavnosti (SKD O)	SLO	4.443	3	Mikro	76
	EU-19	1.265.000	4	Mikro	83

Vir: Za Slovenijo IPMMP po podatkih AJPEŠ (podatki za leto 2002), za Evropo-19: European Observatory for SMEs – 6th Report, European Commission, 2000 (podatki za leto 1998).

Opomba:

*Dodana vrednost na zaposlenega za mikro, mala in srednje velika podjetja skupaj (MSP) v dejavnosti glede na povprečno dodano vrednost na zaposlenega (vsi velikostni razredi) v tej dejavnosti. Slovenija skupaj pa: dodana vrednost na zaposlenega v MSP glede na dodano vrednost na zaposlenega v vseh velikostnih razredih za vse neprimarne dejavnosti skupaj.

Tabela 1-8: Velikost neprimarnega zasebnega sektorja po dejavnostih

Nadpovprečno delovno produktivnost dosegajo v Sloveniji v MSP leta 2002 naslednje dejavnosti: rudarstvo (SKD C: indeks 107), poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve (SKD K: indeks 105) ter finančno posredništvo (SKD J: indeks 100). MSP v vseh ostalih dejavnostih dosegajo podpovprečno delovno produktivnost.

Prevladujoča velikost podjetja se med Slovenijo leta 2002 in EU-19 v letu 1998 bistveno ne razlikuje. Le v dejavnosti finančnega posredništva (SKD J) prevladujejo v Sloveniji mikro podjetja, medtem ko v EU-19 velika podjetja.

V povprečju vseh neprimarnih dejavnosti je v Sloveniji v letu 2002 prevladovalo veliko podjetje. Isto je veljalo za EU-19 v letu 1998.

V primerjavi z ostalimi panogami je precej večja povprečna velikost podjetja, merjena s številom zaposlenih na podjetje v rudarstvu (Slovenija 34, EU-19 52), v oskrbi z elektriko, plinom in vodo (Slovenija 37, EU-19 57) in v finančnem posredništvu – SKD J (Slovenija 3, EU-19 14).

3.3 Kazalniki slovenskega gospodarstva v primerjavi z evropskim

Za Slovenijo velja, da po številu občutno prevladujejo mikro podjetja, ki jih je kar 93,5%, malih podjetij je 4,9% in srednje velikih podjetij nekaj več kot 1,3%. MSP skupaj znaša kar 99,7% (tabela 1-9). Velikih podjetij je po številu v skupnem številu podjetij le 0,3%. Struktura je zelo podobna tisti v Evropski uniji.

Delež vseh zaposlenih leta 2002 znaša v Sloveniji v MSP skoraj 66% (mikro podjetja 34%, mala podjetja 19%

²⁰ Podatek o podjetjih je prilagojen metodologiji European Observatory, kjer so izločene dejavnosti A – kmetijstvo, lov in gozdarstvo, B - ribištvo, L – javna uprava, obramba, socialno zavarovanje in M - izobraževanje. Zato je prikazano število seveda nižje od dejanskega števila podjetij v Sloveniji.

in srednje velika podjetja 13%), kar je več, kot znaša delež zaposlenih v velikih podjetjih. Velika podjetja so namreč zaposlovala 34% vseh zaposlenih. Če primerjamo strukturo zaposlenih v Sloveniji z EU, lahko zaključimo, da sta strukturi precej podobni.

Kazalnik dodane vrednosti na zaposlenega kaže veliko zaostajanje Slovenije za EU. Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v EU namreč znaša 80.000 evrov, v Sloveniji pa je ta samo 23.023 evrov. Velika razlika se pojavlja tudi pri podatku o prihodkih iz poslovanja na podjetje, ki je tudi eden od kazalnikov povprečne velikosti podjetja. Razmerje za povprečno evropsko podjetje glede na slovensko (podatek za leto 2002) znaša v letu 2000 1,100.000 evrov proti 556.400 evrov. Pri mikro podjetjih je to razmerje 200.000 evrov (EU) proti 136.900 evrov

(Slovenija). Pri srednje velikih podjetjih je razmerje še večje, in sicer 24.000.000 evrov (EU) proti 9.463.000 evrov (Slovenija). Največja pa je razlika pri velikih podjetjih. Razmerje znaša 255.000.000 evrov (EU) proti 66.422.000 evrov (Slovenija). Razmerje za MSP je 600.000 evrov (EU) proti 372.800 evrov (Slovenija).

Primerjali smo tudi delež stroškov dela v dodani vrednosti. V Sloveniji znaša ta delež v letu 2002 v povprečju 59,9%, medtem ko je v EU 56%. Razlika je še večja pri deležu stroškov dela v dodani vrednosti v velikih podjetjih, kjer znaša 61,8% za Slovenijo, za EU pa 49%. Občutna je še razlika za srednje velika podjetja, v katerih je slovenski delež stroškov dela v dodani vrednosti 67,1%, v EU pa 58%.

1 evro = 226,34955		Mikro, mala in srednja podjetja (MSP)				Velika podjetja	SKUPAJ PODJ.
		Mikro	Mala	Srednja podjetja	Skupaj MSP		
Število podjetij (v 1000)	SLO	853,61	4,424	1,11	89,14	0,30	89,45
	EU	19.040	1.200	170	20.415	40	20.455
Delež števila podjetij (%)	SLO	93,47	4,95	1,25	99,66	0,34	100,00
	EU	93,1	5,9	0,8	99,8	0,2	100,0
Število zaposlenih (v 1000)	SLO	135,15	87,78	118,56	341,49	208,96	550,44
	EU	41.750	23.080	15.960	80.790	40.960	121.750
Delež števila zaposlenih (%)	SLO	24,55	15,95	21,54	62,04	37,96	100,00
	EU	34,3	19,0	13,1	66,4	33,6	100,00
Povprečna velikost podjetja:							
• Število zaposlenih na podjetje	SLO	1,62	19,84	106,42	3,82	689,62	6,154
	EU	2	20	95	4	1.020	6
• Prihodki iz poslovanja na podjetje (v milij. evrov)	SLO	0,1369	2,0284	9,4630	0,3728	66,4220	0,5564
	EU	0,2	3,0	24,0	0,6	255,0	1,1
Dodana vrednost na zaposlenega (v 1000 evrih)	SLO	17,720	23,070	22,234	20,665	26,898	23,023
	EU	40	75	105	65	115	80
Delež stroškov dela v dodani vrednosti (v %)	SLO	46,14	61,56	67,07	58,39	61,75	59,88
	EU	66	66	58	63	49	56

Vir: Za Slovenijo IPMMP po podatkih AJPEs (podatki za leto 2002), za Evropo-19: European Observatory for SMEs – 6th Report, European Commission, 2000 (podatki za leto 2000).

Tabela 1-9: Nekateri kazalniki slovenskega gospodarstva v primerjavi z Evropo-19 v letu 2002²¹

V tabeli 1-10 je prikazana struktura zaposlenih po velikostnih razredih podjetij za Evropo-19, ZDA, Japonsko (vse 1998) in Slovenijo (2002). Slovenska struktura je zelo primerljiva z evropsko. V ZDA in na Japonskem pa v zaposlovanju prevladujejo velika podjetja (v ZDA s 54% in na Japonskem s kar 67%), kar kaže na relativno manjši pomen malih in srednje velikih podjetjih v teh državah.

²¹ Podatki za Slovenijo (brez dejavnosti: A – kmetijstvo, lov in gozdarstvo, B – ribištvo, L – javna uprava, obramba, socialno zavarovanje in M – izobraževanje).

	Delež zaposlenih po velikostnih razredih					Skupaj zaposleni v 1000	Povprečno število zaposlenih na podjetje
	Mikro, mala in srednja podjetja (MSP)				Velika %		
	Mikro %	Mala %	Srednja %	Skupaj MSP %			
Evropa – 19	34	19	13	66	34	118.310	6
ZDA	11	19	16	46	54	108.120	19
Japonska	n/a	n/a	n/a	33	67	57.350	10
Slovenija	24,5	16	21,5	62	38	550,4	6,15

Vir: Za Slovenijo IPMMP po podatkih AJPES (podatki za leto 2002), za Evropo-19: Observatory of European SMEs 2002/No.2, European Commission, stran 14.

Tabela 1-10: Zaposlenost v neprimarnem zasebnem sektorju²², Evropa-19, ZDA, Japonska (vse 1998) in Slovenija (2002)

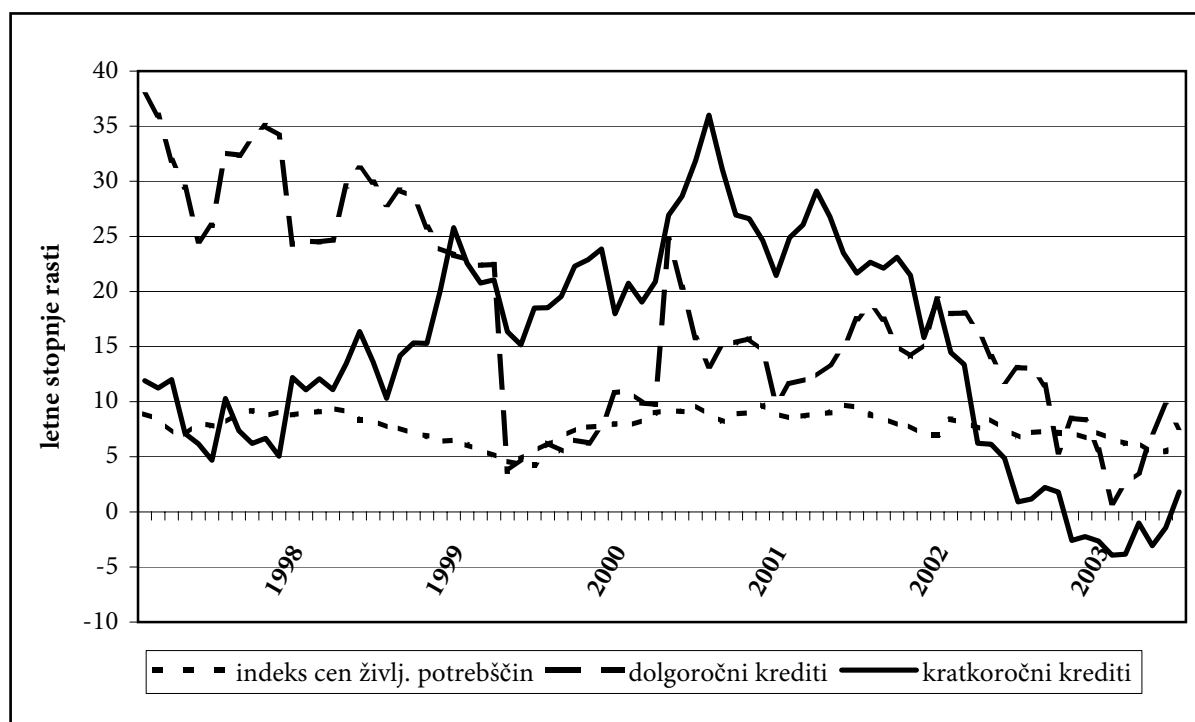
²² Brez dejavnosti A – kmetijstvo, lov in gozdarstvo, B - ribištvo, L – javna uprava, obramba, socialno zavarovanje in M – izobraževanje.

Izzivi bančnega financiranja malih in srednjih podjetij v Sloveniji in EU

1 UVODNE UGOTOVITVE

Empirične raziskave kažejo, da so bančni krediti najpomembnejši zunanji vir financiranja evropskih¹ in tudi slovenskih podjetij², vendar se njihov pomen v Sloveniji postopoma zmanjšuje (slika 2-1). Stopnji rasti dolgoročnih in zlasti kratkoročnih kreditov gospodarstvu po letu 2002

sta se močno zmanjšali in sta manjši od stopnje rasti cen, kar pomeni, da povpraševanje slovenskih podjetij po kreditih (slovenskih bank) realno upada. Podjetja navkljub zniževanju realnih obrestnih mer kreditov pri slovenskih bankah³ (slika 2-2), le-te postopoma zamenjujejo z drugimi viri financiranja⁴.



Vir: Banka Slovenije.

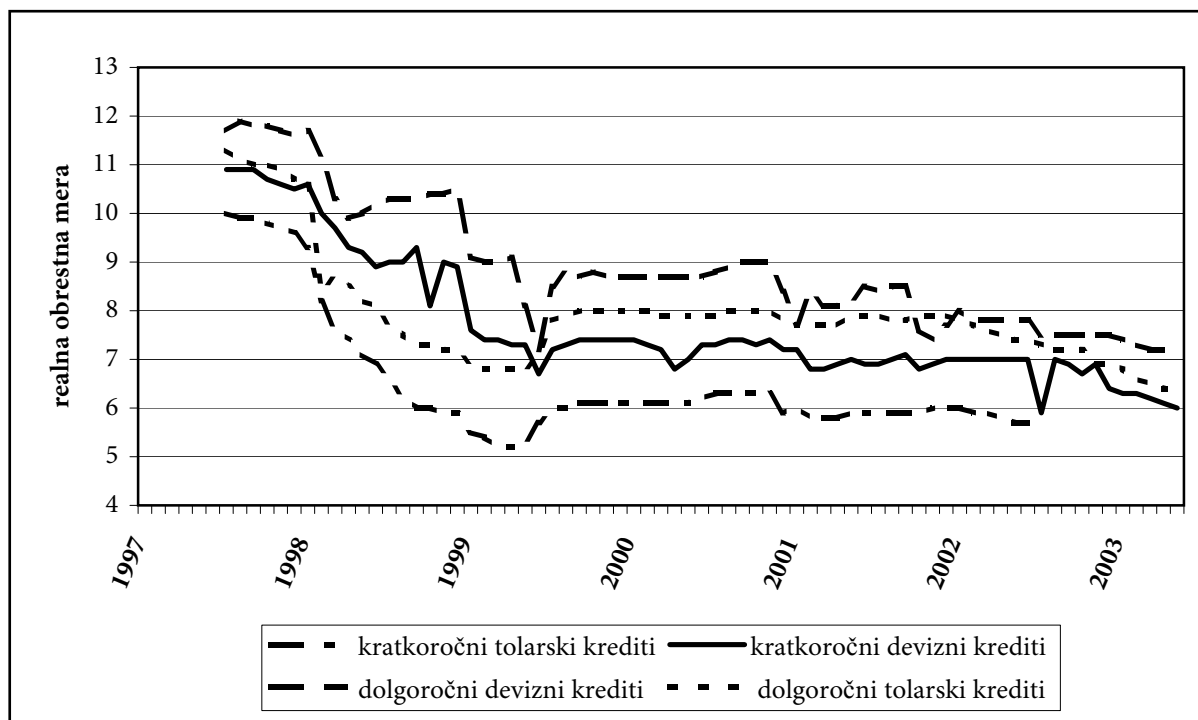
Slika 2-1: Letne stopnje rasti kreditov podjetjem

¹ European Commission (2003).

² Mramor et al. 1999, Mlinarič (2003).

³ V EU se nominalne obrestne mere kreditov gospodarstvu gibljejo med 6 in 9 odstotki (European Commission 2003).

⁴ Od zunanjih virov postaja čedalje privlačnejši vir financiranja za slovenska podjetja predvsem lizing. Lizing podjetja so leta 2002 zabeležila 38% večje povpraševanja po njihovih storitvah kot v letu 2001. Anketa Slovenskega inštituta za revizijo o izvajanju finančne funkcije v slovenskih podjetjih (SIR-SPF 2002) je pokazala, da večina podjetij meni, da je dolgoročni lizing najdražji vir financiranja, temu sledi lastniški kapital ter kratkoročna in dolgoročna posojila. Manjša podjetja prav tako ocenjujejo stroške zunanjega financiranja višje, kakor pa velika podjetja.



Vir: Banka Slovenije.

Slika 2-2: Realne obrestne mere kreditov bank v Sloveniji za podjetja

Vendar banke za podjetja niso pomembna le zaradi kreditov. Zanje opravljajo tudi plačilni promet doma in s tujino in nudijo številne finančne storitve, kot so factoring, forfeiting, posredovanje pri nakupih vrednostnih papirjev, svetovanje pri izdaji vrednostnih papirjev podjetij, individualno opravljanje finančnih sredstev, izdaja akreditivov, opravljajo inkaso posle, komisijske posle, zavarovanja in podobno. Če gledamo na odnos med podjetji in bankami z vidika bank, lahko v prihodnosti pričakujemo zmanjševanje pomena deleža obrestnih prihodkov v celotnih bančnih prihodkih (tabela 2-1) prikazuje strukturo bančnih prihodkov slovenskih bank

v obdobju od leta 1994 do 2002). Po našem mnenju sta dva najpomembnejša razloga ta: i) obrestne mere se bodo v Sloveniji z dezinflacijo ter integracijo slovenskega finančnega sistema v evropski finančni sistem zmanjševale, ob tem pa se že sedaj krepi nebančno financiranje podjetniškega investiranja, ii) dohodkovna elastičnost obrestnih prihodkov je manjša od ena, kar pomeni da klasična posredniška storitev (kreditno, depozitno poslovanje) bank ni luksuzna dobrina; z naraščanjem dohodka na prebivalca, povpraševanje po teh bančnih storitvah pojenja⁵, krepi pa se delež dohodkovno elastičnih finančnih storitev.

Delež v %	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Obrestni prihodki	61,2	58,0	57,7	57,3	59,7	54,7	53,7	57,6	57,9
Prihodki od naložbenja v kapital	1,9	2,6	3,3	1,5	0,7	2,8	1,5	4,9	4,1
Prejete opravnine	17,4	17,2	16	16,4	18,3	19,0	18,1	10,5	9,7
Prihodki iz finančnih poslov	16,4	15,8	12,7	16,1	11,3	13,5	15,5	24,7	27,2
Drugi poslovni prihodki	3,1	6,4	10,3	8,7	10,0	10,0	11,2	2,3	1,1

Vir: Letna poročila slovenskih poslovnih bank, lastni izračuni; od 1994 do 2000 vključeni prihodki vseh bank, za leti 2001 in 2002 izpuščeni prihodki dveh manjših bank.

Tabela 2-1: Deleži skupin prihodkov slovenskega bančnega sektorja

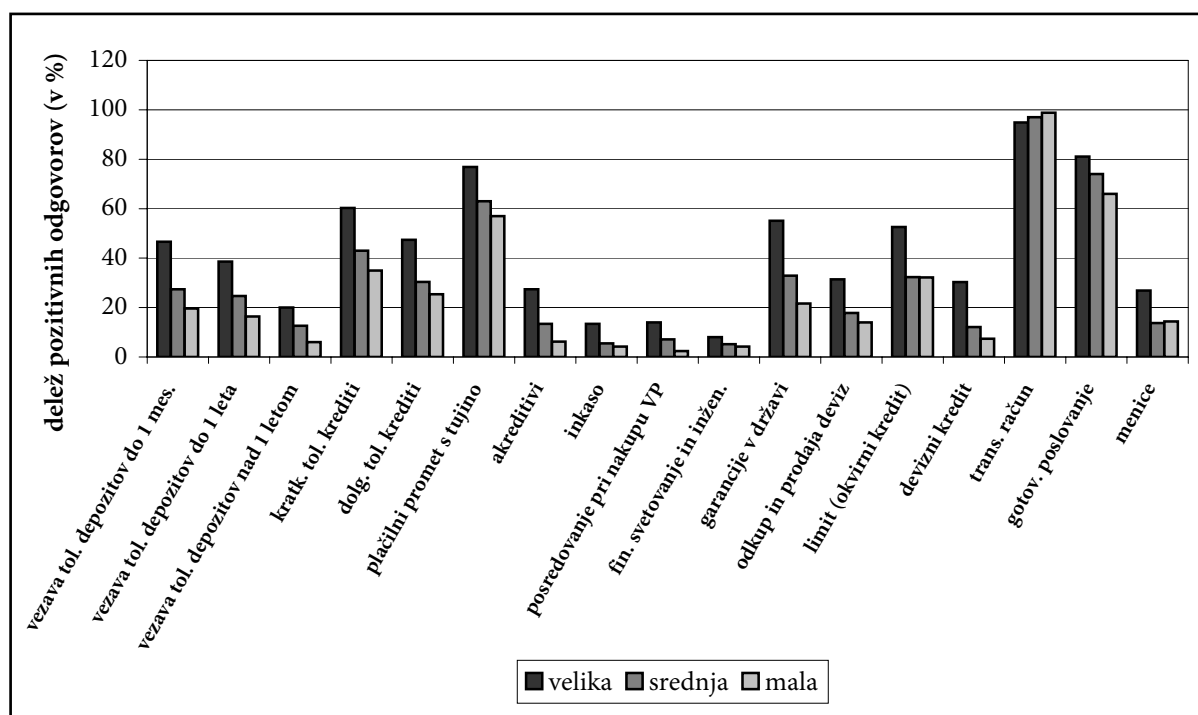
⁵ Dohodkovne elastičnosti obrestni prihodkov v vseh državah EU so manjše od 1 (Vesala 2000).

Čeprav so prihodnost bančno-podjetniškega sodelovanja finančne storitve, želimo v tem prispevku pokazati, da obstaja tudi na področju kreditno-depozitnih bančnih poslov še veliko neizkoriščenih možnosti rasti za banke, oziroma virov financiranja za podjetja. Na osnovi ankete tržnega položaja in ugleda slovenskih bank med slovenskimi podjetji, opravljeni leta 2003⁶, raziskave Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij (IPMMP) med slovenskimi podjetji za leto 2003⁷ ter podobne ankete med podjetji v Evropi v letu 2002⁸, predstavimo nekatere razsežnosti odnosa banka-podjetje in izzive financiranja⁹ slovenskih malih in srednje velikih podjetij (MSP) z bančnimi krediti.

2 ZNAČILNOSTI POSLOVANJA MSP S SLOVENSKIMI BANKAMI

Slovenska podjetja povprašujejo po številnih bančnih storitvah bank (slika 2-3). Praktično vsa podjetja imajo pri domačih bankah odprti transakcijski račun (94,9% velikih

podjetij, 97% srednje velikih podjetij ter 98,8% malih podjetij¹⁰), ter uporabljajo storitve notranjega plačilnega prometa (81,1% velikih podjetij, 74% srednje velikih podjetij ter 66% malih podjetij) ter zunanjega plačilnega prometa (76,9% velikih podjetij, 63% srednje velikih podjetij ter 57% malih podjetij), najemajo različne kredite (kratkoročne tolarske kredite 60,3% velikih 43% srednje velikih ter 35% malih podjetij; okvirne kredite (limite) 52,6% velikih, 32,3% srednjih ter 32,2% malih podjetij; dolgoročne tolarske kredite 47,4% velikih, 30,4% srednje velikih ter 25,4% malih podjetij; devizne kredite 30,3% velikih, 12,1% srednje velikih ter 7,4% malih podjetij), garancije v državi, v manjši meri pa nalagajo presežke denarnih sredstev ter koristijo druge finančne storitve (akreditivi, menice, inkaso posli, ipd). Koriščenje pestrosti bančne ponudbe je pri tem povezano z velikostjo podjetij, saj je pri večini vrst bančnih storitev delež podjetij, ki koristijo bančno storitev, najmanjši prav za skupino najmanjših podjetij.



Vir: Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus (2003).

Slika 2-3: Uporaba vrst bančnih storitev pri slovenskih podjetjih

⁶ Raziskavo ugleda, kakovosti storitev in tržnega položaja slovenskih bank med podjetji (2003) je za naročnika, Združenje bank Slovenije in njene članice, na vzorcu 350 velikih, 350 srednjih in 500 malih podjetij, opravila Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus.

⁷ O vzorcu in načinu izvajanja te ankete podrobneje v prilogah.

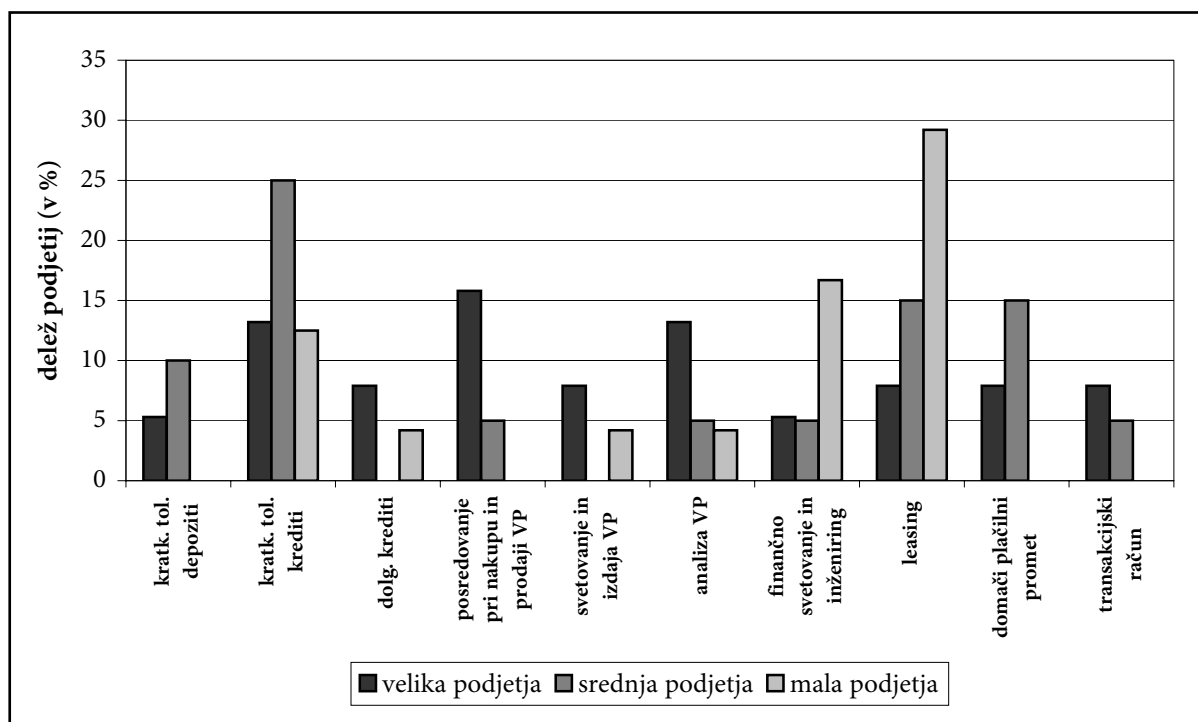
⁸ Raziskavo med 7750 malimi in srednje velikimi podjetji v 19 državah Evrope (EU-15 ter Švici, Norveški, Islandiji in Liechtensteinu) je za Evropsko komisijo izvedla Evropska mreža za raziskovanje malih in srednjih podjetij (European Network for SME Research). Rezultati raziskave so objavljeni v Observatory of European SMEs (European Commission 2003).

⁹ Anketa IPMMP za leto 2003 je med slovenskimi MSP identificirala dostop do finančnih virov kot temeljno poslovno oviro: tako odgovarja 63,45% mikro podjetij (0 do 9 zaposlenih), 59% malih podjetij (od 10 do 49 zaposlenih) ter 51% srednje velikih podjetij (od 50 do 249 zaposlenih); slednja skupina podjetij kot najpomembnejšo poslovno oviro že ocenjuje pomanjkanje izobražene in usposobljene delovne sile in šele temu sledi dostop do finančnih virov.

¹⁰ Mala podjetja so podjetja z do 50 zaposlenimi, srednja podjetja z do 125 zaposlenimi in velika podjetja z več kot 125 zaposlenimi.

Pomen bank na finančnem trgu razkriva tudi *slika 2-4*, ki prikazuje delež podjetij, ki opravljajo finančne storitve z nebančnimi institucijami, specializiranimi podjetji ali pa na sivem trgu. Na teh segmentih finančnega trga slovenska podjetja povprašujejo predvsem po storitvah svetovanja, izdajanja ter trgovanja z vrednostnimi papirji, finančnem

svetovanju ter po kratkoročnih kreditih in lizingu. Po lizingu ter kreditih pri nebančnih institucijah ter na sivem trgu povprašujejo predvsem mala in srednje velika podjetja, vendar pa je delež povpraševanja podjetij na teh segmentih finančnega trga manjši kakor pa pri bančnih kreditih.



Vir: Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus (2003).

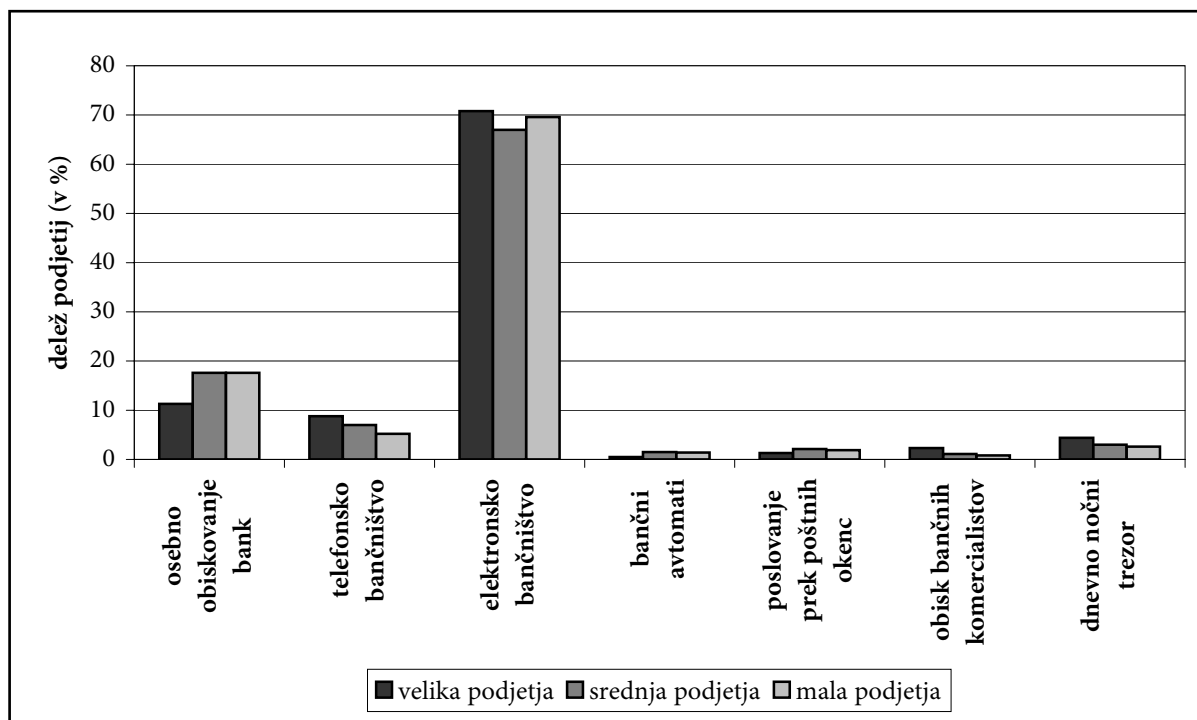
Slika 2-4: Povpraševanje po finančnih storitvah nebančnih finančnih institucij in na sivem trgu

Med posameznimi velikostnimi skupinami slovenskih podjetij ni pomembnih razlik v načinu poslovanja z bankami. Večina podjetij uporablja storitve elektronskega bančništva, pri srednje velikih ter malih podjetjih pa je, v večji meri kot pri velikih podjetjih, značilno še osebno obiskovanje bank (*slika 2-5*).

Podjetja ocenjujejo kakovost bančnih storitev predvsem na osnovi hitrosti opravljanja storitev, fleksibilnosti banke ter njenega pristopa k reševanju potreb podjetij, zelo pomembna je tudi tradicija poslovanja med banko in podjetjem, saj se podjetja pogosto odločajo za nadaljnje sodelovanje z banko na osnovi izkušenj poslovanja z njo. V manjši meri so pomembni cenovni dejavniki ponudbe bank, kakovost opravljanja storitev ter lokacija banke (*slika 2-6*).

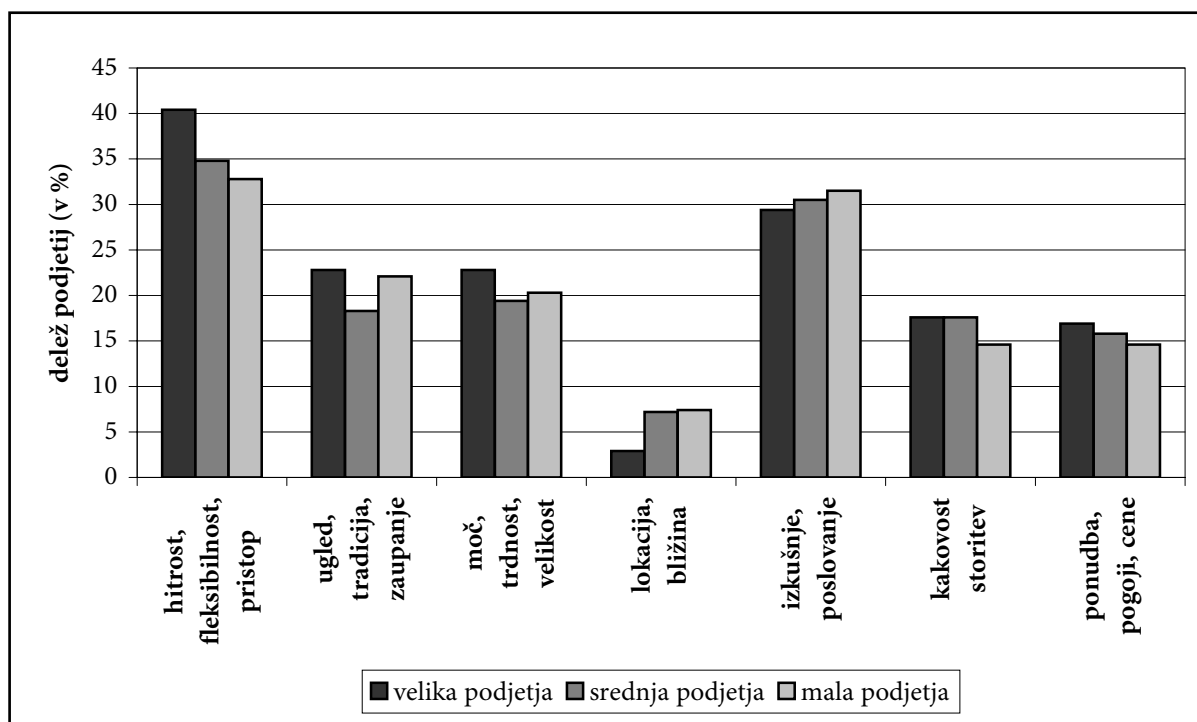
V kreditnem poslovanju z bankami slovenskim MSP največjo oviro predstavljajo visoke obrestne mere, zavarovanje kreditov, zapleten in dolgotrajen postopek odobritve kredita ter nerazumevanje potreb MSP (*slika 2-7*).

Pomembna ugotovitev na *sliki 2-7* je, da ovire naraščajo z majhnostjo podjetja, kar poskušamo pojasniti v nadaljevanju.



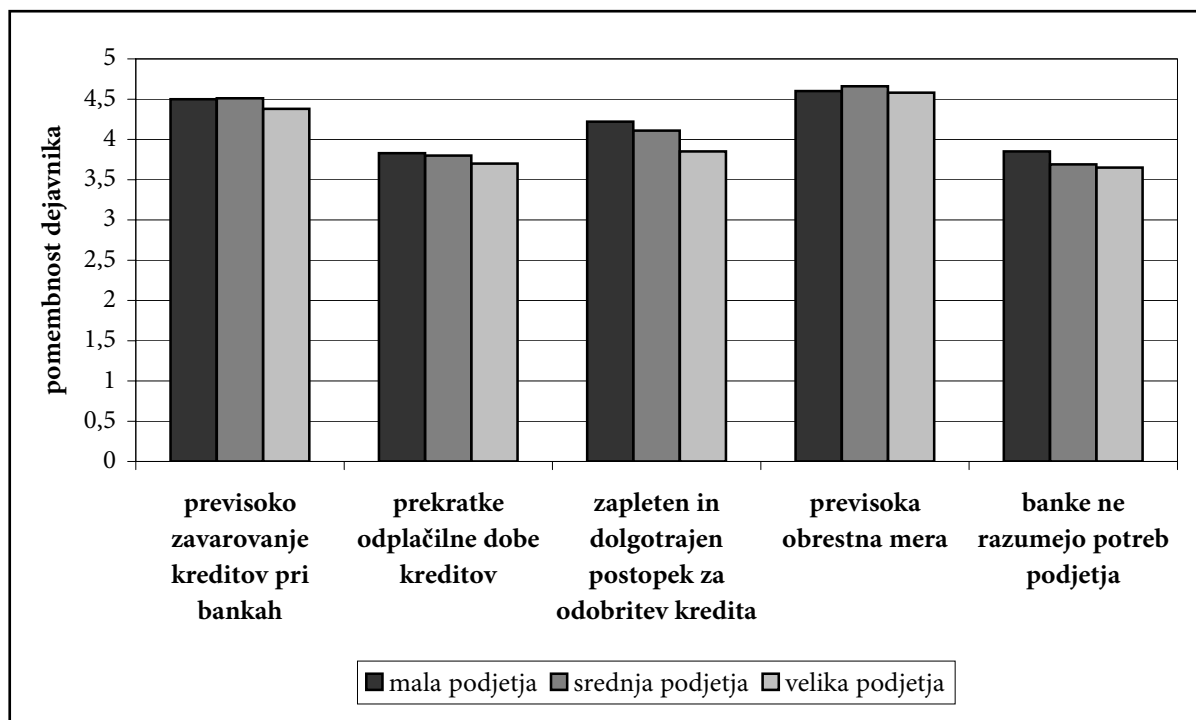
Vir: Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus (2003).

Slika 2-5: Način poslovanja slovenskih podjetij z bankami



Vir: Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus (2003).

Slika 2-6: Dejavniki vrednotenja kakovosti ponudbe bank



Vir: Raziskava IPMMP, 2003.

Opomba: Pomembnost dejavnika narašča z vrednostjo na intervalu 0 do 5.

Slika 2-7: Temeljne ovire MSP pri dostopu do bančnih kreditov

3 INFORMACIJSKI TOK MED PODJETJI IN BANKAMI

Bančna literatura izpostavlja asimetričnost informacij kot temeljni problem pridobivanja finančnih sredstev malih in srednjih podjetij. V primerjavi z velikimi podjetji, finančna javnost (banke) v primeru MSP pogosto ne razpolagajo zadostno z informacijami o podjetju, na osnovi česar bi lahko oblikovale takšne finančne instrumente, s katerim bi zmanjšala tveganje financiranja na spremenljivo raven. Posledica asimetričnosti informacij je, da je kredit malim in srednjim podjetjem za banko bolj tvegan kakor kredit velikim podjetjem, zaradi česar je prošnja MSP za bančni kredit bolj verjetno zavrnjena (racionirana), kakor pa prošnja za kredit, ki jo vloži veliko podjetje, (Stiglitz in Weiss 1981), četudi so mala in srednja podjetja

pripravljena plačati vse cenovne in necenovne elemente kreditne pogodbe (Freixas in Rochet 1997, 137). Ker je kredit najpomembnejši zunanji vir financiranja podjetij, banke pa njihov najpogostejši vir (glej *sliki 2-3 in 2-4*), je najpomembnejši izziv bančno-podjetniškega sodelovanja izboljšanje informacijskega toka med njimi¹¹.

V evropski raziskavi (European Commission 2003) so mala in srednja podjetja kot temeljni razlog zavrnitve vloge za bančni kredit navedla nezadostno ponujeno zavarovanje kredita ter pomanjkljivo informacijsko podlago bank, potrebno pri presoji kreditnega potenciala podjetij (*tabela 2-2*).

Banke del večjega¹² kreditnega tveganja pri MSP pokrivajo z višjo obrestno mero¹³, del pa z zavarovanjem

¹¹ Intervencionizem vlad, s katerim bi zmanjšali finančne omejitve MSP z inštrumenti kot so garancijske sheme, subvencioniranje obrestne mere ali neposredno kreditiranje podjetij, posameznim podjetjem sicer zmanjša finančne omejitve pri uresničevanju njihovih poslovnih ciljev, a je z vidika (Pareto) učinkovitega razpolaganja z razpoložljivimi narodnimi resursi vprašljivo (glej npr. Williamson 1994), saj ti ukrepi ne zmanjšujejo razsežnost temeljnega izvora finančnih omejitev podjetij, t.j. informacijskega problema. Vladni ukrepi morajo biti zato usmerjeni predvsem v zmanjševanje asimetričnosti informacij med bankami ter MSP, vzpodbujanju izmenjave podatkov o bančnih komitentih med bankami (Japelli in Pagano 2002), uporabi informacijske tehnologije, ki izboljšuje dostop do podatkov in izdelavo bolj zanesljivih ocen kreditnega tveganja ter olajšujejo postopek zamenjave banke. V tem prispevku se osredotočamo po našem mnenju na najpomembnejši ukrep, ki jih lahko MSP, da bi izboljšala dostop do bančnih kreditov, izvedejo sama – tesnejše sodelovanje in uporaba storitev več bank.

¹² Gledajoč posamezen kredit, je kredit MSP običajno bolj tvegan, vendar pa portfelj kreditov MSP ni nujno bolj tvegan kakor portfelj kreditov velikim podjetjem (Dietsch 2003). Velika podjetja so ob poslabšanju gospodarskih razmer "zaklenjena" v obstoječe tehnologije in organizacijsko strukturo, majhna podjetja pa so bolj fleksibilna, zaradi česar je sistematično tveganje pri portfelju kreditov velikim podjetjem večje, kakor pa sistematično tveganje pri kreditih MSP.

¹³ Mlinarič (2003) ugotavlja, da MSP v Sloveniji v povprečju plačujejo do 1,5 odstotne točke višje obrestne mere za kratkoročne kredite domačih bank ter približno 5 odstotnih točk višjo obrestno mero za tuja posojila. Razlike v obrestnih merah za dolgoročne kredite pa dosegajo pri domačih in tujih kreditih približno 1 odstotno točko.

kredita¹⁴(zastava nepremičnin in premičnin, zavarovanje dolga pri zavarovalnici, zastava prvovrstnih vrednostnih papirjev, pobot s sredstvi na poslovnem računu, poroštvo pravne osebe ali zasebnika, zastavo terjatev). Če bi banka lahko natančno ocenila tveganje odobrenih kreditov, zavarovanje ne bi bilo potrebno, saj bi kredite z nespremenljivo visokim tveganjem nevrčila izločila z dovolj visoko obrestno mero. Ker pa je identifikacija kreditnega tveganja pogojena s kvaliteto informacij o komitentu in njihovo obdelavo, z izdelavo ocene tveganja specifičnega kredita, je tudi problem zavarovanja kredita v

bistvu problem pomanjkanja (asimetričnosti) informacij¹⁵ Fiksni stroški pridobitve bančnega kredita (banke običajno zahtevajo podjetniški načrt, finančni načrt, poročilo o poslovanju in investicijski elaborat) na denarno enoto pridobljenega kredita so za manjša podjetja večja, zlasti mala podjetja pa običajno tudi nimajo zadostnih človeških resursov za pripravljane teh poročil in kominiciranja z javnostjo (rednega komuniciranja z bankami)¹⁶, s čimer bi zmanjšala asimetričnost informacij, in so zato v večji meri racionirana kakor velika podjetja, kar potrjujejo tudi novejša empirične raziskave¹⁷.

	Mikro podjetja	Mala podjetja	Srednje velika podjetja
Nezadostno zavarovanje kredita	23	34	3
Slabo poslovanje podjetja	7	4	17
Pomanjkanje informacij o podjetju	5	10	20
Drugi razlogi	55	38	47
Ni odgovora	11	14	12

Vir: European Commission, 2003.

Opomba: Mikro podjetja – 0 do 9 zaposlenih, mala podjetja – 10 do 49 zaposlenih, srednja podjetja – 50-249 zaposlenih.

Tabela 2-2: Najpogostejši razlogi zavrnitve bančnega kredita MSP v Evropi - 19

Kot kažejo podatki raziskave med evropskimi podjetji, kakovost in obseg posredovanih podatkov narašča z velikostjo podjetij (slika 2-8). Nova informacijska in komunikacijska tehnologija, regulacija ter višje informacijske zahteve podjetnikov samih ter bank v številnih evropskih državah sicer izboljšuje kakovost informacij, ki jih MSP posredujejo bankam, a ti podatki so še vedno manj strukturirani ter po mnenju predstavnikov bank preveč optimistični v primerjavi s posredovanimi podatki velikih podjetij (European Commission 2003).

Pogosto ni premalo transparentno le poslovanje MSP, temveč tudi postopek ter kriteriji, po katerih banke sprejemajo odločitve o kreditiranju¹⁸. V ta namen nekatere banke v EU pripravljajo programsko opremo za izdelavo potrebne dokumentacije in simulacije izpolnjevanja kriterijev pridobitve kredita (slovenske banke nudijo takšne programe pri kreditih prebivalstvu).

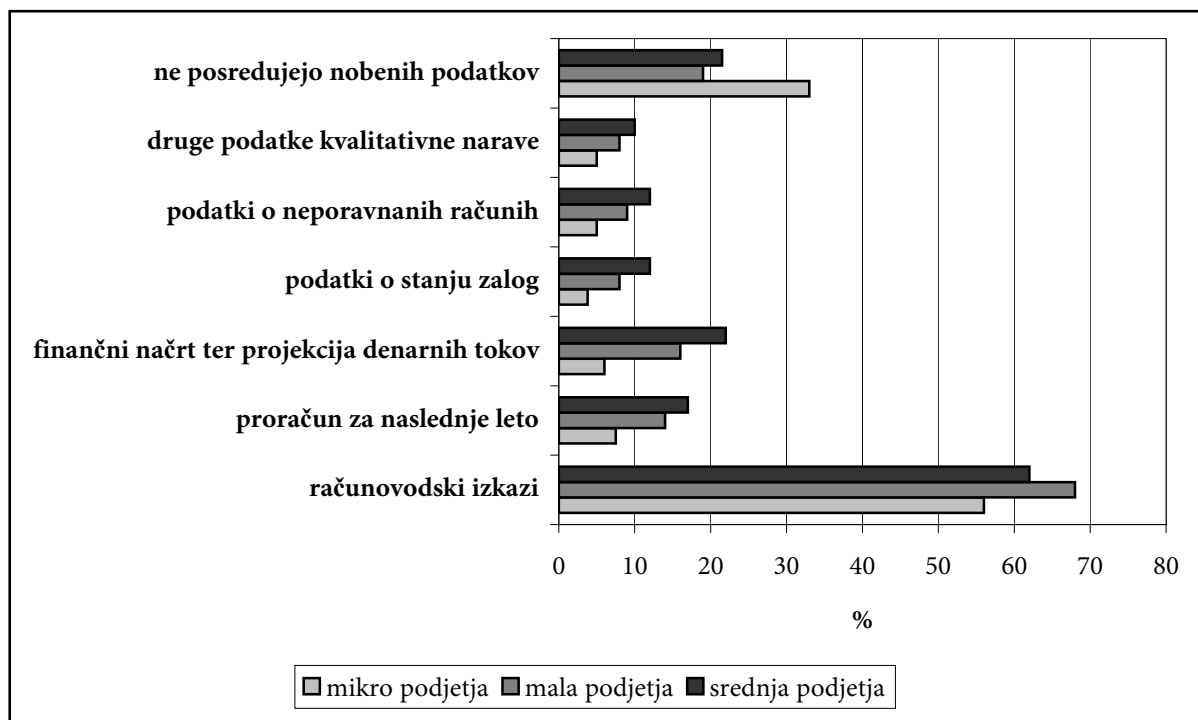
¹⁴ Banke zaradi večjega tveganja kreditov zahtevajo večjo zavarovanje kreditov MSP, ki lahko znašajo tudi do 150% kreditne glavnice (glej European Commission 2001).

¹⁵ To priznava tudi osnutek Kodeksa ravnanja med bankami in malimi in srednjimi podjetji (angl. Code of Conduct between banks and SME), ki bi naj določal način prihodnjega sodelovanja med bankami ter malimi in srednjimi podjetji v Evropski uniji in ga na pobudo Sveta Evropske komisije za Industrijsko politiko (Industry Council) skupaj pripravljajo temeljne predstavniške organizacije podjetij (Eurochamber (Evropska gospodarska zbornica), UEAPME - Union europeenne de l'artisanat et des petites et moyennes entreprises (Evropsko združenje obrtniških malih in srednje velikih podjetij) in UNICE - The Union of Industrial and Employers' Confederations of Europe (Združenje evropskih konfederacij delodajalcev) ter bank (FEB - Federation of Banks of European Union (Federacija bank Evropske unije), EACB - European Association of Cooperative Banks (Evropsko združenje združenih bank), ESBG - European Savings Bank Group (Evropsko združenje hranilnic)).

¹⁶ MSP v ta namen pogosto uporabljajo zunanje strokovnjake, čeprav banke pogosto preferirajo informacije neposredno od podjetnika, iz česar lahko tudi spoznajo določene osebne značilnosti podjetnika (European Commission 2003).

¹⁷ Guiso (2003) za italijanska podjetja pokaže, da je kreditna prošnja zavržena predvsem malim italijanskim podjetjem in je v teh primerih glavni razlog pomanjkanje lastniškega kapitala. Dietsch (2003) za francoska MSP prav tako potrди tezo, da so racionirana predvsem mala in srednje velika podjetja. V Nemčiji (Hommel in Schneider 2003) pa niso racionirana zgolj MSP podjetja, ampak tudi večja podjetja. Zastoj rasti kreditov slednjih je povezan z gospodarsko stagnacijo v Nemčiji in slabo kapitaliziranostjo (veliko zadolženostjo) nemških podjetij.

¹⁸ Glej npr. Cziraky et al. (2002).



Vir: European Commission, 2003.

Slika 2-8: Podatki, ki jih podjetja redno posredujejo svoji glavni banki v Evropi - 19

4 PREDNOSTI IN SLABOSTI TESNEJŠEGA SODELOVANJA PODJETIJ Z BANKAMI

Nekatere raziskave potrjujejo intuitivno sklepanje, da podjetja v zgodnejših fazah po ustanovitvi pridobivajo bančni kredit pri eni banki ter da si z naraščanjem bančnega zadolževanja izposojajo denar tudi pri drugih bankah (Farinha in Santos 2000). Kljub temu podjetja večino poslovanja z bankami koncentrirajo na eno banko. V Sloveniji tako 92% velikih podjetij, 97% srednje velikih podjetij ter 98% malih podjetij trdi, da ima glavno banko.

Prednosti tesnejšega sodelovanja, ki se običajno razvije z daljšim sodelovanjem med podjetjem in bankami (angl. relationship banking), so: večja pripravljenost posredovanja tržno občutljivih privatnih informacij¹⁹ (Bhattacharya in Chisea 1995), ponudba bančnih storitev, ki bolj ustreza potrebam komitenta, saj banka s trajanjem odnosa spoznava (banka in podjetje se "učita") specifičnosti poslovanja podjetja, večja fleksibilnost v sklepanju kreditnih pogodb z banko (Boot et al. 1993, Boot in Thakor 1994, Von Thadden 1995), povečanje ugleda podjetja, saj sposobnost pridobivanja bančnih kreditov trgu signalizira plačilno sposobnost in pričakovano donosnost poslovanja podjetja (Fama 1985, Diamond

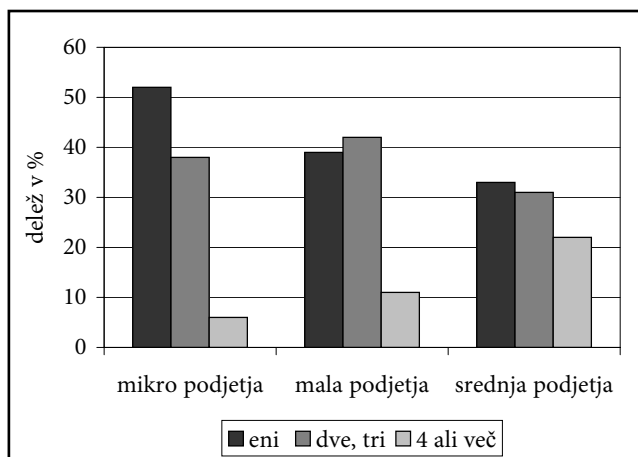
1991). Tesna navezava podjetja na banko tako zmanjšuje problem škodljive selekcije in moralnega hazarda in povečuje razpoložljivost kredita v gospodarstvu. Tesnejše osredotočanje na eno banko po drugi strani poveča pogajalsko moč banke (Rajan 1992), saj banki omogoča, da veže podjetje nase (banka razpolaga z privatno informacijo o komitentu in tako razvije asimetričnost informacij med banko in preostalim finančnim trgom²⁰), (angl. hold-up problem) in tako zasluži monopolni dobiček (Sharpe 1990); zmanjša se tudi napor, ki ga kreditojemalec vložiti v upravljanje podjetja (Dewatripont in Maskin 1995, Bolton in Scharfstein 1996), saj takšna banka ne izvaja nadzor nad kreditojemalcem tako intenzivno kakor banka, ki nima dolgoročnega sodelovanja s podjetjem (kreditna linija "relationship bankinga" podjetju torej "zmehta" trdo proračunsko omejitev, kateri je izpostavljeno podjetje na popolnoma konkurenčnem trgu) in povečajo se preklonni stroški (t.j. stroški prehoda pridobivanja bančnih storitev od drugih bank), (Garella in Guiso 2000). Negativne učinke "relationship" bančništva je možno zmanjšati predvsem s sodelovanjem z več bankami (Sharpe 1990, Rajan 1992). Medtem ko ameriške empirične študije (npr. Petersen in Rajan 1994, Bodernhorn 2002, Berger in Udell 1995) dokazujejo, da prevladujejo prednosti tesnejšega sodelovanja z bankami (nižje obrestne mere

¹⁹ To so npr. računovodski podatki o uspešnosti poslovanja, poslovni načrti, podatki o načrtovanih spremembah v managementu in podobno.

²⁰ Vežava bančnega komitenta banki omogoča, da dobičke in izgube iz poslovanja z določenim komitentom (podjetjem) skozi daljše obdobje izravna. S tem lahko odobri tudi bolj tvegane kredite, če kasneje pričakuje, da se bo poslovanje podjetja toliko izboljšalo, da bo iz kasnejših kreditov komitentem pokrilo tudi izgubo iz prejšnjih kreditov (Allen in Gale 1999).

in nižja zavarovanja kreditov), evropske raziskave ne vodijo do enotnih zaključkov (npr. Harhoff in Körting (1998) ter Dietsch (2003) za nemška podjetja pokažejo, da hausbanking²¹ znižuje stroške dolžniškega financiranja, Angelini et al (1998) ugotavljajo, da podjetja, ki sodelujejo tesneje z eno banko, plačujejo za kredite več). "Relationship banking" ni prevladujoč način poslovanja med podjetji in bankami, saj je povezan s stroški tako na strani bank (stroški monitoringa, potencialno napačnih odločitev o dolgoročnih perspektivah poslovanja komitentov), kakor tudi podjetij (preklopni stroški, stroški obveščanja bank). Pogost praktičen nasvet MSP podjetjem je ta, da naj sodelujejo z več bankami (Dietsch 2003).

Velika podjetja lažje izkoristijo prednosti tesnejšega sodelovanja z bankami: i) ker so finančni javnosti bolj znana, je napor (in stroški) podjetja, da zmanjša asimetričnost informacij v kreditnem odnosu manjša in lahko hitreje razvije visoko raven zaupnosti med banko in podjetjem, ii) pogajalska moč podjetij je s tem večja, saj lahko hitreje prestopijo k drugi banki (kadar so finančno zdrava in sposobna po tržni ceni plačati kredit, torej je manjša verjetnost, da so racionirana), kakor mala podjetja, ki so na trgu neznana in so vlagala relativno večji napor in stroške v razpoznavnost pri svoji glavni banki. Velika podjetja tako sodelujejo z več bankami, kar potrjujejo tudi raziskave med evropskimi MSP in slovenskimi podjetji (sliki 2-9 in 2-10).



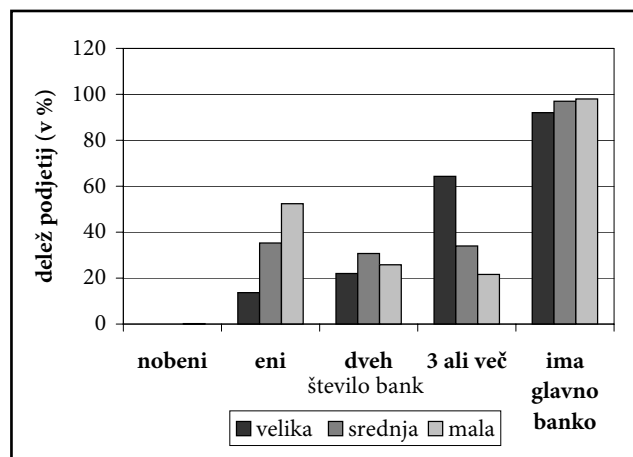
Vir: European Commission, 2003.

Slika 2-9: Število bank, pri katerih MSP v Evropi - 19 uporabljajo bančne storitve

V Evropi večina MSP podjetij pridobiva kredit in uporablja druge bančne storitve pri zgolj eni banki (slika 2-9); natančneje storitve ene banke uporablja 52% mikro podjetij, 39% malih podjetij ter 33% srednje velikih

podjetij. Storitve pri dveh ali treh bankah uporablja 38% mikro podjetij, 42% malih podjetij ter 31% srednje velikih podjetij. Storitve več kot štirih bank uporablja 22% srednje velikih podjetij, a le 6% mikro podjetij. Število bank, od katerih podjetja pridobivajo kredite ali druge bančne storitve, narašča z velikostjo podjetij. Večina MSP podjetij (54%) se kljub temu osredotoča na eno banko.

V Sloveniji ravnajo podjetja podobno (slika 2-10). Število bank, s katerimi ima podjetje stike, narašča z naraščanjem podjetja. Mala podjetja poslujejo večinoma zgolj z eno banko (52,4% malih podjetij), ter manj z dvema (25,8%) ali tremi in več bankami (21,6%). Srednje velika podjetja prav tako uporabljajo večinoma storitve ene banke (35,3%), vendar je delež podjetij, ki uporabljajo storitve dveh (30,7%) ter treh ali več bank (34,0%) večji. Velika slovenska podjetja uporabljajo v veliki večini storitve treh ali več bank (64,3%), medtem ko storitve zgolj ene banke uporablja le 13,7% velikih podjetij. Delež podjetij, ki navaja, da ima eno glavno banko, pri drugih pa dopolnjuje zadovoljevanje potreb, ki jih banka lahko zadosti, je v vseh velikostnih skupinah podjetij kar prek 90%.



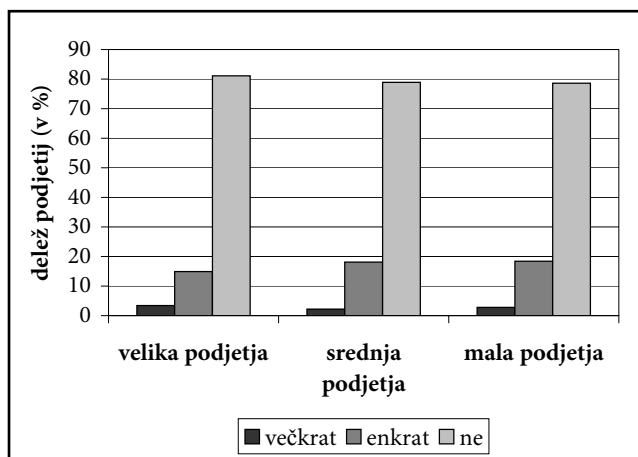
Vir: Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus, 2003.

Slika 2-10: Število bank, pri katerih uporabljajo slovenska podjetja bančne storitve

5 ZADOVOLJSTVO IN POGOSTOST ZAMENJAVE BANK

Bančni trg je konkurenčen, če lahko bančni komitenti hitro in z nizkimi stroški prestopijo k drugi banki. Vendar se podjetja ne odločajo pogosto za zamenjavo banke, s katero že dlje časa poslujejo (slika 2-11), kar je verjetno povezano s stroški izgubljenega časa npr. pri odpiranju novega računa, prenosu podatkov o podjetju v novo banko, spremembo kontaktne osebe v banki ipd..

²¹ Hausbanking je termin, ki se je uveljavil tudi v mednarodni bančni literaturi, s katerim označujemo naslednje značilnosti dolgoročnega bančno-podjetniškega sodelovanja (Elsas 2003, Elsas in Krahen 2003): i) banka ima velik delež v dolgu podjetja, ii) ima velik delež v plačilnih transakcijah podjetja, iii) velik delež bodisi v kratkoročnem ali dolgoročnem financiranju podjetja, iv) vpliva na vodenje podjetja (npr. sedeži v nadzornem svetu), v) banka je tudi lastniško udeležena v podjetju.

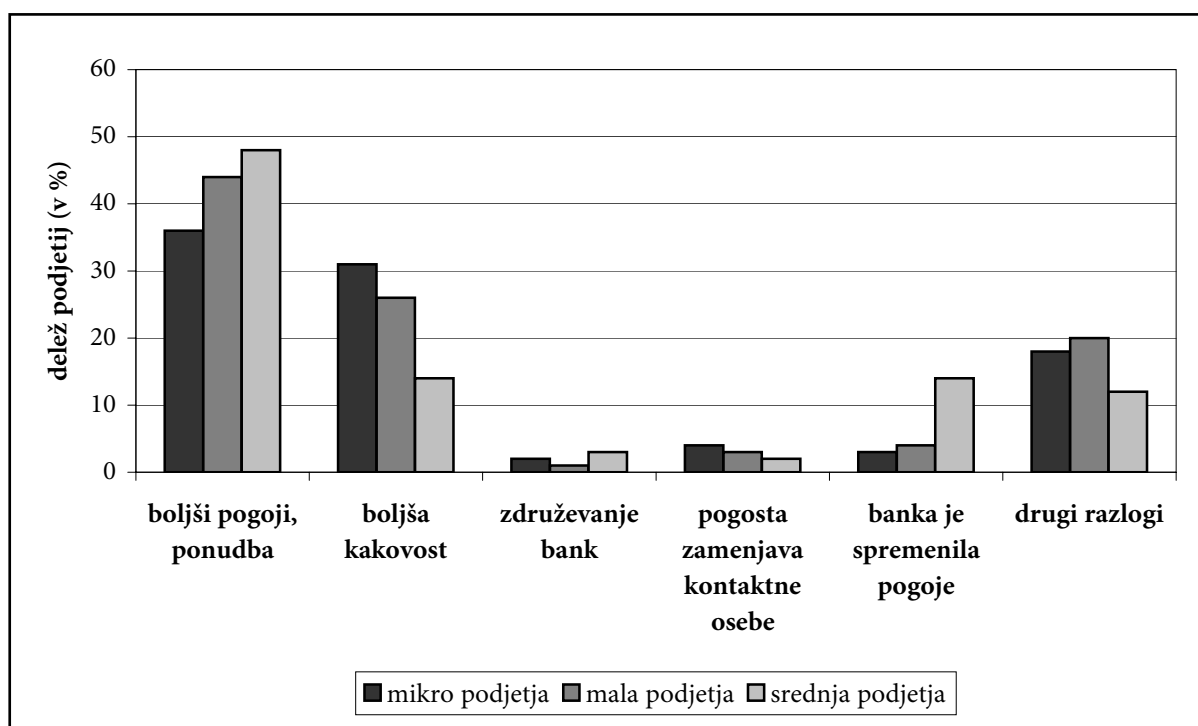


Vir: Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus, 2003.

Slika 2-11: Pogostost zamenjave glavne banke pri slovenskih podjetjih

V nekaterih državah so v okviru politike povečanje konkurence na bančnem trgu podjetjem olajšali izstop in prestop v banke. Tako je npr. Britansko združenje bank²² sprejelo bančni kodeks, ki od bank zahteva, da novi banki nekdanjega komitenta pošlje podatke o stanjih na računih v roku petih delovnih dni od prejema prošnje za zamenjavo banke, ter da je celoten postopek zamenjave končan v petih tednih.

Evropska mala in srednja podjetja²³ kot najpogostejši razlog zamenjave banke navajajo boljše pogoje in ponudbo pri drugih bankah (36% mikro podjetij, 44% malih podjetij ter 48% srednje velikih podjetij) ter boljšo kakovost (31% mikro podjetij, 26% malih podjetij ter 14% srednje velikih podjetij) (slika 2-12).



Vir: European Commission, 2003.

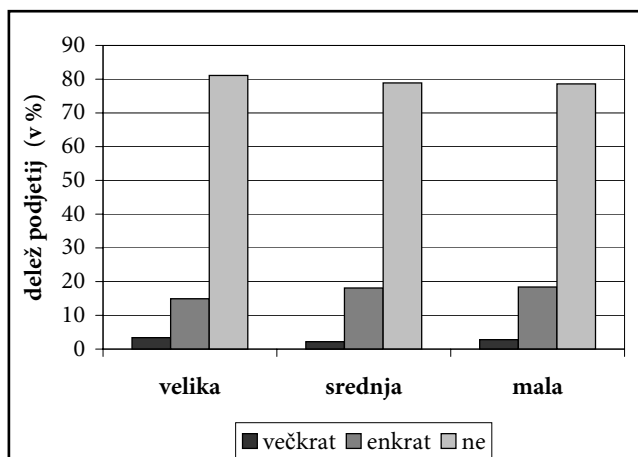
Slika 2-12: Razlogi zamenjave glavne banke podjetij v EU - 19

Slovenska podjetja, ne glede na velikost, podobno kot podjetja drugod po Evropi, ne zamenjujejo pogosto bank (slika 2-13).

Najbolj pogosto naveden razlog zamenjave banke je nezadovoljstvo s poslovanjem z banko (sem lahko prištejemo razloge kot so počasnost odziva banke na potrebe podjetja, napake pri poslovanju, razlogi povezani z uslužbenci in podobno), v manjši meri pa dejavniki povezani s pogoji in cenovnimi značilnostmi ponudbe ter kakovost storitev (slika 2-14).

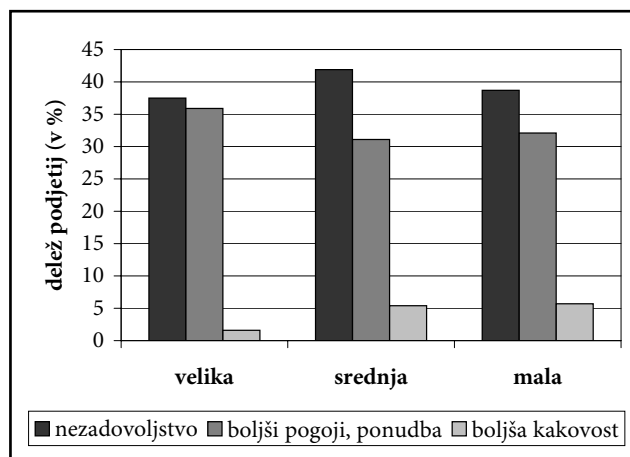
²² British Banker Association. The Business Banking Code, London. 2002.

²³ ENSR raziskava (European Commission 2003) med podjetji je pokazala, da je 12% MSP v zadnjih treh letih zamenjalo glavno British Banker Association. The Business Banking Code, London. 2002.



Vir: Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus, 2003.

Slika 2-13: Pogostost zamenjave banke pri slovenskih podjetjih



Vir: Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus, 2003.

Slika 2-14: Razlogi zamenjave banke pri slovenskih podjetjih

6 EKSOGENI IZZIVI BANČNO- PODJETNIŠKEGA SODELOVANJA

Vstop v EU in integracija slovenskega gospodarstva in finančnega trga, ob nekaterih drugih strukturnih spremembah v bančništvu, ki potekajo neodvisno od integracijskih procesov (globalizacija, razvoj informacijske tehnologije), bo vplival na omenjena razmerja med bankami in MSP. Poglejmo nekatere možne posledice za bančno kreditiranje MSP.

K možnim dejavnikom, ki bi lahko pozitivno vplivali na financiranje MSP, lahko štejemo naslednje:

- Vstop v EU ter uveljavitev druge bančne regulative in kasneje prevzem določil Akcijskega programa finančnih storitev²⁴ in evra, bodo povečali razpoložljivost finančnih sredstev za MSP in okrepili konkurenčni boj med ponudniki finančnih storitev v Sloveniji.
- Konkurenca tujih bank se bo ob vstopu v EU povečala, relevanten trg pridobivanja bančnih kreditov pa (ob doslej velikim, tudi) MSP ne bo več Slovenija, temveč EU.
- Izkušnje iz drugih držav EU kažejo, da vstop v EU oziroma integracija finančnih trgov v EU doslej ni povečala konkurence na bančnih trgih EU v segmentu poslovanja s prebivalstvom ter MSP²⁵ ("retail trg"), temveč zgolj na medbančnem trgu in segmentu bančnih storitev za velika podjetja ("wholesale" trg); tuje banke tudi na nove trge ne vstopajo z izgradnjo novih fizičnih enot, ampak raje prevzamejo obstoječe

banke v državah kamor vstopajo. Koncentracija v slovenskem bančništvu²⁶, ki se je začela po letu 1997, se bo tako verjetno nadaljevala tudi po vstopu v EU. Vpliv na konkurenco (in s tem na tržno moč bank, kar določa razpoložljivost in ceno kredita) pa je odvisen od tega, kako bodo tržni deleži bank v prihodnosti porazdeljeni. Večja enakomernost porazdelitve tržnih deležev bo zagotavljala bolj intenzivno konkurenco na bančnem trgu.

- Z naraščajočo uporabo elektronskega bančništva se bodo lahko bančni uslužbenci bolj posvetili posameznim komitentom (sprememba tržne strategije od naravnosti na produkte k naravnosti na komitente).
- Uporaba novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij v bančništvu zagotavlja, ob nižjih stroških, večjo informiranost bank (zmanjšuje asimetričnost informacij) ter sprejemanje bolj kvalitetnih odločitev.
- Uporaba novih finančnih instrumentov v bančništvu (npr. listinjenje kreditov²⁷) omogoča bankam, da kreditirajo tudi bolj tvegane projekte.
- Nadaljnja informatizacija bančnih procesov ter izboljševanje strokovnega znanja bančnih uslužbencev bo odločitve o nižjih zneskih kreditov prenesla na nižje ravni odločanja.
- Novi baselski sporazum določa bankam, da kredite MSP krijejo z nižjo stopnjo kapitalskega kritja, kar bi naj zlasti v velikih bankah zmanjšalo stroške kreditiranja MSP²⁸.

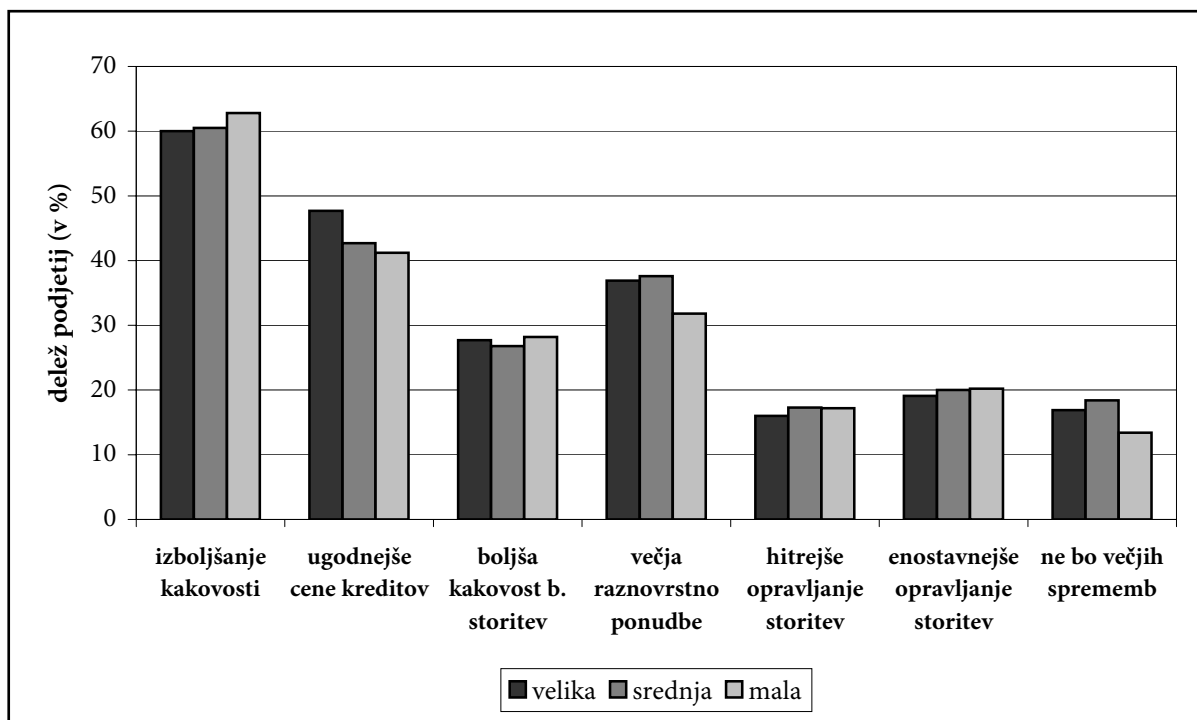
²⁴ Glej spletno stran http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/finances/actionplan.

²⁵ Glej ECB (2003).

²⁶ Ta je že sedaj med največjimi v EU, saj je leta 2002 tržni delež petih največjih bank znašal 69,5%. Leta 2001 je bila največja koncentracija v EU na Nizozemskem 82%, večjo koncentracijo bančništva kot Slovenija pa sta imeli še Belgija in Finska (Cabral et al. 2002).

²⁷ Npr. pri Evropskem investicijskem skladu.

²⁸ Hommel in Schneider (2003).



Vir: Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus, 2003.

Slika 2-15: Mnenja slovenskih podjetij o vplivu prihoda novih tujih bank (vstop v EU, finančna integracija) na ponudbo bančnih storitev

Mnenja slovenskih podjetij o prihodu tujih bank na bančno ponudbo prikazuje *slika 2-15*. Večina podjetij pričakuje pozitivne spremembe, predvsem da bo povečan konkurenčni pritisk na domače banke izboljšal ponudbo domačih bank, da bodo nove tuje banke ponudile cenejše in bolj kvalitetne bančne storitve ter obogatile bančno ponudbo v Sloveniji.

Med najpomembnejšimi dejavniki, ki bi lahko poslabšali dostop bank do bančnih kreditov, so po našem mnenju naslednji :

- Zaradi procesa konsolidacij finančnih trgov ter bančništva v EU je moč pričakovati zmanjšanje števila bančnih enot oziroma zmanjšano fizično prisotnost bank, zaradi česa bodo lahko podjetja na lokalni ravni zaznavala manjšo konkurenco med bankami²⁹.
- S povečevanjem razdalje med banko ter MSP se bo zmanjševala pogajalska moč MSP.
- Ker so manjše banke pogosteje usmerjene na posojanje denarja majhnim podjetjem, lahko združevanje bank zmanjša kreditiranje MSP³⁰.
- Trg kapitala in drugi finančni posredniki postajajo vse bolj konkurenčni bankam na področju zbiranja

prihrankov, a veliko redkeje financirajo podjetja (glej npr. Davis 2003).

- Kot posledica združevanj in racionalizacijskih procesov, bodo MSP verjetno soočena s pogostejšim menjavanjem kontaktne osebe v bankah, in ker zaupanje temelji do določene mere tudi na medsebojnem osebnem poznavanju, lahko to vpliva na razpoložljivost bančnih kreditov.
- Večje organizacije imajo običajno bolj formalno organizacijsko strukturo, zaradi česa je tudi postopek sprejemanja odločitev običajno daljši; kontakt med bankami in MSP lahko zaradi tega postane manj pogost.

²⁹ Koncentracija v bančništvu, kot kažejo empirične študije za ZDA, Švico in Nemčijo (KfW 2002), lahko v prehodnem obdobju vodi do povečane tržne moči obstoječih bank ter poslabšanja financiranja MSP z bančnimi krediti, vendar dolgoročno prevladajo racionalizacijski učinki (povečana učinkovitost večjih bank). Tako konsolidacija najverjetneje vodi do specializacije bančnih institucij, kjer so velike banke z informacijsko tehnologijo, ki omogoča zanesljivo oceno kreditnega tveganja, sposobne ponuditi kredite podjetjem z daljšo kreditno zgodovino po nižji ceni kakor male banke, slednje pa se osredotočajo predvsem na kreditiranje MSP s kratko zgodovino na osnovi "mekkih" informacij in osebnih stikov.

³⁰ Takats (2003), Berger et al. (1998).

7 SKLEPNE MISLI

Banke so za mala in srednja podjetja najpomembnejše finančne institucije in zato je pomembno, da poslovnemu odnosu z banko/bankami posvečajo posebno pozornost. Raziskava med evropskimi in slovenskimi malimi in srednjimi podjetji kaže, da le-ta delijo podobne izkušnje pri poslovanju z bankami. Tudi slovenske banke čakajo nekateri izzivi povezani z vstopom v EU, globalizacijo in razvojem informacijske tehnologije. Če se osredotočimo na podjetja sama ter ukrepe ekonomske politike, je moč zagotoviti konkurenčno kreditiranje MSP predvsem z ukrepi, ki bodo zmanjšali problem asimetričnosti informacij, ki spremljajo MSP pri pridobivanju finančnih sredstev pri bankah:

1. Izboljšati transparentnost poslovanja podjetij do bank, kar lahko MSP storijo z rednim obveščanjem bank o svojem poslovanju in ne zgolj takrat ko potrebujejo kredit.
2. Zmanjševati stroške zamenjave banke, pri čemer lahko odigra pomembno vlogo Banka Slovenije.
3. Gospodarska združenja, ki zastopajo interese malih in srednjih podjetij, lahko med svojimi članicami izvajajo ankete o izkušnjah pri poslovanju z bankami, objavljajo brošure o postopkih in dobrih praksah sodelovanja MSP z bankami, opravljajo in objavljajo izbor malim in srednjim podjetjem najbolj prijazne banke ipd.
4. Asimetričnost informacij med bankami ter MSP je moč zmanjšati tudi z večjo razpoznavnostjo oziroma javnim pristopom informacij o MSP (npr. z bazami podatkov o podjetjih, razvrščanju po uspešnosti poslovanja, nagrajevanju najboljših podjetij in njihovo promocijo) pri čemer so lahko bolj aktivne predvsem Gospodarska zbornica ter agencije, ki že javno zastopajo interese malih in srednjih podjetij.

Polona Tominc
Karin Širec Rantaša

3

Odnos do ženskega podjetništva

1 UVOD

Ministrstvo za gospodarske dejavnosti je leta 1999 začrtalo nov koncept industrijske politike povezane z razvojem podjetništva in konkurenčnosti in jo začelo izvajati v letu 2000. Usmerjena je (1) v krepitev ključnih faktorjev uspeha podjetij, kot so znanje, inovativnost, tehnologija in podjetništvo, (2) v oblikovanje regulative, ki zagotavlja trajen in enakomeren razvoj vseh akterjev na trgu, (3) v krepitev konkurenčnih sposobnosti slovenskih podjetij z izvozom in direktnimi investicijami v druge države in s pritokom kvalitetnih neposrednih tujih investicij in (4) v izboljšanje gospodarske vitalnosti vseh regij s spodbujanjem skladnejšega regionalnega razvoja (Od izzivov k priložnostim, 2000, 5).

Strategija gospodarskega razvoja Slovenije za obdobje 2001 – 2006 se opredeljuje za trajnostni razvoj tako na gospodarskem in socialnem kakor tudi na okoljskem področju. V njej je zapisano, da je treba poleg individualnih lastnosti, kot sta izobraženost in zdravje posameznika (človeški kapital), dati večji pomen socialnim odnosom, ki se oblikujejo v interakciji med ljudmi (socialni kapital). S stališča Strategije to pomeni večjo vlogo socialnega razvoja kot dejavnika socialne povezanosti in vključenosti ter predvsem nujnost oblikovanja širokega družbenega soglasja o osnovnih razvojnih ciljih. Vse bolj pomembni postajata kultura in omika ljudi kot dejavnika oblikovanja vrednot odprtosti in sodelovanja, ki omogoča razvoj osebnih, kolektivnih in nacionalnih identitet v pogojih globalizacije in zaostrene konkurence (Slovenija v novem desetletju, 2001, 10).

Obravnava neenakosti in diskriminacije med spoloma je svetovni problem, s katerim se ukvarjajo številne mednarodne organizacije (OZN, MOD, ILO, UNESCO...) in regionalne integracije. Integralno in institucionalno vodeno uresničevanje načela enakih možnosti za oba spola na različnih ravneh življenja in dela je že dve desetletji jedro strategije družbenega razvoja v povezujoči se Evropi (prizadevanja Sveta Evrope, Komisije EU). Po nekaterih ugotovitvah (Jogan, 2003) je za slovensko družbo značilno poslabšanje razmer za uresničevanje

načela enakih možnosti. Z vidika položaja žensk in spodbujanja enakosti žensk in moških, so bili v Sloveniji v zadnjih treh letih sprejeti trije zakoni: Zakon o enakih možnostih žensk in moških, Zakon o delovnih razmerjih in Zakon o starševskem varstvu in družinskih prejemkih. Vzpostavljen je torej temelj enakosti na deklarativni ravni, nekatere raziskave pa kažejo, da je realnost oddaljena od deklariranega in da je pred nami še dolga pot k vzpostavitvi enakosti med spoloma.

Uspešen razvoj malih in srednje velikih podjetij lahko pripomore k dinamiki in stabilnosti gospodarskega razvoja Slovenije. Zasedujoč cilje, ki si jih je Slovenija zastavila v svojih programih in Strategiji razvoja v naslednjih nekaj letih, smo se odločili proučiti stanje na področju družbene podpore ženskemu podjetništvu, saj so lanskoletni rezultati raziskave GEM (Rebernik M. et al., 2002, 35) pokazali, da imamo prav v tem segmentu podjetniške aktivnosti v Sloveniji še nekatere rezerve. Da pa bi lahko podali predloge za spodbujanje podjetniške aktivnosti žensk, si oglejmo kakšno je splošno mnenje o družbeni podpori ženskemu podjetništvu po mnenju uveljavljenih slovenskih podjetnikov in nacionalnih izvedencev. Za ilustracijo podajamo tudi nekatere naše ugotovitve o obstoju plačne vrzeli med povprečnimi plačami moških in žensk v gospodarskih dejavnostih v Sloveniji.

Spremenljivke, s katerimi smo merili družbeno podporo ženskemu podjetništvu, so:

1. V Sloveniji je na razpolago dovolj storitev, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino.
2. V Sloveniji je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.
3. V Sloveniji spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje.
4. V Sloveniji imajo ženske dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja kot moški.
5. V Sloveniji imajo ženske enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja kot moški.

Vsako od zgoraj zapisanih trditev so vprašani (tako podjetniki kot nacionalni izvedenci) ocenjevali s petstopenjsko lestvico z ocenami od 1 – povsem narobe, do 5 – povsem resnično.

V prvem delu analiziramo stanje na področju družbene podpore ženskemu podjetništvu med uveljavljenimi podjetniki, ki so lastniki oziroma solastniki podjetja, ki ga pomagajo voditi in so v tem poslu že 42 mesecev ali več. Menimo namreč, da so uveljavljeni podjetniki in podjetnice s svojimi osebnimi izkušnjami tisti, ki nam o tem vprašanju lahko dajo verodostojne odgovore. Pri tem so nas posebej zanimale razlike v zaznavanju družbene podpore ženskemu podjetništvu, med moškimi – podjetniki in ženskami – podjetnicami.

V drugem delu podajamo ugotovitve o podpori ženskemu podjetništvu na osnovi podatkovne baze iz raziskave GEM 2002, kjer so nacionalni izvedenci, ki so uveljavljeni strokovnjaki iz vlade, izobraževalnih institucij, gospodarskih združenj ipd., v vsaki od sodelujočih držav ocenjevali stanje na tem področju. Rezultate, ki jih je dosegla Slovenija, primerjamo z rezultati drugih evropskih GEM držav.

V tretjem delu za ilustracijo dodajamo tudi nekatere ugotovitve o plačni vrzeli med povprečnimi plačami moških in žensk v gospodarskih dejavnostih v Sloveniji.

2 ENAKOST MED SPOLOMA PO MNENJU PODJETNIKOV IN PODJETNIC

Zanimalo nas je predvsem, kako se razlikujejo mnenja podjetnikov in podjetnic o tem, kako je ženskemu podjetništvu naklonjeno slovensko družbeno okolje. Prav tako nas je zanimalo, ali se stanje, kot ga občutijo

podjetnice in podjetniki, razlikuje od stanja, kot ga dojemajo nacionalni izvedenci.

Domneva, ki jo želimo z raziskavo potrditi ali ovreči je, da se mnenja podjetnikov o tej temi, ter mnenja podjetnic, ki stanje na področju družbene podpore ženskemu podjetništvu občutijo na lastni koži, razlikujejo in to predvsem na tistih področjih, ki opisujejo stanje na področju skrbi za družino. Domnevamo, da bodo povprečne ocene resničnosti trditev podjetnic, statistično značilno nižje od ocen podjetnikov. Pričakujemo tudi, da bodo moški formalno pripravljene priznati enakopravnost ženskam predvsem na področju njihovih sposobnosti in znanja.

Prav tako pričakujemo, da se mnenja vprašanih spreminjajo z velikostjo podjetij, ki jih vprašani kot lastnice ali solastnice, oziroma lastniki ali solastniki, pomagajo voditi. Pričakujemo seveda, da velikost podjetja vpliva na obseg dela, na usklajevanje družinskih obveznosti s podjetništvom, na zahtevnost podjetniške kariere in podobno.

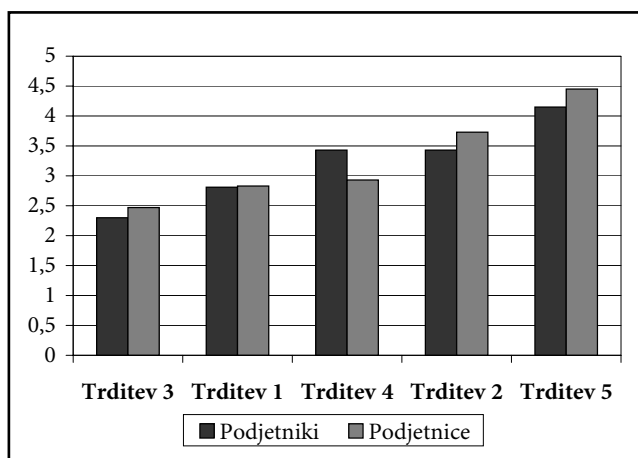
V letu 2003 smo opravili telefonsko anketo z 672 podjetji v Sloveniji. Ker menimo, da relevantna mnenja o odnosu do žensk v podjetništvu lahko dajo le tisti, ki so osebno vključeni v podjetništvo, smo v analizi upoštevali mnenja tistih, ki so lastniki oziroma solastniki podjetja, ki ga pomagajo voditi. Takšnih odgovorov v vzorcu je bilo 442. Med njimi je bilo 343 takih, ki so v tem poslu že 42 mesecev ali več (*Priloga 3 – Metodološko pojasnilo*).

Za vseh pet trditev so v tabeli 3-1 zapisane povprečne ocene na lestvici od 1 do 5 in sicer za vsako velikostno skupino posebej, kot tudi uteženo povprečje za vse tri velikostne razrede skupaj.

Velikostni razred	1		2		3		Povprečje	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
1. V Sloveniji je na razpolago dovolj storitev, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino.	2,79	2,85	3,10	2,47	2,64	2,00	2,81	2,83
2. V Sloveniji je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.	3,42	3,76	3,59	3,31	3,48	2,78	3,43	3,73
3. V Sloveniji spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje.	2,31	2,50	2,25	2,04	2,56	1,89	2,30	2,47
4. V Sloveniji imajo ženske dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja kot moški.	3,43	2,93	3,34	2,91	3,62	2,22	3,43	2,93
5. V Sloveniji imajo ženske enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja kot moški.	4,15	4,46	4,23	4,34	4,11	3,75	4,15	4,45

Tabela 3-1: Razlike v mnenju podjetnic in podjetnikov

Na *sliki 3-1* so trditve razvrščene glede na dobljene povprečne ocene – uteženo povprečje za vse tri velikostne razrede skupaj.

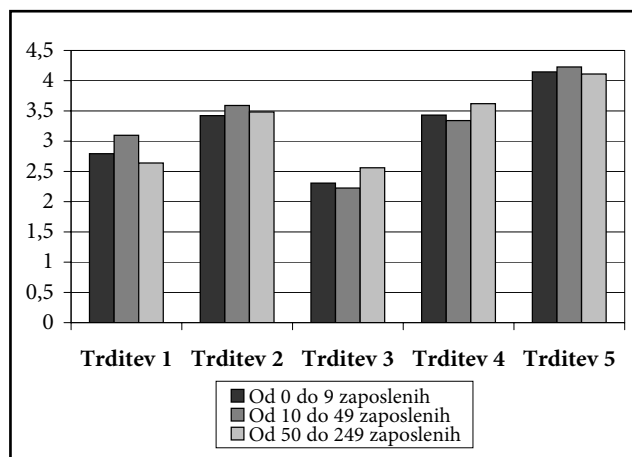


Slika 3-1: Povprečne ocene resničnosti trditve iz tabele 3-1 za podjetnike in podjetnice, na lestvici od 1 do 5, za vse tri velikostne razrede podjetij skupaj

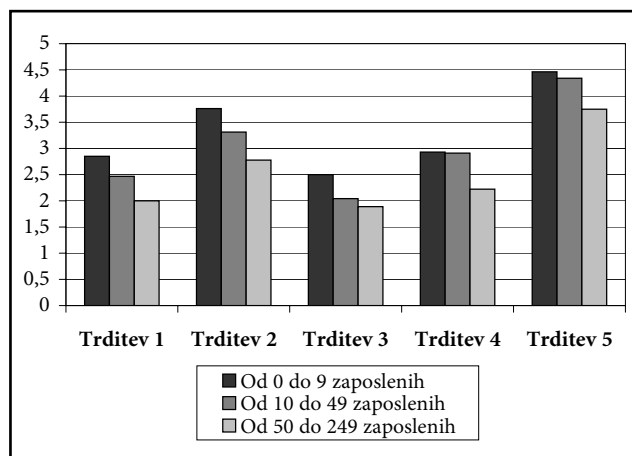
Najbolj se tako vprašani podjetniki kot podjetnice strinjajo s trditvijo 5, da imajo ženske v Sloveniji enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja kot moški, kot najmanj resnično pa ocenjujejo trditev, da v Sloveniji spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje.

Za povprečne ocene resničnosti trditve je pri *podjetnikih* značilno, da ni nobenih statistično značilnih razlik v njihovih mnenjih pri različnih velikostih njihovih podjetij. Povprečne ocene resničnosti trditve podjetnikov, po posameznih velikostnih skupinah podjetij, so prikazane na *sliki 3-2*.

Pri *podjetnicah* z naraščanjem velikosti podjetja, katerega lastnice oziroma solastnice so, pada tudi povprečna ocena, kar je prikazano na *sliki 3-3*. Podjetnice mikro podjetij, ki imajo od 0 do 9 zaposlenih, so statistično značilno višje ($p=0,05$) od podjetnic srednje velikih podjetij, ki imajo od 50 do 249 zaposlenih, ocenile predvsem resničnost trditve 4, da imajo ženske dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja kot moški. Prav tako lahko trdimo, da podjetnice večjih podjetij statistično značilno ($p<0,075$) slabše ocenjujejo spodbujanje žensk v Sloveniji, da se samozaposlijo ali ustanovijo novo podjetje. Izgleda, da so podjetnice v mikro podjetjih bolj zadovoljne z družbeno podporo njihovega delovanja, kot pa podjetnice v srednje velikih podjetjih. Zdi se celo, da ženske dobivajo »polena pod noge« šele, ko začnejo nastopati – to pomeni, ko vodijo večje podjetje, z večjim številom zaposlenih. Zanimivo je tudi, da se podjetnice mikro podjetij tudi bistveno bolj ($p<0,06$) strinjajo s trditvijo, da je v Sloveniji podjetništvo družbeno sprejemljiva kariera za ženske.



Slika 3-2: Povprečne ocene resničnosti trditve podjetnikov, po posameznih velikostnih skupinah



Slika 3-3: Povprečne ocene resničnosti trditve podjetnic, po posameznih velikostnih skupinah

Analizirajmo podrobneje vsako od petih trditve posebej.

Trditev 1: V Sloveniji je na razpolago dovolj storitev, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino:

- Povprečni oceni tako podjetnikov kot podjetnic sta blizu povprečni vrednosti 3 (povprečje na lestvici od 1 do 5), je pa resničnost te trditve ocenjena skoraj najnižje – uvrščena je na predzadnje mesto – tako med podjetnicami kot med podjetniki.
- Pri analizi po posameznih velikostnih skupinah smo ugotovili, da je povprečna ocena podjetnikov statistično značilno višja od povprečne ocene podjetnic v velikostnem razredu malih podjetij, ki imajo od 10 do 49 zaposlenih, kar pomeni, da moški – podjetniki menijo, da je v Sloveniji stanje na področju razpoložljivih storitev, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino, boljše, kot to menijo ženske – podjetnice.

Takšen rezultat je glede na to, da delitev dela v družini večinoma še ni enakopravna, tudi razumljiv, saj ženske v tradicionalni patriarhalni družbi prevzemajo večji delež tako družinskih kot gospodinjstkih obveznosti. Glede na to, da se moški v povprečju manj ukvarjajo z družino in gospodinjstvom, je razumljivo, da nimajo po eni strani niti prave slike o tem, koliko angažiranja takšno delo zahteva, po drugi strani pa tudi nimajo prave slike o tem, kako ženske vse te obveznosti uskladijo s svojo podjetniško kariero. Očitno so mnenja, da ženskam v veliki meri razpoložljive storitve v družbi omogočajo ukvarjanje oz. nadaljevanje s podjetniško kariero, ženske-podjetnice pa vedo, da je to v povprečju težje, oziroma, da je tako usklajevanje manj podprto s strani družbe, kot se zdi. Izgleda pa, da se s temi problemi v mikro podjetjih podjetnice soočajo manj, saj je vzorčna povprečna ocena podjetnic v tej velikostni skupina višja od ocene podjetnikov, sicer pa razlika ni statistično značilna. Takšno stanje gre pripisovati naravi poslovanja in obsega dela v mikro podjetjih, kamor spada tudi kategorija samozaposlenih podjetnic, ki glede na to, da same vodijo svoj posel, razpolagajo tudi z več fleksibilnosti, ki jim omogoča usklajevati družinsko vlogo in podjetniško kariero. Sodobne raziskave celo ugotavljajo, da se ženske prav zaradi tega odločajo za samozaposlitev in so se celo pripravljene odpovedati višjim dohodkom na formalnem trgu dela v zameno za večjo fleksibilnost, ki jo omogoča samozaposlitev (Weiler, Bernasek, 2001, 101).

Trditev 2: V Sloveniji je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.

- Tako moški kot ženske so resničnost te trditve na lestvici od 1 do 5 ocenili visoko. Anketiranci, ne glede na spol, menijo, da ženska, če se ukvarja s podjetništvom, ne odstopa od družbeno sprejemljivih norm.
- Povprečni oceni podjetnikov in podjetnic se med seboj statistično značilno ne razlikujeta v nobenem velikostnem razredu.

Zdi se, da se podjetnice v Sloveniji večinoma ne soočajo s predsodki do svoje podjetniške kariere. Dejansko ni pravnih ovir, ki bi omejevale ženske, na primer, pri lastništvu podjetij. Prav tako je bila v zadnjih letih sprejeta ustrezna zakonodaja, ki omogoča enake možnosti za oba spola. Omenimo naj Zakon o enakih možnostih žensk in moških, Zakon o delovnih razmerjih in Zakon o starševskem varstvu in družinskih prejemkih.

Trditev 3: V Sloveniji spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje.

- Tako moški kot ženske so resničnost te trditve na lestvici od 1 do 5 ocenili med vsemi trditvami najnižje in sicer v vseh treh velikostnih razredih podjetij. Mehanizmov, ki naj bi spodbujali ženske k podjetništvu bodisi ni dovolj bodisi ne delujejo dovolj učinkovito.
- Mnenje podjetnikov o tem, da v Sloveniji spodbujajo

ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje, je višje ($p=0.07$) od mnenja podjetnic predvsem pri srednje velikih podjetjih s 50 do 249 zaposlenimi.

Glede na to, da raziskave kažejo (Rebernik et al. 2002, Reynolds et al. 2002), da so ženske v veliki meri še neizkoriščen vir podjetništva, se zdi, da bi bilo vzpostavljanje učinkovitih mehanizmov spodbujanja ženskega podjetništva lahko pomemben vir dodatnih podjetniških idej v Sloveniji v prihodnosti. Podobne ugotovitve navaja tudi The European Observatory for SMEs, ki je temo ženskega podjetništva vzel pod drobnogled leta 1996. Avtorji ugotavljajo, da so podporni in razvojni programi, ki jih imajo določene države EU v glavnem osredotočeni na zagotavljanje enakosti med spoloma in se ne osredotočajo na žensko podjetništvo kot tako. Programi namreč niso prilagojeni posebnim potrebam žensk – podjetnic. Kot predlog zato navedimo posebne izobraževalne programe in usposabljanja za ženske – podjetnice, ki lahko v veliki meri služijo kot izhodišče za izgradnjo neformalnih vezi (mrež) med udeleženkami. Tudi aktivnosti inkubatorjev, bi lahko v določeni meri bile usmerjene na posebne zahteve potencialnih podjetnic. Gre namreč za naravo posla, s katerim se ukvarjajo ženske v večji meri kot moški – tukaj mislimo predvsem na storitveno dejavnost. Kazalo bi proučiti možnosti za posebne programe financiranja podjetij, katerih iniciatorke so ženske, ter vzpostaviti potrebno podporno infrastrukturo (vladna in nevladna telesa), ki bi bila v pomoč podjetnicam v različnih fazah poslovanja podjetja.

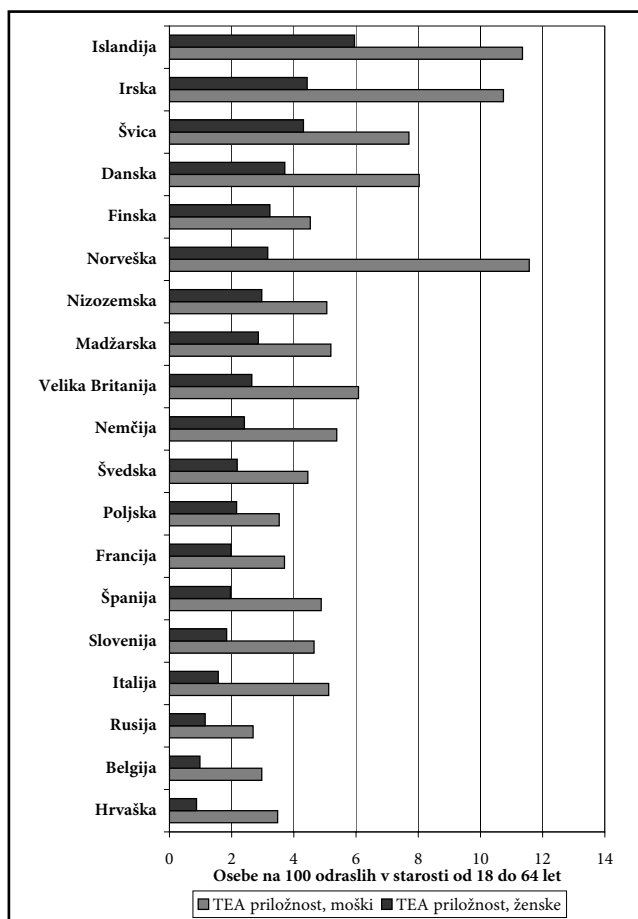
Trditev 4: V Sloveniji imajo ženske dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja kot moški.

- Povprečni oceni resničnosti te trditve med podjetniki in podjetnicami se izmed vseh trditve najbolj razlikujeta in to v vseh treh velikostnih razredih. Povprečna ocena podjetnikov je statistično značilno višja ($p<0.05$) kot ocena podjetnic. Podjetniki imajo v povprečju višje mnenje o enakopravnem dostopu moških in žensk do podjetništva kot pa ženske.

Tako lahko z visoko stopnjo verjetnosti trdimo, da moški podjetniki dejansko ne vidijo težav, ki jih imajo ženske, ko jim okoliščine v družbi ne omogočajo enakopravnih možnosti pri ustanavljanju novih podjetij. Res pa je, da ženske v Sloveniji lahko v veliki meri pri dostopu do poslovnih priložnosti omejuje njihova izobrazbena oz. poklicna skoncentriranost v dejavnostih, ki so za podjetništvo manj primerne, na primer v šolstvu, zdravstvu, socialni oskrbi in podobno.

Raziskave (Tominc, Rebernik, 2003) kažejo, da se ženske dejansko bistveno manj pogosto kot moški vključujejo v podjetništvo, ker želijo izkoristiti poslovno priložnost. V starostni skupini od 25 do 34 let, ki je tako v Sloveniji kot v svetovnem merilu podjetniško najaktivnejša, se moški

v povprečju več kot štirikrat bolj pogosto vključujejo v podjetništvo zaradi priložnosti kot ženske: v povprečju 95 moških in samo 21 žensk izmed 1000. Pri vključevanju v podjetništvo zaradi nuje, ker nimajo boljše možnosti za delo, se v tej starostni skupini v povprečju vključuje v Sloveniji 1,7 moških ter 2,7 žensk izmed 1000. Na slikah 3-4 in 3-5 prikazujemo podjetniško aktivnost moških in žensk v starosti od 18 do 64 let (delovno aktivno prebivalstvo) zaradi priložnosti in zaradi nuje za predstavnice evropskih držav (vir: GEM Slovenija 2002).

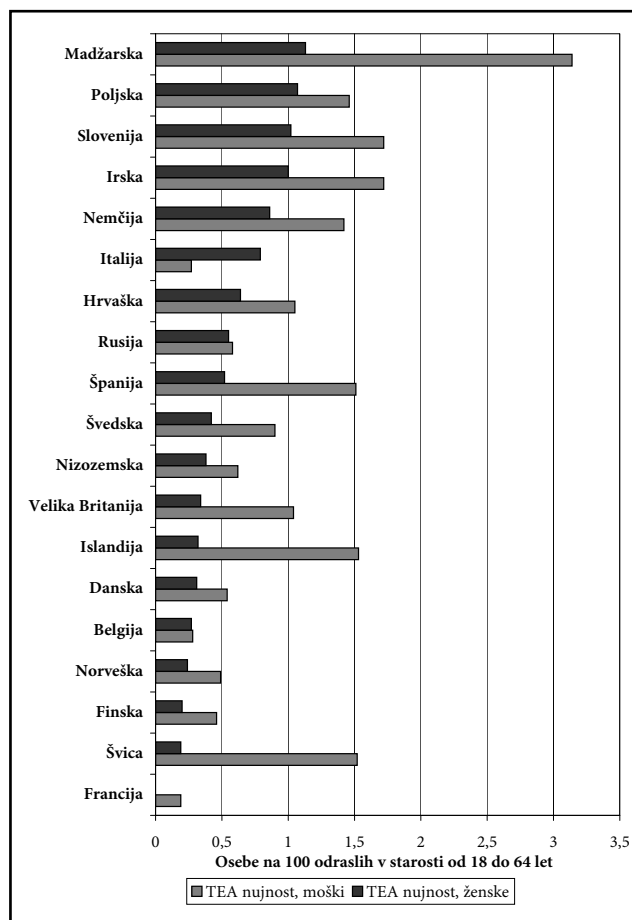


Vir: GEM Slovenija 2002.

Slika 3-4: Podjetniška aktivnost moških in žensk zaradi priložnosti

Trditev 5: V Sloveniji imajo ženske enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja kot moški.

- Izmed vseh petih trditev so resničnost te trditve tako podjetniki kot podjetnice ocenili najvišje, kar pomeni, da se oboji v veliki meri strinjajo, da se ženske po svojem znanju in veščinah lahko enakopravno kosajo z moškimi. Med povprečnimi ocenami resničnosti te trditve med podjetniki in podjetnicami ni v nobenem velikostnem razredu podjetij nobene statistično značilne razlike.



Vir: GEM Slovenija 2002.

Slika 3-5: Podjetniška aktivnost moških in žensk zaradi nuje

Raziskave potrjujejo, da so ženske v Sloveniji enakopravne z moškimi, če primerjamo nivo dosežene izobrazbe, vendar pa lahko ugotovimo predvsem dvoje (Tominc 2002):

- Povprečni nivo poklicne usposobljenosti žensk je v dejavnostih, v katerih prevladujejo moški (to so dejavnosti, v katerih je manj kot 30% med zaposlenimi žensk), mnogo višji od povprečnega nivoja poklicne usposobljenosti moških.
- Povprečni nivo poklicne usposobljenosti žensk pa je v dejavnostih, v katerih prevladujejo ženske (to so dejavnosti, v katerih je manj kot 30% med zaposlenimi moškimi) ter v mešanih dejavnostih, mnogo nižji od povprečnega nivoja poklicne usposobljenosti žensk v prevladujočih moških dejavnostih.

Kaže torej, da lahko ženske v povprečju uspešno sodelujejo z moškimi v prevladujočih moških dejavnostih le, če dosegajo zelo visok – višji kot pa moški – nivo poklicne usposobljenosti.

Zaključimo lahko, da so v povprečju podjetniki različne vidike enakosti med spoloma na področju podjetništva,

ocenili z višjo oceno kot podjetnice. To lahko pomeni, da se podjetniki ne zavedajo ovir, s katerimi se podjetnice na svoji podjetniški poti, srečujejo. Ta razkorak je najbolj viden pri oceni o dostopnosti do poslovnih priložnosti. Hkrati so tako podjetnice kot podjetniki zelo visoko ocenili družbeno sprejemljivost podjetniške kariere za ženske. Enako, visoko mnenje, imajo tudi o znanju in veščinah žensk, potrebnih za podjetništvo. Visoka stopnja deklarirane enakosti med spoloma v družbi pa še ne pomeni, da so podjetnice v enakem položaju kot podjetniki tudi glede poslovnih možnosti.

3 ENAKOST MED SPOLOMA PO MNENJU NACIONALNIH IZVEDENCEV

V okviru raziskave GEM v letu 2002 so v vsaki sodelujoči državi nacionalni izvedenci (v Sloveniji jih je bilo 37) odgovarjali na enakih 5 vprašanj oziroma so ocenjevali resničnost enakih petih trditev, kot uveljavljeni podjetniki v okviru raziskave Slovenski podjetniški observatorij. Iz Evrope je v tem delu raziskave GEM sodelovalo 16 držav: Madžarska, Nemčija, Belgija, Hrvaška, Francija, Španija, Nizozemska, Velika Britanija, Irska, Danska, Švedska, Finska, Islandija, Norveška, Švica in Slovenija.

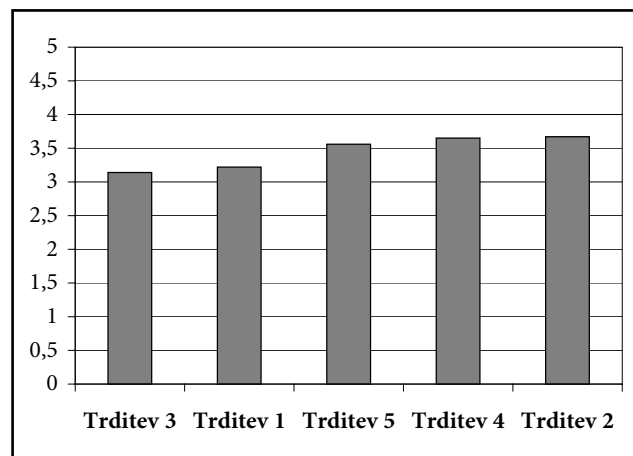
Za vseh pet trditev so v tabeli 3-2 zapisane povprečne ocene slovenskih izvedencev na lestvici od 1 do 5, ter rang Slovenije med evropskimi GEM državami.

Povprečna ocena na lestvici od 1 do 5		Rang
1. V Sloveniji je na razpolago dovolj storitev, kot so vrtci, popoldansko varstvo in podobno, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino.	3,22	8
2. V Sloveniji je ustanovitev podjetja družbeno sprejemljiva kariera za žensko.	3,67	6
3. V Sloveniji spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje.	3,14	5
4. V Sloveniji imajo ženske dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja kot moški.	3,65	2
5. V Sloveniji imajo ženske enako raven znanja in veščin za ustanovitev novega podjetja kot moški.	3,56	6

Vir: GEM Slovenija 2002.

Tabela 3-2: Povprečne ocene slovenskih izvedencev

Na sliki 3-6 so trditve razvrščene glede na dobljene povprečne ocene.



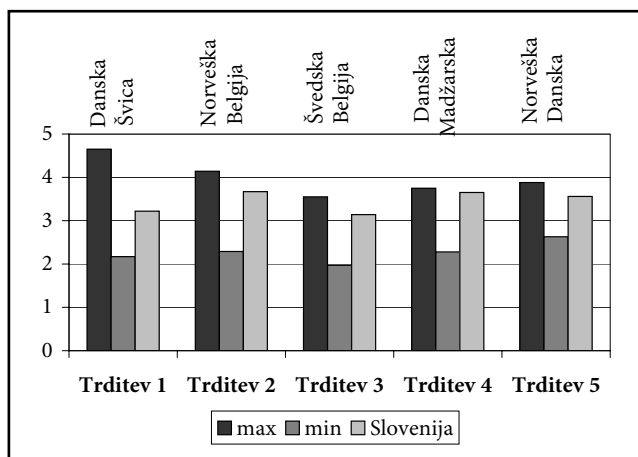
Vir: GEM Slovenija 2002.

Slika 3-6: Povprečne ocene resničnosti trditev iz tabele 3-2 za slovenske izvedence, na lestvici od 1 do 5

Vrstni red povprečnih ocen resničnosti trditev slovenskih izvedencev se nekoliko razlikuje od vrstnega reda, kot izhaja iz mnenj slovenskih podjetnikov, v obeh primerih pa sta z najnižjo povprečno oceno ocenjeni trditev, da je v Sloveniji na razpolago dovolj storitev, ki omogočajo, da ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino ter trditev, da v Sloveniji spodbujajo ženske, da bi se samozaposlile ali ustanovile novo podjetje.

Povprečne ocene slovenskih podjetnikov in podjetnic se od povprečnih ocen izvedencev sicer v vseh primerih razlikujejo, najbolj pa izstopa statistično značilna razlika med mnenji izvedencev ter mnenji podjetnic glede trditve, da imajo ženske v Sloveniji dostop do enakega števila dobrih priložnosti za ustanovitev novega podjetja kot moški. Zdi se, da je mnenje o enakosti med spoloma na tem področju posledica deklarirane, formalne (tudi ustavne) enakosti med spoloma v naši državi, ki je tudi zameglila pogled na stvarnost, ki pa jo zagotovo lahko najbolj realno ocenijo podjetnice, ki so se s tem vprašanjem na svoji podjetniški poti, kot lastnice oziroma solastnice podjetja, ki ga pomagajo voditi, zagotovo srečale. Kar še bolj govori v prid našemu zaključku, da so pri tem vprašanju izvedenci hote ali nehote nerealni, je dejstvo, da se je prav pri povprečni oceni te trditve Slovenija s povprečno oceno 3,65 uvrstila na drugo mesto med evropskimi GEM državami, takoj za Dansko, s povprečno oceno 3,75. Pri vseh ostalih trditvah smo se uvrstili okrog sredine. V Evropi so se pri vseh trditvah na najvišja mesta povzpele skandinavske države.

Na sliki 3-7 so prikazane najvišje in najnižje ocene resničnosti trditev v evropskih GEM državah ter ocena za Slovenijo.

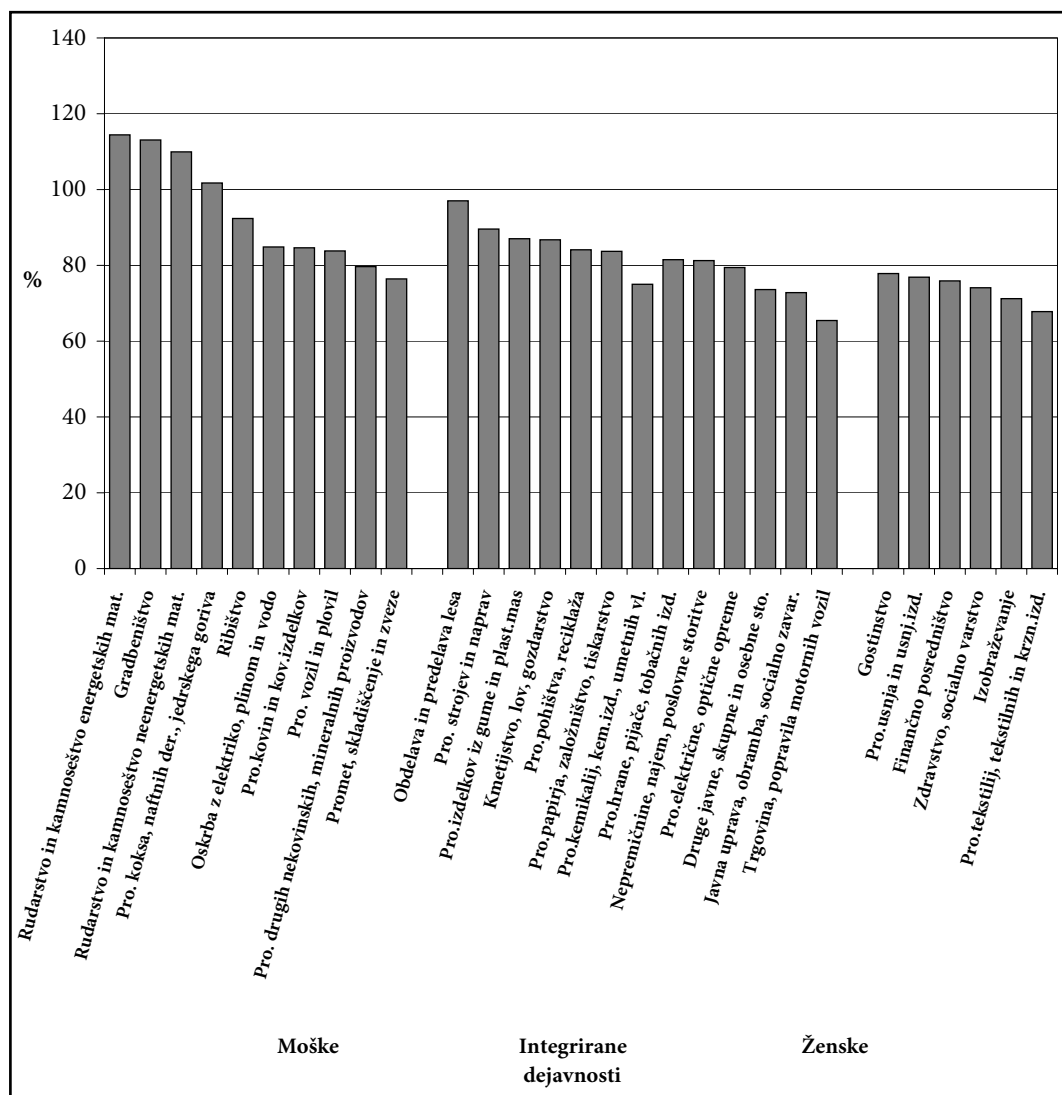


Vir: GEM Slovenija 2002.

Slika 3-7: Najvišje in najnižje ocene resničnosti trditev za evropske GEM države ter ocene za Slovenijo za vseh pet opisanih trditev

4 PLAČNA VRZEL MED POVPREČNIMI PLAČAMI MOŠKIH IN ŽENSK V SLOVENIJI

Da bi konkretizirali nekatere naše ugotovitve o neenakosti med moškimi in ženskami, si oglejmo še plačno vrzel med spoloma v Sloveniji, ki smo jo analizirali po gospodarskih dejavnostih.



Slika 3-8: Povprečne plače žensk v % od moških po gospodarskih dejavnostih v Sloveniji (1998).

Analizo plačne vrzeli med spoloma smo po gospodarskih dejavnostih v Sloveniji temeljili na primerjavi povprečne plače žensk v odstotku od povprečne plače moških (pri tem nas ni zanimala raven zaslužka, ki se po panogah seveda razlikuje). Ugotovili smo (Tominc 2002, Širec Rantaša et al, 2003), da so povprečne plače žensk v gospodarskih dejavnostih, kjer med zaposlenimi prevladujejo moški, v povprečju skoraj enake kot povprečne plače moških (povprečna ženska plača znaša 98,91% povprečne moške plače). Položaj pa je precej drugačen v gospodarskih dejavnostih, kjer prevladujejo med zaposlenimi ženske in v mešanih dejavnostih. V mešanih gospodarskih dejavnostih povprečna ženska plača dosega 81% povprečne moške plače, v prevladujočih ženskih dejavnostih pa celo samo 75% povprečne moške plače.

Dejavnike, ki vplivajo na ustvarjanje plačne vrzeli in so seveda številni in večplastni, lahko razvrstimo v štiri glavne skupine:

- Razlike, ki nastajajo zaradi različnega nivoja t.i. človeškega kapitala moških in žensk, ki ga opredeljujemo kot skupek znanj in veščin, ki jih prinaša delavec na trg delovne sile.
- Starševstvo in starševske obveznosti, ki so praviloma največje v ključnem obdobju poslovne kariere žensk. Ženske pa se tako srečujejo z dvojnimi bremenom (plačanim delom in neplačanim delom doma) praviloma v večji meri, kot moški.
- Razlike, ki jih povzročata t.i. nadomestitveni diferencial v plači za nevarna in manj zaželeno dela v slabših delovnih pogojih.
- Diskriminacija, ki pa jo je izredno težko dokazati, saj bi pomenila, da so možnosti neke skupine delavcev (v tem primeru žensk) zavestno omejene v primerjavi z drugo skupino (moški), bodisi s strani delodajalca, pravnih pogojev ali česa drugega.

Ugotovili smo, da v gospodarskih dejavnostih, v katerih prevladujejo moški, vsak dodatni odstotek žensk med zaposlenimi, pomeni »nagrado« k povprečni plači žensk v teh dejavnostih. Vsak dodatni odstotek žensk med zaposlenimi v dejavnosti v povprečju namreč prispeva k višji povprečni plači žensk v odstotku od povprečne moške plače za 4,35% ($p < 0.05$). Stanje pa je precej drugačno v gospodarskih panogah, kjer prevladujejo ženske in v mešanih gospodarskih panogah. »Nagrada« se spremeni v »kazen«, saj vsak dodatni odstotek žensk med zaposlenimi v teh dejavnostih v povprečju pomeni manjšo povprečno plačo žensk v odstotku od povprečne moške plače za 0,2%. Kaže torej, da prevladujoče moške dejavnosti, z vsemi značilnostmi, ki jih imajo, v povprečju zagotavljajo višji nivo povprečnih plač žensk, merjenih v odstotkih od povprečne moške plače.

Poročilo Evropske komisije kaže, da se zaostanek v plačah žensk od leta 1995 v državah članicah sicer znižuje, vendar le počasi. V skladu s statistiko dosegajo povprečne

plače polno zaposlenih žensk v industriji in storitvenih dejavnostih EU le 75% moških. V javnem sektorju je ta zaostanek manjši – po podatkih raziskave gospodinjstev v EU dosegajo plače žensk v povprečju 86% moških. (Eurostat, Statistics in focus, 2001, 5).

5 ZAKLJUČEK

Enakost med spoloma mora biti jedro učinkovite demokratične družbe. Doseganje enakosti lahko izboljša življenjski standard v državi, saj diskriminacija povzroča dejanske ekonomske stroške. Vizijo enakosti bi zato morali spoznati kot izredno pomembno za ustvarjanje družbe v kateri:

- Spoštujemo različnost, ki je cenjena in uporabna za obogatitev vseh vidikov življenja,
- Lahko vsakdo uresniči svoje potenciale, prispeva pri delu, doma in v družbi ter svobodno izbira alternative, brez predsodkov in stereotipov,
- Lahko posamezniki in združbe živijo dostojno in varno, brez groženj, ki izhajajo iz diskriminacije in agresivnosti zaradi lastne identitete,
- Vsakdo občuti, da ima svoj delež v družbi in demokraciji in lahko sodeluje pri odločitvah, ki jih zadevajo.

Strnemo lahko, da enakost izboljšuje življenje posameznika, nudi večjo blaginjo, krepi demokratičnost, ustvarja občutek pripadnosti in izboljšuje javne storitve.

Že predhodno opravljene raziskave ženskega podjetništva v Sloveniji (Glas, Petrin, Drnovšek, 1998, 2000), katerih slabost je bila ta, da so proučevale samo mnenje žensk in ne primerjalno tudi moških, kakor v naši raziskavi, so kazale na to, da ženske spola in spolne diskriminacije ne vidijo kot večje ovire za podjetništvo, pač pa so ocenile, da jih tako država kot poslovna združenja niso primerno podprla. Iz opravljene raziskave je razvidno različno zaznavanje družbene podpore ženskemu podjetništvu s strani žensk in moških – podjetnikov kakor tudi nacionalnih izvedencev.

Rezultate naše raziskave lahko strnemo v nekaj temeljnih ugotovitev:

- Tako moški kot ženske podjetnice so bili najbolj enotnega mnenja glede enakosti v ravni znanja in pridobljenih veščin za ustanovitev novega podjetja.
- Najnižje je bila ocenjena trditev glede spodbujanja žensk za samozaposlitev ali ustanovitev novega podjetja.
- Moški v povprečju ocenjujejo razpoložljivost storitev, ki omogočajo, da lahko ženske nadaljujejo s svojim delom tudi potem, ko si osnujejo družino bolje od žensk – podjetnic, ki se očitno v realnosti v večji meri soočajo s tovrstnimi težavami, saj podpora s strani družbe na tem področju ocenjujejo slabše.
- Kaže, da ženske tudi nimajo težav s predsodki do

- podjetniške kariere v slovenskem družbenem okolju.
- Glede dostopa do enakega števila dobrih poslovnih priložnosti za ustanovitev novega podjetja pa se mnenje moških in žensk podjetnic najbolj razhajajo. Ocene podjetnikov o enakopravnem dostopu do podjetništva so namreč precej višje od ocen žensk.

Ocene nacionalnih izvedencev za vseh pet obravnavanih področij se razlikujejo od ocen slovenskih podjetnikov in podjetnic. Največje odstopanje smo zasledili pri vprašanju glede dostopa žensk do enakega števila dobrih poslovnih priložnosti za ustanovitev novega podjetja, kot jih imajo moški. Menimo, da je vzrok za takšno mnenje deklarirana enakost med spoloma, vezana tudi na veljavno zakonodajo, za katero pa smo že uvodoma dejali, da je pred nami še dolga pot do dejanskega uresničevanja zakonske regulative.

Na področju plačne vrzeli med spoloma smo podali ugotovitve, po katerih Slovenija nikakor ni izjema med evropskimi državami. Naša razmišljanja pa naj sklenemo z naslednjimi predlogi:

- Ženske, kot eno od ciljnih podjetniških skupin Strategije razvoja malega gospodarstva Slovenije, je potrebno podpreti znotraj družbenih mrež nacionalnega gospodarstva s konkretnimi programi in ne zgolj na deklarativni ravni;
- Uvajati bi kazalo programe za povečevanje podjetniških priložnosti za ženske in ustvarjati okolje, ki naj spodbuja njihovo udejstvovanje;
- Zavzemati se moramo za ureditev takih razmer, ki bodo ženskam – zlasti materam – omogočale

- združitev poklicne in reproduktivne funkcije (nega in varstvo otrok, pomoč v gospodinjstvu ipd.);
- Razvijati podporno izobraževanje na področju tehničnih znanj, ki so danes v večji meri domena moških;
 - Spodbujati nastajanje neformalnih povezav žensk, ki bi prispevale k izmenjavi informacij, izkušenj in bi zagotavljale svojevrstno poslovno podporo in lobi na področju ovir, ki izvirajo iz razlik med spoloma;
 - Izgraditi podatkovno bazo ženskega podjetništva;
 - Povečati udejstvovanje žensk na področjih, kjer je njihova zastopanost slabša: politično udejstvovanje žensk, udejstvovanje v javnem življenju, sodelovanje v informacijsko-poslovnih centrih, inkubatorjih, lokalnih poslovnih infrastrukturah ipd.

Zaključimo naj z mislijo, ki se se nanaša na celotno nacionalno ekonomijo, ki stoji pred vzporedno paradoksalno situacijo. V naslednjih desetih do dvajset letih se bomo namreč spopadali z demografskimi težavami, ki izvirajo iz fenomena staranja prebivalstva in padanja stopnje rodnosti za katero kaže, da neizogibno predstavlja grožnjo zahtevi po zeleni gospodarski rasti in sposobnosti podpiranja starajoče se populacije na dolgi rok. Dolgoročna nacionalna politika mora zato vključevati merila in ukrepe, ki bodo kos populacijskemu in demografskemu razvoju prihodnosti. Obravnava vloge ženske, ki je tako ključno povezana z obema segmentoma prihodnosti, in prizadevanja za uresničevanje enakosti med spoloma, zato nikakor ne more izostati pri oblikovanju političnih in gospodarskih smernic za prihodnost.

Tadej Krošlin
Matej Rus

4

Izzivi razvoja grozdov v regionalne inovacijske sisteme

1 UVOD

Evropska komisija je marca 2000 v Lizboni postavila jasen in ambiciozen cilj: postati najbolj konkurenčno in dinamično, na znanju temelječe gospodarstvo na svetu, ki bo sposobno kontinuirane gospodarske rasti, odpiranja novih in boljših delovnih mest ter doseganja socialne kohezije. Njegovo uresničevanje bo v veliki meri odvisno od uspešnosti podjetij, še posebej malih in srednje velikih, ki predstavljajo kar 99,8% vseh podjetij v EU. Del te družbe bo od maja letos tudi Slovenija, ki pa po številnih kazalcih še vedno zaostaja za državami članicami. Zato v družbi obstaja precejšnja mera negotovosti, kako bo polnopravno članstvo vplivalo na poslovanje podjetij in življenje pri nas.

Priprave na vstop potekajo zelo intenzivno že nekaj let. Država na različnih področjih daje iniciativo in s številnimi programi spodbuja podjetja k izboljševanju poslovanja na področjih, ki v sodobnem poslovnem okolju predstavljajo glavne vire konkurenčnih prednosti. Sem nedvomno spada sposobnost sodelovanja in povezovanja z ostalimi podjetji ter raziskovalnimi, izobraževalnimi in drugimi institucijami. Vse bolj se uveljavlja koncept grozdenja, ki ga z večjo ali manjšo mero uspešnosti že nekaj časa preizkušajo v različnih državah sveta. Ponekod se je izkazal kot pomembno orodje za spodbujanje produktivnosti, inovativnosti in ustanavljanje novih podjetij, s tem pa seveda tudi doseganje ekonomske rasti in razvoja ter konkurenčnosti posameznih podjetij, regij in celotnih narodnih gospodarstev. Zanimivo je, da se grozdenje najbolj razvija v času intenzivne globalizacije na vseh področjih. Konkurenčne prednosti pogosto izvirajo iz lokalnega oziroma regionalnega okolja, če tam obstaja koncentracija specializiranih veščin in znanja, kritična masa različnih organizacij, konkurentov, podjetij iz povezanih dejavnosti in odličnih dobaviteljev (Porter 1998a, 90).

Zanimivo je, da so grozdi v državah s približno enako ravnijo razvitosti, v zelo različnih fazah življenjskega cikla. Zaradi pričakovanih koristnih učinkov države oblikujejo različne politike grozdenja. Temu sledi tudi Slovenija. Žal je od prvih idej pa do oblikovanja programa in izvajanja začetnih aktivnosti preteklo skoraj deset let. Vendar raziskave kažejo, da je pretežni del iniciativ, tako kot pri nas tudi v svetu, bil dan po letu 1999 (Sölvell, Lindqvist, Ketels 2003). V Sloveniji je pobudo dalo Ministrstvo za gospodarstvo¹. Kratka zgodovina grozdenja in podjetništva predstavljata pri nas le del vzrokov za relativno majhno število in slabšo razvitost grozdov. Programi MG so povsem primerljivi ali celo boljši od tistih v razvitejših državah, našim grozdom pa na razvojni poti do regionalnih inovacijskih sistemov, kamor se razvijajo primerljivi grozdi po svetu, stojijo različne ovire. Ker ni enotne definicije in natančnih kriterijev, kaj je in kaj ni grozd, ter zaradi zelo različnega tolmačenja koncepta v različnih državah, so primerjave zelo težke in ne omogočajo posplošitev. Tudi posnemanje najboljših praks ne prinaša pravih rezultatov. Observatory of European SMEs je opravil analizo 34 grozdov v 17 evropskih državah in kljub temu, da ne gre za reprezentativen vzorec, iz katerega bi lahko sklepali o splošnih značilnostih evropskih grozdov, prišel do nekaterih pomembnih ugotovitev in identificiral ključne razvojne trende, ki bodo nedvomno vplivali tudi na razvoj grozdov v Sloveniji.

V nadaljevanju bomo predstavili opredelitev grozdov, kot jo uporabljajo partnerji ENSR², začrtali njihovo splošno razvojno pot, predstavili pomen za gospodarstva različnih držav in glavne smernice njihovega razvoja. Opozorili bomo na temeljne probleme slovenskega gospodarstva, ki jih lahko tudi z razvojem grozdov hitreje in uspešneje rešujemo, opredelili glavne probleme obstoječih in nastajajočih grozdov ter oblikovali nekaj priporočil za politiko grozdenja. Kvantitativni kazalci kažejo spodbudne rezultate, kvalitativni pa opozarjajo na težave celo v naših najbolj razvitih grozdih. Vprašanje, ki si ga verjetno

¹ V nadaljevanju – MG.

² ENSR – European Network for Small Business Research, ki je nosilec raziskave Observatory of European SMEs.

zastavlja marsikateri podjetnik in manager je, ali podjetja, ki sodelujejo v grozdih, dejansko poslujejo bolje od ostalih.

2. OPREDELITEV GROZDOV KOT JO UPORABLJA EVROPSKI OBSERVATORIJ

Koncept grozdenja je v zadnjih nekaj letih v Sloveniji pritegnil precej pozornosti. Podobno kot v drugih evropskih državah, lahko tudi pri nas opazimo, da se termin grozd ne uporablja dovolj dosledno. Res je, da je pod skupnim imenom združil nekatere starejše koncepte formalnih in neformalnih povezav, oblik sodelovanja ter regionalnega razvoja (Bergman and Feser 1999). Po drugi strani v praksi obstaja izjemna pestrost oblik grozdov v smislu njihove velikosti, sodelujočih institucij, geografskega obsega, dejavnosti, itd. Zaradi pravilnega interpretiranja rezultatov, primerljivosti raziskav, politik grozdenja in samih grozdov je potrebno določiti ozko in natančno definicijo.

2.1 Hierarhija treh konceptov

Observatory of European SMEs uporablja definicije in hierarhijo konceptov, kot so prikazani v tabeli 4-1.

Koncepti	Definicije in razlike
Regionalni grozd	Koncentracija <i>soodvisnih podjetij</i> znotraj iste ali sorodnih gospodarskih dejavnosti na majhnem geografskem območju.
Regionalna inovacijska mreža	Bolj organizirana oblika sodelovanja <i>med podjetji</i> , ki temelji na zaupanju, normah, sporazumih in spodbuja inovacijsko aktivnost njenih članov.
Regionalni inovacijski sistem	Sodelovanje <i>med podjetji in drugimi institucijami</i> z namenom razvoja, širitve in uporabe novega znanja.

Vir: ENSR, Observatory of European SMEs, 2002/No.3, str. 14.

Tabela 4-1: Hierarhija treh konceptov

Takšna hierarhija pravzaprav nakazuje tudi razvojno pot grozda v regionalni inovacijski sistem. Regionalna inovacijska mreža, kot vmesna faza, pomeni bolj organizirano in formalno obliko sodelovanja med podjetji na skupnih inovacijskih projektih (ENSR 2002, 14). To na primer pomeni, da dobavitelji sodelujejo z odjemalcem že v različnih fazah razvoja novih izdelkov in ne le pri izdelavi sestavnih delov po njegovih zahtevah. Gre za pomemben korak pri vzpostavitvi kanalov za pretok informacij, znanja in idej. Brez tega tudi kritična masa

povezanih podjetij ne predstavlja lokalnega/regionalnega proizvodnega ali socialnega sistema in ne deluje kot grozd (Rosenfeld 1997, 10). Tega se morajo zavedati tudi domači podjetniki in managerji. O sistemu namreč ne moremo govoriti, če njegovi deli niso med seboj tesno povezani.

Regionalni inovacijski sistem pa nastane šele takrat, ko je vzpostavljeno sodelovanje v inovacijskih aktivnostih med podjetji in drugimi institucijami, ki skrbijo za razvoj in širitev novega znanja (univerze, raziskovalno-razvojni³ inštituti, agencije za transfer tehnologije, poslovna združenja, finančne institucije, razvojne agencije in drugi) (ENSR 2002, 14). Te organizacije razpolagajo s pomembnimi kompetencami, usposabljaajo zaposlene in zagotavljajo potrebno finančno in drugo podporo pri inoviranju.

Razlikovanje med temi tremi koncepti pa je pomembno tudi z vidika vloge in aktivnosti države. Grozde Observatorij obravnava pretežno kot spontan fenomen: kot geografsko koncentracijo podjetij, ki je rezultat podjetniške aktivnosti v regiji in splošne tendence podjetij iz sorodnih dejavnosti po grupiranju na omejenem geografskem območju (Glasmeier 2000) in izkoriščanju zunanjih ekonomij obsega. Regionalni inovacijski sistemi so mnogo bolj sistematični in načrtni. Razvoj grozda v takšen sistem predstavlja možni način povečanja inovacijske sposobnosti in konkurenčnosti sodelujočih podjetij. Pri vzpostavitvi povezav s podpornimi institucijami lahko pomembno vlogo odigra tudi država (ENSR 2002, 14).

Pri vseh treh konceptih lahko opazimo, da je poudarek na regionalni ravni. Grozdi namreč postajajo sodoben način oblikovanja in izvajanja regionalne razvojne politike, ki je prilagojena novim konkurenčnim razmeram v globalnem gospodarstvu (Asheim and Isaksen, 2000a). Uspešnost nekaterih grozdov je namreč usmerila pozornost na izkoriščanje eksternih ekonomij obsega, do katerih prihaja v takšnem okolju (McDonald and Vertova 2001). Vendar pa je v praksi geografska razsežnost grozdov zelo različna: od izrazito lokalnih, do regionalnih, nacionalnih (predvsem v manjših državah kot je Slovenija), vse intenzivnejša pa je njihova internacionalizacija in vključevanje v globalne mreže. To omogoča napredek na področju informacijske in komunikacijske tehnologije⁴ ter transporta. Obseg je odvisen od tega, na kakšnem območju se nahaja kritična masa podjetij, institucij, znanja, kadrov in vseh drugih ključnih virov.

³ V nadaljevanju – R&R.

⁴ V nadaljevanju - IKT.

2.2 Življenjski cikel grozdov

Nastanek in razvoj grozdov poteka po določenem zaporedju, katerega koraki sestavljajo njegov življenjski cikel. Rojstvo grozda je običajno rezultat specifičnih zgodovinskih okoliščin, ki so zaznamovale določeno območje. To je lahko razpoložljivost surovin, tradicionalnega znanja, specializiranega znanja v R&R organizacijah, inovativnosti nekaterih, ki spodbudi rast mnogih drugih, zahtevnih potreb skupine podjetij na tem območju, itd. (ENSR 2002, 14). Geografska koncentracija pomeni močno lokalno konkurenco, ki je pomemben spodbujevalec inoviranja in podjetništva (Porter 1998b, 221).

V drugi fazi, ko je takšna aglomeracija izoblikovana, podjetja lahko začnejo izkoriščati prednosti eksterne ekonomije obsega, kot naprimer dostop do specializiranih dobaviteljev surovin in ponudnikov storitev, dostop do izkušenih in usposobljenih delavcev na specializiranem trgu delovne sile, itd (McDonald and Vertova 2001). To za sodelujoča podjetja pomeni nižje stroške zaradi uporabe skupnih virov, ki so še posebej malim podjetjem pogosto nedostopni.

Sledi razvoj podpornih institucij, ki nudijo različne storitve članom grozda. Med njihove ključne naloge lahko uvrstimo spodbujanje lokalnega sodelovanja, razvoj specializiranega znanja, izobraževanje in usposabljanje delavcev, pomoč pri prenosu tehnologije, varstvu intelektualne lastnine, itd. Ponovno gre za storitve na področjih, ki jih majhna podjetja nujno potrebujejo v inovacijskih procesih, vendar imajo iz različnih razlogov do njih otežen dostop (ENSR 2002, 15).

Vse prej omenjene aktivnosti postopoma izboljšujejo razpoznavnost, ugled in privlačnost grozda. Zato je vse več podjetij in usposobljenih delavcev zainteresiranih za vključitev, kar še dvigne njegovo atraktivnost. Grozd s tem postaja zelo plodno podjetniško okolje (ibid., 15).

Razvoj se nadaljuje z nadgradnjo razmerij med partnerji. Različne oblike neformalnega sodelovanja spodbujajo pretok informacij in znanja. Osebni stiki in bližina posameznikov, podjetij in organizacij so izjemnega pomena pri prenosu nemega znanja, ki je pomemben vir relativno trajnih konkurenčnih prednosti. Ker ga ni mogoče zapisati in je težko prenosljivo, ga tudi konkurenti ne morejo enostavno posnemati. Medtem ko so informacije globalno mobilne, je torej specifična in izjemno pomembna vrsta znanja izrazito lokalno vezana in težko prenosljiva (Cooke et al. 2000).

Čeprav lahko grozdi uspešno samostojno delujejo desetletja ali pa se združijo z drugimi grozdi, zaidejo tudi v fazo zrelosti in nazadovanja. Številne značilnosti

lokalnega okolja na področju socialno-kulturnih dejavnikov, tehnologije, institucij, znanja in drugih virov, od koder je grozd črpal svojo moč za rast in razvoj, lahko z leti postanejo vzrok za nefleksibilnost in glavna ovira za inoviranje. Grozd lahko pade v past toge specializacije. Postane velika okorna struktura, urejena s številnimi formalnimi in neformalnimi pravili, ustaljenimi normami in razmerji med člani, ki zavirajo uresničevanje novih idej. S tem je nevtralizirana glavna prednost malih podjetij, kar v globalnem, hitro spreminjajočem poslovnem okolju predstavlja resno grožnjo za njihov obstoj.

3. KVANTITATIVNA POMEMBOST GROZDOV V EU⁵

Zaradi različnega razumevanja opredelitev grozdov in različnih pristopov v posameznih državah, so primerjave med njimi zelo težavne. ENSR je zbrala rezultate raziskav, ki so jih ločeno in po lastni metodologiji izvedli v državah EU. Razvrstila jih je glede na kriterije, ki so jih uporabili za identificiranje, število grozdov, relativni pomen in uspešnost delovanja v primerjavi z nacionalnim povprečjem (ENSR 2002, 24-25). Druge skupine raziskav pa ne analizirajo grozdov po posameznih državah, temveč analizirajo panogo, v kateri grozd deluje (npr. evropski grozdi na področju biotehnologije). V nekaterih državah ni bilo mogoče najti niti enih niti drugih.

Splošna ugotovitev je, da se število identificiranih grozdov med posameznimi državami močno razlikuje. Povsod obstaja večje ali manjše število aglomeracij – torej koncentracij podjetij iz sorodnih dejavnosti na omejenem geografskem območju, za katere pa v vseh primerih ne moremo trditi, da so že delujoči grozdi. Intenzivnost sodelovanja med njimi je namreč preslaba. Tudi raven razvitosti grozdov med državami, ki so na primerljivi stopnji gospodarskega razvoja, je zelo različna.

Največkrat uporabljeni kriterij za prikaz relativne pomembnosti grozdov je število zaposlenih v grozdih v primerjavi z vsemi zaposlenimi v narodnem gospodarstvu. Ker pa njihove meje niso povsod enake, je takšna primerjava težavna. Drugi kazalec je delež v BDP, ki ga v posamezni državi ustvarijo grozdi. Tega podatka vse države niso zagotovile.

Naslednje vprašanje, na katerega so poskušali poiskati odgovor, je bilo, kako učinkovito in uspešno poslujejo grozdi v primerjavi z nacionalnim povprečjem. Tudi tukaj države uporabljajo različne kazalnike. Splošni vtis je, da na različnih področjih (npr. zaposlovanje, ustanavljanje novih podjetij, višina plač, produktivnost, rentabilnost in drugi kazalci učinkovitosti in uspešnosti podjetij) grozdi presegajo nacionalna povprečja v različnih državah

⁵ Povzeto po ENSR (2002, 21 – 25).

(OECD 2001). Seveda pa je to odvisno še od mnogih drugih dejavnikov in zato uspešnosti ne moremo pripisati zgolj pozitivnim učinkom grozdenja. Zelo velik vpliv ima panoga, v kateri podjetja delujejo.

Obstaja torej velika potreba po določitvi jasnih kriterijev za identificiranje, presojanje relativne pomembnosti in uspešnosti grozdov ter ponovni analizi. To velja tudi za Slovenijo.

4. TEMELJNE ZNAČILNOSTI IN RAZVOJNI TRENDI ANALIZIRANIH GROZDOV V EU⁶

Drugi del raziskave se nanaša na vzorec 34 grozdov v 17 državah EU. Njen namen je bil primerjati evropske grozde in ugotoviti njihov značaj, delovanje, uspešnost ter razvojne trende. Število analiziranih grozdov je seveda premajhno za reprezentativen vzorec, ki bi omogočal smiselne primerjave in sklepanje o splošnih značilnostih evropskega grozda. Kljub temu raziskava prispeva k novemu znanju o grozdih in odpira dodatna področja raziskovanja. V nadaljevanju bomo prikazali povzetek temeljnih ugotovitev in s tega vidika analizirali temeljne ovire pri razvoju slovenskih grozdov.

a. Stari/mladi in tradicionalni/tehnološki grozdi ter njihova rast

Grozde delijo na stare in mlade, ter tradicionalne in tehnološke, med katerimi obstajajo precejšnje razlike. Večina analiziranih raste po številu vključenih podjetij in zaposlenih, kar je deloma posledica prevlade tehnoloških (ki delujejo v rastočih dejavnostih) in mladih grozdov (ki so v rastoči fazi življenjskega cikla). To ne omogoča sklepa, da gre evropskim grozdom dobro in da večinoma rastejo. Kljub temu nekatere kvantitativne analize, študije primera in teoretične opredelitve, kažejo v to smer.

b. Prevlada MSP v grozdih

V analiziranih grozdih že prevladujejo MSP in tudi druge raziskave kažejo, da se njihov pomen povečuje (Muizer and Hospers 1998, 54). MSP so močno odvisna od lokalnega okolja, saj sama običajno nimajo virov in znanja za vključevanje v širše mreže povezav (Vatne in Taylor 2000). Njihovo delovanje je pretežno odvisno od znanja in vezi podjetnika in nekaj njegovih najožjih sodelavcev. Te povezave pa le redko presegajo okolje, v katerem ti ljudje živijo in delajo. Torej je lokalno/regionalno okolje ključno za delovanje grozda. Po drugi strani pa je mogoče opaziti, da se tudi pomen velikih multinacionalnih podjetij v grozdih krepi.

c. Globalizacija – regionalizacija in povečevanje pomena multinacionalnih podjetij

Nova ekonomija, ki se razvija pod močnim vplivom napredka informacijske in komunikacijske tehnologije, prinaša precejšnje spremembe v način poslovanja in življenja ljudi. Zato lahko pričakujemo, da bo imela v prihodnosti še močnejši vpliv tudi na delovanje obstoječih in nastajanje novih grozdov (Arbonies and Moso 2002). Vprašanje je, če je zaradi globalizacije koncept grozdenja, ki ima pretežno regionalni značaj, ogrožen. Podjetja se vse bolj vključujejo v globalne dobavne verige in druge oblike povezav, ki se raztezajo čez velike razdalje in vključujejo multinacionalna podjetja, kar nedvomno vpliva na tesne lokalne/regionalne povezave, ki tvorijo jedro grozdov (Carrie 1999). Dejstvo je, da nekateri trendi nove ekonomije podpirajo procese, ki se odvijajo v grozdih, drugi pa v jedru spreminjajo njihove temeljne značilnosti. Observatorij analizira tri možne vplive nove ekonomije na procese grozdenja:

Rast grozdov v panogah nove ekonomije.

V svetu potekajo intenzivni procesi grozdenja v regijah, ki so tesno povezane z novo ekonomijo. Gre za dejavnosti, ki nastajajo pod vplivom nove tehnologije in še posebej interneta. Grozdenje na tem področju je posledica dejstva, da se kompleksno znanje, na katerem danes temeljijo najbolj perspektivne dejavnosti, ustvarja in prenaša najbolj učinkovito, če so sodelujoča podjetja v neposredni bližini. Ta grozdom pripisujejo velik pomen in so zelo motivirana za sodelovanje z bližnjimi podjetji še posebej v začetnih fazah življenjskega cikla novih tehnologij. Nastajajo tam, kjer obstaja ugodno podporno okolje za razvoj novih podjetij in dejavnosti. Ustvarjajo lokalne pozitivne eksternalije, ki pritegnejo druga podjetja in nove aktivnosti, ki se začnejo kopičiti na tem območju (Storper in Walker 1989).

Sprememba značaja obstoječih grozdov zaradi napredka IKT

Sposobnost novih tehnologij, da po elektronskih omrežjih prenašajo ogromne količine informacij zelo hitro in z zelo nizkimi stroški prek velikih razdalj (Muizer and Hospers 2000) je spodbudila nekatere k razmišljanju o tem, da oddaljenost podjetij ni več pomembna (Gillespie at al. 2001). Podjetja lahko danes resnično globalno nabavljajo različne inpute in s tem znižujejo stroške. Zdi se, da sodelovanje z lokalnimi in regionalnimi partnerji izgublja v primerjavi z globalnimi mrežami. Vendar to le navidezno izpodbija idejo grozdov. Njihov pomen, v smislu regionalne skupnosti podjetij in institucij z močnimi povezavami v procesih ustvarjanja in širjenja novega znanja ter ustvarjanja inovacij, se še krepi. Ne smemo namreč enačiti podatkov oziroma informacij in kodificiranega znanja, ki se masovno proizvaja in ga je

⁶ Povzeto po ENSR (2002, 17 – 53).

mogoče široko in hitro distribuirati ter nekodificiranega, nemega znanja, ki je mnogo bolj redek vir, saj je vgrajeno v individualne izkušnje, odnose med ljudmi, komunikacijske kanale in organizacijske rutine (Muizer and Hospers 2000). Tako lahko IKT izven grozda preseli samo del aktivnosti, medtem ko tiste, ki temeljijo na nemem znanju, osebnih srečanjih in razmerjih zaupanja, ostajajo v domeni grozdov.

Vključevanje članov grozdov v nastajajoče globalne mreže, ki jih s pomočjo IKT upravljajo in vodijo multinacionalne korporacije

V svetu je mogoče opaziti dva vzporedna trenda. Veliko število tudi formalno neodvisnih podjetij se povezuje v globalne mreže, ki so posredno ali neposredno pod nadzorom multinacionalnih podjetij. In istočasno se izvaja tranzicija od proizvodnih sistemov k sistemom, ki temeljijo na znanju, ker je v nove izdelke vgrajena vse več znanja (Asheim in Isaksen 2000b). Ravno zaradi tega grozdi ostajajo pomembni vozli v globalnih mrežah (Amin and Thrift 1992, 577). Zato globalno gospodarstvo nekateri vidijo kot mozaik regionalnih grozdov, povezanih s pretokom blaga, informacij in znanja (Saxenian 1994). Zavezanost izključno na partnerje v neposredni bližini, ki so v preteklosti mogoče res predstavljali jedro grozda, danes pa so se preoblikovali v togo strukturo, lahko pripelje do nefleksibilnosti in predstavlja visoko oviro za uresničevanje novih idej v inovacijskih procesih. Očitno gre za vzporedna trenda globalizacije in regionalizacije, kar bo močno vplivalo na nadaljnji razvoj grozdov. Zato tudi politika grozdenja ne sme biti preveč lokalno ali regionalno usmerjena.

Aktivnosti internacionalizacije grozdov in povezave v globalne mreže se izvajajo postopoma. Prvi koraki so eksternalizacija aktivnosti, ki jih ni racionalno izvajati v grozdu, potem pa vzpostavitev sodelovanja s tujimi partnerji, sorodnimi grozdi v tujini in privabljanje domačih in tujih multinacionalk v grozd (Carrie 1999).

d. Internalizacija in eksternalizacija aktivnosti

Kljub izrazitemu trendu globalizacije pa raziskava kaže, da so regionalni viri in sodelovanje še vedno ključnega pomena za spodbujanje rasti grozdov. Številne aktivnosti vzdolž vrednostne verige v prevladujočih dejavnostih ostajajo v domeni grozda. Izrazito interen značaj imajo temeljne in aplikativne raziskave. Po drugi strani pa v analiziranih grozdih podjetja vse intenzivneje selijo pomemben del svojih aktivnosti izven grozda na območja, ki so za to bolj primerna in kjer so stroški nižji. Najbolj pogosto to velja za dobavo surovin, sestavnih delov in strojev.

e. Koordinacija aktivnosti in pomen neekonomskih ter socio-kulturnih dejavnikov za razvoj grozdov

Med analiziranimi grozdi se kaže jasen trend k razvoju dolgoročnih partnerstev in oblikovanju začasnih koalicij za vodenje in izvedbo posameznih projektov razvoja kompleksnih, po zahtevah in v sodelovanju z uporabniki narejenih ter strokovno zahtevnih izdelkov. Pravzaprav gre za procese učenja, ki potekajo v nenehni interakciji med podjetji in drugimi institucijami. V teh procesih se razvija kultura sodelovanja, medsebojnega zaupanja in spoštovanja, kar je osnova za oblikovanje dolgoročnih partnerstev. Različni lokalni, socio-kulturni dejavniki so izjemnega pomena in zahtevajo posebno pozornost. Pomembno vlogo pri koordinaciji teh procesov pripisujejo različnim družbenim institucijam.

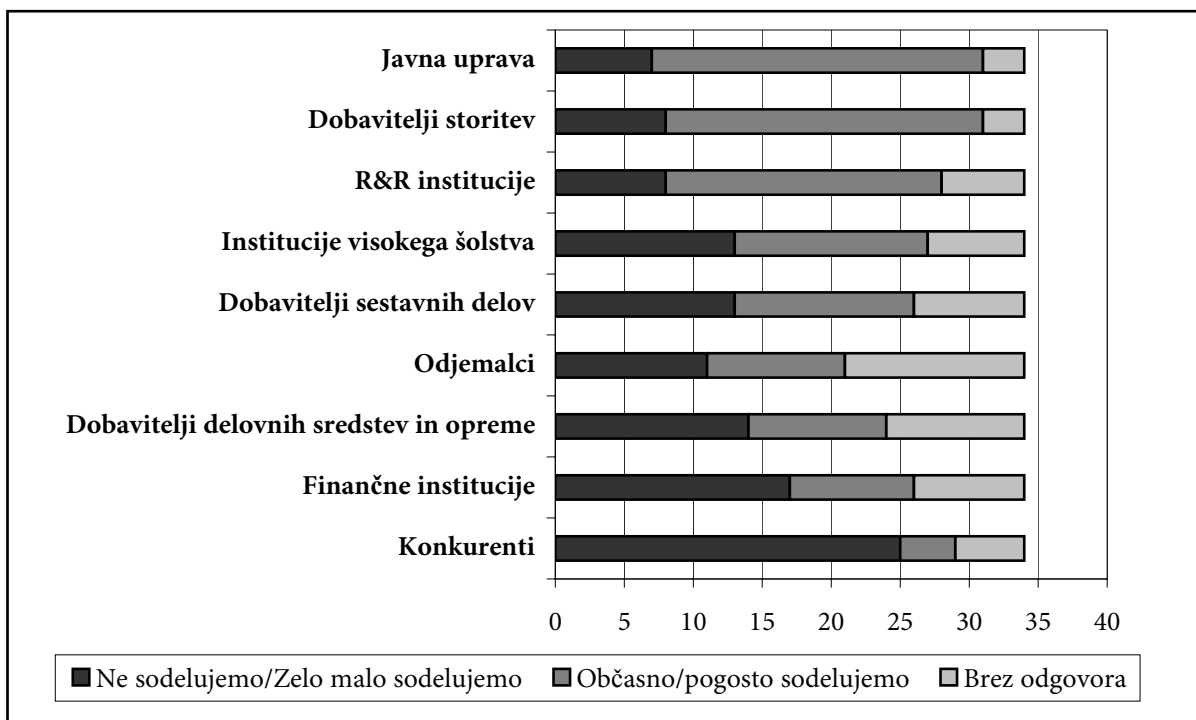
f. Intenzivnost sodelovanja med člani

Raziskava ENSR o grozdih je pokazala zelo zanimivo sliko, s kom podjetja v analiziranih grozdih najpogosteje sodelujejo (*Slika 4-1*).

Nekatere teoretične opredelitve grozdenja govorijo tudi o sodelovanju med konkurenti. Tega raziskava ne potrjuje. Podjetja najintenzivneje sodelujejo z lokalnimi dobavitelji storitev, R&R institucijami in državno upravo. Zelo redko pa s finančnimi institucijami, ter dobavitelji delovnih sredstev, opreme in sestavnih delov. Tukaj podjetja uporabljajo zunanjo dobavo, zato je tovrstnih institucij v grozdih malo.

g. Konkurenčnost in inovativnost grozdov

Grozdi naj bi spodbujali inovacijske aktivnosti podjetij in prispevali k večji konkurenčnosti (McDonald and Vertova 2001). Raziskava evropskih grozdov je pokazala, da mnogi od njih zasedajo zelo močne konkurenčne položaje na svetovnih trgih. Glavne karakteristike najboljših so: izjemna sposobnost inoviranja, vključenost multinacionalnih podjetij in izvedba R&R aktivnosti znotraj grozda. Visoka raven konkurenčnosti pomeni konkuriranje z inovacijami, nizka raven pa konkuriranje z nizko ceno (Storper in Walker 1989). Med analiziranimi grozdi so najpomembnejša vrsta inovacij novi izdelki, sledijo inovacije na področju proizvodnega procesa ter nove metode trženja in distribucije. Najmanj pomembne so inovacije na področju razvoja strojev in opreme, ker jih kupujejo od dobaviteljev izven grozdov.



Vir: ENSR Cluster Survey Spring 2001, Observatory of European SMEs 2002/No.3., str. 37.

Slika 4-1: Pogostost sodelovanja v grozdu

5. IZZIVI RAZVOJA SLOVENSКИH GROZDOV Z VIDIKA TEMELJNIH RAZVOJNIH TRENDOV GROZDOV V EU

5.1 Problemi slovenskega gospodarstva ob vstopu v EU

V zadnjih desetih letih je Slovenija dosegla pozitivne makroekonomske rezultate, ki jo uvrščajo med najuspešnejše tranzicijske države. Kljub temu pa kazalci konkurenčnosti kažejo, da še vedno zaostajamo na področju nekaterih ključnih dejavnikov ekonomske rasti in razvoja. Najbolj izrazito na področju razvoja grozdov, inovativnosti, podjetništvu naklonjenega podpornega okolja, ki bi spodbujalo ustanavljanje novih podjetij, finančnega sistema, fleksibilnosti trga dela in ponudbi specializiranih lokalnih dobaviteljev (IER, 2002). Zaskrbljujoč je zaostanek pri produktivnosti, saj je dodana vrednost na zaposlenega kar trikrat manjša od povprečja EU. Vzrok za to lahko iščemo v pomanjkljivem managerskem, tehničnem in organizacijskem znanju, slabi opremljenosti s sodobno tehnologijo in nizki učinkovitosti pri njeni uporabi, nizki investicijski sposobnosti in preslabem delovanju podpornih institucij. Oviro za večjo konkurenčnost predstavljajo tudi strukturni problemi. Slovensko gospodarstvo je še vedno preveč odvisno od tradicionalnih panog z nizko dodano vrednostjo, vendar pomembnim deležem izvoza, medtem ko je delež ljudi zaposlenih v panogah, ki ustvarjajo največjo bruto dodano

vrednost na zaposlenega, relativno nizka in se le počasi dviguje (Rebernik, Dermastia in Krošlin 2003).

Izzivi, ki jih pred naša podjetja ob vstopu v EU postavlja globalna konkurenca, v kateri le inovativni in podjetni lahko uspešno konkurirajo, ter zaostanek za številnimi državami, s katerimi se radi primerjamo, silijo k prilagoditvi strukture slovenskega gospodarstva zahtevam nove ekonomije. Podjetništvo in uspešna difuzija inovacij, ki pospešujejo nastajanje novih, visoko kakovostnih izdelkov, predstavljata glavni gonilni sili nove ekonomije in spreminjata ekonomsko strukturo vodilnih držav. Podjetništvo in inovacije so tako ključnega pomena za doseganje večje konkurenčnosti, istočasno pa tudi ekonomske rasti in razvoja naše države.

5.2 Rezultati grozdenja v Sloveniji in potrebne nadaljnje aktivnosti

Za doseganje zastavljenih ciljev je MG oblikovalo vrsto programov, ki sestavljajo proaktivno gospodarsko politiko. Njen sestavni del je tudi politika grozdenja, katere namen je izboljšati že omenjene dejavnike uspeha v globalnem gospodarstvu. Spodbujajo investicije v znanje in novo tehnologijo, specializacijo in izboljšanje temeljnih kompetenc podjetij, raziskave in razvoj novega znanja, izboljšanje razmer na trgu dela in večjo prodornost posameznih podjetij in njihovih skupin na mednarodnih trgih (MG 2003).

Rezultati štiriletnih prizadevanj MG in zainteresiranih podjetij so vidni in tudi precej spodbudni. To je potrdila tudi The Cluster Initiative Greenbook (Orjan Solvell, Goran Linqvist, and Christian Ketels: The Cluster Initiative Greenbook, August 2003). Danes je v proces grozdenja vključenih več kot 350 podjetij in institucij s skoraj 55.000 zaposlenimi (MG 2003). Avtomobilski, orodjarski, transportno-logistični, plastični ter grozd za klimatizacijo, gretje in hlajenje so pripravljene za dinamično rast. Nekaj grozdov je v zgodnji fazi rasti, med njimi tudi grozd s področja okoljske tehnologije. Obstaja iniciativa na področju obdelave lesa, turizma in energetike, ki pa so zaenkrat še v začetni fazi življenjskega cikla (ibid., 2003). V Sloveniji smo torej identificirali precej grozdov, vendar še nobeden od njih ni dosegel razvojne stopnje regionalnega inovacijskega sistema. Število vključenih podjetij in zaposlenih se iz leta v leto povečuje, kar je predvsem posledica dejstva, da gre za relativno mlade grozde v začetni ali rastoči fazi razvojnega cikla. Na tej razvojni poti se pojavljajo številne ovire in potrebno bo izvesti še precej aktivnosti, ki jih bomo nakazali v nadaljevanju. Jasno je, da bodo v fazo dinamične rasti prešli samo najbolj perspektivni in inovativni grozdi.

Tradicionalni/tehnološki grozdi, panoge nove ekonomije
Zaradi omenjene strukture slovenskega gospodarstva tudi med grozdi prevladujejo tisti iz tradicionalnih panog. Zelo majhen delež gospodarstva deluje v dejavnostih nove ekonomije. Kljub temu se pojavljajo raziskave in ideje, kako povezati slovenska podjetja s področja informacijske in komunikacijske tehnologije v grozde, jih vključiti v mednarodne mreže in s tem povečati njihovo konkurenčnost na svetovnem trgu. Takšnim pobudam mora dati prednost tudi država, nikakor pa ne smemo zanemariti tradicionalnih grozdov.

Vloga MSP v grozdih

V naših grozdih še ni opaziti prevlade MSP. Postopoma res pridobivajo na pomenu, vendar imajo glavno besedo in moč še vedno velika podjetja. Obstajajo nekatera zelo uspešna MSP, ki se ukvarjajo z visoko tehnologijo in dobavljajo svoje izdelke uglednim svetovnim podjetjem in institucijam. Praviloma pa pri njih pravega interesa za vključevanje v domače grozde ni, saj jim sodelovanje z zahtevnimi tujimi partnerji vzame veliko časa in drugih virov, bojijo pa se tudi za svoje znanje in samostojnost. Poznavanje koncepta grozdenja je med njimi najslabše, zato sta nepoznavanje koristi in strah razumljiva.

Globalizacija, eksternalizacija aktivnosti ter pomen multinacionalnih podjetij v grozdih

Trend globalizacije je seveda viden tudi pri nas. Domača podjetja izkoriščajo prednosti cenejše dobave virov in proizvodnje izdelkov z nizko dodano vrednostjo na območjih s cenejšo delovno silo, torej izven grozda. Po opremljenosti z IKT ne zaostajajo za tujimi podjetji, vendar pa razpoložljivo opremo slabo izkoriščajo. Manjka

torej nekaj organizacijskega in managerskega znanja v povezavi z informacijskim. Še bolj intenzivno se bodo morala vključiti v globalne mreže in skušati pritegniti multinacionalna podjetja. Za domača namreč ne moremo reči, da so prave multinacionalke, tujih pa zaenkrat še ni. Pri tem je potrebno biti previden, saj multinacionalke širijo v različne grozde različne aktivnosti. To za nekatere žal pomeni, da bodo proizvajali standardizirane izdelke in storitve z uporabo nizko kvalificirane in poceni delovne sile. Za druge pa mnogo bolj zelene R&R aktivnosti in pretvarjanje rezultatov raziskav v zahtevne izdelke in storitve s pomočjo visoko izobraženih in usposobljenih kadrov. S tem grozd pridobi dostop do novega znanja, veščin, tehnologije in drugih pomembnih virov ter se vključi v široke mreže, ki jih upravljajo takšna podjetja. To spodbuja inovacijske aktivnosti, podjetništvo ter rast in kakovosten razvoj grozda. Ali bodo multinacionalna podjetja prišla v grozd in kaj bodo tam počela, pa je v veliki meri odvisno od kakovosti regionalnega okolja, oziroma tega, kar lahko grozd ponudi. Le redki uspešni evropski grozdi v svojih vrstah nimajo multinacionalnih podjetij. Pospešena internacionalizacija, aktivno delo na ključnih dejavnikih privlačnosti grozda in dobra promocija njihovega delovanja bodo v prihodnosti morale biti prioritete naših grozdov. Kljub temu nekateri slovenski grozdi nimajo jasne slike o internacionalizaciji in si podjetja različnih velikosti glede tega niso enotna (Jaklič 2002).

Intenzivnost sodelovanja med člani, koordinacija aktivnosti in pomen socio-kulturnih dejavnikov

Pred približno enim letom opravljena raziskava o delovanju treh najbolj razvitih grozdov pri nas je pokazala, da raven sodelovanja med podjetji še ni dosegla zelene ravni, saj jim je do takrat uspelo le malo skupnih projektov, v katerih so sodelovali samo nekateri (Jaklič 2002). Lansko redno srečanje vodij projektov razvoja grozdov pa je pokazalo bolj optimistično sliko. Nekateri skupni projekti so uspešno zaključeni, drugi so v teku, za prihodnost pa načrtujejo še precej novih (MG 2003). Večjih pripomb ni bilo le glede aktivnosti MG, do drugih institucij pa so precej kritični. Nekaj pomanjkljivosti je še vedno na relaciji med podjetji ter raziskovalnimi in izobraževalnimi institucijami. Sodelujoči spoznavajo pomen socio-kulturnih dejavnikov, saj ponekod še primanjkuje zaupanja in prave kulture sodelovanja, ki sta nujni za izgradnjo dolgoročnih partnerstev. Kot oblika koordinacije aktivnosti zaenkrat prevladujejočasne koalicije pri izvedbi skupnih projektov.

Konkurenčnost in inovativnost

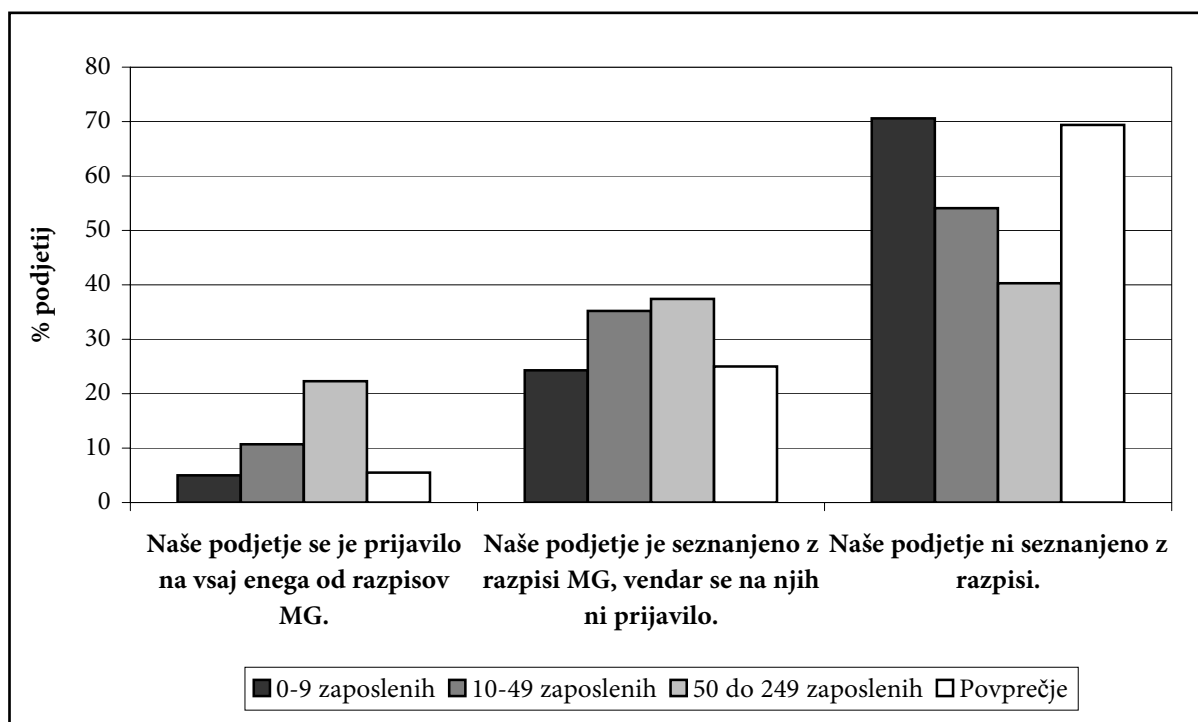
Nekatera podjetja, ki so vključena v grozde, dosegajo tudi na mednarodnih trgih pomembne konkurenčne pozicije. S tem seveda prispevajo k konkurenčnosti celotnega grozda. Tesnejše kot je sodelovanje, večji bodo sinergijski učinki. Precej pozornosti pa bo v prihodnje potrebno nameniti dvigu inovativnosti in produktivnosti. Tukaj je zaostanek

predvsem v tradicionalnih panogah največji.

5.3 Ovire in priložnosti razvoja grozdov pri nas

Na Inštitutu za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti v Mariboru

smo v anketi, ki je zajela reprezentativen vzorec malih in srednje velikih slovenskih podjetij vprašali, če so seznanjena z razpisi in aktivnostmi MG, katerih namen je bil spodbuditi sodelovanje med podjetji in drugimi institucijami ter njihovo povezovanje v grozde. *Slika 4-2* kaže nekaj presenetljivih rezultatov.



Vir: IPMMP, 2003.

Slika 4-2: Seznanjenost podjetij z razpisi Ministrstva za gospodarstvo o grozdenju

Kar 69,4% anketiranih podjetij ni seznanjenih z razpisi, ki jih objavlja MG. Od tega je pričakovano največ mikro podjetij (od 0 do 9 zaposlenih). Najbolje so informirana srednje velika podjetja, vendar je tudi med njimi 40% takšnih, ki razpisov ne poznajo. V povprečju se je 5,5% podjetij prijavilo na vsaj enega od omenjenih razpisov. Med njimi je največ srednjih, ki z 22,3% močno presegajo mala (10,7%) in mikro podjetja (le 5%). Kljub obširnemu informiranju javnosti o odprtih razpisih, bo očitno potrebno na tem področju še precej narediti.

Zaskrbljujoč je tudi podatek, da skoraj 40% vseh MSP v Sloveniji koncepta grozdenja sploh ne pozna. Med njimi največ mikro podjetij. 25% je takšnih, ki so bili z razpisi seznanjena, vendar se na njih iz različnih razlogov niso prijavila. Temeljne vzroke prikazuje *slika 4-3*.

Najbolj pogost vzrok med MSP je, da za vključitev v grozd ne čutijo prave potrebe (28,2%). Med njimi je nedvomno precej takšnih, ki s koristmi grozdenja niso dovolj dobro seznanjeni. Največ med mikro podjetji. Sledi pomanjkanje pravih partnerjev (13%) in prezapletenost prijave (7,8%).

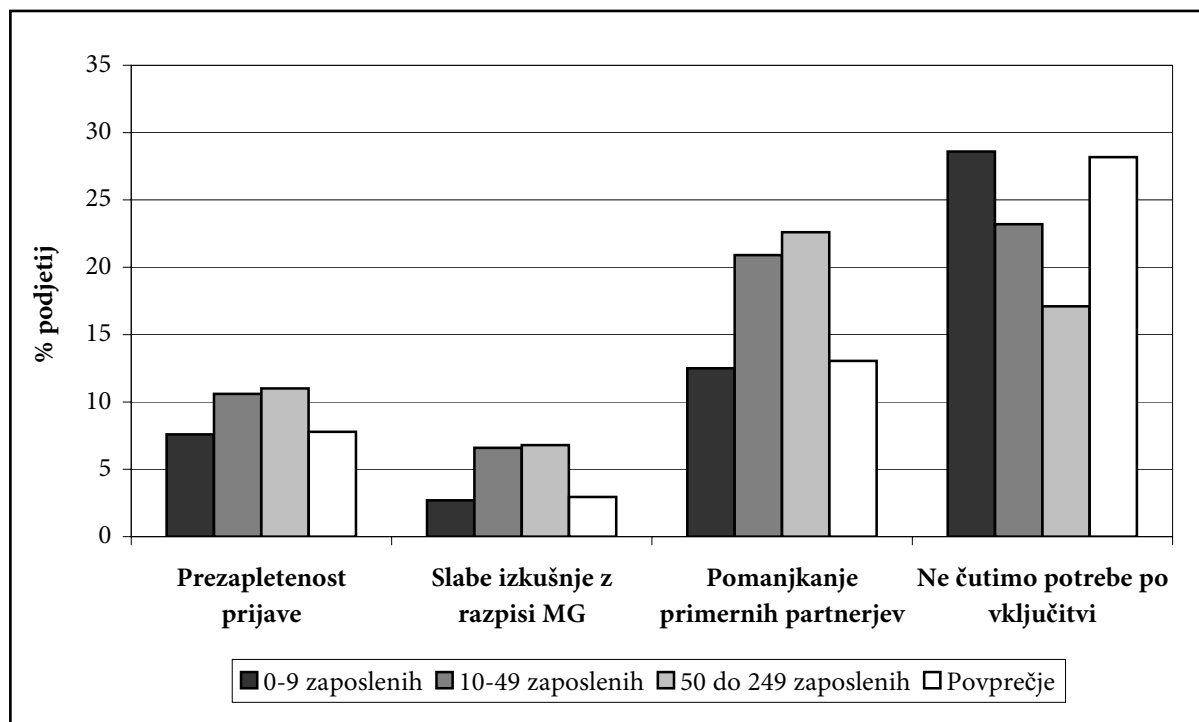
Le približno 3% jih ima s prejšnjimi razpisi slabe izkušnje in niso več pripravljeni vlagati časa in napora v pripravo prijav.

Na vprašanje, če se podjetje želi vključiti v grozd, jih je skoraj 40% odgovorilo, da tega ne želijo. Med njimi je največ mikro (39,3%) in malih (37,8%) podjetij, kar je še posebej zaskrbljujoče. Tuje raziskave namreč kažejo, da takšna podjetja v grozdih največ pridobijo, saj nevtralizirajo pomanjkljivosti svoje majhnosti, po drugi strani pa lahko ohranijo fleksibilnost in tudi svoje druge prednosti. Vzrokov za to, da se domači mikro in mali podjetniki ne želijo vključiti v grozde, je veliko: pomanjkanje potrebnega znanja za sodelovanje, pomanjkanje zaupanja ter strah pred izgubo samostojnosti, nezaupanje v koncept grozdenja in pomanjkanje drugih virov. Po drugi strani pa se kar 21,8% MSP želi vključiti v grozde, kar je precej spodbudno. Med njimi srednje velika vidijo največ priložnosti. Analiza pilotskih grozdov pa je pokazala, da je največji interes za sodelovanje, ko grozd enkrat začne delovati, ravno med malimi podjetji, medtem ko so velika lahko tudi sama sebi zadostna (Jaklič 2002). Vsi ti rezultati kažejo na precejšnje

razlike v pogledih na koncept grozdenja in motivacijo za sodelovanje med podjetji različnih velikostnih razredov.

MG se je odločilo, da pripravi poseben program za razvoj lokalnih mrež majhnih podjetij znotraj omejenega geografskega območja. S tem skušajo podpreti najbolj

ranljiv del našega gospodarstva ob vstopu v EU, istočasno pa izboljšati njihove sposobnosti sodelovanja, okrepiti regionalne in nacionalne grozde ter spodbuditi dinamično rast in razvoj (Rebernik, Dermastia in Krošlin 2003). Takšna usmeritev je glede na prej prikazane trende še kako primerna in potrebna.



Vir: IPMMP, 2003.

Slika 4-3: Temeljni vzroki, da se podjetje, ki je bilo seznanjeno z razpisi MG, na njih ni prijavi

Nezaupanje v koncept

Pomembno oviro za nadaljnji razvoj grozdov pri nas predstavlja nezaupanje ne le v koncept grozdenja temveč tudi v druge iniciative države (Sölvell, Lindqvist, Ketels 2003). Opazimo lahko, da med podjetji (še posebej malimi) in tudi nekaterimi institucijami manjka motivacije za vključitev v grozde. Zaradi pomanjkanja konkretnih rezultatov so se še nedolgo nazaj pojavljali dvomi celo pri tistih, ki v njih že sodelujejo (Jaklič 2002). Tudi širši javnosti je še vedno dostopnih premalo informacij o aktivnostih, ki jih izvajajo člani ter konkretnih koristih sodelovanja. Kljub temu, da se domača podjetja vse bolj zavedajo pomena sodelovanja, še vedno obstaja vtis, da je relativni uspeh grozdov pri nas v veliki meri posledica finančne podpore države. To je nedvomno eden glavnih motivatorjev za podjetja, da se vključijo v procese. Žal nimamo zanesljivih raziskav, ki bi pokazale, koliko podjetij je svoje načrte, ki so jih ob razpisih poslali na MG, tam pa niso bili izbrani, tudi uresničilo z lastnimi vlaganji. Manjkajo torej tudi domače zgodbe o uspehu, ki bi lahko veliko pripomogle k večji razpoznavnosti in dvigu ugleda grozdenja.

Ovire med socio-kulturnimi dejavniki

Podjetnikom in managerjem pri nas največkrat primanjkuje najpomembnejši element vsakega uspešnega sodelovanja – medsebojnega zaupanja. Posebej izrazito na relaciji med velikimi in malimi podjetji. Izgradnji socialnega kapitala, ki temelji na skupnih vrednotah medsebojnega razumevanja in zaupanja v razmerjih med podjetji in tudi v odnosu do države, je ključnega pomena za pospešen napredek naših obstoječih in novih grozdov.

Ovire pri ustanavljanju novih podjetij v grozdih

Številne države se ukvarjajo s problemom neugodne podjetniške klime (Rebernik in drugi 2003). Slovenija pri tem ni nobena izjema. Bolj naklonjeni podjetnikom so se izkazali grozdi, zato v njih običajno nastane več novih podjetij, kot znaša povprečje posamezne države. Tako so tudi okrog naših najrazvitejših grozdov začela nastajati prva nova podjetja, kljub temu pa proces še ni dovolj zaživel. Nekateri se že približujejo fazi dinamične rasti, ki jo bodo morali spremljati procesi ustanavljanja novih tehnološko naprednih podjetij, kot rezultat spin-off procesov s strani velikih podjetij ter nastajanja novih

podjetij na temelju novih poslovnih zamisli, ki so nastale v tem procesu (spillover) (Rebernik, Dermastia in Krošlin 2003). V grozdih je potrebno sistematično odkrivati nove poslovne priložnosti in spodbujati ljudi, da začnejo lastno podjetniško kariero, istočasno pa zagotoviti ugodne pogoje za to. Pomembno nalogo bi morale imeti različne institucije za prenos znanja in tehnologije, kar pa pri nas predstavlja še posebej problematično področje.

Podporne institucije, R&R ter njihov prenos v gospodarsko prakso

Privatnih investicij v R&R je predvsem med MSP še vedno premalo, od javno financiranih pa ni pravega učinka, kar lahko v veliki meri pripišemo nedelujočim mehanizmom za dvosmeren prenos znanja in tehnologije med izobraževalno-raziskovalno sfero in gospodarstvom. Raziskava GEM (Rebernik in drugi 2003) je pokazala, da na področju sodelovanja med univerzami in gospodarstvom Slovenija močno zaostaja za državami, vključenimi v ta raziskovalni projekt. Od relativno visokih vlaganj v raziskave in razvoj na univerzah je neposrednih komercialnih učinkov zelo malo. Eksperti so ocenili, da je uspešnost prenosa tehnoloških, znanstvenih in drugih znanj z univerz in javnih raziskovalnih centrov v nova in rastoča podjetja zelo slaba. Nova in rastoča podjetja nimajo enakih možnosti dostopa do novih raziskovalnih spoznanj in tehnologij v primerjavi z velikimi uveljavljenimi podjetji. Ker imajo premalo znanja in finančnih sredstev za lastne R&R projekte, nakupa najnovejše tehnologije pa si prav tako ne morejo privoščiti, so slabo tehnološko razvita. Strokovnjaki ocenjujejo, da trenutni obseg državnih subvencij tega problema ne more rešiti. Istočasno pa tudi znanstvena in raziskovalna baza premalo učinkovito podpira podjetja, ki temeljijo na najnovejši tehnologiji v svetovnem merilu. Slovenija se tako uvršča povsem na rep lestvice proučevanih držav (Krošlin 2002, 18; povz. po Rebernik in drugi 2003). Naše univerze so namreč še vedno predvsem pedagoške, manj pa raziskovalne. Pravega interesa za sodelovanje med zaposlenimi na univerzah ni. Tudi prevladujoči sistem vrednot na institucijah visokega izobraževanja pri nas ni naklonjen podjetništvu (Rebernik 2002). Univerze in njihovi inštituti nimajo izdelane marketinške strategije, zato podjetja ne vedo, kaj lahko od njih pričakujejo. Vendar vsa krivda ni na strani univerz in drugih raziskovalnih institucij. Pomembno oviro predstavlja tudi slab tehnološki razvoj malih podjetij. Njihov raziskovalni horizont je kratek, poleg tega pa jim primanjkuje tudi potrebnega znanja za sodelovanje. Ovire za sodelovanje Rebernik (2002) deli na institucionalne, kulturne in infrastrukturne. Med podjetji pa obstaja tudi precejšnje nezadovoljstvo glede kakovosti kadra, ki ga dajejo naše univerze. Pravijo, da je šolski sistem ponekod povsem zastarel (Jaklič 2002).

Del omenjenih ovir je mogoče odpraviti z aktivnim sodelovanjem podjetij v grozdih ter skupnimi vlaganji v raziskave in razvoj. Podpornim institucijam in

vzpostavljenim mehanizmom prenosa pripisujemo pomembno vlogo pri nadaljnjem razvoju grozdov pri nas. Podobno je bilo tudi v EU, kjer je tehnološki zaostanek za ZDA sprožil intenziven razvoj podjetniških inkubatorjev, inovacijskih centrov, znanstvenih in tehnoloških parkov in drugih sorodnih institucij (EC, 2002). Obstaja več kot 300 spin-off programov, ki so preko podjetniškega inkubatorja, znanstvenega oziroma tehnološkega parka, grozda ali pisarne za transfer tehnologije tesno povezani z univerzami. Spin-offov z univerze pri nas praktično ni. Pojavljajo se prvi zametki (npr. tehnološki park v Ljubljani in Mariboru, univerzitetna inkubatorja v Ljubljani in Mariboru, podjetniški inkubator v Kranju, inovacijska mreža in podobno), vendar je njihova učinkovitost slaba, univerze pa še vedno precej odmaknjene od gospodarstva (Rebernik 2002). Pomemben dejavnik za razvoj grozda je tudi kritična masa drugih podpornih institucij in organizacij, ki delujejo v bližini grozda. V Sloveniji imamo tovrstnih organizacij precej, okrog grozdov pa so začele nastajati tudi nove, vendar je njihova učinkovitost slaba. Za uspešen prenos tehnologije in rezultatov raziskav bo potrebno vzpostaviti aktivno sodelovanje med univerzo (profesorji in raziskovalci) in podjetji v regijah, finančnimi institucijami ter različnimi podpornimi institucijami (PCMG, Gospodarska zbornica, regionalne razvojne agencije, itd.) (ibid. 2002). Njihova naloga je z različnimi storitvami podpirati delovanje podjetij in jim zagotavljati pomoč na področjih, ki jih sama niso sposobna pokriti. Zaradi pomanjkljivega sodelovanja ponudba teh institucij ni povsem prilagojena potrebam gospodarstva, hkrati pa tudi podjetja niso seznanjena z njihovo ponudbo. Z vključitvijo v EU bo našim podjetjem na razpolago tudi pomoč različnih institucij v tujini, vendar bodo verjetno le redki to priložnost tudi izkoristili. Razgovori s podjetniki kažejo, da začnejo iskati pomoč najbolj intenzivno šele takrat, ko zaidejo v težave. Takrat pa je največkrat že prepozno, njihovo nezadovoljstvo, ker niso dobili želenega, pa toliko večje, kar jih odvrne od nadaljnega sodelovanja.

Aktivnosti nekaterih tovrstnih institucij bi morale spodbujati neformalne povezave, izgradnjo kulture sodelovanja, zaupanja, vrednot ter drugih socio-kulturnih in ne zgolj ekonomskih dejavnikov. V različnih programih lahko tovrstne aktivnosti zasledimo kot temeljne v začetnih fazah izgradnje grozdov. Vključene so tudi v programe našega ministrstva in ker cela vrsta problemov iz raziskav o delovanju obstoječih grozdov pri nas sega ravno na to področje, na njih tudi v prihodnje nikakor ne smemo pozabiti. Menimo, da slovenska kultura za razliko od nekaterih drugih, ni ravno naklonjena procesom, ki predstavljajo jedro grozdenja. Tudi zato procesi pri nas napredujejo počasi. Člani grozda se morajo zavedati, da so vsi na isti ladji, ki pelje proti skupnemu cilju – večji konkurenčnosti in uspešnosti vseh.

Ovire za čezmejno sodelovanje

Zaradi majhnosti domačega trga so slovenska podjetja

že tradicionalno usmerjena na tuje trge. Vse močnejša konkurenca doma k temu spodbuja tudi tiste, ki se za takšen korak še niso odločili. Raziskave kažejo, da je sodelovanje s sorodnimi grozdi koristno za spodbujanje njihove rasti in razvoja (Sölvell, Lindqvist, Ketels 2003). Med glavnimi ovirami za intenzivnejše čezmejno sodelovanje grozdov lahko naštejemo razlike na področjih zakonodaje, trga dela, davčne politike, administracije, izobraževanja in raziskovanja, infrastrukture in logistike, gospodarske politike ter kulture (ENSR 2002, 26). Vstop v EU bo vsaj nekatere od navedenih zmanjšal ali celo odpravil. Vendar je tudi med grozdi držav članic EU najti takšne, katerih aktivnosti (npr. na področju raziskav) ne sežejo čez nacionalno mejo. Celo med tistimi regijami, ki so po geografski oddaljenosti zelo blizu, vendar ležijo vsaka na svoji strani meje. Nacionalni inovacijski sistemi so kljub različnim prizadevanjem EU še vedno najpomembnejši (ibid., 26). Vendar je nacionalna meja le simbolična ovira. Večji problem je kulturna oddaljenost.

Ko govorimo o internacionalizaciji, namreč ne mislimo zgolj na povečevanje zunanje menjave blaga in storitev. Precej večje koristi lahko podjetja pričakujejo od vključevanja v že prej omenjene globalne mreže visoko specializiranih nacionalnih grozdov iz različnih delov sveta. To domača podjetja vse bolj spoznavajo tudi sama, k temu pa jih spodbujajo tudi različni programi čezmejnega sodelovanja na skupnih projektih. Priložnosti za nadaljnji razvoj naših grozdov se nedvomno skrivajo v tesnejšem sodelovanju z dobro razvitimi grozdi predvsem v Avstriji, Italiji in Nemčiji. Prve aktivnosti so že v teku kot del skupnega sodelovanja v 6. okvirnem programu EU (Rebernik, Dermastia in Krošlin, 2003). Kljub temu o tesnem, aktivnem in kontinuiranem sodelovanju še ne moremo govoriti. Nekateri so od kupoprodajnih odnosov že prešli k sodelovanju na skupnih projektih. In stanje se z vse pogostejšimi predstavitvami naših grozdov v tujini izboljšuje. Kot kažejo različne raziskave, pa predvsem malim domačim podjetjem še vedno manjka znanja, kje dobiti tovrstne informacije in kako je potrebno pripraviti dokumentacijo za vključevanje v programe.

Neugodno inovacijsko okolje

Pomanjkanje kritične mase podpornih institucij in neurejena razmerja s podjetji neugodno vplivajo na inovacijski proces. Hiter in učinkovit transfer znanja v nove procese, izdelke in storitve je ključnega pomena za doseganje večje konkurenčnosti. To bi lahko zagotovili že omenjeni centri odličnosti, specializirani tehnološki centri, tehnološki parki, podjetniški inkubatorji, skladi tveganega kapitala in večnamenski izobraževalni centri. S tem bi izboljšali tehnološke in razvojne sposobnosti naših grozdov, pomagali pri ustanavljanju novih podjetij, rasti in razvoju obstoječih podjetij ter prispevali k dvigu ustvarjalnosti, veščin in znanja posameznikov.

⁷ Povzeto po ENSR (2002, 8).

Parcialna podpora države

Raziskava je pokazala precejšnje nezadovoljstvo članov grozda z vlogo nekaterih državnih institucij. Trenutno pri nas le MG sistematično podpira razvoj grozdov. Na njihove aktivnosti pravzaprav tudi ni večjih pripomb, sodelujoča podjetja pa pogrešajo podporo ostalih ministrstev in drugih podpornih institucij. MG je odigralo ključno vlogo v začetnih procesih grozdenja, vendar bo tudi uspešnost nadaljnjih aktivnosti v veliki meri odvisna od ključnih ljudi na MG, ter institucij, s katerimi sodelujejo. Skupaj bodo morali še naprej širiti koncept grozdenja med podjetji in državnimi institucijami. Kljub temu pa je odgovornost za uspešnost posameznih podjetij in grozdov na koncu v rokah managerjev, podjetnikov in njihovih zaposlenih (Rebernik, Dermastia in Krošlin, 2003). Država lahko k temu veliko pripomore, vendar mora biti pri izbiri instrumentov politike grozdenja previdna. V nadaljevanju bomo prikazali nekaj skupnih značilnosti politik grozdenja v evropskih državah in pripravili nekaj smernic za spodbujanje grozdenja pri nas.

6 POLITIKA GROZDENJA V DRŽAVAH EU IN V SLOVENIJI

Politika grozdenja postaja vse pomembnejši način spodbujanja regionalnega razvoja in doseganja strukturnih sprememb z izboljševanjem dejavnikov, ki vplivajo na inovacijsko sposobnost regij (ENSR 2002, 52). Zaradi specifičnosti socialno-kulturnih, ekonomskih, političnih in drugih okoliščin, v katerih se razvijajo grozdi in v katerih nastajajo različne politike in programi grozdenja, je neposredna primerjava med državami zelo težka. Ukrepi različnih nacionalnih, regionalnih in lokalnih oblasti v posameznih državah se močno razlikujejo. Zato je raziskava Observatorij pokazala veliko pestrost oblik politik in instrumentov v različnih državah. To so potrdile tudi obsežnejše raziskave, kot je Global Cluster Initiative Survey (Sölvell, Lindqvist and Ketels 2003). Ukrepov ni mogoče posnemati, se pa iz primerjalnih analiz lahko precej naučimo. V nadaljevanju bomo na kratko prikazali skupne značilnosti politik grozdenja v državah EU, ter v povezavi z identificiranimi ovirami oblikovali nekaj priporočil za to področje.

6.1 Skupne značilnosti politik grozdenja v državah EU⁷

EU, nacionalne in regionalne oblasti oblikujejo in uporabljajo različne vrste instrumentov in orodij politike grozdenja. Kljub temu, da se pristopi in terminologija razlikujejo, imajo nekaj pomembnih skupnih ciljev in značilnosti:

- politike so naslovljene na reševanje širših problemov, saj predstavljajo inštrument za spodbujanje

- ekonomskega razvoja in strukturnih sprememb
- temeljijo na izboljševanju poslovnega sodelovanja in oblikovanja mrež
- spodbujajo povezovanje podjetij z regionalno tehnološko infrastrukturo
- poudarjajo vlogo javnih in pol javnih organizacij, kot posrednikov za spodbujanje medpodjetniških povezav in izvedbo skupnih projektov
- poudarjajo potrebo po izboljšanju inovacijske sposobnosti in managementa znanja v podjetjih z izboljšavami interaktivnega načina učenja v odnosih med podjetji in njihovim okoljem (Arbonies and Moso 2001).
- se osredotočajo na zagotavljanje specializiranih dejavnikov, še posebej specializiranega znanja
- izpostavljajo potrebo po zagotovitvi kritične mase podjetij in potrebnih organizacij v regiji za kakovostno sodelovanje.

Politika, ki podpira obstoječe ali nastajajoče grozde, mora biti usmerjena na krepitev medpodjetniškega sodelovanja in izgradnjo mrež ter ustanavljanje in krepitev pomena organizacij zadolženih za transfer tehnologije v skladu s potrebami podjetij. Izpolnitev teh dveh nalog pomeni nadgradnjo grozdov v smeri inovacijskih sistemov.

6.2 Politika grozdenja v Sloveniji in vloga države pri odpravljanju identificiranih ovir

Analizirane ovire dejansko predstavljajo izziv za državo in sodelujoča podjetja ter institucije, da pripravijo nove instrumente in ukrepe za nadaljnji razvoj grozdov, ki bodo imeli prepoznavno vlogo v globalnem gospodarstvu. Zastavljeni cilji grozdenja so zelo ambiciozni. Z njimi želimo pospešiti procese inoviranja, spodbuditi razvoj edinstvenega znanja, povezati domače grozde s tujimi in jih vključiti v mednarodne mreže (MG, 2001). Poskusi posnemanja najboljše prakse v tujini zaradi specifičnosti nacionalnega, regionalnih in lokalnih okolij običajno ne prinesejo želenih rezultatov (Sölvell, Lindqvist and Ketels 2003). Zato se je MG pravilno odločilo in razvilo lasten, »Slovenski model grozdenja«, ki ga sestavljajo zgledna politika in programi.

Zanemarjanje vloge lokalnega/regionalnega okolja lahko pomeni nevarnost, da precenimo možnosti za razvoj novih grozdov v dejavnostih in regijah, ki za to niso najbolj primerne. Na to mora MG paziti, ko izbira projekte podjetij iz celotne Slovenije, ki se odzivajo na razpise. Podrobneje bo potrebno analizirati konkretne grozde, njihov napredek in uspešnost, ter prilagoditi določene instrumente njihovim potrebam. Še naprej je potrebno spodbujati sodelovanje na skupnih razvojnih projektih kot so: marketinške aktivnosti, razvoj novih izdelkov, izobraževanje in usposabljanje, lobiranje in drugih, kjer je mogoče identificirati skupen cilj, graditi razumevanje skupnega namena, kanalov pretoka informacij in zaupanja.

To ima v končni fazi tudi pomembne ekonomske posledice (Enright 2000). V začetnih fazah gradnje zaupanja se je kot zelo koristna izkazala posredniška in koordinacijska vloga neodvisne organizacije. Mnogo bo potrebno narediti tudi na področju sodelovanja med raziskovalnimi in izobraževalnimi institucijami ter gospodarstvom. To bi prispevalo k izboljšanju izobraževalnih programov ter raziskovanju na področjih, ki jih podjetja zares potrebujejo. Nujna je pomoč pri izgradnji mehanizmov za učinkovitejšo komercializacijo znanstvenih izsledkov. Takšne aktivnosti bodo izboljšale tudi kakovost sodelovanja podjetij z državo ter vključevanja podjetij v oblikovanje in izvajanje politike na različnih področjih (ENSR 2002, 52).

Država lahko svoje prispeva tudi pri promociji grozdenja doma in v tujini. Potrebno bo pripraviti strategijo, študije primera uspešnih domačih in tujih grozdov ter izobraževati podjetnike in managerje. K sodelovanju je treba pritegniti tudi druga ministrstva ter državne in privatne institucije. Vsi skupaj morajo razmisliti, kako bi pritegnili tuja multinacionalna podjetja k tesnejšemu sodelovanju v naših grozdih, da bi se prek njih vključili v globalne mreže in pridobili dostop do novega znanja.

Ukrepi države ne smejo nadomeščati mehanizma trga, zato ne sme neposredno posegati v procese grozdenja, temveč identificirati ovire in jih poskušati odpraviti, izboljševati splošne pogoje poslovanja ter z različnimi spodbudami motivirati in usmerjati podjetja k skupnim ciljem. S tem pa odgovornost za uspeh procesov grozdenja ostane v rokah managerjev in podjetnikov. Prava mera državne podpore je pri nas še vedno nujna, na dolgi rok pa bodo morala podjetja najti lastne spodbude v koristih, ki jih grozdenje lahko prinaša.

7 SKLEPNE MISLI

Intenzivna globalizacija poslovanja, koncepta grozdenja, ki je regionalno naravnano, ne ogroža. Podjetja s pridom izkoriščajo prednosti, ki jih prinašata vzporedna trenda globalizacije in regionalizacije. Zaradi zniževanja stroškov nabavljajo inpute vse bolj globalno, se s pomočjo sodobne IKT vključujejo v širše mreže ter dobavljajo svoje izdelke in storitve podjetjem po vsem svetu. To pa ne predstavlja trajnejše konkurenčne prednosti. Njeni ključni viri so v specifičnem lokalnem/regionalnem okolju, kjer geografska bližina podjetij in institucij omogoča razvoj novega znanja in veščin, ki jih drugi težko posnemajo.

Kljub težavam s primerljivostjo rezultatov raziskav in politik grozdenja v različnih evropskih državah, je raziskava Observatorij podala nekaj pomembnih ugotovitev in možnih smernic nadaljnega razvoja ter tako pomagala pri identificiranju ovir za razvoj grozdov v inovacijske sisteme v Sloveniji. Pravzaprav pa ne gre le za ovire grozdov, temveč celotnega slovenskega gospodarstva. Zato se je koncept tudi v tujini izkazal kot učinkovito orodje

za reševanje širših problemov v narodnem gospodarstvu in doseganje skladnega in uravnoveženega regionalnega razvoja. Spodbujanje podjetništva, inovativnosti in konkurenčnosti je namreč temeljno gonilo gospodarske rasti in razvoja.

V Sloveniji manjka sistemski pogled na razvoj grozdov, saj njihov razvoj neizogibno posega tudi na druga področja, ki jih ne pokriva le MG. Najboljše povezave in sodelovanja nastanejo iz tržnih potreb in ne zaradi mamljivih zneskov, ki jih za različne razpise namenja država. Marsikateri projekt brez tega ne bi bil nikoli izpeljan. Podjetniki in managerji še vedno preveč računajo na državno pomoč. Dejstvo pa je, da odločitev za vključitev v grozd ter rast in razvoj njihovega podjetja, ni v rokah vlade, regionalnih ali občinskih oblasti ali političnih strank. To odločitev mora sprejeti podjetnik ali lastnik podjetja skupaj s svojo vodstveno ekipo (Rebernik 2002). Brez ustreznega znanja o upravljanju in vodenju takšnih sistemov, ki nam ga vsekakor primanjkuje, pa ne bo šlo. Žal tega ni mogoče pridobiti v izobraževalnih programih naših fakultet.

Država lahko pomaga z aktivnejšo promocijo grozdenja doma in v tujini, privabljanjem tujih partnerjev, pomočjo pri izgradnji kulture sodelovanja in zaupanja, izboljšavami izobraževalnega sistema ter izgradnjo potrebne infrastrukture in vzpostavitvijo mehanizmov za transfer znanja in tehnologije. Različne institucije morajo biti vključene v grozde, da bodo njihove aktivnosti ciljno usmerjene in da bodo počele tisto, kar podjetja dejansko potrebujejo. Da bi izbrali prave instrumente za spodbujanje razvoja posameznih grozdov, mora država natančno določiti cilje ter spremljati in analizirati njihovo izpolnjevanje. Skupna vizija in konsenz glede prihodnjih aktivnosti sta zelo pomembna za uspeh (Sölvell, Lindqvist, Ketels 2003).

Obstoječi grozdi morajo narediti korak naprej in pokazati pravo korist za različne udeležence, drugače obstaja nevarnost zastanka v njihovem življenjskem ciklu. Odgovor na vprašanje, ali sodelujoča podjetja že danes poslujejo mnogo bolje od ostalih, mogoče še ni povsem prepričljiv. Dejstvo pa je, da se tempo razvoja v zadnjem času stopnjuje in potrditve spodbudnih rezultatov prihajajo tudi iz tujine. To precej pripomore k pozitivni promociji grozdenja in večji motivaciji vseh, tistih ki so že vključeni, tistih, ki o tem zgolj razmišljajo in tudi tistih, ki grozdenju iz različnih razlogov niso naklonjeni. Ne smemo pa biti nestrpni. Velikih razvojnih korakov ne smemo pričakovati čez noč.

Z učinkovitim odstranjevanjem identificiranih ovir za grozdenje in uspešnim razvojem še večjega števila grozdov z močnimi kompetencami bi lahko odpravili nekatere temeljne probleme slovenskega gospodarstva in zmanjšali razkorak za najbolj razvitimi državami. S tem bi se približali začrtani viziji: Slovenija – na znanju temelječa družba, s skladnim in uravnoveženim regionalnim razvojem, tesno vpeta v mednarodno gospodarstvo. To pa je v obdobju vključevanja Slovenije v EU še kako pomembno. MSP bodo ob vstopu v EU najbolj ogrožena, zato jim je potrebno posvetiti posebno pozornost.

Grozdi se bodo v prihodnosti nedvomno spreminjali, vendar njihov obstoj in pomen za gospodarsko rast in razvoj ni vprašljiv. Strah nekaterih podjetnikov, da gre za samo še en moderni koncept s kratkim trajanjem, je tako odveč. Očitno pa je povsem napačno tudi prepričanje, da sodelovanja ne potrebujejo. Tako danes gospodarstvo deluje, ne ker je moderno, temveč ker je nujno za preživetje in uspeh.

Okoljska odgovornost slovenskih malih in srednjevelikih podjetij

1 UVOD

V raziskavi okoljske odgovornosti slovenskih malih in srednjevelikih podjetij (MSP) izhajamo iz opredelitve družbene odgovornosti podjetij, ki vključuje razen ekonomske in širše družbene tudi okoljsko in etično odgovornost podjetij. Ta razlaga je skladna tudi z razumevanjem družbene odgovornosti v dokumentih EU (Observatory of European SMEs, 2000, Commission of European Communities, 2001, European Communities, 2002). Podrobneje smo družbeno odgovornost podjetij opredelili že v Slovenskem podjetniškem observatoriju 2002 (Knez-Riedl v Rebernik in drugi, 2002, str. 91-112). Takrat smo obravnavali sicer le zunanje družbeno odgovorne aktivnosti (do zunanjih udeležencev) in tako tudi le okoljsko odgovorne aktivnosti do zunanjih udeležencev.

Primarni interes tokratne raziskave je ugotoviti *celovitejšo okoljsko odgovornost (do zunanjih in notranjih udeležencev) v populaciji MSP*, kar bomo ugotavljali s pomočjo vzorca slovenskih podjetij teh velikostnih razredov. Respondenti so odgovarjali na vprašanja, ki so se nanašala na motive za okoljsko odgovorno obnašanje, na ovire, ki ga otežujejo oziroma preprečujejo, nadalje nas je zanimalo, kako je okoljska aktivnost podjetja povezana z njegovo strategijo, predvsem pa, kako se manifestira v podjetju (prek osvojenih okoljskih standardov in na posameznih segmentih poslovanja še prek drugih indikatorjev). Povprašali smo jih tudi, kakšne načrte imajo glede varstva okolja v naslednjih treh letih. Podatke, ki smo jih dobili s telefonsko anketo, smo statistično obdelali in testirali. (Priloga 2)

2 OKOLJSKA ODGOVORNOST KOT RAZSEŽNOST DRUŽBENE ODGOVORNOSTI PODJETJA

Koncept družbene odgovornosti, in v okviru te okoljske odgovornosti, podjetja je možno povezati z odnosi podjetja

s številnimi udeleženci. Med temi je tudi naravno okolje. Odnos podjetja do naravnega okolja se je še nedavno tega manifestiral kot varstvo okolja v obliki izpolnjevanja okoljevarstvenih predpisov in reagiranja na pobude, dane pretežno za recikliranje in za energetske učinkovitost. Takšen tradicionalni pogled na okoljsko odgovornost se je v zadnjih letih izpopolnil. Danes pojmuje okoljsko odgovornost v širšem kontekstu, ki obsega poslovne operacije, proizvode/storitve in zmogljivosti. Okoljska odgovornost se zaradi okoljske problematike uveljavlja kot temeljna vrednota.

V že omenjeni raziskavi t.i. zunanje družbene odgovornosti podjetij smo ugotovili na podlagi takratnega vzorca anketiranih podjetij, ki pripadajo MSP, da podpirajo zunanje okoljske aktivnosti (ki niso neposredno povezane z njihovo dejavnostjo). V povprečju je podpiralo tovrstne aktivnosti 12% MSP. Ugotovili smo še, da z velikostjo podjetja delež tistih, ki podpirajo zunanje okoljske aktivnosti, narašča.

Zelo razširjeno je mišljenje, da mala in srednje velika podjetja v primerjavi z velikimi podjetji v bistveno manjši meri onesnažujejo okolje. Sočasno pa naj bi bila prav ta podjetja okoljsko ranljivejša, ker je njihovo poslovanje manj diverzificirano. Hkrati bi naj tudi težje izvajala potrebne preventivne ukrepe kakor večja podjetja. Na zahteve pa tudi izzive, povezane z okoljsko odgovornostjo MSP, smo opozarjali že v kontekstu uresničevanja načel trajnostnega razvoja v MSP (Knez-Riedl v Belak et al., 1998, str. 145-154).

3 MOTIVI/ RAZLOGI ZA OKOLJSKO ODGOVORNE AKTIVNOSTI

Zanimalo nas je, kateri motivi so v ozadju okoljske odgovornega obnašanja anketiranih MSP oziroma, kaj vpliva na sprejemanje okoljskih poslovnih odločitev v teh podjetjih. Motivacijska paleta je pestra; izpostavili smo nekaj glavnih motivov, in sicer prilagajanje zakonodaji,

pritisk zunanjih in notranjih udeležencev (dobaviteljev, kupcev, zaposlenih, drugih), image podjetja, ekonomsko uspešnost ter skrb za zdravo okolje in zdravje ljudi.

Med podjetji, zajetimi v vzorec, jih je v povprečju največ kot motiv za okoljsko odgovorno obnašanje izpostavilo *skrb za zdravo okolje in zdravje ljudi* (65,36%). Po posameznih velikostnih razredih v vzorcu se odstotki sicer razlikujejo, vendar je ta razlika statistično neznačilna ($p > 0.05$). To pomeni, da za celotno populacijo tega, da se odstotki med mikro, malimi in srednjevelikimi podjetji razlikujejo, ne moremo trditi.

Motiv, ki so ga respondenti nadalje izpostavili, je *prilagajanje zakonodaji* (v povprečju 41,43%). Testiranje podatkov za ta tipični reaktivni motiv (v nasprotju s prejšnjim proaktivnim motivom) pa nakazuje, da so razlike med anketiranimi podjetji statistično značilne ($p < 0.05$). Zato lahko z manj kot 5-odstotnim tveganjem trdimo, da je pri mikro podjetjih ta odstotek najnižji in pri srednjevelikih podjetjih najvišji. Narašča torej z velikostjo podjetij.

Motivi	Vsi velikostni razredi (uteženo povprečje)	Mikro podjetja	Mala podjetja	Srednjevelika podjetja
Prilagajanje zakonodaji	41,43	40,62	49,67	65,75
Pritisk udeležencev	15,23	14,73	21,19	23,29
Boljši image podjetja	31,97	31,25	40,07	47,26
Ekonomska uspešnost	26,4	25,89	31,79	40,41
Skrb za zdravo okolje in zdravje ljudi	65,36	65,18	67,22	70,55

Vir: IPMMP, 2003.

Tabela 5-1: Motiv /razlogi slovenskih MSP za okoljsko odgovorne aktivnosti (% tistih podjetij, ki so odgovorila pritrđilno)

Skrb za poslovni sloves podjetja oziroma njegov image je naslednji motiv, ki smo ga izpostavili. Okoljsko odgovorno obnašanje podjetja je povežalo s prizadevanji za *boljši image podjetja* 32% anketiranih podjetij. Ugotavljamo pa:

- statistično značilne razlike med mikro in malimi podjetji ter med mikro in srednjevelikimi podjetji. Z manj kot 5-odstotnim tveganjem je zato možno trditi, da je odstotek pri mikro podjetjih nižji tako v primerjavi z malimi podjetji kot tudi v primerjavi s srednjevelikimi podjetji. Skrb za boljši image podjetja je kot motiv v mikro podjetjih torej najšibkejša.
- statistično neznačilne razlike med malimi in srednjevelikimi podjetji, zaradi česar razlik glede omenjenega motiva med tema dvema velikostnima razredoma ne moremo posplošiti.

Ali je *ekonomska uspešnost* motivacija MSP za njihovo okoljsko odgovornost? Temu je pritrđilo 26,4% anketiranih podjetij, vendar lahko ugotovimo naslednje:

- statistično značilne razlike le med mikro in srednjevelikimi podjetji, kar pomeni, da povežuje okoljsko odgovorno obnašanje z ekonomsko uspešnostjo manj mikro podjetij (četrtnina) kakor srednjevelikih podjetij (več kot tretjina).
- med mikro in malimi podjetji ter med malimi in srednjevelikimi podjetji statistično neznačilne razlike.

V skrbi za ohranjanje dobrih poslovnih povezav in odnosov z različnimi partnerji oziroma s širšimi skupinami udeležencev, je *pritisk udeležencev* kot motiv

prisoten povprečno v 15% podjetij, ki so odgovorila na anketo. Tudi glede tega motiva lahko rezultate za velikostne razrede iz vzorca posplošimo le za primerjavo med mikro in srednjevelikimi podjetji podjetji. Kot kaže, so zahteve udeležencev (notranjih in zunanjih) občutnejše v srednjevelikih podjetjih.

4 OVIRE ZA OKOLJSKO ODGOVORNE AKTIVNOSTI

Povprašali smo tudi, kaj MSP najbolj ovira, da bi se vključila v okoljske odgovorne aktivnosti. Čeravno so posamezniki, ki delujejo v tovrstnih podjetjih v različnih vlogah (npr. kot lastniki, managerji), vse bolj okoljsko ozaveščeni, jih marsikaj odvrča od okoljsko odgovornega delovanja. Med raznovrstnimi ovirami smo izpostavili pomanjkanje časa, previsoke stroške in miselnost v podjetju, vse preostale možne razloge pa povzeli kot t.i. druge razloge. Z miselnostjo smo zaokrožili več dejstev: podcenjevanje vpliva, ki ga imajo podjetja te velikosti na naravno okolje, skepticizem (le kaj lahko pripomore posamezno podjetje k reševanju okoljske problematike) in kratkoročno naravnost, ki je nasprotna dolgoročnejšemu delovanju, ki je konsistentno z okoljskimi strategijami ter s cilji in odločitvami, ki imajo dolgoročne posledice.

Anketirana podjetja so v povprečju menila, da jih odvrča od okoljsko odgovornih aktivnosti predvsem *pomanjkanje časa* (36,55%). Glede tega so statistično neznačilne le razlike med mikro in malimi podjetji. Razlike med

mikro in srednjevelikimi podjetji ter med malimi in srednjevelikimi podjetji pa so statistično značilne. Zatorej lahko z manj kot 5-odstotnim tveganjem trdimo, da je ta odstotek v srednjevelikih podjetjih nižji, tako v primerjavi z mikro kot v primerjavi z malimi podjetji, ki jih časovna stiska bolj pesti.

Previsoke stroške je v povprečju označilo kot oviro 28% respondentov. Testiranje podatkov je ponovno pokazalo statistično neznačilne razlike med mikro in malimi podjetji ter statistično značilne razlike med mikro in srednjevelikimi podjetji ter med malimi in srednjevelikimi podjetji. V tem primeru pa to pomeni, da so za srednjevelika podjetja previsoki stroški večja ovira

kakor za manjša (mikro in mala podjetja). Srednjevelika podjetja na podlagi izkušenj z okoljsko dejavnostjo lažje ocenjujejo stroške. Vendar je prav glede stroškov pretežno kratkoročna naravnost podjetij tista, ki vrzel med stroški in koristmi v tem primeru prikazuje bolj kritično, torej stroške kot breme in ne kot naložbe.

Le 2,14% anketiranih podjetij je navedlo kot zavirajočo tudi *miselnost v podjetju*. Statistično značilne razlike med posameznimi velikostnimi razredi pa nakazujejo, da delež podjetij, ki jih ovira miselnost v podjetju, narašča z velikostjo podjetja. V podjetjih z več zaposlenimi, so vrednote, pogledi in znanja lahko bolj različna in zato lažje prihaja do zaviranja.

Ovire	Vsi velikostni razredi (uteženo povprečje)	Mikro podjetja	Mala podjetja	Srednjevelika podjetja
Pomanjkanje časa	36,55	36,61	37,42	23,29
Previsoki stroški	28,07	27,68	31,46	44,52
Miselnost	2,14	1,79	5,63	14,38
Drugo	28,86	29,46	22,19	14,38

Vir: IPMMP, 2003.

Tabela 5-2: Ovire za vključitev slovenskih MSP v okoljsko odgovorne aktivnosti (% tistih podjetij, ki so odgovorila pritrđilno)

Druge ovire predstavljajo sicer za anketirana podjetja v povprečju 28,86%. Na podlagi statistično značilnih razlik lahko posplošimo le rezultate, pridobljene s primerjavo med mikro in srednjevelikimi podjetji. Mikro podjetja so bolj izpostavila soočanje z drugimi ovirami kakor srednjevelika podjetja.

Rezultati se ujemajo s podobnimi rezultati za avstrijska podjetja, kjer so ugotavljali, da pojmujejo okoljske aktivnosti bolj kot strošek, hkrati pa dvomijo o njihovih ekonomskih koristih (European Commission, 2002). Ovire so lahko tudi brezbržnost, pomanjkljivo poznavanje okoljskih problemov in tveganj, okoljske zakonodaje pa tudi možnih podpor ter pomoči. Pomanjkljivo oziroma nerazvito okoljsko izobraževanje ter usposabljanje za reševanje okoljskih problemov lahko prav tako ovira okoljsko odgovorno obnašanje podjetij (podjetja vztrajajo pri konvencionalnih, ustaljenih metodah, ker ne poznajo novjših ali alternativnih, ki so okoljsko učinkovitejše).

5 PRIDOBIVANJE OKOLJSKIH STANDARDOV

Ali je podjetje že pridobilo katerega izmed okoljskih standardov, oziroma če se na to pripravlja, je eden osnovnih

indikatorjev odnosa podjetja do naravnega okolja. Hkrati je to tudi eden znakov razvitosti formalnega okoljskega managementa. Zanimalo nas je, če so podjetja že pridobila okoljske standarde (ISO 14001¹ ali druge) ali pa še ne. Predvideli smo tudi možnost, da oseba, ki je sodelovala v anketi, na vprašanje ne bi vedela odgovora.

Večina anketiranih podjetij (85,23%) še ni pridobila nobenega okoljskega standarda. Statistično neznačilne razlike ugotavljamo med mikro in malimi podjetji. Na osnovi ugotovljenih statistično značilnih razlik pa lahko posplošimo, da je odstotek podjetij, ki še niso pridobila nobenega okoljskega standarda višji tako v mikro podjetjih kakor tudi v malih podjetjih, če jih primerjamo s srednjevelikimi podjetji. Zanimivo je, da je sicer nizek odstotek pridobljenih drugih okoljskih standardov celo višji od povprečnega odstotka pridobljenega ISO 14001. Medtem ko so glede drugih okoljskih standardov razlike značilne, pa glede pridobljenega ISO 14001 med mikro in malimi podjetji to niso. Lahko trdimo, da je za srednjevelika podjetja značilen najvišji odstotek pridobljenih ISO 14001 kakor tudi drugih okoljskih standardov².

¹ ISO 14001 je mednarodni okoljski standard, ki se nanaša na nenehno sistematično izboljševanje in preprečevanje onesnaževanja okolja. Predvideva sistem ravnanja z okoljem, ki ga je treba nenehno vzdrževati, nadzirati in presojati, z namenom izboljšave. Postopek za pridobitev tega standarda je zahteven. Med drugim zahteva izjavo o okoljski politiki in certificiranje.

² Med imetniki standarda ISO 14001 je po zadnjih podatkih, razvidnih iz e-kataloga Gospodarske zbornice Slovenije, čez 200 slovenskih podjetij, predvsem velikih in srednjevelikih, a tudi že nekaj manjših podjetij (<http://www.gzs.si>).

Pridobljeni okoljski standardi	Vsi velikostni razredi (uteženo povprečje)	Mikro podjetja	Mala podjetja	Srednjevelika podjetja
ISO 14001	2,08	1,9	3,52	10,79
Drugi okoljski standardi	5,65	5,21	10,21	17,99
Nobenih	85,23	85,78	80,28	63,31
Ne vem	7,04	7,11	5,99	7,91

Vir: IPMMB, 2003.

Tabela 5-3: Pridobljeni okoljski standardi slovenskih MSP
(% tistih podjetij, ki so odgovorila pritrđilno)

6 POVEZANOST OKOLJSKE AKTIVNOSTI SLOVENSkih MSP S STRATEGIJO PODJETJA

Ali je okoljska naravnost že umeščena v strategijo podjetja, je v času pomena strateškega mišljenja in ravnanja, zanimalo tudi nas. Povprašali smo, če je okoljska aktivnost podjetja sestavni del njegove poslovne strategije ali ne. Tudi pri tem vprašanju smo predvideli, da oseba, ki je sodelovala v anketiranju, tega morda ne ve.

Iz podatkov anketiranih podjetij izhaja, da večina podjetij opravlja okoljsko odgovorne aktivnosti ad hoc, nepovezano s strategijo. Podatke za tista podjetja, kjer je

okoljska aktivnost s strategijo povezana, lahko opredelimo kot signifikantne. To pomeni, čim večje je podjetje, tem višji je delež podjetij, kjer je okoljsko odgovorna aktivnost podjetja strateško naravnana. Signifikantne so tudi statistične razlike, ko strategije in okoljsko odgovorne aktivnosti niso povezane, in to med mikro in srednjevelikimi podjetji ter malimi in srednjevelikimi podjetji. V tem primeru je odstotek v mikro in malih podjetjih višji kakor v srednjevelikih podjetjih. Podobno velja tudi glede odgovora »ne vem«. Posplošimo lahko, da v večji meri niso znala odgovoriti na zastavljeno vprašanje mikro in mala podjetja.

Povezava okoljske aktivnosti s strategijo podjetja	Vsi velikostni razredi (uteženo povprečje)	Mikro podjetja	Mala podjetja	Srednje velika podjetja
Da	28,54	27,49	38,85	54,08
Ne	45,86	46,45	39,93	26,76
Ne vem	25,61	26,07	21,22	9,15

Vir: IPMMB, 2003.

Tabela 5-4: Povezanost okoljske aktivnosti slovenskih MSP s strategijo podjetja
(% tistih podjetij, ki so odgovorila pritrđilno)

7 INDIKATORJI OKOLJSKE ODGOVORNOSTI SLOVENSkih MSP

Da bi lahko določneje opredelili okoljsko odgovornost slovenskih malih in srednjevelikih podjetij, smo najprej izpostavili indikatorje, ki so tradicionalne narave in hkrati neposredno odražajo okoljsko odgovornost podjetja (glede materiala, tehnologije, energije, embalaže in odpadkov ter naložb). Z njimi izražamo običajno okoljsko ravnanje in dosežke (environmental performance)³. Dodali pa smo še indikatorje, ki bolj posredno nakazujejo, kako je katero podjetje okoljsko odgovorno⁴. To so indikatorji, ki se nanašajo na okoljsko računovodstvo, na

sestavljanje ekološke bilance, okoljsko poročanje, okoljsko izobraževanje, okoljski benchmarking in druge okoljske projekte. Slovenska MSP namenjajo vidno skrb *uporabi materiala in tudi njegovi porabi*. S testiranjem podatkov smo ugotovili statistično značilne razlike med mikro in srednjevelikimi podjetji ter med malimi in srednjevelikimi podjetji. V slednjih je okoljsko odgovorno ravnanje z materialom bolj izpostavljeno. Podobno je tudi glede *okolju prijazne tehnologije in gospodarjenja z energijo in ravnanja z embalažo in odpadki* (ta vidik je sicer najbolj poudarjen)⁵.

³ Kot primer James (1996) in Kolk (2000).

⁴ O okoljskem računovodstvu glejte npr. Rubinstein, 2004, o okoljskem računovodstvu in okoljskem poročanju pa npr. Kumar Pramanik (2002).

⁵ V programu t.i. čiste proizvodnje podeljuje GZ Slovenije priznanja podjetjem za čisto proizvodnjo. Trenutno jih je v e-katalogu nanizanih 24. Okoljsko priznanje Ekoprofit ima po istem viru 20 podjetij in inštitucij, okoljsko priznanje Odgovorno poslovanje 15 podjetij in inštitucij. Tri velika podjetja so imetniki priznanja Okolju prijazno podjetje, 11 podjetij je dobilo priznanje za Okoljski izdelek leta, eno podjetje priznanje za mednarodno okoljsko partnerstvo, eno podjetje za okolju prijazen postopek, osem podjetij za energetsko učinkovito podjetje in štiri za energetsko učinkoviti projekt.

Osnovni indikatorji okoljske odgovornosti	Vsi velikostni razredi (uteženo povprečje)	Mikro podjetja	Mala podjetja	Srednje velika podjetja
Material	42,65	41,96	50,00	60,96
Tehnologija & energija	31,39	30,80	36,09	59,59
Embalaza & odpadki	45,39	45,09	47,35	63,70
Naložbe	10,01	9,38	17,55	21,23

Vir: IPMMP, 2003.

Tabela 5-5: Osnovni indikatorji okoljske odgovornosti slovenskih MSP (% tistih podjetij, ki so odgovorila pritrnilno)

Bistveno manj poudarka je zaenkrat na *okoljskih naložbah*⁶. To lahko trdimo predvsem za mikro podjetja, če jih primerjamo z malimi podjetji, oziroma če jih primerjamo s srednjevelikimi podjetji. Povzeti je možno, da so tovrstne naložbe najmanj pogosto prisotne v mikro podjetjih.

Dodatno osvetljujejo okoljsko odgovornost podjetij indikatorji, ki govore bodisi o tem, kako evidentirajo podjetja okoljsko razsežnost poslovanja, ali o tem poročajo javnosti in se za okoljsko ustrezno poslovanje pripravljajo ali usposablajo (izobraževanje, benchmarking) pa tudi, v kolikšni meri sodelujejo v drugih okoljskih projektih.

Drugi indikatorji okoljske odgovornosti	Vsi velikostni razredi (uteženo povprečje)	Mikro podjetja	Mala podjetja	Srednje velika podjetja
Eko-bilanca	4,08	4,02	3,97	12,33
Okoljsko poročilo	7,36	6,25	18,54	42,47
Okoljsko izobraževanje	19,91	19,20	27,15	42,47
Okoljski benchmarking	0,56	0,45	1,66	4,11
Drugi okoljski projekti	17,28	16,52	26,49	29,45

Vir: IPMMP, 2003.

Tabela 5-6: Drugi indikatorji slovenskih MSP (% tistih podjetij, ki so odgovorila pritrnilno)

Odstotek podjetij v vzorcu, ki sestavlja *ekološko bilanco*, je nizek, nekoliko opaznejši je le v srednjevelikih podjetjih. Statistično značilne so razlike med mikro in srednjevelikimi ter med malimi in srednjevelikimi podjetji, kar pomeni, da je praksa eko-bilanciranja v srednjevelikih podjetjih že razvitejša.

Nadalje lahko posplošimo razlike, ugotovljene med velikostnimi razredi glede *okoljskega poročanja*. Z velikostjo podjetja narašča tudi delež tistih podjetij, ki sestavljajo okoljsko poročilo (predvsem kot del poslovnega poročila ali pa tudi kot samostojno poročilo) in na ta način komunicirajo z javnostjo. Z objavo poslovnih in tudi okoljskih poročil na svetovnem spletu so te informacije še hitreje dosegljive.

Podjetja obravnavanih velikosti v vzorcu so zelo redko vključena v *projekte okoljskega benchmarkinga*. Podatke lahko posplošimo le na osnovi primerjave med mikro in srednjevelikimi podjetji. V slednjih zasledimo nekaj več sodelovanja v takšnih projektih (benchmarking je tudi

projekt, in sicer osredotočen na koristno primerjavo⁷).

Pogosteje kakor v projektih benchmarkinga sodelujejo podjetja iz vzorca v *drugih okoljskih projektih*. Za mikro podjetja je ta odstotek nižji (tako v primerjavi z malimi podjetji kot v primerjavi s srednjevelikimi podjetji), to pa lahko na osnovi ugotovljenih statistično značilnih razlik posplošimo tudi na celotno populacijo.

8 NAČRTI SLOVENSkih MSP V POVEZAVI Z VARSTVOM OKOLJA V NASLEDNJIH TREH LETIH

Kaj se obeta v populaciji MSP v naslednjih treh letih, ali bodo pričela ali nadaljevala z okoljsko odgovornimi aktivnostmi, jih morebiti sploh ne predvidevajo, nas je zanimalo za zaključek. V vprašalniku smo predvideli tudi možnost, da respondenti glede tega ne razpolagajo z odgovorom (»ne vem«).

⁶ Prav na financiranje malih okoljskih naložb (Small Environmental Investments) je bila sicer osredotočena delavnica v okviru Phare programa, in sicer v povezavi s strateškim akcijskim načrtom za obdobje 1995-2000 (EPDRB).

⁷ Več o okoljskem benchmarkingu npr. v Szekely in drugi (1996).

Načrti glede varstva okolja	Vsi velikostni razredi (uteženo povprečje)	Mikro podjetja	Mala podjetja	Srednjevelika podjetja
Pričetek/nadaljevanje z okoljskimi aktivnostmi	32,97	31,53	47,46	74,47
Ne predvidevajo	32,49	33,00	28,26	10,64
Ne vem	34,54	35,47	24,28	14,89

Vir: IPMMP, 2003.

Tabela 5-7: Načrti slovenskih MSP v povezavi z varstvom okolja v naslednjih treh letih (% tistih podjetij, ki so odgovorila pritrnilo)

Razlike med podatki o pristopu k okoljsko odgovornim aktivnostim, oziroma o nadaljevanju z njimi, lahko jemljemo kot statistično značilne za vse velikostne razrede. Glede tega posebej izstopajo srednjevelika podjetja. Med temi je odstotek tistih, ki okoljsko odgovornih aktivnosti v naslednjih treh letih ne predvidevajo, najnižji. Realne so tudi razlike med posameznimi skupinami podjetij glede nepoznavanja tega, kar se bo v podjetju v naslednjih treh letih v povezavi z varovanjem okolja dogajalo. Večja podjetja so imela jasnejši in hkrati pritrtilni odgovor glede okoljskih aktivnosti v naslednjih treh letih. Največ odgovorov »ne vem« je prišlo iz mikro podjetij, kar pomeni, da še ne vedo, kaj se bo na okoljskem področju v bližnji prihodnosti dogajalo v njihovem podjetju. Na to lahko navežemo tudi dilemo, ko se podjetja sprašujejo, kaj jim bo okolju prijazno poslovanje sploh prineslo.⁸

9 POVZETEK

Danes ni več dvoma, da je vsako podjetje, ne glede na svojo velikost, ne le pravni in ekonomski subjekt, temveč tudi družbeni subjekt. To mu nalaga družbeno odgovornost, ne le pravne oziroma ekonomsko-strokovne odgovornosti. Družbena odgovornost vključuje tudi odgovorni odnos do naravnega okolja. Posamezna podjetja so različno pozorna na okoljsko problematiko in hkrati različno izpostavljena okoljskim tveganjem. Na to vplivajo številni dejavniki, kot so npr. okoljska ozaveščenost (njihova kakor tudi okolja, v katerem delujejo), njihova dejavnost in fizična lokacija, informiranost in znanje. V naši raziskavi smo se osredotočili na druge vidike, ki osvetljujejo okoljsko odgovornost in to mikro, malih in srednjevelikih podjetij. Iz podatkov za anketirana podjetja smo ugotovili naslednje:

- Kot motiv za okoljsko odgovorne aktivnosti so podjetja izpostavila predvsem skrb za zdravo okolje in zdravje ljudi ter prilagajanje zakonodaji.
- Glavni oviri za takšne aktivnosti so zanje pomanjkanje časa in previsoki stroški, povezani z okoljsko odgovornimi aktivnostmi.
- Podjetja, ki smo jih anketirali in so odgovorila na vprašanje, v veliki večini niso pridobila še nobenih okoljskih standardov (85%), med njimi jih ima

standard ISO 14001 komaj 2%.

- Večina (46%) izvaja okoljsko odgovorne aktivnosti, ne da bi bile te povezane s strategijo podjetja.
- Med osnovnimi okoljskimi indikatorji izstopa ravnanje z embalažo in odpadki (45%), sledi poraba materiala (43%).
- Okoljsko odgovornost odražajo tudi t.i. drugi okoljski indikatorji; od teh je opaznejši indikator okoljskega izobraževanja (20%) in sodelovanja v ti. drugih okoljskih projektih (17%).
- V prihodnje (v naslednjih treh letih) bo nadaljevala oziroma pričela z okoljskimi aktivnostmi tretjina anketiranih podjetij, prav toliko jih tega ne načrtuje in enak odstotek jih ni vedelo, kaj se bo v njihovem podjetju glede varstva naravnega okolja dogajalo v bližnji prihodnosti.

S testiranjem statistično obdelanih podatkov je bilo možno potrditi naslednje razlike med velikostnimi razredi:

- da zakonodaja mikro in mala podjetja podjetja v manjši meri motivira za okoljsko odgovorne aktivnosti kakor srednjevelika podjetja,
- kot motiv so prizadevanja za boljši image v mikro podjetjih najšibkejša (v primerjavi z obema drugima velikostnima skupinama),
- pomanjkanje časa ovira predvsem mikro in mala podjetja, srednjevelika podjetja pa odvrtačajo od okoljskih aktivnosti predvsem previsoki stroški,
- mikro podjetja občutijo tudi znatnejše druge ovire kakor srednjevelika podjetja,
- mikro in mala podjetja so pridobila manj standardov ISO 14001 kakor srednjevelika podjetja,
- z velikostjo podjetij naraščajo strateška naravnost okoljsko odgovornih aktivnosti, okoljsko poročanje ter sodelovanje v drugih okoljskih projektih,
- okoljsko aktivna bodo v naslednjih treh letih predvsem srednjevelika podjetja,
- na najmanj jasen odnos do okoljske problematike v naslednjih treh letih naletimo pri mikro podjetjih.

⁸ Podobno dilemo srečamo v prispevku Gautam, A. in Hart, S.L. (1996).

Pričakujemo lahko, da se bodo tudi v slovenskem prostoru okrepili trendi, ki jih zaznavamo v razvitih državah. Pobude za okoljsko odgovorno ravnanje bodo stopnjevale zahteve družbeno odgovornih investitorjev (SRI – Social Responsible Investments/Investors) in zaostrovale selekcijo na osnovi okoljske odgovornosti na trgu.

V takih razmerah je aktualno vprašanje o možnih oblikah pomoči, podpore in o davčnih olajšavah, predvsem v primeru okoljsko inovativnih proizvodov, storitev, okoljskih naložb in raznih drugih rešitev. Pri financiranju varstva okolja se Slovenija usklajuje s pravili Evropske unije. Ob subvencijah se odpirajo možnosti kreditiranja ekoloških naložb (prek Ekološkega razvojnega sklada in bančnih institucij). Glede tega je zelo pomembna seznanjenost podjetij o teh možnostih.

Podjetjem obravnavanih velikosti je treba bolj približati koncept okoljskega računovodstva ter v povezavi s tem okoljske stroške in eko-bilanciranje. Potrebujejo pomoč pri osvajanju in vzdrževanju okoljskih standardov ter pri prizadevanjih za doseganje in ohranjanje okoljske učinkovitosti. K temu bi se lahko približali tudi z reševanjem okoljskih problemov s povezovanjem v omrežja in s skupnimi projekti (npr. vključenost v mednarodne projekte okoljskega benchmarkinga za mala MSP). V pomoč bi jim bili tudi priročniki, namenjeni prav podjetjem njihove velikosti.

V Sloveniji vzpodbujamo odgovorno ravnanje podjetij z okoljem s programi, v katere je vključena GZS (programi: čista proizvodnja, eko-profit in odgovorno ravnanje). Vzpodbudna so tudi priznanja in nagrade, ki jih GV podeljuje skupaj z Ekološkim razvojnim skladom Slovenije za okolju prijazno podjetje, okoljski izdelek leta, okolju prijazen postopek in mednarodno okoljsko partnerstvo. Skupno z Agencijo RS za učinkovito rabo energije nagrajuje GV energetske učinkovite podjetje oziroma projekt pa tudi individualne managerje in projektante (<http://www.gzs.si>).

V tej raziskavi smo se lahko omejili le na nekatere vidike okoljske odgovornosti MSP. Prav gotovo bi bilo smiselno raziskavo poglobiti z raziskovanjem posameznih ekoloških pojavov, izpostavljenostjo podjetij okoljskim tveganjem in ocenjevanju vpliva ne le velikosti, marveč tudi dejavnosti na raven okoljske odgovornosti podjetja. Koristno bi bilo raziskati tudi, katere možnosti imajo MSP na voljo za financiranje okoljskih dejavnosti, kako so z njimi seznanjena in v kolikšni meri posamezno možnost izrabljajo.

Matej Rus
Tadej Krošlin

6

Kako se učijo slovenska in evropska mala in srednjevelika podjetja?

1 UVOD

Konkurenčno okolje, v katerem danes deluje večina podjetij, zaznamujejo štiri poglobitve značilnosti, in sicer: kontinuiran tehnološki razvoj (posebej v povezavi z razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije - IKT), krajša življenjska doba proizvodov, naraščanje zahtevnosti potrošnikov in globalna konkurenčnost. Znotraj tega konteksta postajajo napredne ekonomije vedno bolj tako imenovane 'ekonomije znanja', ki krepijo splošno prepričanje o naraščanju pomena človeških virov pri rasti in razvoju današnje družbe.

Ugotovimo lahko, da se vsa podjetja, še posebej pa majhna in srednje velika (MSP), vse bolj zavedajo pomembnosti ključnih besed kot so: 'znanje', 'spretnosti', 'veščine', 'izkušnje' ali 'usposobljenosti' za zagotavljanje lastne konkurenčnosti.

'Usposobljenost' je v tem članku definirana kot zmes človeškega znanja, veščin in spretnosti, ki služijo podjetnikom oz. podjetjem pri produktivnem poslovanju in s tem njihovi konkurenčnosti.

Večanje usposobljenosti je lahko definirano kot splet aktivnosti, ki ga podjetje izvaja, da bi povečalo nivo svoje usposobljenosti.

Raziskave o problematiki ključnih kompetenc za skupino MSP so redke. Razmeroma dostopne so informacije o posameznih vidikih razvoja kompetenc (npr. formalno izobraževanje), medtem ko je študije, ki bi celovito obravnavale razvoj kompetenc v MSP-jih, težko najti.

Ta prispevek poskuša predstaviti analizo o tem, kako MSP-ji v Sloveniji, Evropski Uniji in Norveški, Islandiji, Liechtensteinu ter Švici (Evropa-19) razvijajo svoje kompetence ter s kakšnimi izzivi in problemi se pri tem soočajo.

S stališča metodologije to poročilo temelji na izsledkih poročila Observatory of European SMEs - »Competence Development in SMEs«, 2003, ki vsebuje pregled obstoječih nacionalnih in mednarodnih študij, zbranih s pomočjo partnerjev ENSR mreže, na osnovi informacij pridobljenih iz obsežne raziskave opravljene na velikem vzorcu evropskih MSP-jev. Podatki za slovenska MSP izhajajo iz raziskave (anketiranje), ki je bila opravljena v okviru IPMMP, EPF in je bila izvedena na reprezentativnem vzorcu slovenskih MSP.

2 KONCEPT RAZVOJA KOMPETENC

2.1 Prehod v 'ekonomijo znanja'

Za današnje ekonomsko okolje je značilna prisotnost globalne konkurence, hiter tehnološki razvoj, krajšanje življenjske dobe proizvodov, zahtevnejši potrošniki in spreminjajoča se struktura podjetij na osnovi združevanja, strateških partnerstev in prevzemov. V tem zelo kompleksnem in konkurenčnem okolju pridobivajo človeški viri vlogo ključnega dejavnika in gonila ekonomske rasti.

Nekateri avtorji (OECD 1996) govorijo o tem, da so v preteklih desetletjih razvite države izkusile transformacijo, v kateri je znanje postalo eno izmed najpomembnejših faktorjev, ki podpira ekonomski razvoj in izgrajuje konkurenčno prednost podjetij. Kompetence, spretnosti in veščine, ki jih morajo izgrajevati podjetja, niso povezane samo s področjem tehnike, ampak imajo tudi organizacijski in družbeni karakter (*tabela 6-1*).

Z makroekonomskega vidika obstaja kar nekaj razlogov, zakaj bo imelo znanje vedno večji vpliv na ekonomsko rast in razvoj. Prvič, določene vrste znanja se danes širijo hitreje in v večjem obsegu kot kadarkoli prej (predvsem zaradi napredka in naraščajoče uporabe IKT). Drugič, današnja ekonomija vedno bolj temelji na storitvah, pri katerih imajo neopredmetena sredstva zelo pomembno

vlogo. V tej zvezi, poteka difuzija tehnoloških invencij in inovacij učinkoviteje in hitreje, kadar je delež človeškega kapitala relativno visok (OECD 2000).

Raziskave OECD (OECD 2001) kažejo, da je v zadnjem desetletju naraslo povpraševanje po bolj usposobljenem in izkušenem kadru. Poročilo o konkurenčnosti evropskega gospodarstva »European Competitiveness Report« (Commission 2002) ugotavlja, da je v drugi polovici devetdesetih let prišlo do dviga povprečne usposobljenosti zaposlenih v podjetjih držav članic EU. Sočasno z dviganjem deleža visoko-strokovnega kadra v podjetjih, so se pričele pojavljati težave zaradi pomanjkanja ustrezno usposobljene delovne sile na trgu dela, ki so po mnenju strokovnjakov pričele predstavljati resen zaviralni moment za rast gospodarstva.

- Naučiti se učiti
- Učinkovit management informacij
- Izgradnja analitičnih spretnosti
- Sposobnost sprejemanja odločitev
- Komunikacijske spretnosti, jezikovne spretnosti
- Timsko delo, učenje skozi timsko delo in poučevanje
- Kreativno razmišljanje in zmožnost reševanja problemov
- Management in vodenje
- Zmožnost strateškega razmišljanja
- Skrb za lasten razvoj
- Fleksibilnost

Vir: Observatory of European SMEs – »Competence Development in SMEs«, 2003, str. 11.

Tabela 6-1: Glavne kompetence, ki jih bodo morala izgraditi podjetja

2.2. Definicija koncepta razvoja kompetenc. O čem govorimo?

Izboljševanje nivoja kompetenc in veščin človeških virov v podjetjih je danes izpostavljeno kot ključno orodje za pospeševanje konkurenčnosti podjetij nasploh in še posebej MSP. Kljub temu je zanimivo, da številne empirične študije, ki obravnavajo MSP niso uspele potrditi pozitivne soodvisnosti med vključenostjo posameznih MSP v formalne izobraževalne aktivnosti in njihovo konkurenčno sposobnostjo ter uspešnostjo. Podobne zaključke lahko preberemo tudi v študiji Storey-a, ki pravi da 'medtem ko se zdi, da je na nacionalni ravni formalno izobraževanje povezano z dvigom konkurenčne sposobnosti gospodarstva, to ni adekvatno izraženo na ravni sektorja manjših podjetij' (Storey 1994).

Poglavitna razlaga za takšen rezultat je, da tradicionalne študije o nadgradnji človeških virov, te problematike pogosto ne obravnavajo primerno. Tako velika večina obstoječih študij usmerja svojo pozornost na formalno izobraževanje, ki je lahko razumljeno v smislu porabe časa in finančnih virov. Takšno formalno izobraževanje ponavadi nudijo izobraževalne ali svetovalne institucije, ki udeležencem izobraževanja izdajo tudi ustrezna potrdila.

Vendar podjetja nasploh in MSP še prav posebej, uporabljajo drugačne metode za nadgradnjo kompetenc in veščin njihovih človeških virov. Nekateri avtorji dokazujejo, da je diskretno 'učenje od drugih' in pridobivanje izkušenj na delovnem mestu, 'zaščitni znak' majhnih podjetij, kjer večina učenja temelji na 'učenju z delom'. Na takšen način se izgrajujejo nemo znanje in kompetence, ki predstavljajo pomemben del izgrajevanja konkurenčnih prednosti nekega podjetja, vendar so težko prepoznavni po standardnih merilih (npr. stopnje izobraževanja ali diplome). Tradicionalne študije o načinih usposabljanja v MSP so velikokrat ignorirale te neformalne metode kot so učenje z delom, obiski drugih podjetij, dialog s potrošniki in dobavitelji, rotacija delovnih mest, sestanki zaposlenih, itn., ki so zelo pomembne za MSP.

Novjše ekonomske študije gradijo na konceptu kompetenc in poskušajo v raziskavo vključiti tudi neformalne elemente ter tako zagotoviti celovito obravnavo te problematike. Ta pojem se je v povezavi z izobraževanjem prvič pojavil v dvajsetih letih prejšnjega stoletja in ima začetke v psihologiji. Glavna zahvala za razvoj koncepta pa gre McClellandu, ki je v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja v razvoj tega področja vložil veliko raziskovalnega navora (McClelland 1973).

Sledeč Argyrisovi definiciji (Argyris 1993), je usposobljenost definirana kot sinteza znanja (kar se naučiš v izobraževalnem procesu), spretnosti (kar si pridobiš pri svojem delu, na delovnem mestu in v vsakdanjem življenju v družbenem okolju) in sposobnosti (zmožnost uporabe znanja in spretnosti). Evropska komisija definira usposobljenost kot zmožnost učinkovite rabe izkušenj, znanja in usposobljenosti (Commission 2001).

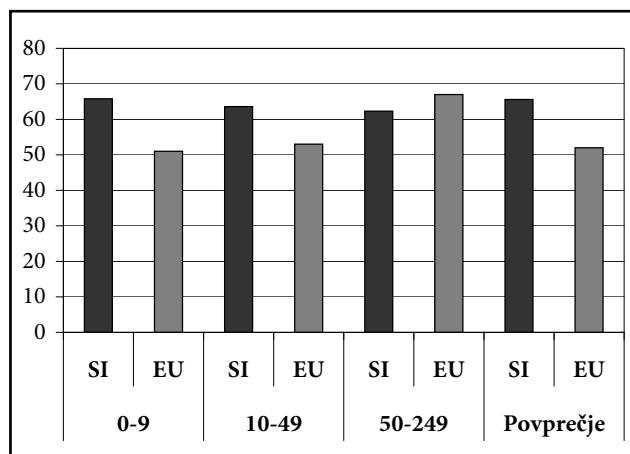
V tem poročilu bomo upoštevali definicijo, ki jo uporablja Observatory of European SMEs in je zasnovana na definiciji Nordhauga (Nordhaug 1997). Usposobljenost je razumljena kot kombinacija človeškega znanja, spretnosti in sposobnosti, ki služijo produktivnim namenom MSP in prispevajo k njihovi konkurenčnosti. Vsako podjetje lahko s številnimi različnimi ukrepi 'razvijé' svoj lasten nabor kompetenc. Te investicije so ekonomsko upravičene le takrat, ko so potrjene skozi večjo uspešnost podjetja na trgu.

Pomembno je razlikovati med kompetencami na individualnem in komepetencami na organizacijskem nivoju. Individualna usposobljenost je nujen, vendar nezadosten pogoj za organizacijsko usposobljenost, kajti vse učenje se kaže v povečanju usposobljenosti pri posameznikih (v človeških glavah) (Teece 1994). Visok nivo usposobljenosti posameznikov ne pomeni tudi avtomatično visokega nivoja usposobljenosti organizacije. Za učinkovit prenos usposobljenosti iz posameznikov na organizacijo je potrebno vzpostaviti učinkovit mehanizem, ki posameznikom omogoča sooblikovanje in razvoj organizacije.

2.3 Pomen izgradnje kompetenc za MSP

Podjetja nasploh, še posebej MSP, se vedno bolj zavedajo pomena nivoja usposobljenosti podjetja, saj vedno več investirajo v nadgradnjo znanja, spretnosti in sposobnosti. Podjetja so prepoznala pomembnost le-teh pri izgrajevanju njihovih konkurenčnih prednosti v tako imenovani na znanju temelječi ekonomiji. To potrjujejo ugotovitve Hamela in soavtorjev, ki konkurenčno sposobnost organizacije ne vidijo le v portfelju izdelkov in storitev, ampak tudi v portfelju usposobljenosti, ki jih podjetje uporabi tako, da odgovarjajo potrebam in željam potrošnikov. Zato ni nenavadno, da študije s področja managementa svetujejo podjetjem, da se razvijejo v organizacije, ki pospešujejo izobraževanje vseh zaposlenih, neprestano uvajajo in sprejemajo spremembe in s tem ohranjajo svojo konkurenčno sposobnost. Številni avtorji poudarjajo, da je lažje ponovno zgraditi neko organizacijo, če izgubi vas svoja opredmetena in neopredmetena osnovna sredstva, kot če izgubi vse svoje zaposlene (Kim 1993).

Zadnji podatki raziskave ENSR in IPMMP kažejo, da okoli polovica evropskih (in kar 66% slovenskih) MSP poudarja, da so aktivnosti za razvoj kompetenc ključni del njihove splošne podjetniške strategije (Slika 6-1). Pri evropskih podjetjih je opazna razlika med velikostnimi razredi. Tako se relativno večja podjetja bolj zavedajo pomena razvoja kompetenc kot relativno manjša podjetja (mikro 51%; mala 53%; srednja 67%). Pri slovenskih podjetjih je zavedanje pomena razvoja kompetenc bolj enakomerno razporejeno prek vseh velikostnih razredov (mikro 66%; mala 64%; srednja 62%). Je pa zanimivo, da se slovenska podjetja bolj zavedajo pomena razvoja kompetenc kot evropska. Verjetno gre takšen rezultat pripisati zavedanju slovenskih podjetij, da je vzrok za njihovo relativno zaostajanje za evropskimi ravno v pomanjkanju znanja in veščin (Slika 6-1).



Vir: Observatory of European SMEs, Competence Development in SMEs, 2003, No.1. in IPMMP, 2003.

Slika 6-1: Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki se zavedajo pomena znanja in veščin

3 AKTIVNOSTI ZA RAZVOJ KOMPETENC V SLOVENSkih IN EVROPSKIH MSP

3.1 Delež MSP, ki izvajajo različne aktivnosti za razvoj kompetenc

Kot je bilo že povedano, se podjetja nasploh in MSP še posebej vedno bolj usmerjajo v razvoj znanja, izkušenj, veščin in tako izgradnjo nivoja svojih kompetenc, za kar se poslužujejo uporabe tako imenovanih formalnih in neformalnih metod. Teoretiki menijo, da so za MSP še posebej primerne neformalne metode (Ylinenpää 1997).

Raziskavi ENSR in IPMMP popolnoma potrjujeta teoretična izhodišča in pričakovanja glede rezultatov. V obeh raziskavah so bili podjetniki vprašani, katere metode uporabljajo v njihovih podjetjih za izboljšanje ravni znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti in s tem usposobljenosti njihovih človeških virov. Tabela 2 kaže, da ob formalnem urjenju (npr. tečaji, seminarji in konference pripravljene s strani zunanjih ekspertov), ki je šele na drugem mestu najpogosteje uporabljenih metod za nadgradnjo notranjih kompetenc, obstajajo tudi neformalne metode, ki jih še posebej intenzivno koristijo MSP.

Najpogosteje uporabljena metoda za razvoj kompetenc v vseh velikostnih razredih podjetij je obiskovanje razstav in sejmov. Na razstavah in sejmih se podjetja nasploh, MSP pa še posebej, lahko seznanijo z najnovejšimi dosežki na tehnološkem in/ali tržnem področju ter razvojnimi smernicami v panogi. Razstave in sejmi, kjer so predstavljene nove tehnologije, stroji in proizvodni procesi, so še posebej priljubljeni med MSP. V zelo kratkem času (dan ali dva) lahko dobijo informacije o novih razvojnih smernicah v svoji dejavnosti, kakor tudi v dejavnostih svojih dobaviteljev in odjemalcev. Te nove

razvojne smernice so neposredno povezane s potrebami po razvoju novih kompetenc zaposlenih in organizacij, da bi lahko sledili razvoju ter zaznavali in izkoriščali priložnosti, ki jih ta ponuja. Dodatno pa takšne razstave in sejmi omogočajo MSP udeležbo na različnih obsejmskih

dogodkih, kot so seminarji, srečanja, natečaji, tekmovanja, itd. Seveda se je ob tem potrebno zavedati, da je ta metoda manj osredotočena na izgradnjo kompetenc kot nekatere druge, na primer seminarji, uporaba študij in strokovne literature ali sodelovanje s svetovalci.

	Število zaposlenih							
	0-9		10-49		50-249		Povprečje	
	SI	EU	SI	EU	SI	EU	SI	EU
Obisk razstav/trgovinskih sejmov	75	57	84	70	90	78	76	58
Tečaji / seminarji / posvetovanja, ki so jih organizirali zunanji strokovnjaki	68	39	84	56	89	70	69	41
Spodbujanje zaposlenih k uporabi strokovne literature	73	36	79	39	83	58	73	37
Sestanki med zaposlenimi za izmenjavo znanja	71	32	82	46	79	56	71	33
Sodelovanje s svetovalci	58	21	69	32	74	39	59	22
Tečaji / seminarji / posvetovanja, ki so jih organizirali zaposleni v podjetju	36	19	60	38	71	54	37	21
Študijski obiski	26	17	33	22	38	41	27	18
Tutorstvo oz. mentorstvo za zaposlene v podjetju	26	10	42	20	61	27	27	11
Rotacija na delovnih mestih (znotraj podjetja ali v drugih podjetjih)	12	8	39	17	57	29	14	9
Druge aktivnosti	43	4	52	5	59	5	44	4

Vir: Observatory of European SMEs, Competence Development in SMEs, 2003, No.1. in IPMMP, 2003.

Tabela 6-2: Delež slovenskih in evropskih mikro, malih in srednjih podjetij, ki so bila vključena v različne aktivnosti, da bi izboljšala raven znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju, Slovenija in Evropa-19

Razen obiskovanja razstav in sejmov med pomembnejše metode lahko uvrstimo še branje strokovne literature ter pripravo sestankov med zaposlenimi za izmenjavo znanja. Rezultati raziskav IPMMP kažejo, da slovenska podjetja koristijo (med 70% in 80% vseh vprašanih podjetij) to metodo v bistveno večji meri kot evropska (med 30% in 60% vseh vprašanih podjetij). Vsekakor pa je tako za slovenska kot evropska podjetja značilno, da relativno večja podjetja ti metodi uporabljajo v višjem deležu. Po obsegu sledi sodelovanje s svetovalci, ki jih koristi 59% slovenskih in 33% evropskih MSP.

Nekaj zanimivih ugotovitev lahko povzamemo tudi iz podatkov ENSR po posameznih državah in podatkov IPMMP za Slovenijo (glej *Tabelo 6-3*). Mogoče je identificirati tri pglavitne skupine evropskih držav v skladu z njihovo udeležbo v aktivnostih, da bi izboljšala raven znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju. *Prvo skupino*, ki vsebuje večino Nordijskih držav (Norveška, Finska, Švedska in Islandija), srednjeevropske države (Lichtenstein in Avstrija) in Irsko lahko označimo kot najbolj aktivne na tem področju. V to skupino lahko glede na rezultate štejemo tudi Slovenijo. Tako MSP v tej skupini držav kažejo visoko udeležbo v formalnih in neformalnih aktivnostih za razvoj kompetenc, kakor tudi širok izbor uporabljenih metod.

Kot nasprotje se kaže *druga skupina držav*, ki jo sestavljajo južno-evropske države (Italija, Grčija, Španija in Portugalska) kakor tudi Francija in Luxemburg, ki beležijo najnižjo udeležbo v aktivnostih razvoja kompetenc (tako v formalnih in neformalnih aktivnostih, kakor tudi v številu različnih metod uporabljenih za ta namen).

Tretja skupina držav (Nizozemska, Danska, Belgija, Velika Britanija, Švica in Nemčija) se nahaja med prvima dvema skupinama držav.

Naslednji zanimiv rezultat, ki izhaja iz raziskav ENSR, 2002 in IPMMP, 2003, se nanaša na najpogosteje uporabljene metode pri MSP v različnih državah. V skladu z rezultati (glej *Tabelo 6-3*) so obiski razstav in sejmov najbolj pogosto uporabljena metoda med državami, ki jih raziskava zajema. Izjemi sta Grčija in Islandija, kjer prevladujejo tečaji, seminarji in posvetovanja, organizirani s strani zunanjih strokovnjakov. Primerjava med državami pa kljub temu poudarja pomembno razliko v pogostosti uporabe posameznih metod, da bi izboljšala raven znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju, po državah EU in Slovenij.

Pri izvajanju sestankov med zaposlenimi za izmenjavo znanja, je mogoče identificirati severno-južno delitev. Tako nordijske dežele (Norveška, Islandija, Finska, Danska ali Švedska) skupaj z Irsko to metodo uporabljajo v večji meri kot pa Portugalska, Španija ali Francija. Ta rezultat je v skladu z izsledki ostalih študij (The European Foundation 2001), kar kaže na obstoj jasne linije med Severno in Južno Evropo v smislu pomembnosti timskega dela ali možnosti soodločanja pri uvajanju sprememb

v podjetju. Za te razlike je mogoče najti več razlag. Tako je več avtorjev mnenja (AC&G 2000), da se razumevanje različnih aktivnosti in metod za izgradnjo kompetenc med državami razlikuje. Zgodovinske in kulturne razlike med posameznimi državami imajo precejšen vpliv na odločitve MSP glede izbire različnih aktivnosti pri razvoju kompetenc (npr. bolj avtorski stil vodenja na jugu v primerjavi s severom).

Država	A	B	DK	FIN	F	D	EL	IS	IRL	I	LI	L	NL	NO	P	E	S	CH	UK	SI	EU
Obisk razstav/ trgovinskih sejmov	81	66	57	72	34	75	37	45	73	60	74	53	68	73	45	58	77	69	52	76	58
Spodbujanje zaposlenih k uporabi strokovne literature	54	53	41	60	28	61	10	43	49	27	63	28	61	69	15	11	48	47	47	73	37
Sestanki med zaposlenimi za izmenjavo znanja	36	30	50	49	22	27	44	51	50	39	44	27	27	64	16	24	45	34	42	71	33
Tečaji / seminarji / posvetovanja, ki so jih organizirali zunanji strokovnjaki	64	51	50	62	24	42	38	57	63	40	68	28	53	65	21	40	56	41	46	69	41
Sodelovanje s svetovalci	36	19	31	28	9	17	19	23	36	30	29	13	31	32	7	16	38	21	30	59	22
Tečaji / seminarji / posvetovanja, ki so jih organizirali zaposleni v podjetju	21	17	18	18	16	25	30	19	24	17	22	21	23	29	13	29	28	33	16	37	21
Študijski obiski	33	30	26	23	11	21	24	29	27	12	30	14	24	27	8	21	45	26	17	27	18
Tutorstvo oz. mentorstvo za zaposlene v podjetju	10	23	22	14	2	3	27	39	30	11	8	2	32	17	4	3	18	6	21	27	11
Rotacija delovnih mest (znotraj podj. ali v drugih podjetjih)	7	11	17	23	5	5	10	13	12	13	7	6	4	12	3	10	18	9	10	14	9
Druge aktivnosti	13	3	2	8	2	6	4	5	3	4	13	6	2	18	4	2	11	6	5	44	4

Vir: Observatory of European SMEs, Competence Development in SMEs, 2003, No.1. in IPMMP, 2003.

Tabela 6-3: Delež mikro, malih in srednjih podjetij vključenih v različne aktivnosti, da bi izboljšala raven znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju, po državah EU in Sloveniji

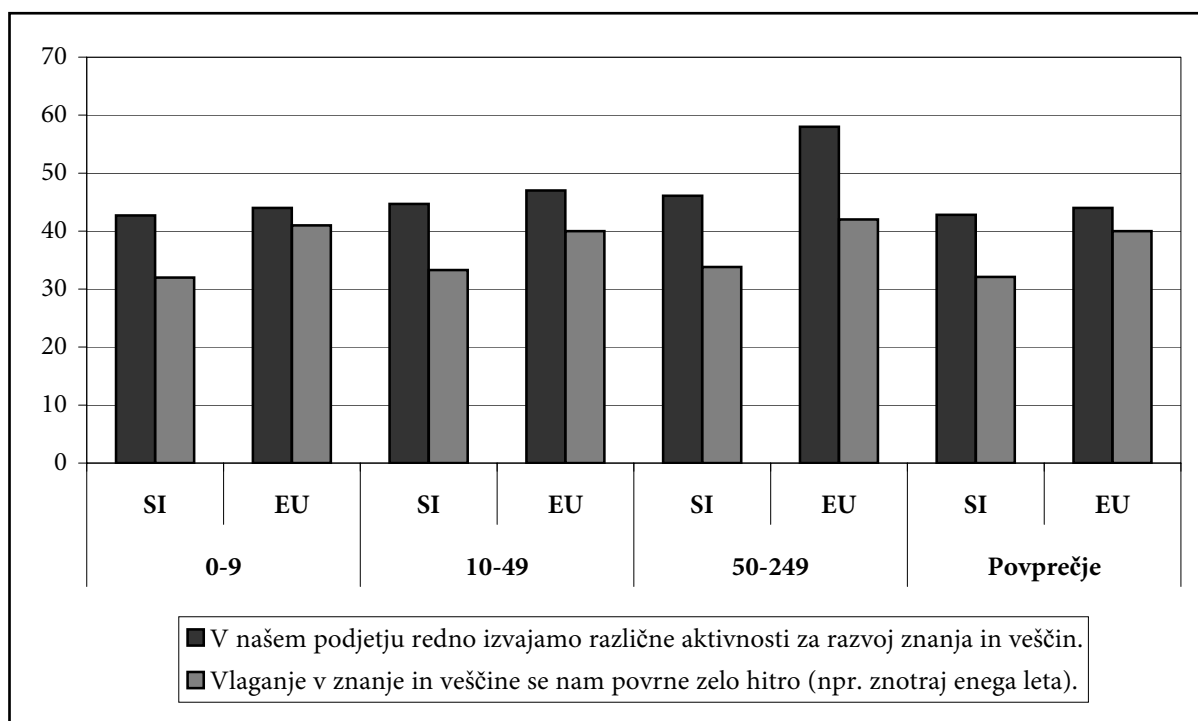
3.2 Druge značilnosti razvoja kompetenc v MSP

V nadaljevanju bomo predstavili še nekatere druge značilnosti razvoja kompetenc v evropskih MSP in primerjavo s slovenskimi MSP, ki izhajajo iz raziskav ENSR in IPMMP.

Raziskave potrjujejo prisotnost pozitivne soodvisnosti med velikostjo podjetja in pogostostjo izvajanja različnih aktivnosti za razvoja kompetenc podjetja (glej *Slika 6-2*). Tako se skoraj polovica evropskih MSP strinja oziroma popolnoma strinja s trditvijo, da se tovrstne aktivnosti izvajajo praktično vsak dan. Ta procent narašča od 44% med mikro podjetji do 47% in 58% med malimi in srednjimi podjetji. Delež slovenskih podjetij, ki vsakodnevno izvajajo aktivnosti za razvoj znanja in veščin, le za odtenek zaostaja

za evropskimi (mikro 43%; mala 45%; srednja 46%), je pa bistveno bolj enakomerno razporejen med velikostnimi razredi podjetij.

Okoli štiri izmed desetih evropskih MSP podpira trditev, da si od njihovih vlaganj v aktivnosti razvoja kompetenc obetajo hitre ekonomske učinke. Ob tem ni zaznati pomembne razlike glede na velikost podjetja. Slovenska MSP so bolj potrpežljiva glede pričakovanih ekonomskih učinkov, saj jih v povprečju le 32% pričakuje hitre ekonomske učinke. Prav tako ni zaznati pomembne razlike glede na velikost podjetja. Takšen rezultat se zdi v skladu z ostalimi mednarodnimi študijami (Westhead 1996), ki kažejo, da se manjša podjetja bolj kot velika podjetja poslužujejo vlaganj na kratek rok.



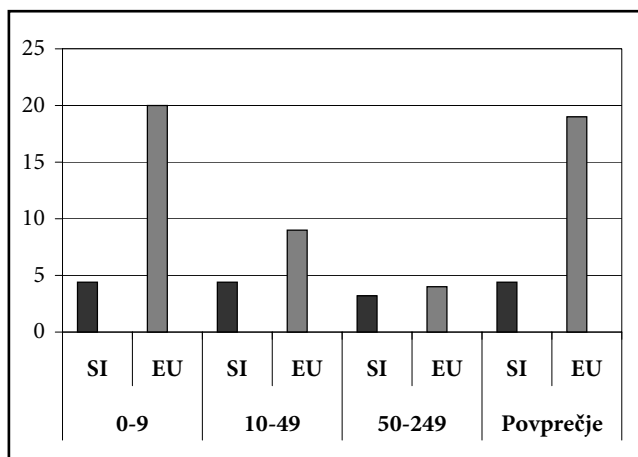
Vir: Observatory of European SMEs, Competence Development in SMEs, 2003, No.1. in IPMMP, 2003.

Slika 6-2: Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki redno izvajajo aktivnosti za razvoj znanja in veščin, ter pričakujejo hitre učinke teh vlaganj

Slika 6-3 prikazuje delež evropskih in slovenskih MSP po velikostnih razredih, ki v zadnjih treh letih niso bila vključena v nobeno od navedenih aktivnosti, da bi izboljšala raven znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju. Zanimivo je, da je delež takšnih podjetij v Sloveniji relativno zelo nizek in ne presega 5% ter da ni zaznati večjih razlik med posameznimi velikostnimi razredi. Med evropski podjetji se kar 20% mikro podjetij ne poslužuje aktivnosti za razvoj kompetenc.

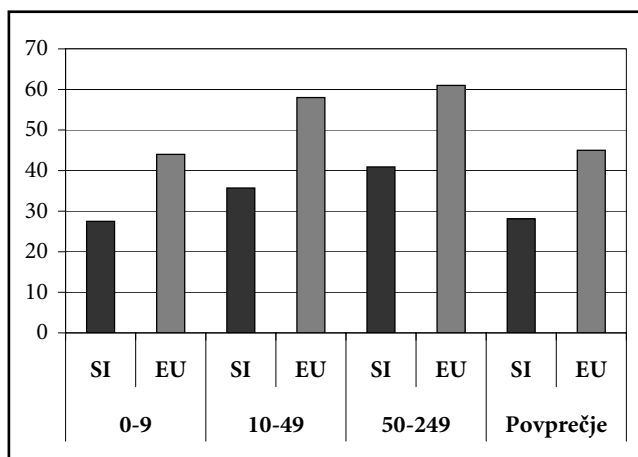
Raziskavi ENSR, 2002 in IPMMP, 2003 kažeta, da ima več kot 45% evropskih in več kot 28% slovenskih MSP

zaposleno (posebno) osebo ali skupino ljudi, ki skrbi za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti zaposlenih (glej *Slika 6-4*). Delež podjetij v Evropi narašča v skladu z velikostjo podjetja (od 44% v primeru mikro podjetij do 58% in 61% v primeru malih in srednjih podjetij). Za Slovenijo je značilno podobno gibanje le na malenkost nižji ravni (mikro 28%; mala 36%; srednja 41%). Raziskava ENSR še ugotavlja, da ni bistvenih razlik med posameznimi panogami ter da velike razlike med evropskimi državami ne nakazujejo jasnega geografskega vzorca.



Vir: Observatory of European SMEs, Competence Development in SMEs, 2003, No.1. in IPMMP, 2003.

Slika 6-3: Delež podjetij po velikostnih razredih, ki v zadnjih treh letih niso bila vključena v nobeno od navedenih aktivnosti z namenom izboljšanja ravni znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v podjetju

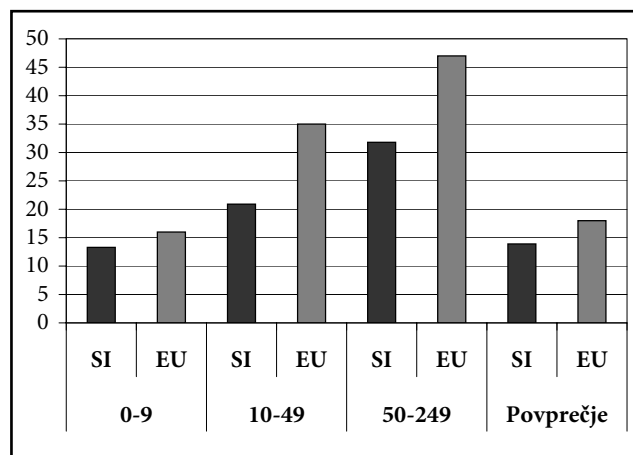


Vir: Observatory of European SMEs, Competence Development in SMEs, 2003, No.1. in IPMMP, 2003.

Slika 6-4: Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki imajo zaposleno (posebno) osebo ali skupino ljudi, ki skrbi za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti zaposlenih

Le manjši delež evropskih (18%) in slovenskih (14%) MSP ima pisni načrt za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti zaposlenih, čeprav glede tega obstaja velika razlika z ozirom na njihovo velikost (glej *Slika 6-5*). Poseduje ga le 16% evropskih in 13% slovenskih mikro podjetij, ta procent pa naraste do 35% v evropskih in 32% v slovenskih malih podjetjih ter do 47% v evropskih in 32% v slovenskih srednjih podjetjih (Schläfli 2004 in Matthews 1995). Tako so odločitve razvoja kompetenc manj formalizirane v malih kot pa v velikih podjetjih, predvsem zaradi redkosti njihovih virov in omejene moči 'postavljanja pravil igre' (Storey 1994). Seveda pa to ne pomeni, da načrti ne obstajajo v glavah lastnikov/

managerjev. Raziskava ENSR, 2002 kaže tudi na razlike v prisotnosti pisnih načrtov glede na državo, čeprav ponovno ni zaznati jasnega geografskega vzorca.

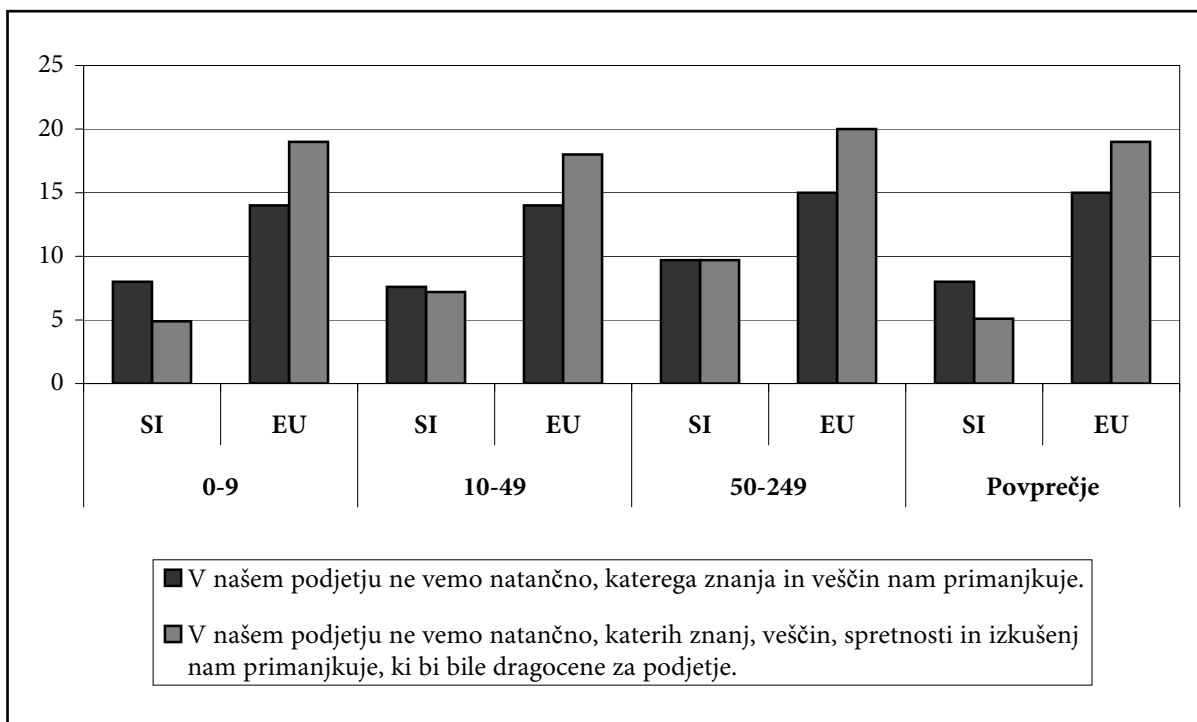


Vir: Observatory of European SMEs, Competence Development in SMEs, 2003, No.1. in IPMMP, 2003.

Slika 6-5: Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki imajo izdelan pisni načrt za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti zaposlenih

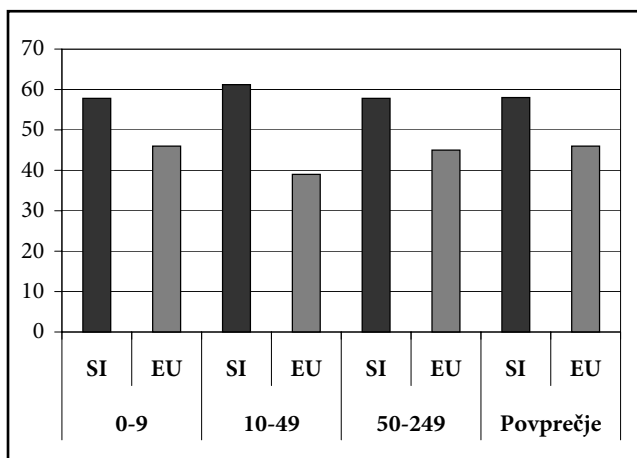
Nadaljnja pomembna ovira pri razvoju kompetenc podjetja je nesposobnost lastnikov MSP za učinkovito identificiranje manjkajočih znanj in veščin. Podjetnikova omejena informiranost (Nootboom 1993) in stik z viri kompetenc rezultira v omejenem pregledu razpoložljivih možnosti. V skladu z rezultati raziskav ENSR, 2002 in IPMMP, 2003 lahko ugotovimo, da le majhen delež MSP priznava težave pri identifikaciji strokovnih potreb in pri iskanju koristnih virov kompetenc (glej *Slika 6-6*). Delež slovenskih podjetij, ki so pripravljena priznati svoje težave, je nižji od deleža evropskih.

Številni programi, ki jih izvajajo posamezne države Evropske unije in tudi slovenska vlada, nam ustvarjajo vtis, da se države zavedajo pomena znanja in da se intenzivno ukvarjajo s to problematiko ter da so udeležene v številnih pobudah za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti v njihovih MSP. Kljub temu rezultati raziskave ENSR, 2002 in IPMMP, 2003 kažejo, da se kar 46% evropskih MSP in celo 58% slovenskih MSP pritožuje nad premajhno podporo države na tem področju (glej *Slika 6-7*).



Vir: Observatory of European SMEs, Competence Development in SMEs, 2003, No.1. in IPMMP, 2003.

Slika 6-6: Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki se soočajo s problemom identifikacije manjkajočih znanj in veščin ter s pomankanjem vedenja o tem, katera znanja, veščine, spretnosti in izkušnje bi bile dragocene za podjetje



Vir: Observatory of European SMEs, Competence Development in SMEs, 2003, No.1. in IPMMP, 2003.

Slika 6-7: Delež mikro, malih in srednjih podjetij, ki menijo da vlada preslabo podpira izvajanje izobraževanja in drugih aktivnosti za povečanje znanja in veščin v podjetjih

4 SKLEPNE MISLI

Ta članek povzema ugotovitve raziskave ENSR, 2002 in IPMMP, 2003, ki kažejo, da do 80% slovenskih in evropskih MSP izvaja številne aktivnosti za razvijanje znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti svojih zaposlenih.

Dejstvo je, da se podjetja nasploh in še posebej MSP vedno bolj zavedajo pomena nivoja usposobljenosti. Prepoznala so pomembnost znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti za izgrajevanje svojih konkurenčnih prednosti v tako imenovani na znanju temelječi ekonomiji.

Pri izgrajevanju svojih kompetenc se podjetja ob koriščenju formalnih metod usposabljanja (npr. tečaji, seminarji in konference pripravljene s strani zunanjih ekspertov) poslužujejo tudi neformalnih metod, ki jih še posebej intenzivno koristijo MSP. Nekateri avtorji dokazujejo, da je diskretno 'učenje od drugih' in pridobivanje izkušenj na delovnem mestu, 'zaščitni znak' majhnih podjetij, kjer večina učenja temelji na 'učenju z delom'. Tako se izgrajujejo nemo znanje in usposobljenosti, ki predstavljajo pomemben del izgrajevanja konkurenčnih prednosti nekega podjetja.

Najpogosteje uporabljana metoda za večanje usposobljenosti v vseh velikostnih razredih podjetij je obiskovanje razstav in sejmov. Na razstavih in sejmih se podjetja nasploh, in MSP še posebej, lahko seznanijo z najnovejšimi dosežki na tehnološkem in/ali tržnem področju ter razvojnimi smernicami v panogi.

Druge uporabljene metode vključujejo sodelovanje s svetovalci za razvoj nivoja usposobljenosti podjetja, tečaji pripravljene s strani zaposlenih za druge zaposlene,

študijski obiski, aktivnosti tutorstva oz. mentorstva za zaposlene v podjetju in rotacije delovnih mest (znotraj podjetja ali z drugimi podjetji). Dejstvo, da obiski razstav in sejmov predstavljajo najpogosteje uporabljeno metodo za večanje usposobljenosti tako v slovenskih, kakor tudi v evropskih MSP, kaže na šibkost neformalnih metod, kakor tudi na težavnost doseganja zastavljenih ciljev v smeri nadgrajevanja znanja, izkušenj, veščin ter spretnosti slovenskih in evropskih MSP.

Razvrstitev predstavljenih metod glede na pomembnost je po velikostnih razredih podjetij precej enakomerna. To pa ne moremo trditi za pestrost uporabe različnih formalnih in neformalnih metod za večanje usposobljenosti. Tukaj velja, da večje kot je podjetje, večja je tudi pestrost.

Obstaja tudi pozitivna povezava med velikostjo podjetja in pogostostjo izvajanja posameznih aktivnosti za večanje usposobljenosti. Večja podjetja izvajajo te aktivnosti bolj redno. Velik delež MSP poskuša doseči hitre ekonomske učinke vlaganj v znanje. Približno polovica evropskih MSP in malo manjši delež slovenskih podjetij zaposluje posebno osebo ali skupino oseb zadolženih za identifikacijo pomanjkljivosti v znanju, veščinah in spretnostih. V nekaterih podjetjih pa pripada ta vloga lastniku ali glavnemu direktorju (predvsem med mikro in malimi podjetji). Le majhen delež slovenskih in evropskih MSP poseduje pisni načrt za večanje nivoja lastne usposobljenosti, čeprav v tem obstajajo velike razlike glede na velikost podjetja.

Nacionalne vlade razvijajo vrsto različnih programov z namenom nadgradnje nivoja znanj, veščin in spretnosti njihovih MSP. Ti ukrepi vključujejo podporo formalnemu izobraževanju, dostopu do zunanjih svetovalnih služb, uvajanju najnovejših metod managementa in organizacijskih inovacij. Poleg tega vse več držav razvija merila za prepoznavanje znanja, spretnosti in veščin, ki so bila pridobljena s pomočjo praktičnih izkušenj in neformalnega izobraževanja.

Pred posameznimi državami je zelo jasna naloga (OECD 2001), da ustvarijo ugodno okolje, ki bo spodbujalo podjetja in jim omogočalo, da čim učinkoviteje nadgradijo svoje znanje, izkušnje, veščine ter spretnosti. Če izpostavimo nekaj glavnih predlogov za načrtovalce političnih odločitev:

- Vsekakor bo nujno poiskati način za razširitev tradicionalne definicije učenja, ki predstavlja osnovo za večino oblik izobraževanja in usposabljanja, kakor tudi za večino političnih ukrepov. Tudi naša raziskava spodbuja k razmišljanju, da naj širši koncept učenja vključuje tudi odnos med formalnim izobraževanjem in izobraževanjem, ki poteka na delovnih mestih (neformalno izobraževanje), kakor tudi povezavo med izobraževanjem, usposabljanjem in trgom dela.
- Načrtovalci politike naj spodbujajo nastanek različnih načinov za formalno 'priznavanje' neformalnega znanja in spretnosti pridobljenih s praktičnimi izkušnjami, ki so še posebej pomembne za MSP. To bi lahko pomagalo ljudem, da dokažejo svojo usposobljenost, svoje spretnosti in veščine ter se tako lažje zaposlijo. Takšna možnost bi ljudi spodbudila, da se v večji meri vključijo tudi v neformalne oblike usposabljanja.
- Pomembno je tudi povečanje vlaganj in naporov v proučevanje problematike organizacijskega učenja, ki bi pripomoglo k prepoznavanju organizacijskih, produkcijskih, tehnoloških in družbenih faktorjev, ki pospešujejo oz. zavirajo učenje v MSP, kakor tudi k identifikaciji postopkov in orodij, ki so bolj sprejemljiva za MSP. Ko bodo ti faktorji jasno identificirani, naj načrtovalci politike oblikujejo sistem instrumentov, ki bodo spodbujali podjetja k vlaganjem v organizacijsko učenje. Priporočljivo je upoštevati obstoječe primere 'dobrih praks' in pospeševati izmenjavo informacij med posameznimi akterji.
- Nenazadnje naj načrtovalci politike razvijejo ukrepe, ki bodo izboljšali možnosti za vključevanja v formalne in neformalne oblike izobraževanja predvsem tistim delavcem, ki imajo manj možnosti za vključevanje v različne oblike izobraževanja (kot npr. zaposleni v najmanjših podjetjih, ljudje, ki se ukvarjajo z nestandardnimi oblikami dela).

PRILOGA 1

Regija	Dejavnost														Skupaj	
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N		O
Pomurska	88	2	11	694	9	486	917	473	384	25	452	0	19	21	219	3.800
Podravska	127	5	8	2.141	23	1.528	3.319	977	1.197	144	2.156	0	90	74	646	12.435
Koroška	33	0	8	619	36	312	605	220	288	21	429	0	23	23	120	2.737
Savinjska	127	2	23	2.093	51	1.291	2.445	659	1.234	66	1.635	1	80	48	532	10.287
Zasavska	8	0	6	283	7	162	343	94	125	5	212	0	9	11	79	1.344
Spodnjeposavska	74	2	3	578	7	431	737	233	351	12	372	2	16	20	163	3.001
Jugovzhodna	107	3	9	1.257	9	761	1.151	415	600	31	685	0	31	25	229	5.313
Osrednjeslovenska	207	7	38	4.960	40	3.539	7.464	1.436	2.395	326	6.765	2	290	211	1.240	28.920
Gorenjska	93	0	10	1.927	79	1.213	1.944	672	769	35	1.287	1	67	60	477	8.634
Notranjo-Kraška	50	1	5	499	5	278	459	170	303	10	247	0	12	17	105	2.161
Goriška	98	2	8	1.341	62	1.029	1.399	395	684	46	1.041	1	29	19	321	6.475
Obalno-Kraška	42	27	15	883	5	861	1.518	515	617	48	1.247	0	26	27	312	6.143
SKUPAJ	1.054	51	144	17.275	333	11.891	22.301	6.259	8.947	769	16.528	7	692	556	4.443	91.250

VIR: IPMIMP, 2003, po podatkih AJPES.

Tabela P1: Število podjetij po regijah in dejavnostih, 2002

Regija	Dejavnost														Skupaj	
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N		O
Pomurska	1.367	1	84	12.966	270	2.679	2.728	1.974	1.155	55	972	0	40	106	391	24.788
Podravska	1.219	32	15	34.838	1.992	8.211	11.809	2.866	9.069	341	8.119	0	241	404	1.388	80.544
Koroška	227	0	53	12.183	371	1.263	1.989	475	842	32	925	0	30	82	290	18.762
Savinjska	875	4	2.643	36.521	2.101	6.925	11.476	2.840	2.871	140	4.011	74	143	570	1.526	72.720
Zasavska	9	0	1.356	4.875	526	1.015	1.137	282	258	6	1.328	0	23	40	196	11.051
Spodnjeposavska	529	2	60	6.645	1.179	1.551	1.776	1.007	633	20	1.013	2	20	56	216	14.709
Jugovzhodna	1.458	2	93	22.881	325	3.577	4.058	1.110	1.478	47	1.638	0	102	427	355	37.551
Osrednjeslovenska	1.124	12	457	48.720	3.182	19.004	39.964	5.881	22.922	1.281	24.115	23	587	632	3.378	171.282
Gorenjska	561	0	89	30.570	951	4.324	9.873	2.611	2.668	74	3.281	195	144	173	1.006	56.520
Notranjo-Kraška	886	1	23	6.428	162	710	1.017	324	948	9	485	0	25	38	148	11.204
Goriška	644	4	16	16.376	992	4.876	4.360	1.049	1.578	88	1.911	89	43	53	2.073	34.152
Obalno-Kraška	164	88	31	7.661	189	3.063	5.973	2.638	4.572	118	2.287	0	75	190	1.511	28.560
SKUPAJ	9.063	146	4.920	240.664	12.240	57.198	96.160	23.057	48.994	2.211	50.085	383	1.473	2.771	12.478	561.843

VIR: IPMMMP, 2003, po podatkih AJPES.

Tabela P2: Število zaposlenih po regijah in dejavnostih, 2002

Tabela P3: Število zaposlenih po velikostnih razredih, skupinah dejavnosti in regijah, 2002

REGIJA	DEJAVNOST	VELIKOSTNI RAZREDI					SKUPAJ
		0	1 do 9	10 do 49	50 do 249	250 in več	
POMURSKA							
	kmetijstvo	0	105	434	572	257	1368
	industrija	0	1133	1339	3455	7395	13322
	gradbeništvo	0	906	784	989	0	2679
	storitve	0	4046	1545	1100	728	7419
	SKUPAJ	0	6190	4102	6116	8380	24788
PODRAVSKA							
	kmetijstvo	0	186	348	717	0	1251
	industrija	0	3359	3941	10499	19046	36845
	gradbeništvo	0	2679	1827	2556	1149	8211
	storitve	0	13019	6461	3695	11062	34237
	SKUPAJ	0	19243	12577	17467	31257	80544
KOROŠKA							
	kmetijstvo	0	37	12	179	0	228
	industrija	0	956	1225	4991	5434	12606
	gradbeništvo	0	538	244	482	0	1264
	storitve	0	2684	1003	661	316	4664
	SKUPAJ	0	4215	2484	6313	5750	18762
SAVINJSKA							
	kmetijstvo	0	173	149	557	0	879
	industrija	0	3211	4384	8689	24980	41264
	gradbeništvo	0	2114	1493	1131	2187	6925
	storitve	0	9696	4839	5773	3344	23652
	SKUPAJ	0	15194	10865	16150	30511	72720
ZASAVSKA							
	kmetijstvo	0	9	0	0	0	9
	industrija	0	378	428	2672	3280	6758
	gradbeništvo	0	288	226	501	0	1015
	storitve	0	1370	623	703	573	3269
	SKUPAJ	0	2045	1277	3876	3853	11051
SPODNJEPOSAVSKA							
	kmetijstvo	0	100	205	226	0	531
	industrija	0	820	1219	2769	3075	7883
	gradbeništvo	0	679	614	258	0	1551
	storitve	0	2659	1109	631	345	4744
	SKUPAJ	0	4258	3147	3884	3420	14709
JUGOVZHODNA							
	kmetijstvo	0	148	105	486	722	1461
	industrija	0	2050	2920	5638	12689	23297
	gradbeništvo	0	1287	741	854	695	3577
	storitve	0	4840	1985	992	1399	9216
	SKUPAJ	0	8325	5751	7970	15505	37551

(nadaljevanje)

REGIJA	DEJAVNOST	VELIKOSTNI RAZREDI					SKUPAJ
		0	1 do 9	10 do 49	50 do 249	250 in več	
OSREDNJESLOVENSKA							
	kmetijstvo	0	358	195	583	0	1136
	industrija	0	8402	7379	13268	23310	52359
	gradbeništvo	0	5886	4083	3521	5514	19004
	storitve	0	29673	19295	16520	33295	98783
	SKUPAJ	0	44319	30952	33892	62119	171282
GORENJSKA							
	kmetijstvo	0	129	103	330	0	562
	industrija	0	3062	2967	6941	18640	31610
	gradbeništvo	0	1761	690	1059	813	4323
	storitve	0	7729	4147	2351	5798	20025
	SKUPAJ	0	12681	7907	10681	25251	56520
NOTRANJO-KRAŠKA							
	kmetijstvo	0	82	33	126	646	887
	industrija	0	752	816	2583	2462	6613
	gradbeništvo	0	432	126	152	0	710
	storitve	0	1936	444	336	276	2992
	SKUPAJ	0	3202	1419	3197	3384	11202
GORIŠKA							
	kmetijstvo	0	107	80	460	0	647
	industrija	0	1957	2047	4918	8463	17385
	gradbeništvo	0	1440	733	779	1925	4877
	storitve	0	5578	2162	1299	2206	11245
	SKUPAJ	0	9082	5022	7456	12594	34154
OBALNO-KRAŠKA							
	kmetijstvo	0	75	64	113	0	252
	industrija	0	1267	1216	2665	2733	7881
	gradbeništvo	0	1259	736	311	757	3063
	storitve	0	6380	2652	3268	5064	17364
	SKUPAJ	0	8981	4668	6357	8554	28560
SKUPAJ							
	kmetijstvo	0	1509	1728	4349	1625	9211
	industrija	0	27347	29881	69088	131507	257823
	gradbeništvo	0	19269	12297	12593	13040	57199
	storitve	0	89610	46265	37329	64406	237610
	SKUPAJ	0	137735	90171	123359	210578	561843

VIR: IPMMP, 2003, po podatkih AJPEŠ.

Tabela P4: Število zaposlenih na podjetje po velikostnih razredih, skupinah dejavnosti in regijah, 2002

REGIJA	DEJAVNOST	VELIKOSTNI RAZREDI					SKUPAJ
		0	1 do 9	10 do 49	50 do 249	250 in več	
POMURSKA							
	kmetijstvo	0,00	2,28	24,11	95,33	257,00	15,20
	industrija	0,00	2,00	20,92	111,45	924,38	18,66
	gradbeništvo	0,00	2,13	19,12	123,63	0,00	5,51
	storitve	0,00	1,83	19,07	122,22	364,00	2,96
	SKUPAJ	0,00	1,90	20,11	113,26	761,82	6,52
PODRAVSKA							
	kmetijstvo	0,00	2,14	23,20	102,43		9,48
	industrija	0,00	1,93	22,39	109,36	595,19	16,96
	gradbeništvo	0,00	1,97	19,65	116,18	383,00	5,37
	storitve	0,00	1,75	19,12	87,98	1382,75	3,98
	SKUPAJ	0,00	1,81	20,22	104,59	726,91	6,48
KOROŠKA							
	kmetijstvo	0,00	1,61	12,00	89,50	0,00	6,91
	industrija	0,00	1,87	21,12	110,91	543,40	19,01
	gradbeništvo	0,00	1,90	15,25	96,40	0,00	4,05
	storitve	0,00	1,74	18,24	94,43	316,00	2,70
	SKUPAJ	0,00	1,79	19,11	107,00	522,73	6,85
SAVINJSKA							
	kmetijstvo	0,00	1,82	18,63	69,63	0,00	6,81
	industrija	0,00	1,88	22,03	102,22	832,67	19,04
	gradbeništvo	0,00	1,86	18,66	80,79	437,40	5,36
	storitve	0,00	1,70	19,20	115,46	836,00	3,53
	SKUPAJ	0,00	1,76	20,16	102,87	782,33	7,07
ZASAVSKA							
	kmetijstvo	0,00	1,13	0,00	0,00	0,00	1,13
	industrija	0,00	1,74	18,61	106,88	656,00	22,83
	gradbeništvo	0,00	2,09	17,38	167,00	0,00	6,27
	storitve	0,00	1,82	20,77	78,11	573,00	3,72
	SKUPAJ	0,00	1,83	19,35	104,76	642,17	8,22
SPODNJEPOSAVSKA							
	kmetijstvo	0,00	1,89	22,78	75,33	0,00	6,99
	industrija	0,00	1,77	21,39	138,45	615,00	13,41
	gradbeništvo	0,00	1,78	20,47	129,00	0,00	3,60
	storitve	0,00	1,65	18,18	78,88	345,00	2,49
	SKUPAJ	0,00	1,70	20,04	117,70	570,00	4,90
JUGOVZHODNA							
	kmetijstvo	0,00	1,61	21,00	162,00	361,00	13,28
	industrija	0,00	2,03	21,95	102,51	845,93	18,27
	gradbeništvo	0,00	1,86	21,17	122,00	347,50	4,70
	storitve	0,00	1,75	16,68	110,22	699,50	2,91
	SKUPAJ	0,00	1,82	19,70	107,70	738,33	7,07

(nadaljevanje)

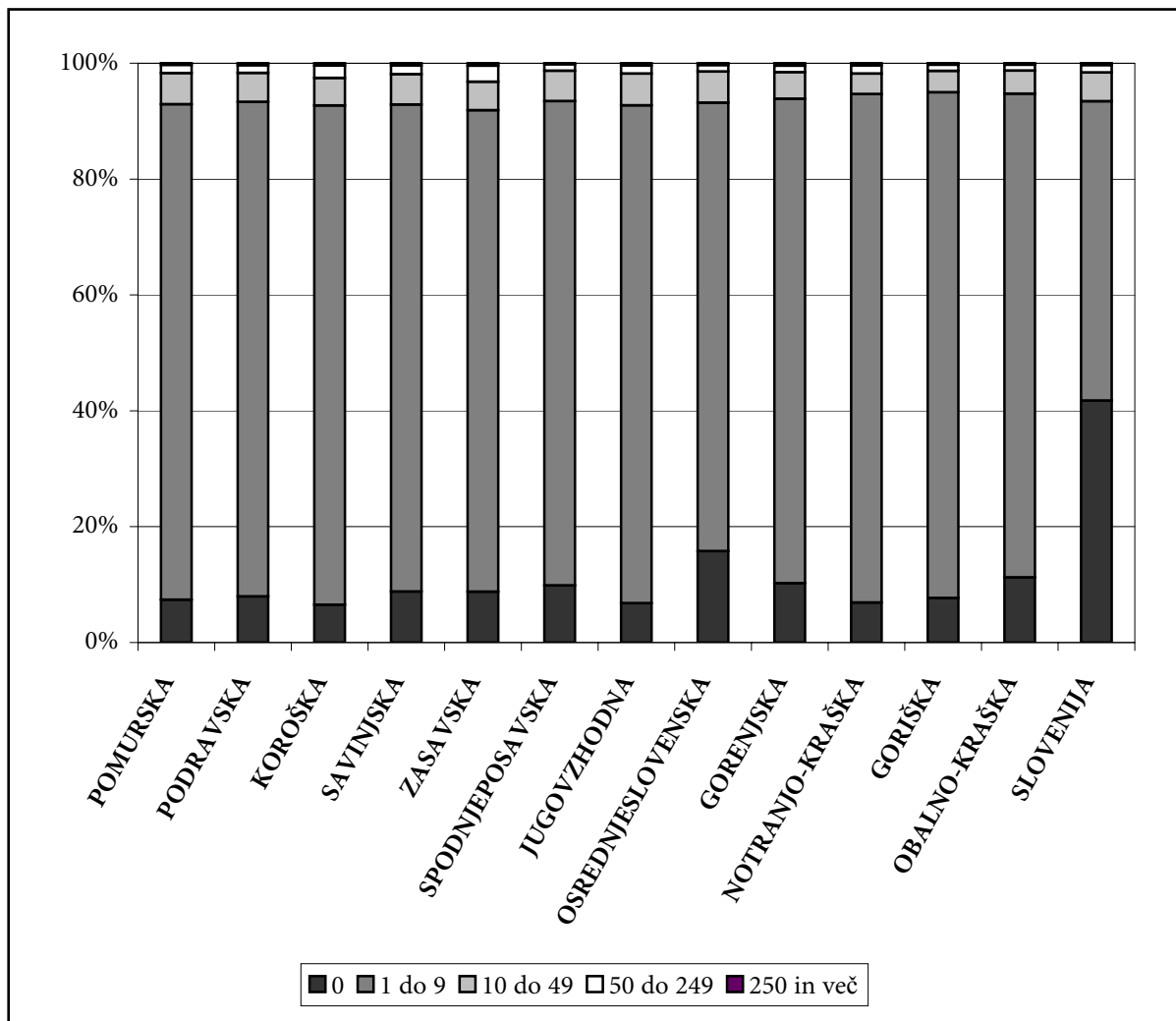
REGIJA	DEJAVNOST	VELIKOSTNI RAZREDI					SKUPAJ
		0	1 do 9	10 do 49	50 do 249	250 in več	
OSREDNJESLOVENSKA							
		0,00	2,08	24,38	97,17	0,00	5,31
		0,00	2,09	20,67	106,14	495,96	10,39
		0,00	1,95	20,83	106,70	689,25	5,37
		0,00	1,96	19,41	104,56	899,86	4,91
		0,00	1,98	19,90	105,25	675,21	5,92
GORENJSKA							
	kmetijstvo	0,00	1,72	25,75	165,00	0,00	6,04
	industrija	0,00	1,88	21,19	113,79	642,76	15,68
	gradbeništvo	0,00	1,60	19,71	105,90	406,50	3,56
	storitve	0,00	1,75	19,11	97,96	966,33	3,77
	SKUPAJ	0,00	1,76	19,97	110,11	682,46	6,55
NOTRANJO-KRAŠKA							
	kmetijstvo	0,00	2,05	33,00	63,00	323,00	17,39
	industrija	0,00	1,83	20,92	107,63	492,40	12,99
	gradbeništvo	0,00	1,67	15,75	76,00	0,00	2,55
	storitve	0,00	1,63	15,86	112,00	276,00	2,26
	SKUPAJ	0,00	1,69	18,67	103,13	423,00	5,18
GORIŠKA							
	kmetijstvo	0,00	1,43	20,00	115,00	0,00	6,47
	industrija	0,00	1,63	23,53	111,77	604,50	12,32
	gradbeništvo	0,00	1,51	17,88	97,38	962,50	4,74
	storitve	0,00	1,63	20,21	99,92	1103,00	2,86
	SKUPAJ	0,00	1,61	21,01	108,06	699,67	5,27
OBALNO-KRAŠKA							
	kmetijstvo	0,00	1,50	21,33	113,00	0,00	3,65
	industrija	0,00	1,71	20,97	102,50	546,60	8,73
	gradbeništvo	0,00	1,63	18,40	155,50	378,50	3,56
	storitve	0,00	1,79	18,29	99,03	562,67	4,03
	SKUPAJ	0,00	1,75	18,98	102,53	534,63	4,65
SKUPAJ							
	kmetijstvo	0,00	3,19	22,74	98,84	325,00	8,34
	industrija	0,00	3,16	21,48	108,46	641,50	14,52
	gradbeništvo	0,00	3,31	19,58	108,56	543,33	4,81
	storitve	0,00	2,78	19,06	102,27	870,35	3,93
	SKUPAJ	0,00	2,92	19,94	106,16	683,69	6,16

VIR: IPMMP, 2003, po podatkih AJPEŠ.

Dejavnosti	Vsa podjetja	Skupaj MSP	Velikostni razredi			
			0 do 9	10 do 49	50 do 249	250 in več
A	100,0	101,6	63,6	94,6	117,0	92,5
B	100,0	100,0	74,3	117,4	0,0	0,0
C	100,0	107,0	62,5	86,8	128,1	98,0
D	100,0	87,3	82,6	89,6	88,3	112,7
E	100,0	76,6	76,5	61,7	80,0	114,3
F	100,0	92,0	85,5	97,5	96,7	127,0
G	100,0	98,2	78,0	115,1	121,9	104,8
H	100,0	92,7	74,5	97,9	136,8	147,3
I	100,0	76,4	67,6	94,7	80,8	121,0
J	100,0	100,0	75,2	150,4	42,2	0,0
K	100,0	104,9	90,7	115,6	127,1	66,0
L	100,0	100,0	18,7	143,9	97,6	0,0
M	100,0	100,0	94,5	119,2	100,5	0,0
N	100,0	98,5	105,5	113,1	79,8	109,3
O	100,0	75,8	44,3	92,0	130,5	213,6
Skupaj	100,0	89,2	76,9	100,0	96,7	117,0

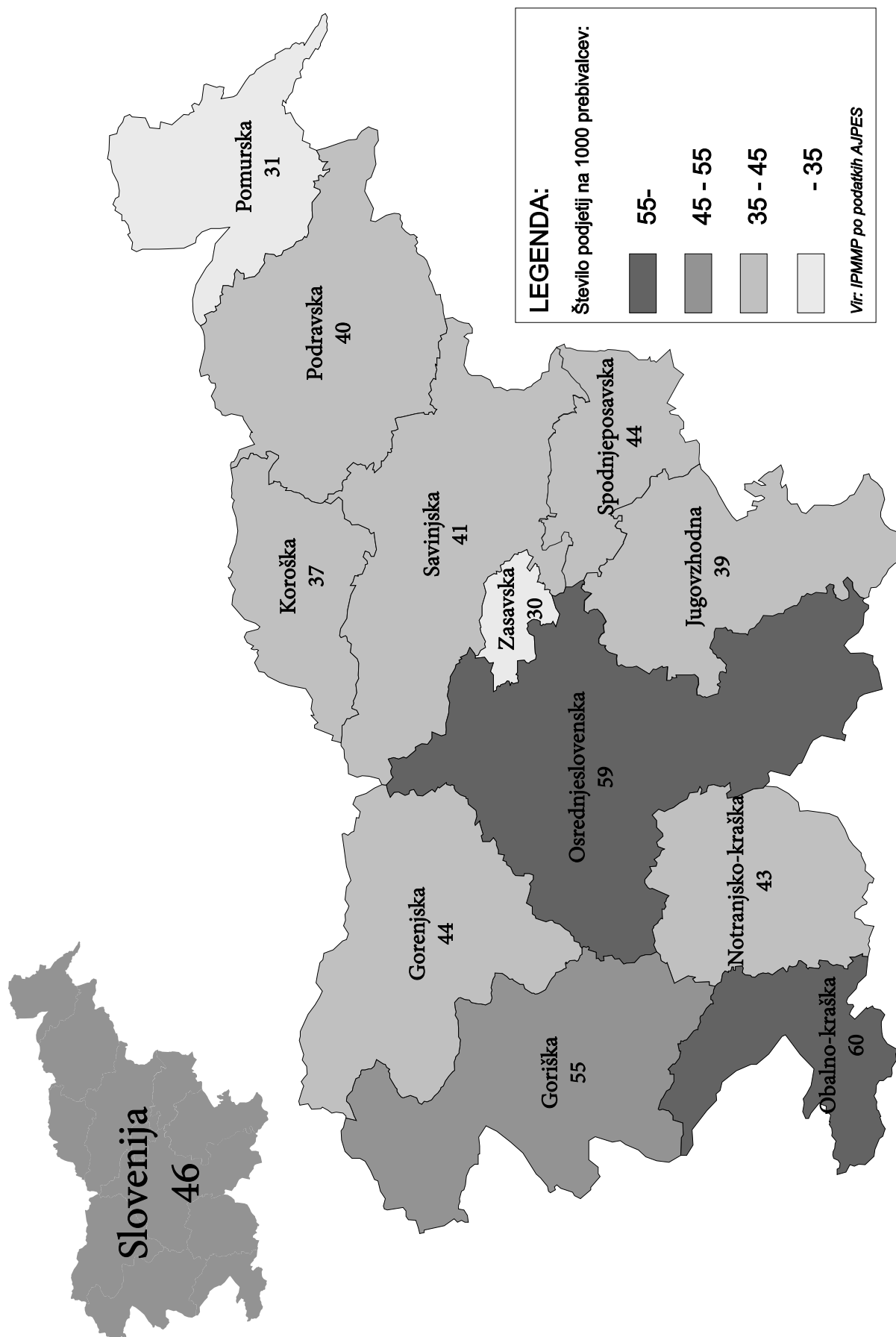
VIR: IPMMP, 2003, po podatkih AJPEŠ.

Tabela P5: Relativna dodana vrednost na zaposlenega po velikostnih razredih in dejavnosti v letu 2002



VIR: IPMMP, 2003, po podatkih AJPES.

Slika P1: Relativna dodana vrednost na zaposlenega po velikostnih razredih in dejavnosti v letu 2002



Slika P2: Število podjetij na 1000 prebivalcev, 2002

PRILOGA 2

OKOLJSKA ODGOVORNOST

VIDIK/ RAZLIKA	Mikro/ mala podjetja	Statistič. značil.	Mikro/ srednja podjetja	Statistič. značil.	Mala/ srednja podjetja	Statistič. značil.
Motivi						
Prilagajanje zakonodaji	0,040	Da	0,000	Da	0,001	Da
Pritisk udeležencev	0,059	Ne	0,037	Da	0,620	Ne
Boljši image	0,038	Da	0,002	Da	0,149	Ne
Ekonomska uspešnost	0,142	Ne	0,003	Da	0,072	Ne
Skrb za zdravo okolje in zdravje ljudi	0,626	Ne	0,283	Ne	0,475	Ne
Ovire						
Pomanjkanje časa	0,849	Ne	0,001	Da	0,003	Da
Previsoki stroški	0,347	Ne	0,000	Da	0,007	Da
Miselnost	0,026	Da	0,000	Da	0,002	Da
Drugo	0,058	Ne	0,001	Da	0,052	Ne
Okoljski standardi						
ISO 14001	0,282	Ne	0,000	Da	0,003	Da
Drugi standardi	0,044	Da	0,000	Da	0,024	Da
Nobenih	0,111	Ne	0,000	Da	0,000	Da
Ne vem	0,620	Ne	0,782	Ne	0,475	Ne
Povezanost s strategijo						
Da	0,009	Da	0,000	Da	0,000	Da
Ne	0,150	Ne	0,000	Da	0,008	Da
Ne vem	0,210	Ne	0,000	Da	0,002	Da
Osnovni okoljski indikatorji						
Material	0,068	Ne	0,000	Da	0,029	Da
Tehnologija, energija	0,206	Ne	0,000	Da	0,000	Da
Embalaža, odpadki	0,608	Ne	0,000	Da	0,001	Da
Naložbe	0,008	Da	0,001	Da	0,363	Ne
Drugi okoljski indikatorji						
Ekološka bilanca	0,980	Ne	0,003	Da	0,001	Da
Okoljsko poročilo	0,000	Da	0,000	Da	0,000	Da
Okoljsko izobraževanje	0,034	Da	0,000	Da	0,001	Da
Okoljski benchmarking	0,197	Ne	0,011	Da	0,116	Ne
Drugi okoljski projekti	0,006	Da	0,003	Da	0,517	Ne
Načrti						
Pričetek/nadaljevanje	0,000	Da	0,000	Da	0,000	Da
Ne	0,265	Ne	0,000	Da	0,000	Da
Ne vem	0,008	Da	0,000	Da	0,026	Da

Pojasnilo: $p < 0,05$ - statistično značilne razlike; $p > 0,05$ - statistično neznačilne razlike.

Tabela P6: Razlike med podjetji v vzorcu, ugotovljene s testiranjem

PRILOGA 3

METODOLOŠKO POJASNILO

V vzorec je bilo zajetih skupno 672 mikro (ki imajo od 0 do 9 zaposlenih), malih (ki imajo od 10 do 49 zaposlenih) in srednjevelikih (ki imajo od 50 do 249 zaposlenih) podjetij v Sloveniji.

Telefonska anketa je bila opravljena v času od 19.9.2003 do 21.10.2003, vprašalnik pa je zajemal 32 vprašanj. Tematska vprašanja v vprašalniku izhajajo iz več virov: del vprašanj je razvilo podjetje Intomart (Intomart Business Research Netherland) in je sestavni del anketne raziskave o podjetništvu, ki jo izvaja KPMG Consulting and EIM Small Business Research and Consultancy pri Evropski komisiji, v sodelovanju z European Network for SME Research, del vprašanj pa je izoblikovanih v okviru raziskave GEM (Global Entrepreneurship Monitor).

Uporabili smo stratificirano disproporcionalno slučajno vzorčenje, ki nam omogoča statistično zanesljivo analizo celotne populacije ter posameznih stratumov, ki jih predstavljajo podjetja v posameznih velikostnih razredih. Struktura anketiranih podjetij po velikostnih razredih je taka:

Velikost podjetij	Število anketiranih podjetij	Uteži - delež podjetij v populaciji
Mikro	224	0,9375
Mala	302	0,0497
Srednja	146	0,0128

in nam zagotavlja najmanj 5% natančnost ocene pri upoštevanju 95% intervala zaupanja za oceno statističnega parametra na populaciji, pri pričakovani vrednosti statističnega parametra. Glede na strukturo podjetij po velikostnih skupinah v slovenskem gospodarstvu (podatki za leto 2002), smo pri izračunavanju povprečnih ocen za celotno populacijo odgovore utežili, uteži pa so prikazane v tretjem stolpcu preglednice.

V nekaterih delih raziskave so nas zanimala mnenja podjetnikov oziroma podjetnic, ne pa podjetja sama (kar je v tekstu posebej opisano). Takih statističnih enot je v vzorcu 442.

SEZNAM VIROV

IZZIVI BANČNEGA FINANCIRANJA MALIH IN SREDNJIH PODJETIJ V SLOVENIJI IN EU

Agencija za tržne raziskave in marketing RM Plus. 2003. Raziskava ugleda, kakovosti in tržnega položaja slovenskih bank med podjetji. Maribor.

Allen, Franklin, in Gale Douglas. 1999. Innovations in financial services, relationships and risk sharing. *Financial Management*: 1239-1253.

Angelini, Paolo, Roberto Di Salvo, Giovanni Ferri. 1998. Availability and cost of credit for small business: customer relationships and credit cooperatives. *Journal of Banking and Finance* 6-8: 925-954.

Bhattacharya, Sudipto, in Gabriella Chisea. 1995. Proprietary information, financial intermediation, and research incentives. *Journal of Financial Intermediation* 4: 328-357.

Berger, N. Allen, Saunders, Scalise, Udell. 1998. The effects of bank mergers and acquisitions on small business lending. *Journal of Financial Economics*: 187-229.

Bolton, Patric, in David S. Scharfstein. 1996. Optimal debt structure and the number of creditors. *Journal of Political Economy* 1: 1-25.

Boot, Arnoud, in Anjan V. Thakor. 1994. Moral hazard and secured lending in an infinitely repeated credit market game. *International Economic Review* 4: 899-920.

Boot, Arnoud, Stuart Greenbaum, in Anjan V. Thakor. 1993. Reputation and discretion in financial contracting. *American Economic Review* 5: 1165-1183.

Cabral, Ines, Franc Derick, in Jukka Vesala. 2002. Banking Integration in the euro area. *European Central Bank Occasional Paper Series No. 6*.

Davis, E. Philip. 2003. Institutional investors, financial market efficiency, and financial stability. *EIB –European Investment Bank Papers* 1: 92-119

Diamond, W. Douglas. 1991. Monitoring and reputation: the choice between bank loans and directly placed debt. *Journal of Political Economy* 4: 689-721.

Dietsch, Michel. 2003. Financing small business in France. *EIB –European Investment Bank Papers* 2: 92-119.

ECB –European Central Bank. 2003. Structural Analysis of EU Banking Sector. [Online] Available: <http://www.ecb.int/pub/pdf/eubksectorstructure2003.pdf> [12.01. 2004].

Elsas, Ralf. 2003. Learning about the determinants of relationship lending. *Financial Management Association 2003 Meeting Paper*. [Online] Available: <http://207.36.165.114/Denver/Papers/Learning%20on%20the%20Determinants%20of%20Relationship%20Lending.pdf> [10.01.2004].

Elsas, Ralf, in Jan P. Krahenen. 2003. Universal Banks and Relationships with Firms. Center for Financial Studies Working Paper No. 2003/20. [Online] Available: http://www.ifk-cfs.de/papers/03_20.pdf [12. 01. 2004].

European Commission. 2001. Enterprises' access to finance. Commission Staff Working Paper.

European Commission. 2003. Observatory of European SMEs. SMEs and Access to Finance. [Online]. Available: http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/doc/smes_observatory_2003_report2_en.pdf. [09.01. 2004].

Fama, Eugene. 1985. What's different about banks?. *Journal of Monetary Economics* 1: 29-39.

Guiso, Luigi. 2003. Small business finance in Italy. EIB –European Investment Bank Papers: 120-149.

Harhoff, Dietmar, in Timm Körting. 1998. Lending relationships in Germany – Empirical evidence from survey data. *Journal of Banking and Finance* 12: 221-235.

Hommel, Ulrich, in Hilmar Schneider. 2003. Financing the German Mittelstand. EIB –European Investment Bank Papers No. 2: 52-90.

KfW. 2002. Gefährdet die Bankenkonsolidierung die Deutsche Mittelstandsfinanzierung? – Erfahrungen aus den USA und der Schweiz. [Online] Available: <http://www.kfw.de/DE/Research/Publikatio94/Mittelstan45/Mittelstand99/Mittelstan72/Kap03.pdf> [15.01. 2004].

Mlinarič, Franjo. 2003. Značilnosti upravljanja finančne strukture slovenskih podjetij. Zbornik referatov / 1. poslovnofinančna konferenca Slovenskega inštituta za revizijo, Bled, 16. in 17. januar 2003. Ljubljana : Slovenski inštitut za revizijo.

Mramor, Dušan, Groznik Peter, in Aljoša Valentinčič. 1999. Stanje in dileme poslovnih financ v Sloveniji. V Poprivatezijsko obnašanje slovenskih podjetij, urednik Jože Prašnikar. Ljubljana: Gospodarski vestnik.

Petersen, Mitchell, in Raghuram Rajan. 1994. The benefits of lending relationships: evidence from small business data. *Journal of Finance* 1: 3-37.

Rajan, G. Raghuram. 1992. Insiders and outsiders: The choice between informed and arm's length debt. *Journal of Finance* 47: 1367-1400.

Rarinha, A. Luisa, João A.C. Santos. 2000. Switching from single to multiple bank lending relationships: determinants and implications. BIS- Bank for International Settlements Working Paper No. 83.

Sharpe, A. Stephen. 1990. Asymmetric information, bank lending, and implicit contracts: A stylized model of customer relationships. *Journal of Finance* 4: 1069-1087.

SIR-SPF – Slovenski inštitut za revizijo – Sekcija za poslovne finance. 2002. Podatki ankete o organiziranosti in izvajanju finančne funkcije v slovenskih podjetjih. Ljubljana.

Takats, Elod. 2003. Why Big Banks do not Finance small Firms? The within bank contracting problem. University of Princeton Seminar Papers. [Online] Available: <http://www.princeton.edu/~nakajima/micro> [14.01. 2004].

Vesala, Jukka. 2000. Technological Transformation and and Retail Banking Competition: Implications and Measurement. Bank of Finland Studies E:20. [Online] Available: <http://www.bof.fi/eng/>

6_julkaisut/6.1_SPn_julkaisut/6.1.4_tutkimuksia/E20.pdf [10.01. 2004].

Von Thadden, Ernst-Ludwig 1995. Long-term contracts, short-term investment and monitoring. *Review of Economic Studies* 4: 557-575.

ODNOS DO ŽENSKEGA PODJETNIŠTVA

Andolšek-Jeras L. (2003): *Od enakosti v izobraževanju do neenakosti pri delu*. Simpozij menedžerk in podjetnic – XXI. Stoletje – stoletje enakih kariernih možnosti?, Terme Dobrna.

European Commission: *The social situation in the European Union 2000*. Eurostat, 2000.

European Communities (2001) Eurostat: *Statistics in focus. Population and social conditions*.

Glas M., Drnovšek M. (2000): *Slovenian woman as emerging entrepreneurs*. Working paper No. 101, Ljubljana, Faculty of Economics.

Glas M., Petrin T. (1998): *Entrepreneurship: New Challenges for Slovene Woman*. Working Papers No. 74, Ljubljana, Faculty of Economics.

http://www.eoc.org.uk/cseng/policyandcampaigns/our_vision.asp

Jogan M. (2003): *Demokracija in seksizem*. Simpozij menedžerk in podjetnic – XXI. Stoletje – stoletje enakih kariernih možnosti?, Terme Dobrna.

Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenija (2000): »Od izzivov k priložnostim«. Politika podjetništva in konkurenčnosti Slovenije.

Rebernik M. et al. (2002), *GEM Slovenija 2002: Kako podjetna je Slovenija*, IPMMP, Maribor.

Reynolds, P. et al. (2002) *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive Report*, Babson College, London Business School, E.M. Kauffman Foundation.

Slovenia in the new decade: sustainability, competitiveness, membership in the EU – the strategy for the economic development of Slovenia 2001 – 2006: summary / (editors Janez Šuštaršič, Matija Rojec, Mojmir Mrak; translation Nina Barlič ... et. al). – Ljubljana: Institute of Macroeconomic Analysis and Development, 2001.

Širec Rantaša K., Tominc P., Rebernik M., (2003) Ženske v podjetništvu: neenakost kljub formalni enakosti, *Organizacija* 36(9), 2003.

The European Observatory for SMEs, Fourth Annual Report, 1996, European Network for SME Research.

Tominc P. (2002) Some aspects of the gender wage gap in Slovenia, *Društvena istraživanja (Journal for general social issues)*, 11(6):879-896.

Tominc P., Rebernik M., (2003), Scarcity of women entrepreneurship, sprejeto v objavo v reviji *Društvena istraživanja (Journal for general social issues)*.

Weiler S., Berbasek A. (2001): »Dodging the glass ceiling? Networks nad the new wave of woman entrepreneurs«. *The Social Science Journal*, 38, 85-103.

IZZIVI RAZVOJA GROZDOV V REGIONALNE INOVACIJSKE SISTEME

Amin, A. and N. Thrift. 1992. Neo-Marshallian Nodes in Global Networks. *International Journal of Urban and Regional Research*, 16: 571-587.

Arbonies, Angel Luis, and Monica Moso. 2001. Basque Country: the knowledge cluster. *Journal of Knowledge Management* [online]. Available: <http://miranda.emeraldinsight.com> [10.1.2004].

Asheim, B. T. and A. Isaksen. 2000b. Regional innovation policy towards SMEs: Learning good practice from European instruments. *Paper* for European Commission Dialogue Workshop on 'The Regional Level of Implementation of Policies', Brussels, 23-24 November 2000.

Asheim, B.T., and A. Isaksen. 1997. Localisation, Agglomeration and Innovation: Towards regional Innovation Systems in Norway? *European Planning Studies*, 5, 3: 299-330.

Bergman, M. Edward, and Edward J. Feser. 1999. *Industrial and regional clusters: Concepts and comparative applications*. West Virginia University. Available: <http://www.rri.wvu.edu/WebBook/Bergman-Feser/contents.htm> [10.01.2004].

Carrie, Allan. 1999. Integrated clusters - the future basis of competition. *International Journal of Agile Management Systems* [online]. Available: <http://miranda.emeraldinsight.com> [10.1.2004].

Cooke, P., P. Boekholt, and F. Tödttling. 2000. *The Governance of Innovation in Europe. Regional perspectives on Global Competitiveness*. Pinter, London and New York.

EC - European Commission/Directorate - General for enterprises (2002): *University spin-outs in Europe – overview and good practice*. Brussels.

Enright, M.J. 2000. The globalization of Competition and the Localization of Competitive Advantage: Policies towards Regional Clustering. In Hood, N. and S. Young (Eds.), *Globalization of Multinational Enterprise Activity and Economic Development*. Macmillan, London.

ENSR – European Network for SME Research. 2002. Observatory of European SMEs: *Regional Clusters in Europe*. European Commission.

Gillespie, A., R. Richardson and J. Cornford. 2001. Regional Development and the New Economy, *EIB Papers*, 6, 1, European Economic Growth: The Impact of New Technologies, European Investment Bank, Luxembourg.

Glasmeier, A.K. 2000. *Economic Geography in Practice: Local Economic Development Policy*. In Clark, G.I., M.P. Feldman and M.S. Gertler (Eds.), *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford University Press, Oxford.

IER - Institute of Economic Research, Faculty of Economics, University of Ljubljana (2002): *Slovenia's Competitiveness in 2002*. Ljubljana.

Jaklič, Marko (2002): *Evalvacija razvoja pilotnih grozdov v Sloveniji*. (po pogodbi z Ministrstvom za gospodarstvo Republike Slovenije).

Krošlin, Tadej. 2002. Porazen prenos znanja z univerz v gospodarstvo. *Finance* 220, 18.

McDonald, Frank, and Giovanna Vertova. 2001. Geographical concentration and competitiveness in the European Union. *European Business Review* [online]. Available: <http://miranda.emeraldinsight.com> [10.1.2004].

MG – Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenije. 2001. Program ukrepov za pospeševanje podjetništva in konkurenčnosti za obdobje 2002-2006.

MG – Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenije. 2003. <http://www.mg-rs.si/>

Muizer, Arnold, and Gert-Jan Hospers. 1998. *Industry clusters and SMEs*. Zoetermeer: EIM, Small Business Research and Consultancy.

Muizer, Arnold, and Gert-Jan Hospers. 2000. *SMEs in regional industry clusters. The impact of ICT and the knowledge economy*. Zoetermeer: EIM, Small Business Research and Consultancy.

OECD. 2001. *Issues paper. World Congress on Local Clusters: Local Networks of Enterprises in the World Economy*. Paris, 23-24 January 2001.

Örjan Sölvell, Göran Lindqvist, Christian Ketels. 2003. *The Cluster Initiative Greenbook*.

Porter, E. Michael. 1998a. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*: November – December: 70 – 90.

Porter, E. Michael. 1998b. *On Competition*. Boston: A Harvard Business Review Book.

Rebernik, M. 2002. "Citati, vinogradi ali podjetja?" In: Knez, Ž. (ed.) 2002. *Prenos znanja z univerze v gospodarstvo - temeljni spodbujevalec regionalnega razvoja*. Univerza v Mariboru, Maribor.

Rebernik, Miroslav, P. Tominc, M. Glas and V. Pšeničny. 2003. *GEM – Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2002: Kako podjetna je Slovenija*. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru, Maribor.

Rebernik, Miroslav, Mateja Dermastia, in Tadej Krošlin. 2003. Cluster initiatives, a firm foundation and entrepreneurship in Slovenia. (neobjavljen prispevek na konferenci v Grazu 5.11.2003 z naslovom: The Slovenian EU accession and its bilateral economic effects on Austria and Slovenia).

Rosenfeld, S.A. 1997. Bringing Business Clusters into Mainstream of Economic Development. *European Planning Studies*, 5: 3-23. Saxenian, A. 1994. *Regional Advantage. Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Harvard University Press, Cambridge/London.

Storper, M. 2000. Regional technology policies in Europe: A reflection on TSER research projects, 1998-2000, and where to go from there. *Paper prepared for the Workshop on the Regional Level of Implementation of Innovation and Education & Training Policies*. European Commission, Research Directorate-General. Brussels, November 23-14, 2000.

Storper, M. and R. Walker. 1989. *The Capitalist Imperative. Territory, Technology, and Industrial Growth*. Basil Blackwell, New York.

Vatne, E. and M. Taylor. 2000. *The Networked Firm in a Global World. Small firms in new environments*. Ashgate, Aldershot.

OKOLJSKA ODGOVORNOST SLOVENSКИH MALIH IN SREDNJEVELIKIH PODJETIJ

Commision of European Communities 2001: Green Paper on Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, COM (2001), 366 final, Brussels

European Communities: Observatory of European SMEs 2002/No 4: European SMEs and Social and Environmental Responsibility, str. 42

Guatam, A. in Hart, S.L.: Does it pay to be green? An empirical examination of the relationship between emission reduction and firm performance, *Business Strategy and the Environment* 5 (1996), str.30-37

James, P.: Business Environmental Performance Measurement, *Business Strategy and Environment* (1994), pp. 56-67

Knez-Riedl, J.: Družbena odgovornost malih in srednjevelikih podjetij, v Rebernik, M. in drugi: Slovenski podjetniški observatorij 2002, 2. del, str. 91-112

Knez-Riedl, J.: Uveljavljanje koncepta v EU in v Sloveniji, *Razgledi MBA, Letnik IX, Št. 1-2/2003*, str. 14-21

Knez-Riedl, J.:Trajnostni razvoj: uresničevanje koncepta trajnostnega razvoja v malih in srednje velikih podjetjih, v Belak, J. in soavtorji, Gubno MER Evrocenter, 1998, str. 145-154

Kolk. A.: *Economics of Environmental Management*, Edinburg Gate, Harlow-Prentice Hall 2000

Kumar Pramanik, A.: *Environmental Accounting and Reporting*, New Delhi, Deep&Deep, 2002

Observatory of European SMEs 2000, No. 4

Rubinstein, D.B.: *Environmental Accounting for the Sustainable Corporation, Strategies and Techniques*, Quorum Books, Westport, Conn., 1994

Szekely, F. Et al.: *Environmental Benchmarking Becoming Green and Competitive*, Stanley Thornes, Cheltenham, UK, 1996

Spletne strani:

<http://www.gzs.si>

<http://www.umanotera.doyen.si>

KAKO SE UČIJO SLOVENSKA IN EVROPSKA MALA IN SREDNJEVELIKA PODJETJA?

AC&G and Knowledge Activating Group, *A Holistic Approach to Competence Development in SMEs around Europe: Methods for Competence Development derived from EU/ADAPT Projects in Spain and Sweden*, Madrid, 2000.

Department of Business Administration and Social Sciences, *Acquisition in Small Manufacturing Firms*, University of Technology, Luleå, 1997.

Argyris, C, *Knowledge for Action: A Guide to Overcoming Barriers to Organisational Change*, San Francisco: Jossey Bass Publishers, 1993.

Commission Staff Working Document, *European Competitiveness Report (SEC(2002) 528)*, Luxembourg, 2002.

Communication from the Commission to the European Parliament and the Council, *Making a European Area of Lifelong Learning a Reality*, COM (2001)678 final, 21.11.2001

E.G. The European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, *Third European Survey on Working Conditions 2000*, Dublin, 2001.

Kim, D.K, *The link between individual and organizational learning*, Sloan Management Review, Vol. 35, No. 1, 1993.

Matthews, C.H., S.G. Scott: Uncertainty and planning in small and entrepreneurial firms: An empirical assessment, in: *Journal of Small Business Management*, pp. 34-52, October 1995.

McClelland, I.e. D. *Testing for 'competence' rather than 'intelligence'*. In *The American Psychologist*, Vol. 28, No. 1. Washington: American Psychologist Association, 1973, pp. 1-14.

Nooteboom, B., *Firm size effects on transaction costs*, in *Small Business Economics* No. 5, pp. 283-295, 1993.

Nordhaug, O., *Human Capital in Organisations; Competence, Training and Learning*, Scandinavian University Press, Oslo, 1993 (p. 50), taken from H. Ylinenpää, *Managing Competence Development and*

OECD, *Knowledge, Work Organisation and Economic Growth, Labour Market and Social Policy*-Occasional Papers No 50, Paris, 2001.

OECD, *Employment and growth in the knowledge – based economy*, Paris, 1996.

OECD, *Knowledge, Work Organisation and Economic Growth, Labour Market and Social Policy*-Occasional Papers No. 50, Paris, 2001.

OECD, *Links Between Policy and Growth: Cross-county Evidence*, Paris, 2000.

Schläfli, A., Ph. Gonon, *Co-operation potentials between small and medium-sized enterprises and training institution in continued training*, KTI (Commission for Technology and Innovation)/ Swiss Association for Further Training, Zurich, forthcoming 2004.

Storey, D.J., *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, London, 1994.

Westhead, P. and D. Storey, *Management Training and Small Firm Performance: Why is the Link So Weak?*, in *International Small Business Journal*, 14, 4, pp. 13-24, 1996.

Ylinenpää, H. *Managing Competence Development and Acquisition in Small Manufacturing Firms*, Department of Business Administration and Social Sciences, University of Technology, Luleå, 1997.

Izdal in založil:

Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij
Ekonomsko-poslovna fakulteta
Univerza v Mariboru
Razlagova 14, 2000 Maribor

Predstojnik:

prof. dr. Miroslav Rebernik

Naslov:

Slovenski podjetniški observatorij 2003

Avtorji:

prof. dr. Miroslav Rebernik
doc. dr. Jožica Knez – Riedl
doc. dr. Dijana Močnik
prof. dr. Polona Tominc
mag. Karin Širec Rantaša
mag. Matej Rus
Tadej Krošlin, univ. dipl. ekon.
Silvo Dajčman, univ. dipl. ekon.

Oblikovanje in prelom:

Tadej Krošlin, univ. dipl. ekon.
Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij
Ekonomsko-poslovna fakulteta
Univerza v Mariboru
Razlagova 14, 2000 Maribor

Lektoriranje:

mag. Igor Rižner

Leto izida:

2004

Tisk:

Tiskarna tehničnih fakultet Maribor

Število izvodov:

150



Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij
Ekonomsko-poslovna fakulteta
Univerza v Mariboru

Razlagova 14, 2000 Maribor
tel: +386-(0)2-22-90-270
fax: +386-(0)2-25-16-681
e-mail: tadej.kroslin@uni-mb.si



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA SOLSTVO, ZNANOST IN ŠPORT



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSTVO