

Krepitev internacionalizacije slovenskega gospodarstva – Program »GO INTERNATIONAL SLOVENIA«

Aleš Cantarutti

Uvod

Za nadaljnji razvoj odprtega in relativno majhnega slovenskega gospodarstva je izvoz blaga in storitev ključnega pomena. Kot je razvidno iz poročila Vladnega Urada za makroekonomske analize in razvoj (UMAR) se moramo prav izvozu zahvaliti, da je Slovenija v lanskem letu dosegla gospodarsko rast. Bruto domači proizvod (BDP) se je realno povečal za 1,2 odstotka, k čemur so le manjši del pripomogle nove investicije, poraba gospodinjstev in poraba države. Slovenski izvoz blaga je v lanskem letu znašal 18,2 milijarde evrov in se je v primerjavi z letom 2009, ko smo zabeležili skoraj 19 odstotni upad izvoza blaga, povečal za slabih 14 odstotkov. V tem obdobju se je najbolj okrepil izvoz na slovenske tradicionalne trge znotraj EU (+16,8%), manjšo rast smo zabeležili na trgih BRIK (+6,6%), zaskrbljujoča pa je le 0,8% rast izvoza na tradicionalne trge JV Evrope (trge nekdanje Jugoslavije). Na prvi pogled je slovensko gospodarstvo močno prisotno na globalnih trgih, podrobnejša analiza pa pokazuje, da temu vendarle ni tako. Slovensko gospodarstvo namreč skoraj 70 odstotkov prihodkov doseže na domačem trgu, le okoli 100 najpomembnejših izvoznikov ustvari 50 odstotkov izvoza, 800 podjetij pa realizira več kot 85 odstotkov celotnega slovenskega izvoza. Ti podatki govorijo, da slovensko gospodarstvo vendarle ni tako internacionalizirano, ko bi si želeli, po mnenju številnih ekonomskih analitikov pa bo prav nadaljnja krepitev izvoza tudi v prihodnje pomembna rezerva za višjo rast slovenskega gospodarstva.

Ob upadu domačega povpraševanja, predvsem na področju investicijske dejavnosti, moramo v Sloveniji še več pozornosti nameniti promociji in konkretni podpori internacionalizacije gospodarstva, zlasti malih in srednje velikih podjetij. Na Gospodarski zbornici Slovenije (GZS) zato predlagamo poseben program »**Go International Slovenia**«, katerega namen je povečanje prisotnosti slovenskega gospodarstva na tujih trgih (rast izvoza in povečanje števila izvoznikov), diverzifikacija izvoznih trgov ter posledično krepitev konkurenčnosti slovenskih izvoznikov. Program se zgleduje po avstrijski praksi na tem področju, saj so prav Avstrijci dokazali, da lahko sistemsko načrtovane in vodene aktivnosti tudi v času zmanjšanega globalnega povpraševanja prispevajo h krepitvi gospodarskega položaja na svetovnih trgih.

Na kratko o avstrijskem programu Go International

Go International je program namenjen krepitvi avstrijskega gospodarstva na tujih trgih, ki se je na pobudo Avstrijske gospodarske zbornice (Wirtschaftskammer Österreich) in Ministrstva za gospodarstvo, družino in mladino (Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend), začel izvajati leta 2003. Program temelji na zmanjševanju izvoznih preprek za mala in srednje velika podjetja ter ponuja pa številne aktivnosti za pospeševanje avstrijskega izvoza; namenjene so vzpodbujanju avstrijskih podjetij k vstopu na tuje trge, že obstoječim

izvoznikom pa naj bi omogočile prodor na nove trge in analizo le-teh. Namen programa je povečanje števila izvozno naravnanih podjetij in nov zagon v avstrijskem izvozu.

Program je bil v letih 2009 in 2010 vreden 50 milijonov evrov. Tudi v letu 2011 bo za program na voljo 25 mio evrov, od tega 19 mio evrov prejme Avstrijska gospodarska zbornica za načrtovanje, pripravo in izvedbo programa ter sofinanciranje aktivnosti podjetij. Go International sestavlja 5 stebrov programa:

- Motiviranje podjetij za izvoz
- osredotočenje na posameznih panogah
- krepitev mednarodne tehnološke mreže
- spodbujanje izobraževanja za večjo konkurenčnost
- izvajanje izvoznih storitev in vodenje mednarodnih projektov.

Go International se izvaja preko Austrian Trade – International Agency for the Austrian Economy, katere delo financirata Gospodarska zbornica Avstrije in Ministrstvo za gospodarstvo, družino in mladino. Austrian Trade spodbuja mednarodne aktivnosti tudi tako, da identificira poslovne priložnosti v tujini, podpira čezmejno sodelovanje in pozicionira Avstrijo kot privlačno lokacijo za poslovno sodelovanje in zaupanja vredno partnerico v svetu. Austrian Trade ima kar 108 predstavništev v 72 državah na vseh celinah in 800 zaposlenih.

Izhodišča programa »GO International SLO«

Program »Go International Slovenia« predvideva povezovanje in tesno sodelovanje nosilcev internacionalizacije v Sloveniji, ključni delež sredstev za njegovo izvajanje pa naj bi namenilo Ministrstvo za gospodarstvo. Nadzor nad programom naj bi zato ohranila država, upravljanje in organizacijo aktivnosti pa mora biti v rokah gospodarstva preko zbornic, panožnih združenj in grozdov, poslovnih klubov,... Cilji programa morajo biti natančno in kolikor je mogoče kvantitativno opredeljeni ter predvsem merljivi. Ključni so predvsem naslednji cilji:

- povečanje števila izvoznikov (zlasti krepitev izvoza malih in srednjih velikih podjetij)
- povečanje vrednosti in dobička slovenskega izvoza
- krepitev prisotnosti na obstoječih, tradicionalnih trgih slovenskega gospodarstva
- osvajanje in pozicioniranje podjetij na novih trgih
- krepitev prepoznavnosti slovenskega gospodarstva in blagovne znamke Made in Slovenija.

Da bi s programom »Go international Slovenia« dosegli želene cilje, moramo pri njegovem izvajanju usklajeno sodelovati vsi nosilci in podporne institucije internacionalizacije v Sloveniji. Med ključne oblikovalce in izvajalce aktivnosti programa sodijo: Ministrstvo za gospodarstvo, Gospodarska zbornica Slovenije, Obrtna zbornica Slovenije, Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije, Gospodarska diplomacija ministrstva za zunanje zadeve, predstavništva slovenskega gospodarstva v tujini, STO, poslovni klubi, grozdi in panožna združenja ter zobraževalne in raziskovalne institucije.

Vsebinski pregled programa »Go international Slovenia«

Aktivnosti programa so vsebinsko razdeljene v štiri skupine ukrepov glede na faze, ki so potrebne za učinkovit vstop podjetja na tuje trge. Nekatere aktivnosti že sedaj izvajajo različne podpirne institucije, pri čemer prihaja tudi do nepotrebnega podvajanja in posledično višjih stroškov oziroma neučinkovitosti, čemur bi se izognili z ustrežno koordinacijo v okviru programa. Program predvideva naslednje ključne ukrepe oziroma aktivnosti:

1. Priprava podjetij za vstop na tuje trge

- organizacija posvetov, okroglih miz, seminarjev in mednarodnih konferenc s področja internacionalizacije;
- osredotočeno svetovanje podjetjem o mednarodni trgovini;
- osredotočeno iskanje potencialnih partnerjev na tujih trgih;
- svetovanje za pripravo izvoznega načrta;
- oblikovanje enotnega spletnega portala za izvoznike;
- izdelava poglobljenih panožnih in tržnih analiz;
- izdelava analiz izvedljivosti vstopanja na nove trge;
- poizvedovalne izhodne gospodarske delegacije (t.i. fact-finding missions);

2. Pomoč podjetjem pri vstopu na nove trge

- splošne vhodne in izhodne gospodarske delegacije;
- povezovanje (projektno grozdenje) podjetij za vstop na nove trge;
- oblikovanje »slovenskih hiš« na ključnih trgih;
- skupinske in individualne sejemske predstavitve;
- sodelovanje podjetij pri projektih EU za krepitev stopnje internacionaliziranosti;
- predstavitve nacionalnih in mednarodnih razpisov ter pomoč pri pripravi projektne dokumentacije

3. Krepitev prisotnosti na tradicionalnih trgih

- osredotočene panožne izhodne gospodarske delegacije;
- oblikovanje virtualnih predstavništev slovenskega gospodarstva v tujini;
- mednarodno povezovanje in uveljavitev slovenskih tehnološko-inovativnih sektorjev in podjetij;
- predstavitve slovenskega gospodarstva in investicijskih priložnosti na ključnih trgih;
- predstavitev ponudbe slovenskega gospodarstva na spletu (SloExport, Borza ponudb in povpraševanj, SloveniaPartner - GZS, Japti);
- aktivna promocija slovenskega gospodarstva;
- Akademija internacionalizacije.

4. Uvajanje višjih oblik internacionalizacije

- pomoč podjetjem pri ustanavljanju predstavništev / podjetij v tujini;
- pomoč pri ustanavljanju skupnih podjetij na tujih trgih;
- pomoč pri investiranju slovenskih podjetij v tujini.

Zaključek

Zadnja gospodarska kriza nas je še enkrat opomnila, kako ranljivo je relativno majhno slovensko gospodarstvo in kako pomemben je slovenski izvoz za doseganje zelene gospodarske rasti. Kriza je pokazala številne pomanjkljivosti tako pri vodenju podjetij kot pri organiziranosti ter delovanju javnih in podpornih institucij gospodarstva. Pomembno je, da se iz tega nekaj naučimo in trenutne razmere izkoristimo za postavitev učinkovitejših modelov in načinov delovanja. Na Gospodarski zbornici Slovenije smo prepričani, da je Program »Go international Slovenia« nujno potreben, da bi učinkovito povezali podporne institucije internacionalizacije v Sloveniji, podjetjem zagotovili kar najboljše pogoje za krepitev položaja na obstoječih trgih ter jim pomagali pri prodoru na nove trge.

O Avtorju

[Aleš Cantarutti](#), Center za konkurenčnost pri GZS, e-naslov: ales.cantarutti@gzs.si