



Internacionalizacija - nujno zlo

Če bodo mala slovenska podjetja odlašala z internacionalizacijo, jih bo kmalu povozil čas. O tem, kako bi to preprečili, so direktorji razpravljali na podjetniškem vikendu v Novigradu

»Ker doma primanjkuje kadrov s tehniško izobrazbo, smo bili prisiljeni ponje oditi na Hrvaško. Tam je kakovostnih tehniških inženirjev več, pa tudi bistveno bolj prilagodljivi so.« Tako je zbranim podjetnikom širitev goriškega podjetja Systec v tujino utemeljila Maja Grapulin, v Systecu odgovorna za finančno-razvojno podporo pri projektih, sicer pa tudi hči direktorja Radovana Grapulina. Prepričana je, da Slovenci vse preveč ponavljamo kliše o majhnosti našega trga. Namesto tarnanja se je bolje ozreti drugam in si prilagodnost najti v tujini. »Če imate denar in bi radi investirali, potem vam v nobeni tuji državi ne bo težko odpreti podjetja. Tudi v tujini imajo namreč različne podjetniške podporne centre,« zatrjuje. Sami so si na primer na Hrvaškem pomagali z inkubatorjem.

Goriška gazela svoje izdelke v celoti prodaja na tujih trgih, tam si priskrbi tudi kadre. »Nekdanja jugoslovanska industrija je izšolala kar nekaj dobrih in izkušenih inženirjev. Ti niso tako navezani na dom kot Slovenci in jim zato ni težko delati v tujini. Pa tudi kakega vijaka se jim ne zdi manjvredno zaviti,« pravi.

Systecu je uspelo, da je na trgu jeklarske industrije dosegel spoštljiv položaj. Da bi se iz njegovega uspeha kaj naučili tudi drugi, je Maja Grapulin postala ena od skrbnikov projekta Plato - skupnega programa Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo in belgijske gospodarske zbornice. S svojim znanjem drugim udeležencem projekta pomaga pri vstopanju na tuje trge.

Most med poslovneži

In kaj pravzaprav je program Plato? »To je mednarodna podjetniška mreža. Namenjena je podpori malih in srednjih podjetij pri njihovi rasti in povezovanju s potencialnimi partnerji,« pravi Metka Komar, vodja projekta v Sloveniji. Mreža je trenutno aktivna v enajstih evropskih državah, v njej pa sodeluje več kot deset tisoč podjetij, med njimi tudi korporacije, kot so Philips, Volvo, Alcatel, Guin-



Direktor Systeca Radovan Grapulin obetavne kadre poišče v tujini

Foto: Irena Herak

ness in Neckermann. »Ključ za učinkovitost mreže je v njeni sestavi,« razlaga Komarjeva. Podjetniki vstopijo v mrežo in so leto in pol vključeni v »aktivni cikel«. V tem času ima skupina od 15 do 18 podjetnikov vsak mesec srečanje, dvakrat na leto pa se vsi udeleženci programa zberejo na podjetniškem vikendu, letos je bilo to v Novigradu. Razpravljajo o tehnikah pospeševanja prodaje, vstopu na nove trge, kadrovanju ... Letos je poudarek na internacionalizaciji. Vsaka skupina ima skrbnika - menedžerja iz večjega podjetja. Aktivnemu ciklu sledi »latentni«, ko se podjetja

vključijo v mednarodno bazo podatkov in dobijo možnost navezovanja poslovnih stikov.

Kot pravi Dejan Toman, vodja financ v blejskem podjetju Kopt in udeleženec programa Plato, »pravo bistvo druženja ni v izobraževalnih seminarjih, pomembneje se mi zdi spoznavanje novih ljudi in klepet z njimi«. Podobno razmišlja skrbnik Aleksander Zupan, generalni direktor Iskre Stikal iz Kranja. Poudarek je, kot pravi, v ustvarjanju novih prijateljskih vezi, v sproščenih pogovorih, izmenjavi idej in sploh ne toliko v izobraževanju - to je včasih celo dolgočasno.



»Gre za premik v glavi - udeleženci me ne vidijo več kot generalnega direktorja z več kot 300 zaposlenimi, ampak kot nekoga, na katerega se lahko obrnejo po pomoč. Za nasvet me lahko povprašajo tudi zvečer,« poja-
snjuje.

A vendarle ima tudi izobraževanje v programu pomembno funkcijo, meni Komarjeva. »Z informiranjem in svetovanjem pomagamo udeležencem razumeti notranji trg Evropske unije - davčno politiko, zakonodajo, pravila, tehnične standarde tega trga, zanje spremljamo razpise in jim pomagamo pri prijavi.«

Vse te informacije lahko podjetniki dobijo tudi pri gospodarski zbornici, a se večini direktorjev zdi lažje in hitreje odgovore poiskati v Platu. Čeprav naj bi infolink Gospodarske zbornice, kot zatrjuje vodja tega portala Andreja Erdlen, zagotavljal »praktičen, hiter, uporabnikom prijazen in predvsem enostaven dostop do informacij«, so izkušnje pokazale drugače. Nekateri so namreč na odgovor čakali dva meseca, drugi ga sploh niso dobili. Poleg togosti gre direktorjem v nos tudi obvezno članstvo v zbornici. »Portal vsebuje obširne baze podatkov, med uporabniki ni človeškega stika, gre za čisto računalniško obde-

lavo, zato so napake mogoče,« na očitke odgovarja Erdlenova, na vprašanje o obveznem članstvu pa pravega odgovora nima.

Visoki cilji, a premalo zagnanosti

Plato v Sloveniji deluje že tri leta, o njem slabe besede ne najdemo niti udeleženci niti njegovi financirji - ministrstvo za gospodarstvo in belgijska gospodarska zbornica. A vendarle se nam vsiljuje občutek, da kljub željam po internacionalizaciji na tem področju ni vidnejših učinkov. Z Belgijci se je doslej povezal le Systec, pred podpisom pogodbe o poslovnem sodelovanju z njimi pa so še tri podjetja. Katera, Komarjeva še ne sme izdati. Poleg tega se v treh letih Slovincem ni uspelo povezati niti z eno bazo Plato v preostalih devetih državah. »Od letos naprej je naš cilj vsako leto navezati stik z udeleženci programa v dveh drugih drža-

vah.« S katerima dvema se bodo povezali letos, še ne more konkretno povedati, ker še niso zbrali vseh sredstev, je spet skrivnostna Komarjeva. Kot pravi, je projekt območno usmerjen - podjetja se med seboj družijo in izmenjavajo izkušnje bolj na lokalni ravni. »A nenehno iščemo povezave z drugimi državami, sodelujočimi v projektu Plato, pri čemer bi projekt radi razširili na vse države udeležence, a to ni vedno preprosto.«

Nameni povezovanja s tujci so torej spodbudni, a v to bi bilo treba vložiti več zagna-

**»Če imate
denar in bi radi vlagali,
potem vam v nobeni
tuji državi ne bo težko
odpreti podjetja.«**

nosti, udeležence pa motivirati in jih opogumiti, da prekoračijo meje slovenskega vrtilčka. »Maja prihodnje leto bomo vstopili v zunanjetrgovinsko politiko EU, k nam bo prišla močna evropska konkurenca, podjetja se bodo zato prisiljena

internacionalizirati in trge iskati v tretjih državah,« je v svojem predavanju poudaril Vito Bobek z Ekonomsko-poslovne fakultete mariborske univerze. Prelaganje internacionalizacije na kasneje je torej slaba strategija. ■

Slovinci, odprite oči in pojdite v tujino

Zamisel o mednarodni podjetniški mreži Plato se je leta 1988 porodila v belgijskem Turnhoutu. Kako so se v projektu odrezali slovenski podjetniki, smo vprašali Anne-mie Nolf, mednarodno koordinatorico projekta v Gospodarski zbornici v Gentu.

Kako je Plato zaživel v Sloveniji? Kakšni so rezultati po treh letih sodelovanja?

V Sloveniji so rezultati projekta presegli pričakovanja. Pred tremi leti je bil naš cilj prebiti led in k sodelovanju pritegniti vsaj 60 podjetij ter izoblikovati vsaj štiri skupine s svojimi skrbniki. Čeprav smo začeli iz nič, nam je s Pospeševalnim centrom za malo gospodarstvo uspelo k sodelovanju privabiti kar 70 majhnih in srednjih podjetij in osem skrbnikov - direktorjev velikih podjetij, ki smo jih razporedili v pet skupin. S sodelovanjem slovenskih podjetnikov smo več kot zadovoljni.

Letošnji cilj projekta je podjetjem, ki so udeležena v Platu, pomagati pri internacionalizaciji. Ali je že prišlo do povezav naših podjetij z belgijskimi?

V Belgiji smo ustanovili slovenski klub. Ta sestavlja 30 belgijskih podjetnikov, ki bi si radi v Sloveniji poiskali poslovne partnerje. Tem ljudem želimo ponuditi informacije o priložnostih in težavah na slovenskem trgu ter jih povezati s potencialnimi slovenskimi poslovnimi. Ker Belgijci precej slabo poznajo vašo državo, smo člane kluba pripeljali sem, da spoznajo tukajšnjo kulturo, možnosti za posel in da navežejo prve stike s slovenskimi podjetji. Dober primer povezave med Belgijci in Slovenci je novogoriško podjetje Systec. Direktor je iskal belgijskega partnerja in ga našel prav z našo pomočjo. Spodletel pa nam je poskus distribucije izdelkov vinske kleti. Za Belgijce je bilo slovensko vino preveč neznano in prodaja ni stekla. Slovenske iz-

delke bi bilo treba v Belgiji bolj promovirati, potem bi bilo lažje. Sicer pa mi lahko navežemo stike, organiziramo sestanke in ljudi spoznamo med seboj, a direktorji morajo te stike vzdrževati in iz njih narediti nekaj konkretnega - vzpostaviti poslovno partnerstvo.

Kje so šibke točke programa Plato?

Uspeh ni odvisen le od naše koordinacije, ampak predvsem od sodelovanja, samoiniciativnosti in zavzetosti udeležencev. Od programa lahko vsakdo odnese toliko, kolikor je vanj pripravljen vložiti. Kot primer: novembra vas bo obiskala skupina 20 belgijskih podjetij, ki se zanima za posel v Sloveniji. Spoznali jih bomo s člani slovenskega Plata. In potem bo odvisno od udeležencev, koliko bodo to poznanstvo izkoristili. Mi namesto njih ne moremo skleniti posla. Namen mojega tokratnega obiska je, da slovenske udeležence spodbudim k internacionalizaciji, da jim odprem oči in pokažem možnost sodelovanja s tujci ter da jih kasneje spoznam s pravimi ljudmi.