

Za pametno digitalizacijo malega gospodarstva

Strateška skupina Podjetniška Slovenija je pripravila dvanajst ključnih predlogov za digitalizacijo MSP.

Barbara Perko



Mala DigitAgenda 2017 bo predstavljena na 6. Vrhu malega gospodarstva, ki bo 16. maja 2017.

Zamudniki in tisti, ki bodo sprejemali napačne odločitve o uvajanju digitalizacije, bodo utrpeli velik, morda celo nepopravljiv konkurenčni zaostanek, opozarjajo člani strateške skupine Podjetniška Slovenija (PS) pri GZS, ki so pripravili Malo DigitAgendo 2017. Osredotočili so se na dvanajst ključnih predlogov za pametno digitalizacijo, ki izhajajo iz izkušenj in pogledov iz prakse.

Digitalizacija podjetja sili v spremembe tako na izvedbeni, taktični kot strateški ravni delovanja. Slovenska mikro, mala in srednja podjetja ter podjetniki potrebujejo razvojni skok na področju digitalizacije notranjega poslovanja, poslovanja s poslovnimi partnerji ter poslovanja z državo in EU. Dobliti morajo prava digitalna orodja in ukrepe za hitrejšo digitalizacijo, ki bodo najučinkovitejši in najprimernejši zanje. V ospredju digitalizacije mora biti človek, in ne računalnik, poudarjajo.

1. Digitalni obrazci, zahtevki in aplikacije

Skupina predlaga resetiranje in posodobitev sistema, s čimer bi znižali stopnjo birokracije za državljane, podjetja in javno upravo, povečali uspešnost in učinkovitost na ravni države in gospodarstva ter izvedli hitrejši in lažji prehod na e-poslovanje, pri tem pa prihranili čas.

»Najprej bi bilo treba odstraniti same obrazce iz zakonodaje. Zakonodaja naj ureja samo vsebino prijave, medtem ko bi bila oblika prijave vezana na posamezen servis,« pravi Tomaž Jug iz podjetja Editor, d. o. o.

Vpeljati bi bilo treba eno vstopno točko za ključne podatke, da jih državljanom sploh ne bo treba vpisovati. »Vsak obrazec ki danes obstaja v fizični obliki, bi moral obstajati tudi v digitalni obliki, pri čemer bi morala digitalna oblika obrazca vsebovati interaktivne elemente, ki naredijo vsako polje nedvoumno. Pri oblikovanju in postavitvi novih obrazcev bi morali nujno upoštevati vsa pravila dobre uporabniške izkušnje,« meni Jug.

Postopki bi bili preprostejši, če bi država podatke o posamezni fizični ali pravni osebi pridobila neposredno iz uradnih virov, je prepričan Jug. »Na takšen način bi bistveno skrajšali dolžino obrazcev in zmanjšali napake pri vnosu.«

Ključno je poenotenje delovanja in sodelovanje med posameznimi državnimi institucijami, vključenimi v postopke. Vse javne institucije naj zagotovijo standarden način izstavljanja e-zahtevkov za sofinanciranje in naj v razpise napišejo natančna navodila, kako se tak zahtevek izstavi, predlaga Lan Hvastija iz podjetja Optiprint, d. o. o. Hkrati morata UjpNet in BizBox omenjene zahtevke podpirati.

Nekaterim institucijam morajo še vedno oddajati zahtevke v papirnati obliki, drugim se izstavi e-račun, tretjim pa e-zahtevke z vrsto računa 382 ali 387. »Novembra 2016 smo imeli primer, ko smo morali izstaviti e-zahtevek. Od razpisovalca smo dobili le naslednje navodilo: 'Prosimo, da nam namesto e-računa posredujete e-zahtevek na sledeči način: Dodan je avtomatski zajem zahtevkov iz UjpNet-a/BizBox-a. V kolikor prejeti XML (eRačun) vsebuje vrsto računa 382



Foto: Depositphotos

ali 387 (primer: <VrstaRacuna>382</VrstaRacuna>), se ta avtomatsko obdela in shrani kot zahtevek',« primer iz prakse opiše Hvastija.

Za izstavitve zahtevka so iskali pomoč pri ponudniku programa, ki ga uporabljajo, kjer pa prav tako niso razumeli navodil. »Z njimi smo bili zato dve uri na telefonu, da smo skupaj preizkusili ogromno načinov in ročnega popravljanja datoteke .xml ter tako končno lahko izstavili predpisan e-zahtevek.«

Skupina poudarja tudi, da je treba nadgraditi aplikacije, kot so eDavki in intrastat, da bodo uporabnikom prijaznejše in da bodo delovale na vseh ključnih brskalnikih.

2. Izboljšati je treba javno naročanje

»Javno naročanje je trenutno zelo nepregledno in zbirokratizirano, kar lahko hitro pripelje do anomalij ter dogovorjenih poslov. Mehanizem najnižje cene pa ne more pripeljati do najboljšega učinka za naročnika, saj v mnogih primerih ni mogoče določiti enakovrednega produkta/storitve,« o trenutnem sistemu pravi Jug. Z uporabniškega zornega kota sistem ni dodelan, zato se pojavljajo številne vsebinske napake.

Jug kot prvi korak do izboljšanja stanja na tem področju vidi digitalizacijo celotnega sistema javnega naročanja (ukinitev obveznega prilaganja pisne dokumentacije) in poenostavitev postopka priprave dokumentacije za prijavo na javno naročilo. Razpisna dokumentacija različnih javnih naročnikov za iste/podobne storitve/blago mora biti poenotena. Poenotiti je treba postopke izbire ponudnikov, spremljanja in poročanja ter nadzora med vsemi javnimi naročniki. Jug predlaga tudi uvedbo javnih dražb z nižanjem ponudb v prakso.

Za uspešno poenostavitev postopkov je nujno, da deluje sistem on-line, da je razpisna dokumentacija brezhlebna ter da je služba za informacije in pomoč učinkovita

3. Digitalni samonadzori za inšpekcije

Če bi omogočili internetno preverjanje zakonskih zahtev za posamezne dejavnosti, bi te postale preglednejše. S tem bi se poslovni subjekti lažje pripravili na inšpekcijske preglede, prav tako pa bi se poenotile tudi interpretacije in standardi inšpektorjev. »Preverjanje naj bo čisto jasno in enostavno. Gladko vprašanje, ki ga razume vsak človek, s podanima možnima odgovoroma Da in Ne,« pravi Aleksander Mladovan iz Parka Lijak.

4. Delovni ritem v novi dobi

Digitalizacija omogoča uvajanje zaposlenim prijaznejših in fleksibilnejših oblik dela, s čimer bi dosegli večjo prožnost poslovanja. Hkrati skupina predlaga, da bi sistem e-Vem podpiral možnost za skrajšanje delovnega časa (M3) in dodajanja SKD za družbe z omejeno odgovornostjo.

5. Izobraževanje za digitalizacijo

Za hitrejši razvoj MSP je treba zagotoviti boljše ponudbo kadrov za digitalizacijo. To bi dosegli z opredelitvijo nove oziroma ustreznejše klasifikacije delovnih mest in segmentiranjem zaposlenih glede na potrebe in sposobnosti za pridobivanje novih znanj.

6. Razvojni vavčerji za digitalizacijo v podjetjih

Digitalni razvoj MSP bi učinkovito pospešili z uvedbo razvojnih vavčerjev. Vavčerji bi se uporabljali za različne namene, kot so poenotenje standardov, vlaganje v IT, optimiziranje poslovnih procesov in digitalizacija internacionalizacije poslovanja podjetij.

7. Podpora za prijavo na razpise EU

MSP bi uspešneje črpali sredstva EU, če bi imeli ustrezno digitalno in subvencijsko podporo. Veliko sredstev EU ostane neizkoriščenih, ker se MSP ne znajo prijaviti na razpise. Veliko je administriranja, česar pa si večina ne more privoščiti. S subvencioniranjem prijav bi več MSP imelo možnost dostopa do sredstev EU.

»Menim, da bi lahko država subvencionirala vsako uspešno oddano prijavo v višini vsaj 80 odstotkov dejanskih, dokazljivih stroškov. Po moji oceni je to višina, kjer vsako podjetje še vedno resno prevzame odgovornost za prijavo, ob tem pa je olajšava vseeno tako visoka, da bi si vsako podjetje lahko privoščilo in izpeljalo profesionalno prijavo,« ocenjuje Jug. Ker Slovenija v preteklem obdobju pri črpanju sredstev EU ni bila najbolj uspešna, meni, da je v novi perspektivi precej prostora za izboljšavo.

8. Digitalna promocija in trženje butičnega turizma

V primeru skupnega trženjskega nastopa na digitalni platformi oziroma v primeru virtualne agencije velja višja stopnja DDV tudi za turistične storitve, ne le za njihovo trženje. Majhni ponudniki so pri financiranju projektov tako pogosto izločeni. »Davčna zakonodaja bi morala posebej obravnavati male ponudnike turističnega sektorja, saj gre izjemoma za sezonsko dejavnost, pri čemer se dobiček vrača v razvoj dejavnosti,« pravi Mladovan.

Po njegovem mnenju bi bilo treba spremeniti tudi način zaposlovanja delavcev, »da bi lahko dal delavca za čas mrtve sezone na zavod, z začetkom sezone pa bi ga spet zaposlil«.

Večjo promocijo in učinkovitejše trženje malih ponudnikov turističnih storitev bi dosegli tudi z močnejšo digitalno promocijo ponudnikov slovenskega butičnega turizma prek STO. »STO lahko pomaga, vendar je problem v zakonodaji, saj mali ponudniki ne moremo ponuditi sestavljene cene (paketa), ker posegamo v agencijski posel,« pravi Mladovan. S paketi bi povečali ponudbo pestrosti slovenskega turizma posebej za tuje goste, ki pa so nosilci razvoja slovenskega turizma, še poudarja.



Foto: Editor

»Država bi lahko subvencionirala vsako prijavo v višini vsaj 80 odstotkov dejanskih, dokazljivih stroškov.«

Tomaž Jug, Editor



Foto: Depositphotos

9. Digitalizacija mestnih središč

Digitalizacija mestnih središč pomeni optimizacijo spajanja ponudbe in povpraševanja. »Ponudnikom je lažje načrtovati prodajo in nuditi ugodnosti, kot so brezplačno parkiranje, popusti in nagrade. Tako kupec doživi ponudbo kot povezano zgodbo, mestno središče pa postane celovit trgovski center,« pojasnjuje Vida Kožar, direktorica Podjetniško-trgovske zbornice pri GZS.

Kot dober primer navaja razvojni projekt URBANapp, ki ob pomoči interaktivne lokalne skupnosti stalno zbira in vrednoti urbane spletne vsebine, jih nato uredi in priporoči uporabniku na pametni telefon, ko jih potrebuje. Uporabnika aktivno povezuje s ponudbo v mestih, regijah in širše ter s finančnim skladom iz realizacije podpira lokalne trajnostne projekte.

»Ponudnik pridobi nove in zveste stranke, mesto oziroma regija pa globalni informacijski kanal in mestni marketing s programom zvestobe, 'Big Data' za analizo in predvidevanje ter sklad za trajnostni razvoj lokalnega okolja,« o vrednosti aplikacije za ponudnike pove Kožarjeva.

Vrednost digitalizacije mestnih središč se pokaže šele, ko uporabniki aplikacijo posvojijo in uporabljajo vsak dan. »Za učinkovito doseganje teh ciljev je treba vzpostaviti interes po aktivnem sodelovanju na strani občin in javnih ter zasebnih ponudnikov, saj je hitra implementacija ključnega pomena,« še dodaja.

Vrh malega gospodarstva



10 ambicij do leta 2020

1. Slovenija je na 17. mestu v EU po indeksu digitalnega gospodarstva in družbe (DESI, 2017). Ambicija je izboljšati uvrstitev za najmanj 3 mesta.
2. Delež IKT-specialistov v Sloveniji je 3,6 odstotka (13. mesto v EU). Ambicija je dvig deleža na 4 odstotke.
3. Tretjina zaposlenih in samozaposlenih je brez e-veščin ali pa so te pomanjkljive. Ambicija je znižati delež na 20 odstotkov.
4. Za investicije v IKT so podjetja v 2014 namenila 427 milijonov evrov oz. 8,6 odstotka vseh investicij. Ambicija je dvig investicij na 600 milijonov evrov oz. na 10–12 odstotkov vseh investicij.
5. Ena tretjina družb si izmenjuje notranje podatke po elektronski poti (ERP). Ambicija je dvig deleža takšnih družb na polovico.
6. Delež družb, ki uporabljajo socialna omrežja v korporativne namene, je 17 odstotkov. Ambicija je dvig deleža na 25 odstotkov.
7. Delež malih podjetij, ki zaposlujejo IKT-specialiste, je bil leta 2015 le 14-odstoten. Ambicija je dvig deleža podjetij na 20 odstotkov.
8. Širokopasovno internetno povezavo s hitrostjo vsaj 100 Mbit/s je imelo 14 odstotkov podjetij z vsaj 10 zaposlenimi. Ambicija je dvig deleža na 25 odstotkov.
9. Delež MSP, ki prodajajo prek spleta, je 13 odstotkov (18. mesto v EU). Ambicija je dvig deleža na 20 odstotkov.
10. 9 odstotkov majhnih podjetij uporablja RFID (radijsko identifikacijsko tehnologijo), ki je ključna za internet stvari. Ambicija je dvig deleža na 20 odstotkov.

10. Več digitalnih kompetenc

Za uspešno digitalizacijo je nujno nanjo pripraviti tudi zaposlene. V ta namen morajo MSP-ji poskrbeti za izobraževanje zaposlenih ter s tem pridobivanje večjih in novih kompetenc v povezavi z digitalizacijo.

11. Paket storitev za MSP

Skupina kot enega od ukrepov predlaga tudi paket storitev za MSP. Izvesti bi bilo treba popis storitev, ki jih potrebuje vsako malo in srednje podjetje, in ponudbo nabora teh storitev, s čimer bi se olajšalo poslovanje MSP. To bi pospešilo digitalno poslovanje MSP v povezavi s ponudniki najbolj generalnih storitev za MSP.

12. Poenotenje standardov

Nujna je (re)organizacija poslovanja podjetij v smislu standardizacije procesov in postopkov kot osnova za (nadaljnjo) digitalizacijo, ki mora koristiti podjetjem samim. Zato je nujna tudi poenostavitev izbire in implementacija digitalnih rešitev za mala podjetja po panogah. **gg**