

Uspeha ni brez znanja in informacij

Mikro, mala in srednje velika podjetja so prihodnost našega gospodarstva, so se strinjali govornici na Vrhu malega gospodarstva. Vezi med državo in gospodarstvom so dandanes krepke, pojavljajo se nove oblike podpore za zagon podjetij in prodor na tuje trge, a se podjetniki še vedno utapljujejo v birokraciji.

Nina Šprohar, foto: Kraftart

Na Vrhu malega gospodarstva na Brdu pri Kranju so tudi letos za uspešno poslovanje sedmim srednje velikim, malim in mikro podjetjem podelili nagrade Excellent SME Slovenia, poleg tega pa so lahko vsi zbrani podjetniki izkoristili priložnost za pridobivanje informacij z različnih področij poslovanja. Boštjan Gorjup, predsednik Gospodarske zbornice Slovenije (GZS), je poudaril, da si želijo hitrejših korakov na vseh področjih, saj se zavedajo, da mora biti poslovno okolje prijaznejše in čim manj obremenjeno z administrativnimi obveznostmi. Cilj pa je z njegovega vidika jasn - da do leta 2025 dosežemo 50 milijard evrov izvoza in 60 tisoč evrov dodane vrednosti. Minister za gospodarski razvoj in tehnologijo (MGRT) Zdravko Počivalšek je zatrdil, da je tudi sam velik zagovornik antibirokratskega delovanja, na MGRT si prav tako prizadevajo »za večjo podporo na pravem mestu ob pravem času«. Poudaril je, da neto dodana vrednost na zaposlenega raste, zrasla je tudi povprečna plača, kar predstavlja odlična izhodišča za nadaljnji razvoj. »Uvedli smo tudi vavčerje, s katerimi bomo še

dodatno podprli mikro, mala in srednje velika podjetja,« je obljubil in dodal, da se Slovenija že uveljavlja kot zelena, pametna država z močno dodano vrednostjo. Počivalšek je zatrdil, da bodo dobre odnose med gospodarstvom in državo skušali ohranjati tudi v prihodnosti.

Samo izjemni zablestijo

Težave s preveliko birokratizacijo je sicer opazila večina zbranih podjetnikov. Marjan Batagelj je dejal, da si danes pri vseh tveganjih, ki jih prinaša zakonodaja, najbrž sploh ne bi upal ustanoviti podjetja. »Stalno si lahko v prekršku. Predvsem mala in mikro podjetja so veliko upanje za slovensko gospodarstvo in podjetništvo, zato je pomembno, da se jih ne birokratizira preveč, da so jim postopki razumljivi, da imajo strokovno pomoč ter da niso obravnavani za vsak nehoten prekršek, saj se v nasprotnem primeru ukvarjajo samo z inšpektorji in administracijo namesto s svojimi posli,« je problematiko opisal podjetnik leta 2019. Dodal je, da je izzivov več, a

Cilj je do leta 2025 doseči 50 milijard evrov izvoza in 60 tisoč evrov dodane vrednosti.





je vse odvisno od koncepta, kako se bo podjetnik svetu približal, da ga bodo prepoznali kot izjemnega. »Povprečno znanje je relativno visoko, izjemnost pa razviješ skozi leta opazovanja trgov, kupcev in skozi idejo, v katero verjameš,« je poudaril Batagelj. In če je ideja slaba? »Potem vanjo ne smeš slepo verjeti. Začetna ideja ni nujno tudi končna. Sam sem svojo osnovno misel večkrat že toliko oblikoval, da je na koncu sploh nisem več prepoznal, to pa predvsem zato, ker me je velikokrat usmerjal bodisi trg bodisi problem sam,« je še pojasnil.

Poudarek na znanju in iskanju pravih partnerjev

Bojana Fende Habula, direktorica holističnega centra Karnion, meni, da je prvotnega pomena pridobiti sredstva za izobraževanje, inovativnost in ustvarjalnost. »Mala podjetja, med katere sodimo tudi sami, včasih potrebujejo vzpodbudo na finančni ravni. Kot mali podjetnik zelo skrbno ravnaš z denarjem – točno veš, kaj boš vložil v razvoj, kaj v inovativnost, brez izobraževanja pa tega ni,« je razložila in dodala, da

sama nikoli ni varčevala pri izobraževanju, ne zase ne za sodelavce. »Znanje je velika dobrina in pogoj za razvoj,« je zavrnila.

»Osnovni problem je najti prave partnerje,« pa je glavno težavo pri vstopu na tuje trge izpostavil direktor podjetja ICM, Toni Laznik. »Mi smo se tja že prebili in na njih delujemo, a smo večino stvari uredili kar sami,« je pojasnil in dejal, da bi potrebovali bolj aktivna in prilagodljiva društva in partnerstva, name-njena pomoči pri vstopu na določen trg. »Podatki, ki jih dajejo, so preveč splošni, zato niso primerni za vsako panogo, iz celotnega spektra informacij je približno petina podatkov takšnih, ki so recimo za nas uporabni,« je še pripomnil.

Dobro delo je najboljša reklama

Letošnja podjetniška zvezda, dr. Franc Šalamun, direktor medicinskega centra VID, je dejal, da so bili njegovi začetki naporni, a je bil ves trud kmalu poplačan. »Vse se začne s sanjami; kdor nima sanj ne bo uspel, to je jasno. Naslednja stvar, ki jo mora vedeti

Mikro, mala in srednje velika podjetja bodo na MGRT podprli z vavčerji.



Paziti je treba, da se podjetja ne ukvarjajo več z birokracijo kot s svojimi posli, je opozoril Batagelj.

Podjetja bi potrebovala boljše podporo pri vstopu na tuje trge.

vsakdo, ki se spušča v podjetniške vode, pa je ta, da je za uspeh potreben le odstotek genialnosti, ostalih 99 odstotkov pa je eno navadno garanje, kot je že povedal Edison,« je mlade podjetnike opozoril Šalamun. Pojasnil je, da moraš biti za uspeh v panogi najprej človek, šele nato podjetnik, najboljša reklama za podjetje pa je dobro delo. »Najtežje pa je odpuščanje tistih, s katerimi nisi kompatibilen,« se je spominjal prelomnic na svoji podjetniški poti.

Z njim se je strinjal tudi Miran Rauter, druga podjetniška zvezda, ki je družinsko podjetje HERMI po zaključeni smučarski karieri prevzel od očeta. »Ni bilo lahko, saj je težko krmiliti med družino in poslom, a me vedno vleče naprej nekaj novega, neraziskanega,« je dejal ter pojasnil, da izzivi vedno obstajajo – novi trgi, konkurenca, ki se ji je treba postaviti po robu ... »Nisem hazarder, pred vstopom na trg ga dobro preučim, sestankujem s potencialnimi partnerji. Kot direktor moram biti lepilo, motivator in sodelavec,« je poudaril Rauter. Glede na to, da je nasledil svojega očeta, se zaveda, da bo tudi on mogel nekoč razmišljati podobno kot oče. »A to je zahtevna stvar, ena in edina prava pot pa ne obstaja. Jaz verjamem, da si želi vsak predati podjetje nekemu najbližjemu, po drugi strani pa se moramo pripraviti, da to ni nujno želja naslednje generacije – v takem primeru moramo pripravljati plan B,« je razmišljal in dodal, da je tako zaskrbljen prav zato, ker mu zaposleni izredno veliko pomenijo in do njih čuti neko obvezo. »Zato se mi zdi toliko bolj pomembno, da me bo nasledil nekdo, ki bo delil moje občutke,« je še dejal Rauter.

»Voditi moramo s spoštovanjem in zaupanjem«

Primer prebojnega malega podjetja je tudi Duol, ki je od garažnega podjetja napredovalo do vodilnega podjetja v svoji niši izdelovanja balonskih hal. Njihovih uspehov se je v zadnjih letih nabralo ogromno.

»Postavili smo prvi pokriti atletski stadion v Sloveniji,

največjo leseno konstrukcijo v Aziji, športno dvorano na Kamčatki, nogometni stadion v Dubaju, pokrili deponijo odpadkov v Franciji, zdaj pa razvijamo še prve habitate na Marsu,« je največje projekte predstavil direktor podjetja, Dušan Olaj. Dejaj je, da je bila odločitev za zagon podjetja tvegana, a ti lahko uspe, če imaš dobro idejo.

Janez Škrabec, direktor podjetja Riko, pa je prepričan, da morajo danes podjetniki bistveno bolj kot kadarkoli razumeti svet. »Voditi moramo znati s spoštovanjem in zaupanjem,« je ugotovil skozi dolga leta podjetništva. Še ena stvar, ki se mu zdi izrednega pomena za skupino, je raznovrstnost v mišljenju. »Tam, kjer dva enako mislita, je eden odveč,« je bil iskren. **gg**



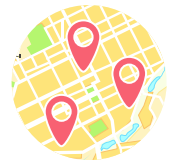
8. Vrh malega gospodarstva



nove



poslovne



priložnosti

Zahvaljujemo se pokroviteljem in partnerjem 8. Vrh malega gospodarstva

Zlata pokrovitelja



PRIHODNOST PRIPADA VSEM.

karnion



Srebrni pokrovitelj



Bronasti pokrovitelj



Sedem podjetij in podjetnikov prejelo nagrado Excellent SME Slovenia 2018*

*Imetniki certifikata Excellent SME prejmejo posebno letno nagrado pod pogojem, da so imeli certifikat že najmanj dve leti in da so imeli v obeh zadnjih dveh letih najvišjo bonitetno oceno 10.

**Miran Rauter, HERMI:**

»Nagrada mi pomeni veliko, saj pomeni, da nekdo od zunaj prepozna, da delamo dobro. Sicer ni prva, a smo vsakič, ko jo dobimo, vsi v podjetju izjemno ponosni.«

**Karmen Kompara, Vitanest:**

»Vsaka nagrada v našem življenju dobro dene. V družbi Vitanest je tudi po dvajsetih letih poslovanja vsak dan še vedno izziv, tako bo najbrž še naslednjih dvajset let, ne glede na nagrado. Je pa vsekakor pomembno, da se nagrade ne spoštuje zgolj kot darilo, ki ga dobiš, da se pokažeš, kaj si naredil in kaj si zmozel, ampak da tudi daješ, kolikor zmoreš.«

**Dr. Franc Šalamun, Medicinski center VID:**

»Ta nagrada je v prvi vrsti res priznanje, da delamo dobro. Sicer smo mi res bolj delavci, zato ob pomanjkanju časa zelo malo hodimo po raznoraznih prireditvah in se tudi malokrat pohvalimo, kar se mi zdi, da je naša slovenska slabost. Nagrada pomeni tudi motivacijo za naprej, predavatelji danes so bili res izbrani odlično in se je iz predavanja dalo odnesti domov vsaj kakšen stavek – to je dovolj, da smo upravičili odsotnost iz dela za današnji dan.«

**Var, Gregor Senekovič:**

»Nagrada vsem zaposlenim pomeni veliko, ker dokazuje, da se lahko predan in motiviran kolektiv iz Pomurja s trdim in poštenim delom tudi na globalnem trgu enakovredno kosa s tistimi največjimi. Najbolj pa smo ponosni na to, da lahko svoje zaposlene plačujemo dobro, pošteno in trudu primerno, hkrati pa ostajamo v odlični finančni kondiciji in mednarodno konkurenčni. Pravočasno smo se uspeli prilagoditi trendom v avtomobilski industriji, zato lahko sodelujemo pri nastajanju električnih vozil evropskih proizvajalcev. Še naprej načrtujemo stabilno in dobičkonosno rast, ki jo nameravamo doseči z motiviranimi zaposlenimi, robotizacijo in avtomatizacijo ter »out of the box« razmišljanjem. Veliko razmišljamo tudi o tem, kako bodo Kitajci vplivali na razmerja v avtomobilski panogi in kako to obrniti v naše dobro.«

**Janja Škoflanc Cerjak s.p.:**

»Glede na to, da smo med vsemi nagrajenci najmanjše podjetje, je vsekakor čast dobiti takšno nagrado, ki potrjuje, da se da tudi na lokalni ravni dosegati lepe rezultate. Naše prednosti so prav zato hitrost, odzivnost in dosegljivost, kar cenijo naše stranke. Če bo poslovanje potekalo vsaj na takšnem nivoju kot do sedaj, da lahko vsem strankam zagotovimo pravočasno in zanesljivo obravnavo, ponudimo kvalitetne in pravočasne storitve, se še bolj dodatno izobražujemo, menim, da lahko pričakujemo precej lepe poslovne rezultate.«

**Koop, Marjan Klemenčič:**

»Vsakodnevni poslovni ritem in reševanje tekočih obveznosti nas posrka vase, zato ob tem pozabimo, da smo med »privilegiranci«, ki poslujemo brez finančnih problemov - plačujemo pravočasno, dobavitelji so srečni, pohvale prihajajo. Glede na to, da je tako že več let zaporedoma, se nam zdi že samoumevno. Šele ob prejemu priznanj, kot je bonitetna odličnost, se zavem, da to ni prišlo samo od sebe, ampak da je to rezultat izpolnjevanja več ključnih dejavnikov, kot so pravilno izbrani cilji, zavzetost, pripadnost, dobra ekipa, primerni pogoji za delo ... A ne bomo zaspali na rezultatih, saj želimo utrditi naš položaj na slovenskem trgu, povečati prodajo na hrvaškem trgu, v programu električnega ogrevanja se želimo utrditi z lastno blagovno znamko Myun, z zelo ozkim prodajnim programom lepilnih trakov pa začeti prodajati tudi v Italiji, Avstriji in Nemčiji.«

Sandi Starešinič, AGM Starešinič:

»Z nagrado si ne moremo kaj dosti pomagati, saj smo gradbeno podjetje in večino del opravimo kot podizvajalci večjih družb. V preteklih dveh letih je bilo res veliko projektov, za kar smo zadovoljni, vendar že opažamo, da se vse to malo umirja. Težko je napovedati, kaj bo v bodoče. Vse je odvisno od države, ali bo dovolj vlagala v infrastrukturo v Beli krajini, kjer opravimo večino del. Vsekakor pa si želimo in upamo, da bomo tudi v bodoče tako uspešni kot do sedaj, kar nam je tudi cilj.«

