**SINTEZA SLOVENSKIH IN ITALIJANSKIH SEKTORSKIH POROČIL**

V okviru delovnega sklopa 2 strateškega projekta KNOW US so bile izdelane analize petih sektorjev na čezmejnem območju Slovenija-Italija, in sicer sektorja turizma, prometa in skladiščenja, proizvodnje pohištva, gradnje stavb ter kmetijstva. Glavni namen analiz je bil proučiti položaj sektorjev na čezmejnem območju Slovenija-Italija, ki zajema naslednje regije: Obalno-kraška regija, Goriška regija, Notranjsko-kraška regija, Osrednjeslovenska regija, Veneto, Emiglia Romagna in Friuli Venezia Giulia. Analiza je poleg gibanja glavnih ekonomskih kazalnikov zajemala tudi pregled poglavitnih mednarodnih in domačih trendov v proučevanih sektorjih. Slednje je omogočilo vpogled v dinamiko v tehnološkem, socialnem, političnem in ekonomsko-socialnem okolju ter na področju konkurence. Poseben poudarek je bil posvečen vplivu trajnosti v proučevanih sektorjih, predvsem zaradi vse večjih prizadevanj Evropske Unije po zagotavljanju trajnostnega razvoja.

1. **UVOD**

Namen sinteze posameznih sektorskih poročil je identificirati poglavitne skupne mednarodne in domače trende ter oceniti konkurenčni položaj sektorjev na čezmejnem območju Slovenija-Italija. S pomočjo analize in primerjave sektorjev na čezmejnem območju smo pridobili pomembne podatke o poslovnem okolju, ki je skupen vsem podjetjem na proučevanem območju. Ugotovili smo, da se podjetja v proučevanem prostoru soočajo s sorodnimi težavami, ne glede na to ali se nahajajo v slovenskem ali italijanskem prostoru. Po drugi strani smo identificirali številne dobre prakse tako na strani slovenskih podjetij kot tudi na strani italijanskih podjetij, na podlagi katerih lahko z ustreznim prenosom znanja in izkušenj izboljšamo konkurenčni položaj podjetij na čezmejnem območju.

V preteklem letu so se podjetja na čezmejnem območju Italija-Slovenija intenzivneje soočala s posledicami svetovne gospodarske krize. Ukrepi ekonomske politike ostajajo zato še naprej osredotočeni predvsem na spodbujanje dolgoročne gospodarske rasti in ponovno vzpostavljanje makroekonomskega ravnovesja na trgu (Akcijski načrt za podporo slovenskim podjetjem na tujih trgih, 2011). Kot eno izmed glavnih prednosti čezmejnega območja Slovenija-Italija lahko izpostavimo ugodno geografsko lego in relativno dobro razvito infrastrukturo. Po drugi strani smo kot največjo grožnjo identificirali agresivni pristop podjetij iz drugih držav in s tem posledično vse večje konkurenčne pritiske za podjetja na preučevanem območju. Poleg tega so na čezmejnem območju Slovenija-Italija prisotna predvsem mala in srednja podjetja (MSP), kar podjetjem onemogoča večje izvozne projekte. Slednje bi lahko podjetja premostila z ustreznim medpodjetniškim povezovanjem in skupnim nastopom na trgih (Akcijski načrt za podporo slovenskim podjetjem na tujih trgih, 2011). Prav tako bi morala podjetja usmeriti pozornost na nove hitro rastoče trge, predvsem izven EU, kot so npr. Turčija, Egipt, Rusija, Brazilija, Južna Afrika, Mehika, Iran, Indonezija in Kolumbija, ki predstavljajo velik potencialni potrošniški trg ter številne priložnosti za investicije (The Economist, 2010; Global Trends 2025: A Transformed World, 2008; Next eleven).

1. **SKUPNI MEDNARODNI TRENDI**

Sinteza posameznih sektorskih poročil je omogočila identifikacijo štirih ključnih mednarodnih trendov, ki vplivajo na razvoj vseh proučevanih sektorjev. V nadaljevanju so podrobneje prikazane glavne ugotovitve, ki izhajajo iz vpliva posameznih mednarodnih trendov na poslovanje podjetij v proučevanih petih sektorjih.

**TREND GLOBALIZACIJE**

Globalizacija, ki spreminja pravila igre v poslovnem svetu že več kot desetletje, se je v zadnjih letih še dodatno okrepila. Globalizacija sili podjetja v vseh proučevanih sektorjih k hitrejši internacionalizaciji proizvodnje, distribucije in nabave blaga ter storitev ter postavlja podjetja pred zahtevnejše tržne razmere. Globalizacija prinaša torej večje konkurenčne pritiske za domača podjetja, po drugi strani tudi odpira številne tržne priložnosti, kot na primer razvoj novih tržišč, dostop do novih nabavnih trgov in s tem cenejših surovin, boljši dostop do človeškega kapitala ipd. Globalizacija kot eden ključnih dejavnikov rasti in razvoja ter povečanja konkurenčnosti podjetij ustvarja pritisk na domača podjetja po nenehnih izboljšavah poslovnih procesov in modelov ter sili podjetja k prehajanju državnih meja.

Če se osredotočimo na čezmejno območje Slovenija-Italija, pomeni globalizacija za domača podjetja vstopanje tujih multinacionalk na domači trg, kar posledično vodi v večje konkurenčne pritiske in nižanje dobičkov. Izjemno hiter razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT), je dodatno olajšal vstopanje multinacionalkam na domači trg (npr. spletna prodaja). Na podlagi sektorskih analiz smo ugotovili, da na čezmejnem območju prevladujejo majhna in srednje velika podjetja (MSP), kar sicer pomeni večjo prilagodljivost in odzivnost podjetji, vendar po drugi strani pomeni tudi nezmožnost doseganja ekonomij obsega. Slednje pa predstavlja enega od pomembnih pogojev uspešnosti na globalnem trgu. Globalizacija zato zahteva od MSP povezovanje in skupno nastopanje na tujih trgih. Posledica globalizacije je tudi naraščanje standardizirane ponudbe, ki vodi k večjemu številu generičnih proizvodov in storitev (angl. commodities). Po drugi strani slednje vzbuja v potrošnikih nasprotni učinek, saj so potrošniki začeli stremeti k drugačnosti in edinstvenosti ponudbe (npr. doživljajski turizem, proizvodi z geografskim poreklom). Vzporedno z željo po drugačnosti je na strani povpraševanja opaziti tudi naraščanje pomena etnične in nacionalne pripadnosti. Domače povpraševanje tako le navidezno postaja manj pomembno zaradi globalizacije, saj domači potrošniki še vedno ohranjajo ključno vlogo, predvsem zaradi bližine trga in podpiranja lokalnega gospodarstva.

V izogib negativnim posledicam naraščanja generičnih proizvodov oz. standardizirane ponudbe, bi morala podjetja svoje blagovne znamke ustrezno okrepiti in diferencirati s poudarjanjem kakovosti, tradicije, inovativnosti in designa.

**TREND POSPEŠENEGA TEHNOLOŠKEGA RAZVOJA**

Tehnologija je postala gonilo napredka in razvoja v vseh proučevanih sektorjih. Na primer, vpliv tehnološkega razvoja na gradbeno panogo se kaže predvsem na področju mehanizacije dela, povečanju delovne učinkovitosti delavcev, razvoju novih naprednih materialov, energetske učinkovitosti materialov in stavb ter v optimizaciji poslovnih procesov. V prihodnje se bo tehnološki razvoj v panogi le še poglabljal v smeri uvajanja novih tehnologij gradnje, izboljšanja kvalitete materialov in gradnje, usmerjanju v energetsko učinkovitost gradnje in objektov ter v razvijanje sodobne tehnologije za varovanje kulturne dediščine. V prometu, na primer, je tehnologija tista, ki omogoča optimizacijo prometa ter omogoča hitrejši in večji pretok prometa z namenom čim boljše učinkovitosti pri oskrbi gospodarskih sektorjev ter prebivalstva. Z njo se srečujemo na vseh ravneh prometa, in sicer tako pri vzpostavljanju prometne infrastrukture in prometnih sredstev kot tudi pri logističnih storitvah. Nadaljnjo razvijanje novih tehnologij v prometnem sektorju bo imelo ključno vlogo pri doseganju boljših energetskih izkoristkov v sektorju oz. zmanjšanju prometnih obremenitev na okolje.

Hiter tehnološki razvoj povzroča krajšanje razvojnih ciklov, t.j. časa, ki preteče od razvoja novega koncepta izdelka do njegove komercializacije. Če so v preteklosti podjetja potrebovala od ideje do prodaje izdelka na trgu eno ali več let, se je danes čas, ki ga imajo podjetja na razpolago, da izkoristijo priložnost, bistveno skrajšal. Poleg tega je na trgu vse več imitatorjev, ki nove tehnologije zelo hitro in uspešno posnamejo. Slednje sili podjetja k neprestanem strateškemu inoviranju izdelkov ter posledično večjim kapitalskim vložkom v R&R. Uspeh na trgu je namreč možno zagotoviti le ob hitrem razvijanju novih tehnologij in pravočasni komercializaciji novih proizvodov. Po drugi strani pa so MSP na čezmejnem območju, ki imajo omejena sredstva za vlaganje v R&R, le stežka kos tovrstnim pritiskom.

**TREND RAZVOJA INFORMACIJSKIH IN KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJ (IKT)**

Razvoj IKT predstavlja enega od pomembnejših mednarodnih trendov, ki spreminja pravila igre v vseh proučevanih sektorjih. Nove smernice tehnološkega razvoja na področju IKT nudijo zlasti malim podjetjem številne priložnosti. S ponujanjem rešitev, ki spreminjajo samo verigo vrednosti, lahko novo razvite IKT podpirajo mala podjetja pri konkuriranju z velikimi multinacionalkami na mednarodnih tržiščih.

Glavni vplivi IKT na poslovanje podjetij se kažejo predvsem v spreminjanju procesa distribucije v proučevanih sektorjih ter vse boljši obveščenosti potrošnikov. V sektorju turizma, na primer, omogoča IKT boljši in enostavnejši dostop potrošnikov do storitev in obenem odpira porabnikom številne možnosti za individualizacijo potovanj. V primeru prometnega sektorja omogoča razvoj IKT optimizacijo prometa in prometnih storitev, kar vodi k boljši učinkovitosti pri oskrbi gospodarskih sektorjev ter prebivalstva kot celote. Sodobne tehnologije imajo tudi ključno vlogo pri doseganju boljših energetskih izkoristkov v prometnem sektorju ter zmanjšanju prometnih obremenitev na okolje. V pohištveni sektor prinašajo IKT avtomatizacijo poslovnih procesov, kar vodi v fleksibilnejše oblike proizvodnje, ki je sposobna zadovoljiti večje število ozkih in hitro spreminjajočih se tržnih segmentov in njihovih specifičnih potreb. Vpliv razvoja novih tehnologij na gradbeno panogo se kaže predvsem na področju razvoja novih materialov, energetske učinkovitosti materialov in stavb ter v optimizaciji poslovnih procesov. Še posebej bi izpostavili pomen razvoja in uporabe IKT v kmetijskem sektorju, kjer IKT ponuja številne priložnosti, ki spodbudno prispevajo k večji stopnji konkurenčnosti in produktivnosti sektorja. Z uporabo IKT lahko podjetja namreč bistveno vplivajo na njihove verige vrednosti, saj jim sodobne IKT omogočajo približevanje končnim kupcem. V kmetijskem sektorju se vse bolj poudarja pomen lokalnega trošenja kmetijskih proizvodov, saj slednje spodbuja razvoj lokalnega kmetijstva. Pri tem IKT ponujajo številne možnosti povezovanja ponudnikov kmetijskih izdelkov in lokalnih kupcev v socialne skupnosti (oz. socialna omrežja) ter olajša izmenjavo informacij med njimi. Prednost uporabe IKT je ravno v obveščanju končnih kupcev in v povezovanju malih ponudnikov s končnimi kupci. Kot primer dobre prakse lahko navedemo Dansko, kjer so mali kmetijski ponudniki ustvarili spletno skupnost, preko katere interaktivno sodelujejo z njihovimi končnimi kupci, jih redno obveščajo in aktivno vključujejo v procese kmetovanja. Slednje je omogočilo malim kmetom, da so iz distribucijske verige izločili velike distributerje, ki so nanje izvajali cenovne pritiske in s tem zmanjševali njihovo konkurenčnost. Z ozaveščanjem kupcem, da je trošenje lokalnih kmetijskih izdelkov ne le odgovorno do okolja, temveč tudi veliko bolj zdravo, lahko proizvajalci kmetijskih izdelkov prispevajo h konkurenčnosti domačega sektorja. Ustrezna uporaba IKT lahko torej preko večje družbene povezanosti omogoča tudi večjo učinkovitost podjetij.

**TREND SPREMINJANJA OBNAŠANJA POTROŠNIKOV**

Kot zadnji trend za katerega menimo, da pomembno vpliva na delovanje vseh proučevanih sektorjev, bi izpostavili spreminjanje obnašanja potrošnikov v smeri večje okoljske ozaveščenosti in trajnostnega razvoja. Predvsem zaradi naraščajočih energetskih potreb na svetovni ravni, visokih cen energije in podnebnih sprememb sta postali energetska učinkovitost in vzdržna rast prioriteti svetovnega gospodarstva. Potrošniki se negativnih posledic okoljskih in podnebnih sprememb vse bolj zavedajo, zato temu primerno spreminjajo svoje nakupne navade. Večina sodobnih potrošnikov je namreč vse bolj okoljsko ozaveščenih in informiranih, kar vpliva na njihove nakupne zahteve in pričakovanja do podjetij. Če je pred leti povprečen potrošnik postavil na prvo mesto ceno proizvoda, postavlja sodobni potrošnik na prvo mesto družbeno odgovornost podjetja, četudi bo zaradi tega plačal nekoliko višjo ceno za proizvod. Potrošniki so se začeli izogibati zdravju in okolju škodljivim proizvodom, proizvodom, ki povzročajo nepotrebne odpadke ter proizvodom, ki nastajajo z izkoriščanjem držav tretjega sveta. Potrošniki se torej odločajo za proizvode, ki imajo majhen vpliv na okolje. V gradbeništvu, na primer, naročniki povprašujejo po kakovostnih, nizko energetskih gradnjah in ne najcenejših gradnjah, kot je to večinoma veljalo do sedaj. Trend se kaže predvsem v povpraševanju po trajnostni eko gradnji, nizko energetski gradnji, recikliranju odpadnih materialov in gradnji pasivnih hiš. V medijih je vse pogosteje slišati o ekološkem kmetovanju oziroma eko-kmetijstvu, ki predstavlja obliko sonaravnega gospodarjenja s kulturno krajino in naravnimi viri ter stremi k čim manjši obremenitvi okolja in ohranjanju biološke raznovrstnosti. Ekološki proizvodi predstavljajo za kupce določene koristi, zato so zanje pripravljeni plačati več. Družbena odgovornost postaja tako vse pomembnejši element strategij podjetij za dolgoročni uspeh in obstoj na trgu. Slednje postavlja podjetja pred nove izzive, in sicer kako vpeljati v svoje poslovne modele načela trajnosti.

V vseh petih proučevanih sektorjih na čezmejnem območju Slovenija-Italija je zaznati velika prizadevanja podjetij po zagotavljanju trajnostnega razvoja. Podjetja, ki sledijo trendu trajnostnega razvoja se usmerjajo predvsem na naslednje aktivnosti: certificiranje proizvodov z okoljskimi certifikati, recikliranje odpadnih materialov, zelena javna naročila, nizko energetska gradnja, trajnostno kmetijstvo, ekološko kmetijstvo, obujanje tradicionalne pridelave živil, zmanjševanje toplogrednih emisij v okolje, omejitev emisij ogljikovega dioksida v okolje, uporaba biogoriv, razvoj zelenega turizma idr.

1. **IDENTIFIKACIJA PROBLEMOV IN MOŽNIH REŠITEV NA ČEZMEJNEM OBMOČJU SLOVENIJA-ITALIJA**

V spodnji tabeli so prikazani identificirani problemi, s katerimi se soočajo podjetja na čezmejnem območju Slovenija-Italija. Slednji nastajajo predvsem kot posledica vpliva globalnih trendov na poslovanje podjetij. Obenem so podane tudi rešitve podjetij, ki so se v zadnjem obdobju izkazale kot učinkoviti odgovor na novonastale tržne razmere.

Tabela 1: Sinteza slovenskih in italijanskih sektorskih poročil

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TRENDI/PODROČJE** | **ITALIJA** | **SLOVENIJA** |
| **Trend globalizacije** | **PROBLEMI:*** Vse večji konkurenčni pritiski tujih multinacionalk.
* Velika pogajalska moč distributerskih verig, kar postavlja majhne ponudnike v podrejeni položaj.
* Naraščanje števila generičnih proizvodov in storitev (angl. Commodities).
* Težnja po specializaciji in izkoriščanju ekonomij obsega.

**REŠITVE:*** Poudarek na blagovni znamki »Made in Italy«.
* Izkoriščanje bogate kulturne in zgodovinske dediščine države.
* Povezovanje v grozde (lesna industrija).
* Izkoriščanje novo razvijajočih se trgov (npr. Indija, Kitajska) (sektor turizma).
* Oblikovanje strategij, ki temeljijo na Inovativnosti, kakovosti in trajnosti.
* Poudarek na proizvodih z geografskim poreklom.
 | **PROBLEMI:*** Velika konkurenca s strani EU in držav tretjega sveta.
* Krčenje proizvodnje in odpuščanje zaposlenih kot posledica nekonkurenčnosti.
* Težnja po minimiziranju stroškov.
* Naraščanje pomena etnične in nacionalne pripadnosti.

**REŠITVE:*** Poudarek na tradiciji in neokrnjenosti področja (npr. turizem s tradicijo).
* Usmerjenost v nišne segmente.
* Okrepiti turistično znamko »I feel Slovenia«.
* Poudarek na kulturni raznolikosti in avtentičnosti turističnih destinacij.
* Poudarek na proizvodih z geografskim poreklom.
 |
| **Trend pospešenega tehnološkega razvoja** | **PROBLEMI:*** Vse hitrejše posnemanje proizvodov s strani konkurence.
* Vse krajše okno priložnosti (čas od razvoja ideje do prodaje na trgu).
* Pomanjkanje sredstev za investiranje v R&R in izobraževanje.

**REŠITVE:*** Inoviranje na ravni materialov in proizvodov.
* Razvijanje novega znanja in kompetenc.
* Spodbujanje sodelovanja z univerzami, znanstvenimi središči in tehnološkimi parki.
 | **PROBLEMI:*** Zahteve po vse krajših razvojnih ciklih.
* Tehnološko nazadovanje v primerjavi s konkurenčnimi trgi kot posledica nizkega deleža investiranih sredstev v R&R.

**REŠITVE:*** Razvoj novih rešitev v smeri večje energetske učinkovitosti.
* Optimizacija poslovnih procesov.
* Usmerjanje v tržne niše z visoko dodano vrednostjo.
 |
| **Trend razvoja IKT** | **PROBLEMI:*** Večji konkurenčni pritiski kot posledica novih načinov distribucije.
* Lažji vstop multinacionalk na domači trg.
* Spreminjanje verige vrednosti.

**REŠITVE:*** Izkoriščanje novih načinov distribucije (Zero km, farmer's market) in informiranja potrošnikov.
* Povezovanje ponudnikov in končnih potrošnikov.
* Usmeritev na nove tehnologije, ki kažejo potencial rasti v prihodnosti.
 | **PROBLEMI:*** Novi distribucijski kanali vodijo k večjim konkurenčnim pritiskom.
* Nezadostno izkoriščanje potenciala IKT znotraj proučevanih sektorjev.

**REŠITVE:*** Povečanje vlaganj v razvoj novih tehnologij.
* Informatizacija in optimizacija poslovnih procesov.
* Fleksibilnejše oblike proizvodnje.
 |
| **Trend spreminjanja obnašanja potrošnikov** | **PROBLEMI:*** Vse večja okoljska ozaveščenost potrošnikov.
* Zahteve po družbeno odgovornem poslovanju.
* Povpraševanje po zelenih nastanitvenih strukturah.
* Povpraševanje po ekoloških kmetijskih proizvodih.

**REŠITVE:*** Poudarek na blagovni znamki »Made in Italy« (sinonim za kakovost).
* Usmerjanje na prenovo obstoječe kulturne in urbane dediščine.
* Naraščanje vlog za izdajo okoljskih certifikatov (npr. certificiranje zelenih gradenj z LEED certifikati).
* Recikliranje materiala.
* Uvedba sledljivosti porekla kmetijskih izdelkov.
* Oblikovanje novih modelov poslovanja (npr. Zero km).
* Oblikovanje poslovnih modelov, ki so manj odvisni od neobnovljivih energetskih virov.
* Uporaba obnovljivih virov in maksimiziranje energetske učinkovitosti.
* Opuščanje standardnih gradbenih metod in tehnik.
 | **PROBLEMI:*** Porast povpraševanja po zdravih in okolju neškodljivih proizvodih.
* Povečana skrb za okoljevarstvo.
* Porast povpraševanja po kakovostnih, nizko energetskih gradnjah.
* Porast povpraševanja po eko-turizmu.

**REŠITVE:*** Zaščita kulturne dediščine.
* Koriščenje raznolikih trajnostnih. virov energije (npr. sonce, biomasa).
* Oblikovanje izobraževalnih programov na temo trajnostnega razvoja.
* Usmerjanje v obnovo stavb za večjo energetsko učinkovitost.
* Gradnja lesenih, nizko energetskih stavb.
* Uvajanje zelenih javnih naročil.
* Ponovna uporaba odpadnega materiala.
* Obujanje tradicionalne pridelave živil.
* Specializirana proizvodnja zaščitenih blagovnih znamk.
* Lokalna pridelava kakovostne in raznovrstne hrane.
* Razvijanje tehnoloških eko-inovacij in eko-dizajna.
* Certificiranje okolju prijazne namestitvene in rekreacijske turistične infrastrukture.
 |

Vir: Italijanska in slovenska sektorska poročila pripravljena v okviru WP2.

Problemi, ki izhajajo iz trenda globalizacije, se kažejo predvsem v večjih konkurenčnih pritiskih s strani tujih multinacionalk in vse večjimi zahtevami po doseganju ekonomij obsega ter minimiziranju stroškov. Zlasti italijanska podjetja so kot posledico globalizacije zaznala tudi naraščanje števila generičnih proizvodov in storitev (angl. commodities). Slednjemu so se podjetja začela zoperstavljati s poudarjanjem blagovne znamke »Made in Italy«, ki je tako na domačem kot tudi tujem trgu sinonim za kakovost, tradicijo in inovativnost. Slovenska podjetja so se ravno tako začela odzivati na standardizirano ponudbo s poudarjanjem tradicije, krepitvijo prepoznavnosti turistične znamke »I feel Slovenia ter specializacijo v proizvode z geografskim poreklom.

Kot eden poglavitnih problemov, ki nastaja kot posledica vse hitrejšega tehnološkega razvoja, so zahteve po čim krajših razvojnih ciklih. Imitatorji namreč zelo hitro posnamejo nove tehnologije na trgu, kar sili podjetja v nenehno inoviranje proizvodov. Slednje pomeni tako za slovenska kot italijanska podjetja povečane potrebe po investiranju v R&R, vendar teh sredstev večina podjetij nima. Eden od pomembnejših ukrepov na tem področju je zagotovo povezovanje z univerzami, raziskovalnimi centri in tehnološkimi parki, kar spodbuja izmenjavo znanja in novih tehnologij, ki so za podjetja življenjskega pomena za uspešen obstanek na trgu. Poleg razvijanje novega znanja se kot rešitev ponuja tudi usmerjanje v tržne niše z visoko dodano vrednostjo.

V zvezi z negativnimi posledicami trenda hitrega razvoja IKT bi na čezmejnem območju izpostavili predvsem večje konkurenčne pritiske s strani tujih multinacionalk, saj omogočajo IKT nove distribucijske kanale, ki od podjetij ne zahtevajo več fizične prisotnosti na tujih trgih. Nekatera slovenska in italijanska podjetja na čezmejnem območju so že pričela izkoriščati prednosti, ki jih ponuja IKT (npr. Zero km), vendar obstaja tukaj še velik potencial. IKT naj v prihodnje služi podjetjem predvsem za povezovanje s končnimi potrošniki in s tem ustvarjanje kroga zvestih in pripadnih odjemalcev. Pri tem pa naj podjetja nadaljujejo z vlaganji v razvoj novih tehnologij, ki v prihodnje kažejo velik potencial rasti.

Podjetja so že vrsto let priča trendu spreminjanja obnašanja potrošnikov. Vse večja okoljska ozaveščenost potrošnikov pomeni za podjetja na čezmejnem območju nova in višja pričakovanja potrošnikov ter spremenjene preference. Znotraj proučevanih sektorjev namreč ugotavljajo, da sodobni potrošniki pri nakupnem odločanju postavljajo skrb za lastno zdravje, za okolje in družbeno odgovorno poslovanje podjetij pred ceno proizvoda. Pri tem narašča povpraševanje po ekoloških kmetijskih proizvodih, zelenih nastanitvenih strukturah ter nizko energetski gradnji. Podjetja na čezmejnem območju morajo zatorej svojo ponudbo prilagajati spremembam v povpraševanju v smeri trajnostnega razvoja. Dosedanje iniciative slovenskih in italijanskih podjetij se kažejo predvsem v recikliranju odpadnega materiala, zeleni gradnji, ekološki pridelavi hrane, naraščanju vlog za okoljske certifikate, zaščiti in obnovi kulturne dediščine idr.

1. **PRIHODNJE USMERITVE IN PREDLAGANI UKREPI**

Na podlagi ugotovitev, ki izhajajo iz pregleda poglavitnih mednarodnih in domačih trendov, lahko predvidimo, da bodo investicije v posodabljanje poslovnih procesov, razvijanje novih tehnologij in naprednih materialov ter aktivno vključevanje porabnikov v sam proces načrtovanja in razvijanja storitev in proizvodov neizogiben del poslovanja podjetij v proučevanih sektorjih. Z inovativnimi pristopi pri oblikovanju strategij, ki temeljijo na trajnostnem razvoju, bodo podjetja lahko kljubovala težkim in hitro spreminjajočim se tržnim razmeram ter dvignila nivo konkurenčnosti čezmejnega območja Slovenija-Italija.

Glede na identificirane trende, ki se bodo v prihodnjih letih le še poglabljali, je ključnega pomena za vsa podjetja čezmejnega območja, da razvijajo nova znanja in zagotovijo čim hitrejši prenos znanja v prakso (zlasti v razvijanje inovativnih pristopov poslovanja in trženja), ustrezno okrepijo izobraževanje zaposlenih ter povečajo sodelovanje med podjetji na celotnem čezmejnem območju.

Pomembna ugotovitev, ki izhaja iz posameznih sektorskih poročil, se nanaša na potrebo po povezovanju sektorjev. Posamične analize so namreč pokazale, da postajajo meje med posameznimi sektorji vse bolj zabrisane, tako iz geografskega vidika kot tudi iz vidika dejavnosti. Slednje ne nakazuje le potrebe po povezovanju enakih sektorjev znotraj proučevanega območja, temveč tudi povezovanje različnih sektorjev med sabo. Podjetja lahko dvignejo konkurenčnost oz. okrepijo svoj položaj na trgu, če začnejo delovati izven meja sektorja. Kot primer tovrstnega uspešnega povezovanja lahko navedemo razvijanje ekoloških turističnih kmetij, kjer prihaja do prepletanja dejavnosti kmetijskega in turističnega sektorja.

Načela trajnostnega razvoja postavljajo podjetja pred nove izzive in jim narekujejo oblikovanje novih tržnih pristopov. Poslovanje podjetij na čezmejnem območju bo v prihodnje moralo vse bolj temeljiti na uporabi obnovljivih virov energije in zmanjševanju toplogrednih emisij v okolje. Prihodnje usmeritve podjetij bodo zajemale predvsem oblikovanje trajnostnih poslovnih modelov, recikliranje oz. ponovno uporabo odpadnega materiala, ekološko kmetijstvo, ekološki turizem, zeleno gradnjo, razvijanje podeželja, obujanje tradicionalne pridelave živil, spodbujanje zelenega transporta in razvijanje visoko kakovostnih materialov v gradbeništvu in drugih povezanih sektorjih. Po načelih trajnostnega razvoja se v zadnjih letih vse bolj uveljavlja koncept »Od zibelke do zibelke« (OZDZ), pri čemer gre za novo paradigmo oblikovanja in izvajanja načel (so)naravno učinkovitega oblikovanja. Zametki koncepta OZDZ sicer segajo že v devetdeseta leta prejšnjega stoletja, vendar se je koncept OZDZ začel intenzivneje proučevati in uveljavljati v praksi držav članic EU šele v zadnjih letih. Koncept OZDZ, ki spodbuja raznolikost, rabo sončne energije ter načelo, da je odpadek hrana predstavlja v trenutnih ekonomsko-socialnih razmerah dolgoročno in trajnostno rešitev. Koncept OZDZ ne ponuja le konceptualnega okvirja oblikovanja novih poslovnih modelov, ki temeljijo na načelih eko-učinkovitosti, trajnosti in sonaravnega razvoja, temveč ponuja novo filozofijo in način mišljenja.

Na čezmejnem območju Slovenija-Italija prevladujejo predvsem MSP, kar po eni strani narekuje bolj prilagodljivo in hitreje odzivno tržišče, po drugi strani pa pomeni nezmožnost doseganja ekonomij obsega s strani malih podjetij in s tem oteženo konkuriranje na globalnem trgu. Iz tega razloga je za dvig konkurenčnosti čezmejnega območja ključnega pomena združevanje podjetij in skupno nastopanje na globalnih trgih. S povezovanjem lahko namreč podjetja dosegajo boljše nabavne pogoje, izboljšajo učinkovitost svojih prodajnih poti in uspešneje izmenjujejo znanje in tehnologije.

Analiza čezmejnega območja Slovenija-Italija je pokazala, da ima vseh pet proučevanih sektorjev velik potencial rasti v prihodnjih letih. Naloga odločevalcev je, da z ustreznimi ukrepi in učinkovitim razporejanjem sredstev dodatno spodbujajo konkurenčnost na čezmejnem področju. Glede na to, da so se MSP izkazala kot najštevilčnejša vrsta podjetij na proučevanem področju, velja v prihodnje razvijati potencial te skupine podjetij. V okviru te skupine podjetij je priporočljivo usmeriti pozornost zlasti na tista podjetja, ki že izkazujejo razumevanje globalnih trendov (zlasti razvoj IKT, spreminjanje obnašanja potrošnikov) in se s svojimi poslovnimi modeli tudi uspešno odzivajo nanje. V tem trenutku namreč izkazujejo ta podjetja največji potencial, da bodo lahko tudi v prihodnje uspešno kljubovala zaostrenim tržnim razmeram in dvignila nivo konkurenčnosti čezmejnega območja. Glede na to, da je bila ugotovljena potreba po povezovanju podjetij iz različnih sektorjev, bo potrebno v prihodnje spodbujati tudi inovacije v obliki nastajanja novih podjetij. Pri tem lahko institucije na državni ravni z ustreznim dodeljevanjem sredstev spodbujajo skupna vlaganja (»joint venture«) podjetij iz različnih sektorjev, kar zajema predvsem povezovanje slovenskih in italijanskih podjetij na celotnem čezmejnem območju.