

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

DIPLOMSKO DELO

MREŽENJE POSLOVNIH CON
POMURJA

BRANKO FERENČAK

Koper, 2008

Mentor: pred. mag. Peter Fatur

POVZETEK

V diplomski nalogi so obravnavane različne oblike poslovnih con v Pomurju, prikazani so posamezni elementi Poslovnih con, in vpliv njihove medsebojne povezave na promocijo in potek trženja. Za uspešno promocijo, predstavitev in trženje je nujna vzpostavitev povezave med poslovnimi conami Pomurja, ki bo s svojo poslovno politiko odločilno vplivala na razvoj posameznih poslovnih con in razvoj samega Pomurja. Za hitrejši in učinkovitejši razvoj mreže poslovnih con Pomurja pa je nujno vlaganje v inovacijske storitve. Reševanje razvoja, izgradnja skupnega sistema za promocijo in trženje poslovnih con Pomurja pa zahteva sodelovanje in vlaganje sredstev od vseh lastnikov poslovnih con. Tako kot k poslovni odličnosti stremijo dobra podjetja, mora k njej strmeti tudi okolje s svojo ponudbo in razvojem mreže poslovnih con Pomurja.

Ključne besede: poslovna cona, industrijske cone, podjetniško-obrtne cone, specializirane cone, lokalne podporne institucije, financiranje poslovnih con, inovacijske storitve

ABSTRACT

In this diploma paper I researched different forms of business zones in Pomurje. I also discussed individual elements of business zones, their reciprocal connection and the course of trade. The establishment of a connection among business zone in Pomurje is necessary for a successful promotion, presentation and trade. This connection will have a great impact with its policies on the development of individual business zones and the development of Pomurje. However, investing in innovative services is necessary for a faster and more effective development of the business zone network in Pomurje. The salvation of development, the construction of a common system for promotion and trade of business zones in Pomurje demands cooperation and investment of funds by all owners of business zones. Like good companies try to reach business excellence, the environment also has to try to reach its excellence with its offers and the development of business zones in Pomurje.

Key words: business zone, industrial zones, business trade zones, specialized zones, locally supported institutions, financing business zones, innovative services

UDK: 332.122(043.2)

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredelitev problema	1
1.2	Namen in cilj diplomskega dela	3
1.3	Predvidene raziskovalne metode	4
1.4	Predpostavke in omejitve	4
2	Kaj je poslovna cona in kaj je njen osnovni namen	5
2.1	Koncept poslovnih con	6
2.2	Poslanstvo poslovnih con	6
2.3	Delitev poslovnih con	6
2.3.1	Delitev na podlagi zakonskih omejitev	6
2.3.2	Poslovne cone kot večnamensko orodje ekonomske politike	7
3	Pristop k ustanavljanju novih podlovnih con	9
3.1	Potrebe po podjetniških oziroma poslovnih conah v Sloveniji	9
3.2	Kriteriji za izbiro ustrezne lokacije	9
3.2.1	Naravne značilnosti	9
3.2.2	Ekonomske in tehnične značilnosti	10
3.3	Potek ustanavljanja novih poslovnih con v Sloveniji	11
3.3.1	Fizično načrtovanje poslovne cone	11
3.3.2	Postopki ustanavljanja in organiziranja poslovne cone	11
3.4	Financiranje novih poslovnih con	11
4	Primerjava Slovenije s sosednjimi državami	13
4.1	Zakonodaja	13
4.2	Tipologija	13
4.3	Značilnosti con	13
4.4	Podjetniške cone v Sloveniji danes	14
5	Spodbude in podporne storitve v conah	17
5.1	Izobraževanje	17
5.1.1	Organizacija stalnih izobraževanj	17
5.1.2	Organizacija usposabljanj s področja specifičnih znanj	18
5.2	Podpora in različne spodbude za podjetja delujoča v poslovnih conah	18
5.3	Tržne aktivnosti	19
6	Predstavitev poslovnih con Pomurja	21
6.1	Industrijska cona Mele (Gornja Radgona)	21
6.2	Poslovna cona Turnišče	21
6.3	Industrijska cona Ljutomer in Poslovno obrtna cona Jeruzalemska	21
6.4	Obrtna cona Črenšovci	22
6.5	Poslovno industrijska cona Lendava	22

6.6	Obrtno poslovna cona Bučečovci.....	22
6.7	Poslovna cona Kamenice (Odranci).....	23
6.8	Poslovno kmetijska cona Dobrovnik.....	23
6.9	Poslovna cona Šalovci.....	23
6.10	Severna obrtno industrijska cona Murska Sobota	24
7	Empirična raziskava o stanju in potrebah v poslovnih conah Pomurja	25
7.1	Kakovost in konkurenčnost poslovnih con	25
7.1.1	Ugotovitve iz sklopa vprašanj o kakovosti in konkurenčnosti poslovnih con.....	28
7.2	Upravljanje poslovnih con	28
7.2.1	Povzetek ugotovitev.....	35
8	Predloge inovativnih storitev mreže poslovnih con pomurja	37
8.1	Izgradnja sistema za skupno promocijo con vključenih v mrežo.....	37
8.1.1	Tiskovne konference	38
8.1.2	Predstavitve na sejmih	38
8.1.3	Katalogi.....	38
8.1.4	Kooperacijske borze.....	39
8.2	Izgradnja sistema za skupno trženje.....	39
8.3	Strategija trženja.....	40
8.3.1	Celovita ponudba storitev	41
8.3.2	Cenovna politika	41
8.3.3	Tržne poti	42
8.3.4	Ciljne skupine	42
8.4	Izgradnja sistema informacijskega servisa.....	43
8.4.1	Pomembnost informacij.....	44
8.4.2	Kakovost informacij.....	44
8.4.3	Količina informacij	44
8.4.4	Pravočasnost informacij.....	44
8.4.5	Dostopnost informacij.....	44
8.4.6	Na kaj se morajo informacije nanašati.....	45
9	Sklep.....	47

PONAZORILA

Slika 7.1 Ali obstaja potreba po prestrukturiranju cone?	25
Slika 7.2 Opredelitev predvidene spremembe	26
Slika 7.3 Možnost širitve zemljišč.....	26
Slika 7.4 Regionalni razvojni načrt	27
Slika 7.5 Komunalna opremljenost	27
Slika 7.6 Kakovost komunalne opremljenosti	28
Slika 7.7 Ali razpolagate z obstoječo strategijo upravljanja	29
Slika 7.8 Kakovost obstoječe strategije.....	30
Slika 7.9 Izkušeno vodstvo	30
Slika 7.10 Opredelitev kakovosti vodstva	31
Slika 7.11 Javno - zasebno partnerstvo	31
Slika 7.12 Kakovost vzpostavljenega javno – zasebnega partnerstva.....	32
Slika 7.13 Obstoje finančnih shem za podporo ustanavljanja podjetij.....	32
Slika 7.14 Kakovost finančnih shem za podporo ustanavljanja podjetij.....	33
Slika 7.15 Obstoje dodatnih podjetniških storitev.....	33
Slika 7.16 Obstoje institucij za ustanavljanje podjetij	34
Slika 7.17 Kakovost institucij za ustanavljanje podjetij znotraj cone.....	34

1 UVOD

1.1 Opredelitev problema

Živimo v času, ko je glavni poudarek v družbi podjetništvo, osvajanje novih trgov, proizvodnja novih izdelkov, povečevanje konkurenčnih sposobnosti na različnih družbeno gospodarskih področjih, prilagajanje dogajanjem na skupnem evropskem trgu in iskanje čim močnejše ter pozicije v novo nastalih razmerah svetovne globalizacije. Vedno znova pa si prizadevamo, da smo v teh stvareh v samem vrhu, kajti to je način in priložnost za naš razvoj in kvalitetnejše življenje. Iskanje kapitala, novih priložnosti in novih razvojnih vzpodbud pa nas silijo k razvoju. Da bi lažje premagovali ovire na poti razvoja, pa se je potrebno povezovati, kajti to je edini pravi način za naše uspešno delo. Pomurje spada v predel Slovenije, ki je najmanj razvit in je povezovanje še toliko bolj potrebno.

Kot poslovno cono pojmujeemo komunalno opremljena zemljišča, namenjena izgradnji objektov za različne podjetniške dejavnosti. Zagotovitev stalnega sodelovanja v mrežo povezanih poslovnih con oziroma njihovih predstavnikov je nujna za nadaljnji razvoj poslovnih con. Tukaj mislimo predvsem na spremembe, ki se nanašajo na aktivnosti na področju komunalnega opremljanja poslovnih con, uvajanja novih storitev poslovnih con, prihoda novih podjetij v poslovne cone, organiziranja prireditev, izobraževanj, usposabljanj, paketov ugodnosti za nove vlagatelje in ostalih pomembnih dogodkov.

Različnih vrst poslovnih con v Pomurju ne primanjkuje, vendar se po razvitosti in opremljenosti med seboj zelo razlikujejo. V Pomurju je deset območij opredeljenih pod poslovno cono, vendar se zelo razlikujejo po komunalni opremljenosti, tranzitni povezanosti in legi. Sodelovanja v smislu doseganja sinergijskih učinkov na področju privabljanja novih domačih in tujih investitorjev ni. Razen komunalne opremljenosti (ponekod je še ta slaba) poslovne cone ne premorejo tistega, na kar bi se razen relativno ugodne cene komunalno opremljenih zemljišč lahko opirale pri promociji in trženju prostora. Tako ugotavljamo, da storitev, ki se nanašajo na učinkovitejše trženje poslovnih con ni. Promocija doma in v sosednjih državah prav tako ni na ustrezni ravni, izobraževanje osebja, ki skrbi za razvoj poslovnih con je prezrto (večina jih meni, da se v conah komunalno opremljen prostor promovira in prodaja sam po sebi ter o kakršnikoli storitveni nadgradnji niti ne razmišljajo). Storitve, ki se nanašajo na sodelovanje z zunanji izvajalci, v smislu zagotovitve dodatnih prednosti ali ugodnosti podjetjem, ki se nahajajo v poslovnih conah v Pomurju je malo ali pa niso ustrezno organizirane.

V poslovnih conah Pomurja je potrebno uvesti proces prestrukturiranja in uvajanja novih storitev. Potrebno je povezovanje in ustrezna organizacija, da bi lahko dosegli zastavljene cilje. Znano je, da si poslovne cone v razvitih državah konkurirajo predvsem

pri uvajanju vedno novih storitvenih vsebin, ki so za podjetja v vseh smislih sprejemljive (storitve po ugodnih cenah ali pod bistveno ugodnejšimi pogoji, kot vladajo na trgu, tudi zastonj ipd.).

V nalogi skušamo ugotoviti, katere so »Konkretne in za podjetja privlačne storitve poslovnih con«, ugotoviti konkurenčne prednosti, ki pritegnejo najboljša podjetja, in konkurenčne prednosti tistih con v Pomurju, ki so uspele privabiti svetovno znana podjetja, njihove izkušnje in znanja pa s pomočjo implementacije navedene naloge prenesti in prilagoditi v vse tiste poslovne cone, ki so za dosego teh ciljev pripravljene tudi same kaj postoriti. Zelo malo jih namreč razmišlja, da bi komunalno opremljeno zemljišča ponudila podjetjem, ki dosegajo dogovorjene kriterije, zastonj, ali da bi jih oprostila plačevanja določenih storitev zaradi novega zaposlovanja. Različnih možnosti za privabljanje domačih in tujih vlagateljev je še več, možno jih je kombinirati in zadovoljiti želje vlagateljev, s pridobljenimi konkurenčnimi prednostmi pa je tudi bistveno lažje zasnovati lastno oziroma skupno promocijo, trženje, pridobiti mrežne partnerje ipd.

Poslovna cona se iz opredeljene vizije ter preko prepoznanih potreb in priložnosti, ki jih je potrebno v čim krajšem času realizirati, nanašajo na kombinacije različnih ugodnosti oziroma privlačnih pogojev poslovnih con Pomurja. Te naj bi, gledano z očmi vlagatelja, predstavljale idealno poslovno cono, zato se najpomembnejši cilji v mrežo povezanih poslovnih con Pomurja nanašajo na:

- pritegnitev in povečanje zanimanja domačih in tujih podjetij, ki so globalno orientirana in lahko pritegnejo večje število malih in srednje velikih podjetij – kooperantov za vzpostavitev poslovanja v obravnavanih conah,
- pritegnitev tistih domačih in tujih podjetij, ki zapolnjujejo ozko definirane tržne niše, ki za velika podjetja iz različnih razlogov niso zanimive,
- ugotovitev prednosti, ki jih lahko bolj razvite cone prenesejo na manj razvite oziroma tiste, ki so se šele pričele razvijati ter, vzpostavitev tesnejšega sodelovanja med njimi in področja, ki jih lažje skupno razvijajo,
- skupen razvoj novih podpornih storitev poslovnih con,
- vzpostavitev modela skupne promocije, trženja in izobraževanja,
- vzpostavitev skupnega informacijskega servisa in svetovanja na področju uvajanja inovacij in drugih za predstavnike con in podjetij zanimivih področij.

Pritegnitev in povečanje zanimanja domačih in tujih podjetij, ki so globalno orientirana, je za poslovne cone oziroma v mrežo povezane poslovne cone zanimivo iz več vidikov. Z začetnim vložkom ali subvencijo ponavadi sodeluje država, zaposlitev dobi večje število okoliških delavcev, navedeno veliko podjetje potrebuje večje število različnih kooperantov, manjših in srednje velikih podjetij.

Pritegnitev nišnih podjetij je zanimiva, ker so le-ta prav tako globalno orientirana in čeprav včasih majhna, neodvisna od konjunktura na posameznih tržiščih. Zaradi svoje

velikosti in vpetosti v mednarodne tokove so odličen informacijski vir in praktično izkustven svetovalec za vsa ostala podjetja v coni, ki se spopadajo s problemi vstopa ali učinkovitega delovanja na mednarodnih trgih, kar je za majhna gospodarstva, kot je slovensko, nujno. Pogoji, ki pritegnejo taka podjetja, morajo biti zanimivi in konkurenčni z različnih vidikov, ponavadi pa sta le eden ali dva tista, ki odločilno vplivata na odločitev za ali proti vključitvi podjetja v cono.

Obe navedeni vrsti podjetij izbirata za svoje delovanje poslovne cone, ki najbolj ustrezajo njihovim zahtevam na za njih natančno opredeljenih področjih in ob zanje sprejemljivih pogojih. Prav zato je pomembno ugotoviti, katere so ugodnosti, ki privabljajo tovrstne vlagatelje in katere so tiste konkurenčne prednosti posameznih con, zaradi katerih jih poslovno zanimivi partnerji raje izberejo. Na tej osnovi je potrebno razviti storitve, ki s strani uspešnih podjetij ne bodo prezrte. Prav tako je mogoče na tak način izoblikovati model, ki bi ga bilo v takšni ali drugačni obliki mogoče prenesti tudi v druge, manjše poslovne cone oziroma tiste, ki šele nastajajo. S tem pa se že popolnoma dotikamo pojma mreža oziroma mreža poslovnih con. Preko formalnih in dostikrat neformalnih poti se je mogoče v okviru mreže lažje dokopati do pravih rešitev. Mreža ali mreže pa omogočajo tudi prostor skupnega razvoja storitev, ki si ga posamične poslovne cone zaradi različnih razlogov ne morejo privoščiti. Le-te so učinkovitejše predvsem na področjih, kot so promocija, trženje, izobraževanje in skupne informacijske storitve.

1.2 Namen in cilj diplomskega dela

V diplomski nalogi smo si zastavili raziskovalno vprašanje:

»Ali se bo s povezovanjem poslovnih con Pomurja v mreže in vzpostavitvijo skupnih storitev dvignilo zanimanje domačih in tujih vlagateljev za investiranje na Pomurskem območju?«

Namen naloge je osvetliti problematiko, ki se pojavlja na področju razvoja obrtno poslovnih con v Pomurju.

Raziskati želimo:

- kaj je poslovna cona in kaj je njen osnovni namen,
- kriteriji za ustanavljanje novih poslovnih con,
- potek ustavljanja novih poslovnih con,
- financiranje poslovnih con,
- primerjava Slovenije s sosednjimi državami,
- vzpodbude in podporne storitve,
- inovacijske storitve za bolj usklajeno in povezano sodelovanje v obravnavanih poslovnih conah.

Cilj diplomskega dela pa je raziskati vpliv povezovanja poslovnih con v mreže, ki vplivajo na razvitost in tržno zanimivost. Kako pripomore vzpostavljanje skupnih podpornih storitev k promociji poslovnih con?

1.3 Predvidene raziskovalne metode

V diplomskem delu bodo uporabljene naslednje metode:

- študij obstoječe in razpoložljive strokovne literature,
- primerjalna raziskava – naloga obravnava primerjavo predpisov, ki urejajo ustanavljanje in ureditev poslovnih con v nekaterih evropskih državah in v Sloveniji,
- analiza dokumentacije predhodnih raziskav,
- analiza stanja na terenu in možnosti, ki se ponujajo,
- anketiranje predstavnikov poslovnih con,
- na podlagi ugotovitev poiskati rešitve in predlagati ukrepe.

1.4 Predpostavke in omejitve

Za realizacijo in trajno zagotavljanje opredeljenih možnosti in prepoznanih tržnih priložnosti poslovnih con Pomurja je potrebno vzpostaviti načine za skupno predstavitev in trženje, ki bo kot osnova služila za razvoj vseh ostalih oblik povezovanja poslovnih con Pomurja in bo pozitivno vplivala ter omogočala:

- večjo prepoznavnost poslovnih con, njihove ponudbe in njihovih posebnosti,
- večjo transparentnost ponudbe obravnavanih poslovnih con za potencialne investitorje, kakor tudi predstavnike vseh, v mrežo vključenih poslovnih con,
- boljši vpogled v strukturo podjetij, delujočih v poslovnih conah,
- vzpostavitev učinkovitejše ponudbene primerjave med conami,
- vzpostavitev učinkovitejšega skupnega in posamičnega trženja poslovnih con Pomurja,
- vzpostavitev skupne in posamične promocije poslovnih con,
- vzpostavitev skupnega servisa na področju informacijskih in izobraževalnih storitev poslovnih con ter njihovih članov – podjetij,
- vzpostavitev interaktivnega poslovnega svetovanja.

Posebni omejitvi pri raziskavi nismo imeli. Težave so se pojavljale le na terenu oz. pri pridobivanju izpolnjenih anket, predvsem pripravljenost anketirancev na sodelovanje in z dosegljivostjo odgovornih oseb. Te probleme pa sem reševal z vnaprej dogovorjenimi termini in dogovori po telefonu. Največja težava je bila s pravočasnostjo dostave izpolnjenih anket.

2 KAJ JE POSLOVNA CONA IN KAJ JE NJEN OSNOVNI NAMEN

Ta pojem je opredelil Geoffrey Howe leta 1978, ko je v govoru za britansko konservativno stranko predlagal, da bi lahko z ureditvijo zanimivega lokalnega okolja spodbudili ustanavljanje zasebnih podjetij (Butler, 1991, str. 27).

Prav pomanjkanje primerne prostora je za podjetja postajalo vedno bolj pereč, predvsem pa zavirajoč faktor gospodarskega razvoja, saj je postajalo vedno bolj nujno, da se razpoložljiv prostor na eni strani čim bolj racionalno uporabi, na drugi pa podjetjem nudi vse tiste storitve, ki jih le-ta nujno potrebujejo za uspešen razvoj in povečevanje svojih konkurenčnih prednosti.

V ZDA so tako npr. konec sedemdesetih let začeli ustanavljati in razvijati cone z namenom čim hitreje razviti nerazvita območja.

Pojem poslovne cone ali večkrat uporabljeno podjetniške cone se pogosteje pojavlja šele v zadnjem času, v različnih državah pa so najpogosteje uporabljeni termini npr.:

- industrijska cona,
- obrtna cona,
- podjetniško-obrtna cona,
- tehnološka cona,
- tehnološki centri ali parki,
- centri za prenos tehnologije,
- podjetniški inkubatorji itd.

Vsem navedenim je skupno, da tako v tujini, kakor tudi pri nas le-te predstavljajo smiselno zaokrožena gospodarska območja, na katerih so in se srečujejo različne gospodarske dejavnosti, zemljišča v njih pa imajo točno določena namen. To so urejena in komunalno opremljena zemljišča na katerih se izvaja določena podjetniška aktivnost s pripadajočimi prostori (industrijski obrati, pisarne), v zadnjem času pa se znotraj njih ustanavljajo tudi centri, ki skrbijo za razvoj različnih podpornih storitev, namenjenih podjetjem oziroma podjetnikom, ki v coni delujejo.

Na takih območjih se ponavadi srečujemo z vodstvom poslovnih con, ki določa pravila delovanja in s cono tudi opravlja.

Za večino poslovnih con po svetu velja, da so financirane iz javnih in zasebnih virov, uspešnejše pa so tiste, ki se v celoti ali vsaj večinsko financirajo iz zasebnih virov. Ustanavljajo se povečini v skladu s strategijami regionalnega razvoja in so usmerjene v reševanje specifičnih gospodarskih problemov določenega okolja.

Razvoj poslovnih con se je začel v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, ko je v Sloveniji propadlo veliko število velikih podjetij. Takrat so se v cone, povečini so to bile industrijske cone, pričela seliti tudi manjša podjetja. V letu 1991, ko se je država začela zavzemati za večja vlaganja v cone. Ustanovljeni so bili prvi občinski skladi in Sklad RS za razvoj malega gospodarstva. Ker je bilo povpraševanja malo, primernost

con pa povečini neustrezna, so se v drugi polovici devetdesetih pojavile potrebe po novih, bolj opremljenih lokacijah in prostorih.

V primerjavi s tujimi podjetniškimi oziroma poslovnimi conami, je bilo takrat le zelo malo slovenskih con primerljivih z mednarodnimi, ki so bile v povprečju precej večje in tako bistveno bolj zanimive tako za domače, kakor tudi tuje vlagatelje.

2.1 Koncept poslovnih con

Cona pomeni točno določeno območje, na katerem se uporablja poseben režim vodenja, posebni pogoji dela, bivanja in gospodarjenja. Ponavadi so to funkcionalno povezane in ustrezno urejene zunanje površine, ki so po velikosti omejene.

Terminologija con je danes v različnih državah različna, saj se tako v svetu kot pri nas za zaokrožena območja, na katerih se opravlja različna gospodarska dejavnost, uporabljajo različna imena. Tako je cona lahko prepoznavna že po uporabljenem terminu. V nadaljevanju bomo, kot smo že omenili in ko ne bo govora o specifični vrsti cone, uporabljali izraz poslovna cona. Ta v tem kontekstu pomeni funkcionalno povezane in ustrezno urejene poslovne prostore s pripadajočimi površinami, kjer je omogočeno opravljanje različnih vrst gospodarskih dejavnosti.

2.2 Poslanstvo poslovnih con

Znano je dejstvo, da cone prevzemajo različne razvojne funkcije na območjih, na katerih delujejo. Srečujemo jih v različnih pojavnih oblikah, njihov namen pa reševanje specifičnih problemov določenega območja. Njihova glavna skrb je revitalizacija gospodarstva, tehnološki razvoj, ohranjanje in odpiranje novih delovnih mest, privabljanje investitorjev, razvoj kooperacij, razvoj storitvenih dejavnosti, logističnih problemov. Najuspešnejše so tiste cone na katere politične strukture nimajo vpliva ali pa je le-ta omejen. Uspešnost con v smislu razvoja je predvsem v dejstvu, da v njih najdejo način za uresničitev svojih interesov podjetja.

2.3 Delitev poslovnih con

2.3.1 Delitev na podlagi zakonskih omejitev

V tem primeru so cone razvrščene v tri skupine na podlagi velikosti in namembnosti (Schatz in Spinager 1984, 9-16):

- industrijske cone, kot večja področja, kjer je koncentracija industrije velika in kjer prevladujejo velika podjetja,
- podjetniško-obrtne cone, kamor prištevamo področja z veliko koncentracijo malih in srednje velikih podjetij,

- specializirane cone, kamor prištevamo tehnološke centre, tehnološke parke, inkubatorje, centre za transver tehnologije in panožno specializirane cone.

Specializirane cone so del nacionalnih projektov, ki jih praviloma podpira država. Z njimi skrbi predvsem za prestrukturiranje starih industrijskih območij. V ospredju je razvojno – raziskovalna dejavnost in zagotavljanje prostorov, kadrov ter opreme za tovrstne aktivnosti. Cene prostorov in storitev so večinoma subvencionirane in zato zanimive za podjetja. Značilno za opredeljene vrste con je tudi to, da tesno sodelujejo z znanstvenimi institucijami in univerzami.

Pogoji za vstop so specifično določeni s kriteriji, ki jih opredeli vsaka cona zase in preverjena poslovna ideja. Specializirane cone morajo biti določene za posebno dejavnost.

Industrijske cone so običajno locirane na strateških lokacijah, kjer je možen intenzivnejši pretok informacij in materiala. Pomembno je, da je v takšni coni naseljeno strateško pomembno podjetje, ki s svojimi potrebami pritegne kooperante in dobavitelje iz širšega območja. Zato je osnovno poslanstvo industrijske cone pridobivanje investorjev s privlačno ponudbo. Pri oblikovanju takšne ponudbe sodeluje tudi lokalna skupnost (zemljišča po ugodni ceni), država (davčne olajšave, finančne spodbude) in finančne institucije s kapitalom in financiranjem dejavnosti.

Podjetniško-obrtne cone so od vseh najmanj definiran tip. Nastajajo predvsem iz podjetniških interesov, podprtih s strani lokalnih skupnosti (v določenih primerih tudi države). Poznamo dva pristopa. Pri prvem gre samo za učinkovito pripravo in prodajo nepremičnin, pri drugem pa obstajajo še druge ugodnosti. Lastniki so podjetniki, ki so hkrati strateški partnerji podjetjem v coni.

Za izvedbo tako zahtevnega projekta so potrebne izkušnje s tega področja, poznavanje trženja in zagotavljanja potrebnih sredstev. Izjemnega pomena za takšne cone je, da so dobro organizirane in pridobijo čim več ugodnosti (davčne olajšave in vzpodbude, ugodne vire financiranja ipd.).

2.3.2 Poslovne cone kot večnamensko orodje ekonomske politike

Poslovne cone (podjetniške cone) lahko razvrstimo tudi kot večnamensko orodje ekonomske politike, ki se razlikujejo od države do države in regije do regije (Filipič 1999, 4-5):

- glede na panogo in vrsto dejavnosti, ki je komparativna prednost gospodarskega razvoja določenega območja, razlikujemo industrijske, industrijsko-obrtne, trgovske, kmetijske, obrtne, podjetniške, obrtno-podjetniške, turistično-rekreativne, prometno-tranzitne, podjetniške cone,
- glede na ukrepe in instrumente, ki jih nudi država in regije, da bodo vzpodbudile posebna znanja oziroma njihovo komercialno rabo, poznamo tehnološke parke,

Kaj je poslovna cona in kaj je njen osnovni namen

- inovacijske centre, znanstvene parke, centre za transfer tehnologije, izobraževalne centre itd.,
- če upoštevamo zaposlenost ter rast zasebnih podjetij (malih in srednje velikih) na določenem območju, razlikujemo inkubatorje (valilnice podjetij) različnih vrst,
 - glede na raznovrstnost intenzivnosti instrumentov ekonomske politike (tuja vlaganja, povečanje uvoza, povečanje izvoza, investicije, proizvodne kooperacije) ločimo ekonomske cone, carinske cone, prosto-carinske cone (komercialne, izvozno-industrijske, uvozno-industrijske cone, »offshore« centre ipd.).

3 PRISTOP K USTANAVLJANJU NOVIH POSLOVNIH CON

3.1 Potrebe po podjetniških oziroma poslovnih conah v Sloveniji

Vrečič (1998, 11) ugotavlja, da se poslovne cone ustanavljajo z dvema namenoma. Prvi je ta, da se zadovoljijo potrebe in zahteve, ki neposredno služijo podjetjem in se nanašajo na:

- preskrbo ustrezno opremljenega prostora z namenom, da se na tem mestu lahko ustanavljajo podjetja,
- omogočanje normalnega delovanja že obstoječih podjetij (pretežno podjetij s proizvodnimi aktivnostmi, za katera pa v urbanih območjih ni prostora,
- preskrbo osnovne potrebne infrastrukture za vsako podjetje (elektrika, voda, kanalizacija, telekomunikacije),
- storitve, ki jih podjetja lahko koristijo, kot so npr.: svetovanje pri upravljanju, trženju, skladiščenje, transport, promocijo, izobraževanje itd.

Drugi se nanašajo na doseganje posrednih učinkov, kot so:

- pospeševanje in podpora razvoju že obstoječih in na novoustanovljenih podjetij,
- pospeševanje in podpora ustvarjanju novih možnosti zaposlitev v regiji ali občini,
- privabljanje tujih investicij,
- doseganje pozitivnih ekoloških učinkov, ker podjetja niso razpršena po različnih lokacijah, temveč so skoncentrirana na enem mestu.

3.2 Kriteriji za izbiro ustrezne lokacije

Kriteriji za izbiro ustrezne lokacije, kjer naj bi se ustanovila cona, se delijo na: (Hypodomi 2002, 46):

3.2.1 Naravne značilnosti

Velikost

Za poslovno cono je zelo pomembno, da doseže določeno velikost, npr. 60 - 100 ha, če želi privabiti večja domača in tuja podjetja.

Geološka primernost

Zaradi lažjega internega prostorskega načrtovanja je priporočljivo, da je zemljišče površinsko čim bolj ravno in primerne oblike.

Primernost lokacije

Pri izbiri lokacije za novo podjetniško cono je potrebno paziti na to, da se ne nahaja v bližini naravnih parkov, turističnih območij, kulturnih spomenikov. Če bo v coni delovala tudi težka industrija, je pomembno tudi to, da v bližini ni urbanih področij. Zelo pomembno pa je, da se nahaja v bližini avtocest, regionalnih cest.

3.2.2 Ekonomske in tehnične značilnosti

Lastništvo

Najprimernejša so zemljišča, ki so v celoti v lasti države oziroma občin in niso uporabna za druge namene. Pri teh zemljiščih je predvsem pomembno to, da so cene pri prodaji zemljišča nizke. To je tudi osnovni pogoj. Pri zasebnih lastnikih prihaja vse prevečkrat do problema visokih oziroma previsokih cen v primerjavi s cenami zemljišč v razvitejših in tudi manj razvitih članicah EU.

Prostorsko planiranje

Zaželeno je, da se cone nahajajo v bližini dobro urejene prometne infrastrukture (ceste, avtoceste, železnica ipd.), da lahko blago hitro in brez nepotrebnih problemov pride do kupcev. Tudi oddaljenost od urbanih centrov ne sme biti prevelika zaradi delovne sile, ki prihaja iz urbanih področij.

Prav tako je pomembno, da so zbirališča odpadkov in čistilne naprave čim bližje, saj je znano dejstvo, da predstavljajo stroški izgradnje čistilne naprave kar 40,0 % vseh stroškov izgradnje komunalne infrastrukture.

Zagotovljena mora biti ustrezna preskrba z vodo, elektriko in ustrezne telekomunikacijske povezave.

Družbene in ekonomske značilnosti

Najpomembnejši faktorji so človeški viri. Med pomembnejše pa sodijo še določeni drugi družbeni parametri, kot so npr. število prebivalstva v regiji, izobrazbena struktura, usposobljenost delovne sile, migracijski tokovi ter razmerje med zaposlenostjo in nezaposlenostjo.

V primeru ustreznega števila kvalificirane, nezaposlene delovne sile, se investitorji lažje odločajo za vlaganja v izbrano regijo.

Poleg navedenega so pomembni tudi naravni viri in ostali ekonomski parametri, kot so npr. surovine, sektorji poslovnih aktivnosti, regionalne in državne meje.

Med pomembne faktorje štejemo tudi usposobljenost regionalnih razvojnih agencij ter občin. Sodelovanje med njimi je namreč vitalnega pomena za razvoj območja, v primeru da poteka sodelovanje na visoki strokovni ravni, kjer je na voljo različna

uporabna dokumentacija, se investitorji lažje odločajo za prihod oziroma investiranje v cono, ki se ustanavlja ali razvija na takem območju.

3.3 Potek ustanavljanja novih poslovnih con v Sloveniji

Ustanovitev takšne ali drugačne cone je smiselna samo v regijah, ki razpolagajo z ustreznimi viri znanja, zadostnim številom ljudi in primernim podjetniškim potencialom. Filipič (2000, 282) navaja osnovne pogoje za ustanovitev cone. Ti morajo upoštevati naslednje:

- projekt mora prinašati ustrezne gospodarske koristi lokalni skupnosti in širše,
- lokalna skupnost mora z njim soglašati in ga podpirati,
- projekt mora biti skladen z ekološkimi standardi.

3.3.1 Fizično načrtovanje poslovne cone

Na začetku je potrebno pridobiti vsa dovoljenja za ustanovitev. Ta so:

- upoštevanje prostorske zakonodaje,
- stavbno – zemljiška zakonodaja,
- lokacijsko dovoljenje,
- gradbeno dovoljenje,
- obratovalno dovoljenje.

3.3.2 Postopki ustanavljanja in organiziranja poslovne cone

Postopki ustanovitve cone so ponavadi zelo zapleteni. Probleme in izzive, ki se pojavljajo pri ustanovitvi podrobno opredeljuje Hypodomi (2002, str. 58):

- izdelati je potrebno študijo o izvedljivosti projekta ustanovitve cone,
- določiti je potrebno upravni odbor in projektne vodje,
- pridobiti je potrebno zemljišča,
- natančno je potrebno opredeliti spreminjanje prostorskega plana,
- opredeliti je potrebno promocijo in trženje zemljišč v coni,
- izdelati je potrebno načrt cone in gradbeni načrt v povezavi z investitorji,
- opredeliti je potrebno gradnjo infrastrukture,
- opredeliti je potrebno bodočo organiziranost podjetniške cone.

3.4 Financiranje novih poslovnih con

Osnovni stroški, ki nastajajo pri ustanavljanju katerekoli cone so:

- nakup zemljišča,
- izgradnja osnovne infrastrukture (cesta, vodovod, kanalizacija, čistilne naprave, elektrika, telekomunikacije, upravni in ostali potrebni prostori),

- stroški povezani z ustanovitvijo in organizacijo cone,
- različne preliminarne študije,
- stroški plač za upravo in administracijo.

Ponavadi se k sodelovanju skuša pritegniti tudi zasebne investitorje, kar se v Sloveniji zaenkrat še dokaj redko dogaja. V glavnem so investitorji v Sloveniji poleg občin še država, v manjši meri pa tudi zasebni vlagatelji. Glede na to, da so v svetu uspešnejše zasebne cone, bo potrebno razmerja vlagateljev ustrezno in čim prej spremeniti tudi v Sloveniji.

Rentabilnost investicij je v veliki meri odvisna od dohodkov cone. Najpomembnejši so:

- prodaja posameznih delov zemljišč podjetjem,
- najemnine za prostore, namenjene podjetjem, ki nudijo različne storitve za majhna, srednje velika in ostala podjetja, kot npr. svetovalna podjetja, različne servise, banke ter druge objekte, kot so npr. samopostrežne restavracije, športni objekti ipd.,
- storitve, ki jih podjetjem nudi administrativna enota cone (npr. najrazličnejše informacijske, izobraževalne, trženjske, promocijske in druge storitve, zbiranje in odvažanje odpadkov, čiščenje, itd.).

4 PRIMERJAVA SLOVENIJE S SOSEDNIMI DRŽAVAMI

4.1 Zakonodaja

V sosednjih državah (Avstrija, Nemčija, Madžarska in Italija) je vzpostavitev oziroma izgradnja poslovnih con odvisna od zakonov, ki urejajo promet z zemljišči, se tičejo varovanja in urejanja okolja ter gradnje objektov. Navedene skupine zakonov imajo različne pristope, v bistvu pa se ne razlikujejo. Za vse je značilna vrsta podzakonskih aktov in odlokov, ki urejajo posamezna vprašanja pri pripravi in izvajanju projektov. Tako obsežna zakonodaja ima za posledico zapletene in dolgotrajne administrativne postopke.

V Sloveniji so razmere precej podobne tistim v obravnavanih tujih državah. Bolj kot v tujini pa so ponavadi zapleteni postopki in omejitve pri prometu s kmetijskimi zemljišči.

4.2 Tipologija

V Nemčiji imajo zakonsko urejeno definicijo con v treh zakonih. Prvi se nanaša na tipologijo con in prostorske osnove za oblikovanje, hkrati pa je podlaga za regionalno in lokalno planiranje. Drugi se nanaša na prostorsko ureditev celotne lokalne skupnosti, tretji pa ureja posamezna področja znotraj njih. Avstrija ima podobno zakonodajo, vsaka regija pa ima še zakon, ki opredeljuje njene razvojne možnosti.

V Italiji so cone zakonsko opredeljene le z vidika prostora kot področja, ki so namenjena določeni dejavnosti. Strateško planiranje se vrši vsako sedmo leto, ko se cona planira v okviru prostorskega načrtovanja države.

V Sloveniji so v zadnjih letih natančno definirane le ekonomske cone, tehnološki parki in tehnološki centri.

4.3 Značilnosti con

V Sloveniji in Italiji število podjetij v conah in njihova dejavnost niso poznani, država oz. pristojna ministrstva ne vodijo posebnih evidenc. Avstrija in Nemčija vodita pregled vseh podjetij v conah, evidenco o podjetjih ima tudi Madžarska. Komunalno infrastrukturo v Sloveniji največkrat financirajo zainteresirani investitorji, včasih tudi občina, ki želi vložena sredstva čim prej dobiti povrnjena ali celo zaslužiti. Na Madžarskem komunalno infrastrukturo urejajo občine, saj želijo z oblikovanjem con pritegniti tuji kapital. Nemčija in Avstrija komunalno infrastrukturo financirata prek regionalnih razvojnih institucij in državnih skladov, ki financirajo podporno okolje. V Italiji komunalno infrastrukturo rešujejo na regijski ravni.

Poslovna infrastruktura je v Nemčiji zagotovljena s strani regionalnih razvojnih institucij. V Italiji imajo nekaj zaposlenih, ki poskrbijo za poslovno servisiranje. Na Madžarskem imajo vso poslovno infrastrukturo le tehnološki parki.

V Nemčiji in Avstriji upravljajo in tržijo cone regionalne razvojne institucije, v Italiji konzorciji, na Madžarskem upravlja cone za to ustanovljeno podjetje.

4.4 Podjetniške cone v Sloveniji danes

Razvoj malih in srednje velikih podjetij zahteva lokacijske možnosti razvoja, ki so dovolj poceni, omogočajo hitro uresničevanje razvojnih načrtov ter razvijajo modalitete glede na potrebe in finančne zmožnosti malega gospodarstva. V EU je to področje sorazmerno dobro rešeno z velikimi naložbami zlasti v manj razvitih območjih, v Sloveniji pa kljub dobrim obetom glede načrtovanja con v preteklosti le-teh primanjkuje, kakor tudi poslovnih kompleksov in ustreznih urbanističnih rešitev.

Začetni razvoj inkubatorjev v 90-ih letih je povsem zamrl. Obstoječi tehnološki parki bi morali okrepiti svoje aktivnosti (vključevanje novih podjetij, okrepitev povezav z univerzami).

Relativno hitro nastajajo različne cone, pogosto brez koncepta in pravih gospodarjev, ki bi imeli ustrezno vizijo ter finančno moč za učinkovito realizacijo con. Zaradi neizpoljenih zahtev je razvoj con v Sloveniji še vedno slabo dolgoročno načrtovan, povezovanja podjetij v conah je malo.

Posledice so predvsem visoki stroški na vseh nivojih in finančno slabljenje podjetij. Premalo se uveljavlja standardizacija objektov, ki bi znižala stroške, pospešila gradnjo in zagotovila boljše vključevanje podjetniških con v okolje ter učinkovitejše ekološke rešitve. Vse to je pripeljalo tako daleč, da se je preizkušena uspešna smer razvoja izgradnje različnih tipov con (podjetniške, poslovne, industrijske itd.) obrnila navzdol. Lokalne skupnosti se za izgradnjo cone največkrat odločijo zato, ker imajo na razpolago prazen prostor, ki ga je pač treba zapolniti, nihče pa se ne vpraša, ali so na razpolago zadostni viri in paleta storitev za čim boljše podporo podjetnikom in za razvoj cone v prihodnosti.

Rezultat tega je, da imamo v Sloveniji predvsem cone tipa A, B in C, ki so nastale (Filipič1999, 14):

- A/ kot načrtovano zemljišče za opravljanje različnih dejavnosti, kjer je dovoljeno investiranje;
- B/ kot opremljeno komunalno zemljišče za opravljanje različnih dejavnosti, kjer je dovoljeno investiranje;
- C/ kot komunalno urejeno zemljišče in zgrajeni objekti do določene faze za razvoj vnaprej določenih dejavnosti brez urejene infrastrukture.

V nasprotju s Slovenijo lokalne skupnosti, ki v razvitih državah želijo pridobiti domače in tuje investitorje, ponujajo tudi različne pomoči za nastanek in delovanje con,

saj se zavedajo pomembnosti tega instrumenta. Njihove cone so v večini primerov cone tipa D, E, in F, in sicer:

- D/ kot komunalno urejeno zemljišče in zgrajeni objekti z izgrajeno osnovno infrastrukturo (asfaltirani dohodi, elektrifikacija, napeljave drugih energentov itd.);
- E/ kot komunalno in infrastrukturo urejene cone, ki so nadgrajene z različno poslovno infrastrukturo (računalniške povezave, fotokopiranje, telefaks in poštna storitve, recepcija, varovanje, tajniški posli, video in avdio oprema, sejne in konferenčne sobe, restavracije, skupni družabni prostori ipd.);
- F/ kot komunalno in infrastrukturo urejene cone, ki so nadgrajene z različno poslovno infrastrukturo ter trdimi in mehкими oblikami podpornih ukrepov in storitev povezanih con, svetovalnih institucij in podjetij, države, regij, lokalnih skupnosti ali univerz in drugih znanstvenih institutov.



5 SPODBUDE IN PODPORNE STORITVE V CONAH

Podpiranje poslovanja podjetij in ustrezna strokovna pomoč je osnovni cilj razvoja con, z namenom povečanja konkurenčnosti cone in podjetij, ki v njej delujejo. Da bi navedeni cilj in ostale izvedene cilje lahko dosegli, je potrebno ustvariti ustrezno okolje za razvoj in napredovanje podjetij. Zaradi vsega naštetega je ključnega pomena uravnotežena ponudba spodbud in storitev, ki podjetja motivirajo, da vstopijo in začnejo poslovati v poslovni coni.

Za izboljšanje konkurenčnosti podjetja je potrebno predvsem skrbeti za kvalitativno izboljšanje proizvedenega blaga in storitev, izboljšanje dizajna izdelkov, prilagodljivost na spremembe v povpraševanju, domiselna uporaba novih tehnologij, uporaba storitev, ki podjetjem omogočajo hitro prilagajanje in koriščenje vseh možnosti, nudenje ostalih podpornih storitev s področja izobraževanja, trženja itd.

Za najrazvitejše poslovne cone v svetu velja, da ponujajo različne vrste storitev, ki so dobrodošla za nadaljnji razvoj podjetij.

V nadaljevanju jih bomo nekaj podrobneje opredelili.

5.1 Izobraževanje

Stalno izobraževanje je temelj nadaljnjega razvoja podjetij. V splošnem poznamo dva pristopa, ki jih lahko cone s svojimi službami ponudijo podjetjem.

Prvi temelji na potrebah po stalnem nudenju osnovnih znanj z različnih področij in jih lahko koristijo tudi podjetja, ki ne delujejo v coni, drugi pa je povezan z bolj specifičnimi oziroma tistimi znanji, ki jih podjetja v coni potrebujejo glede na svoje dejavnosti.

5.1.1 Organizacija stalnih izobraževanj

Pri nudenju osnovnih znanj, govorimo predvsem o tečajih, ki jih ponujajo javne in zasebne institucije oziroma podjetja s področja podjetniških in s podjetništvom povezanih izobraževanj in usposabljanj, organizira pa jih ustrezna služba v okviru poslovne cone. Tečaji so različne narave, nanašajo pa se lahko na področja, kot npr.: delovanje in vodenje podjetja, finance in računovodstvo, davki in z njimi povezane storitve, osnove upravljanja, trženje z marketingom, učenje različnih računalniških programov ipd. V vseh teh primerih lahko v okviru cone delujoča enota poveže različne izobraževalne institucije s podjetji, ki se zanje zanimajo, hkrati pa jih tudi organizira in izpelje. Na tak način je podjetjem, ki delujejo v coni olajšan dostop do tovrstnih storitev, doseže se lahko nižja cena, vse skupaj pa pozitivno vpliva na nadaljnji razvoj podjetij. S tem se dosega tudi višji rating cone, usposobljenost in pripravljenost na vedno večje tržne izzive ter s tem tudi konkurenčnost v coni delujočih podjetij pa se povečuje.

5.1.2 Organizacija usposabljanj s področja specifičnih znanj

V tem primeru ponavadi administracijska enota poslovne cone, ki skrbi za organizacijo izobraževanj in usposabljanj s pomočjo potreb v coni delujočih podjetij organizira in/ali skupaj z zunanjimi izvajalci odvisno od potreb od časa do časa organizira izobraževanja, povezana z aktivnostmi, ki jih podjetja v coni potrebujejo. Ta se lahko nanašajo npr. na področje logistike, trženja, promocije, kontrole kakovosti, uvajanje standardov kakovosti ipd.

5.2 Podpora in različne spodbude za podjetja delujoča v poslovnih conah

Navedene podpore in spodbude so namenjene predvsem malim in srednje velikim podjetjem. Ker se podjetja med sabo ponavadi razlikujejo, je glavni poudarek na informacijskih storitvah, financiranju razvoja malih in srednje velikih podjetij, financiranju podpornih storitev, organizaciji kooperacijskih borz, iskanju poslovnih partnerjev ipd.

Pomembno vlogo pri povezovanju med organizacijami in podjetji, ki nudijo podporo majhnim srednje velikim podjetjem ter podjetji v coni, ki to podporo potrebujejo ima njihov predstavnik v upravnem odboru cone in razpoložljivi resursi (administrativna enota cone) s katerimi poslovna cona razpolaga. Na tak način se lahko ustrezneje, predvsem pa bolj optimalno zasnuje in organizira tovrstne aktivnosti, k izvajanju pa se lahko povabi:

- različne državne, regionalne in lokalne sklade, ki nudijo najrazličnejše storitve s področja financiranja (ugodni krediti, garancije, nepovratna sredstva ipd.),
- poslovne inkubatorje oziroma cone, ki imajo razvite specifične oblike podpore za podjetja (npr. promocija, oglaševanje, trženje ipd.),
- tehnološke in razvojne centre,
- raziskovalne institute,
- regionalne in lokalne podporne institucije (Regionalne razvojne agencije, Lokalne podjetniške centre itd.),
- različna svetovalna podjetja.

Razvoj malih in srednje velikih podjetij je ključnega pomena za razvoj poslovne cone, zato na kratko navajamo možne podporne dejavnosti. To so organiziranje in izvajanje izobraževanj na področju podjetništva za ljudi, ki še nikoli niso vodili podjetja. Teme so različne, nanašajo pa se predvsem na trženje, finance, računovodstvo, davke, optimiziranje proizvodnje, ravnanje s človeškimi viri, varnostni predpisi, oglaševanje, promoviranje ipd.

Finančne storitve se nanašajo na različne aktivnosti, od nujenja osnovnih finančnih informacij do informacij o tveganem kapitalu, poslovnih angelih, povezovanju z

državnimi in regionalnimi ponudniki različnih kreditnih shem, subvencij za zaposlovanje nezaposlenih ipd.

Podpora tistim, ki so prvič ustanovili lastno podjetje in potrebujejo v začetnih letih podporo in pomoč, bi jim znotraj poslovne cone lahko nudile različne specializirane agencije oziroma lokalni podjetniški centri. Storitve se lahko nanašajo na:

- svetovanja za razreševanje osnovnih in tudi specifičnih problemov, ki nastajajo v posameznih podjetjih,
- aktualizirane baze podatkov, ki vsebujejo različne informacije in podatke s področja pridobivanja nepovratnih sredstev, ugodnih finančnih sredstev, trženja, navezovanja stikov s partnerji, pridobivanju franšiz, najnovejših zakonskih predpisih ipd.,
- občasno svetovanje strokovnjakov z različnih področij,
- specializirana usposabljanja z različnih področij,
- organizacijo kooperacijskih borz s podjetji iz sosednjih držav,
- svetovanja s področja uvajanja nenehnih izboljšav ipd.

5.3 Tržne aktivnosti

Investitorji se običajno ne zavedajo, da je trženje zelo pomemben dejavnik uspešnosti katerekoli cone, saj promocijskega materiala praviloma nimajo. Najpogosteje dobijo potencialni investitorji oziroma kupci informacije na občini ali pri glavnem investitorju, ki večinoma poskrbi le za obveščenost lokalnega okolja. V lokalnem časopisju je v času priprave javne obravnave in sprejemanja lokacijskega načrta mogoče prebrati najosnovnejše informacije o načrtovani gradnji cone. Potencialni kupci zemljišč so tako praviloma prepuščeni sami sebi in svoji radovednosti, da pridejo do nadaljnjih informacij.

Vlogo svetovalnega podjetja za trženje lahko prevzame tudi upravni odbor poslovne cone, pri bolj zahtevnih projektih pa se najamejo tudi zunanji strokovnjaki. Metod trženja je več, od tradicionalnih oblik (letaki, katalogi, oglasi v medijih), v zadnjem času pa se vse bolj uveljavljajo tudi oblike metod trženja preko spletne platforme, kar je ena izmed pomembnejših aktivnosti v okviru delujoče mreže storitev poslovnih con, ki se bodo realizirale v okviru pričujočega projekta.

To poudarjamo zaradi dejstva, da pri nas še nismo zasledili primera, da bi se promovirala delujoča cona kot celota (tudi z v poslovni coni delujočimi podjetji in storitvami, ki jih nudi), tako kot se na primer promovirajo razni trgovski centri. Podjetja, ki delujejo v coni morajo za svojo promocijo v glavnem poskrbeti sama.

V Sloveniji je na posameznih področjih koncentracija podjetij zelo velika, zato je prostor, namenjen industriji in obrti, močno omejen. Tu povpraševanje po prostoru presega ponudbo, zato trženje načrtovane cone ni potrebno. Nasprotno bi cone na

nerazvitih področjih (kot je to primer Pomurja) potrebovale veliko promocijo, da bi privabile podjetja oziroma kupce zemljišč. Poslovna cona namreč veliko prispeva k promociji okolja, v katerem je urejena, zato bi morali lokalni organi oblasti (čeprav niso glavni investitorji) njenemu trženju posvetiti več pozornosti.

6 PREDSTAVITEV POSLOVNIH CON POMURJA

6.1 Industrijska cona Mele (Gornja Radgona)

Cona je v lasti občine in meri 50 ha. Skupno število delujočih podjetij v coni znaša 23, od tega je 9 obrtnih podjetij. Storitve podjetjem v coni ne nudijo, tudi potencialne zunanje partnerje zaenkrat ne vključujejo. Komunalna opremljenost je dobra, manjka le centralna čistilna naprava, zaradi česar si morajo investitorji sami izgraditi greznico oziroma čistilno napravo.

Tržne in promocijske aktivnosti cone so omejene le na promocijski material. Zaposlenih v coni ni, za razvoj sta odgovorna župan in vodja oddelka za urejanje prostora.

Med svoje največje prednosti štejejo:

- ugodno lokacijo (bližina avstrijske meje),
- dobro komunalno opremljenost,
- raznovrstnost podjetij, ki delujejo v coni.

6.2 Poslovna cona Turnišče

Poslovna cona je v lasti občine, skupna površina znaša 5ha. V cono je vključenih 5 podjetij. Storitve, ki jih ponujajo podjetjem, vključenim v cono so naslednje:

- finančne in računovodske storitve,
- poslovno-svetovalne storitve

Komunalna opremljenost cone je zelo dobra in na visoki kakovostni ravni. Na področju trženja cone imajo izdelano strategijo trženja, razvite trženjske funkcije in za trženje usposobljeno osebje. Promocijskih aktivnosti za pospeševanje prepoznavnosti cone še niso razvili, tudi zaposlenih cona še nima. V prihodnosti si želijo razviti čim več storitev, ki bi podjetjem olajšala poslovanje. Njihova največja prednost sta dobro urejena infrastruktura in bližina priključka na avtocesto.

6.3 Industrijska cona Ljutomer in Poslovno obrtna cona Jeruzalemska

Skupna površina obeh con, ki sta občinski lasti znaša 11 ha, v njej pa deluje 144 podjetij, od tega 62 obrtnih podjetij. Poslovno obrtna cona Jeruzalemska je popolnoma komunalno opremljena, kakovost komunalne opremljenosti je na visoki ravni. Industrijska cona Ljutomer pa je le delno komunalno opremljena. Storitve, ki jih v lastni režiji in z zunanjimi partnerji ponujajo v navedenih conah v Ljutomeru svojim članom, so:

- finančne in računovodske storitve,
- pravne storitve,
- poslovno-svetovalne storitve,

- storitve trženja in promocije,
- storitve strokovnih in drugih združenj,
- storitve državnih institucij,
- informacijske storitve.

Večinoma jih opravljajo sami, brez zunanjih partnerjev. Zaposlenega osebja v navedenih conah nimajo, za razvoj pa skrbijo občinske službe in Prleška razvojna agencija. Svojo največjo prednost vidijo v dostopnosti (cesta, železnica) in dobri komunalni opremljenosti.

6.4 Obrtna cona Črenšovci

Tudi obrtna cona Črenšovci spada med manjše cone, saj meri le 5 ha in je prav tako v občinski lasti. Trenutno se v njej nahaja 5 podjetij, od tega 2 obrtni podjetji. Komunalna opremljenost cone je zadovoljiva, kakovost osnovne komunalne opreme, kot je vodovod, kanalizacija, cesta, elektrika itd. je na zadovoljivi ravni. Storitve, ki bi bile zanimive za podjetja cona ne ponuja, prav tako pa o tem ne razmišlja niti v navezavi z zunanjimi partnerji. Zaposlenih v coni ni.

6.5 Poslovno industrijska cona Lendava

Poslovno industrijska cona v Lendavi spada med največje cone, saj meri kar 158 ha in je kot taka primerna tudi za večje strateške investitorje. V coni se nahaja 35 podjetij, ki opravljajo različne dejavnosti, razvija pa se tudi podjetniški inkubator. Nahaja se neposredno ob V. evropskem avtocestnem koridorju Barcelona – Kijev, zraven pa je tudi železniška proga, ki povezuje Slovenijo, Hrvaško in Madžarsko. Komunalna opremljenost cone je zelo dobra, problemi se pojavljajo le z javnim prevozom. Poslovno – industrijska cona Lendava ponuja podjetjem, ki delujejo v coni naslednje storitve:

- storitve državnih institucij, ministrstev, regionalnih in lokalnih centrov,
- informacijske storitve.

V bodočnosti se skupaj z zunanjimi partnerji pripravljajo na nudenje tudi ostalih najbolj potrebnih storitev za podjetja, vključena v cono. Cona pri razvoju sodeluje z domačimi in tujimi poslovnimi conami ter podpornimi institucijami. Menijo, da so svojo ponudbo konkurenčni. Zaposlenih v coni zaenkrat še nimajo, nameravajo pa to storiti v bližnji prihodnosti.

6.6 Obrtno poslovna cona Bučečovci

Obrtno poslovna cona Bučečovci šele pričinja s svojim delovanjem. Je v občinski lasti, njena velikost znaša 4,5 ha in je delno opremljena. Nahaja se ob izvozu avtoceste ter ob regionalni cesti G. Radgona – Ljutomer. Blizu je tudi železnica. Podjetij v coni še

ni, predvidevajo pa, da se bo cona začela polniti še v tem letu. Od osnovne komunalne opremljenosti jim manjka le plinovod. Storitve za podjetja ni in jih sami in tudi z zunanjimi partnerji v prihodnosti ne načrtujejo. Trženja in promocije za lastne potrebe zaenkrat še ne obvladujejo.

6.7 Poslovna cona Kamenice (Odranci)

Cona meri 13 ha. Lastnik je občina Odranci. Trenutno sta v njej dve podjetji, eno izmed je tuje (izdelava avtodomov) in bo v tem letu zaposlilo 150 delavcev, v naslednjem letu pa še prav toliko. Gre za eno izmed največjih proizvodnih investicij v Pomurju v letu 2008. Cona je popolnoma komunalno opremljena, kakovost komunalne opreme pa je na visoki kakovostni ravni. Na področju trženja je cona povezana z agencijami za privabljanje investicijskega kapitala in nepremičninskimi agencijami ter svetovalci. Za trženje ima usposobljeno osebje.

Od storitev, ki jih ponujajo podjetjem, ki bodo poslovala v coni, navajajo:

- finančne in računovodske storitve,
- pravne storitve,
- poslovno-svetovalne storitve,
- storitve usposabljanja,
- informacijske storitve,

Pri razvoju storitev sodelujejo z domačimi poslovnimi conami in podpornimi institucijami. Menijo, da so s sedanjo ponudbo konkurenčni.

6.8 Poslovno kmetijska cona Dobrovnik

Skupna površina poslovne cone znaša 100 ha. V coni poslujejo tri podjetja. Komunalno je cona le delno opremljena. Manjkajo plinska napeljava, delno je urejen kanalizacijski sistem in vodovod. Razdelano imajo strategijo trženja cone in razvite trženjske funkcije.

Storitve podjetjem ne ponujajo, tega pa ne nameravajo razvijati tudi v prihodnje. Pri razvoju storitev sodelujejo z domačimi poslovnimi conami oziroma podpornimi institucijami. Menijo, do so s ponudbo konkurenčni.

6.9 Poslovna cona Šalovci

Poslovna cona Šalovci še ne deluje. Je ena izmed najmanjših, saj meri le 2 ha in je v občinski lasti. Cona še ni komunalno opremljena in ne nudi nikakršnih storitev. Komunalno jo bo občina opremila v naslednjih letih. Svojo največjo prednost vidijo v možnosti širitve poslovne cone, v bodočnosti pa razmišljajo tudi o zaposlovanju.

6.10 Severna obrtno industrijska cona Murska Sobota

Severna obrtno industrijska cona Murska Sobota njena skupna površina je 52 ha. Komunalno je opremljenih 17 ha zemljišč, v prihodnosti načrtujejo še komunalno urejanje v naslednjih letih.

Cona leži na severovzhodu Murska Sobote. V letu 2008 je povezana z avtocesto (vzhodna obvoznica). Dejavnost podjetij, ki želijo biti prisotna v coni mora biti skladna s prostorskimi akti. Prioriteta so proizvodne dejavnosti. Število podjetij v coni je 10.

Prevladujoče dejavnosti:

- gradbeništvo,
- različne proizvodne dejavnosti,
- trgovinska dejavnost,
- poslovne storitve, ki so jih deležna podjetja.

Storitve, ki jih v lastni režiji in z zunanjimi partnerji ponujajo v navedeni coni svojim članom, so:

- finančne in računovodske storitve,
- pravne storitve,
- storitve usposabljanja in izobraževanja lastnih in kadrov podjetij vključenih v cono,
- storitve svetovanja menedžmentu,
- storitve univerz in raziskovalno-razvojnih institucij,
- storitve trženja in promocije,
- storitve strokovnih, interesnih in drugih združenj,
- storitve industrijskega oblikovanja,
- storitve državnih institucij in informacijske storitve,
- informacijske storitve,
- poslovne storitve v pripravi,
- vavčersko svetovanje, vse na enem mestu (VEM),
- ostale vrste poslovnega in podjetniškega svetovanja.

Imajo razdelano strategijo trženja cone in razvite trženjske funkcije. V coni še nimajo zaposlenih, vendar jih v bodoče načrtujejo. Menijo, da so s svojo ponudbo konkurenčni.

Najpomembnejše prednosti cone so njena velikost in cestna (zgrajena obvoznica) ter železniška povezava. V bližini cone se nahajajo univerza in visoke šole, nakupovalna središča, zdravstvene ustanove, restavracije, kulturne ustanove, športni objekti in stanovanja. Poskrbljeno je za ustrezen nadzor in javni prevoz.

7 EMPIRIČNA RAZISKAVA O STANJU IN POTREBAH V POSLOVNIH CONAH POMURJA

Za analizo stanja in potreb v poslovnih conah Pomurja smo izvedli anketo s predstavniki posameznih poslovnih con v Pomurju. Z anketo skušamo ugotoviti predvsem potrebo po razvoju in mreženju poslovnih con Pomurja. Anketa je bila anketirancem poslana po elektronski pošti. V anketi je sodelovalo 11 anketirancev (odgovorne osebe za cono, direktorji, župani), vsi posredovani vprašalniki, so bili tudi izpolnjeni vrnjeni.

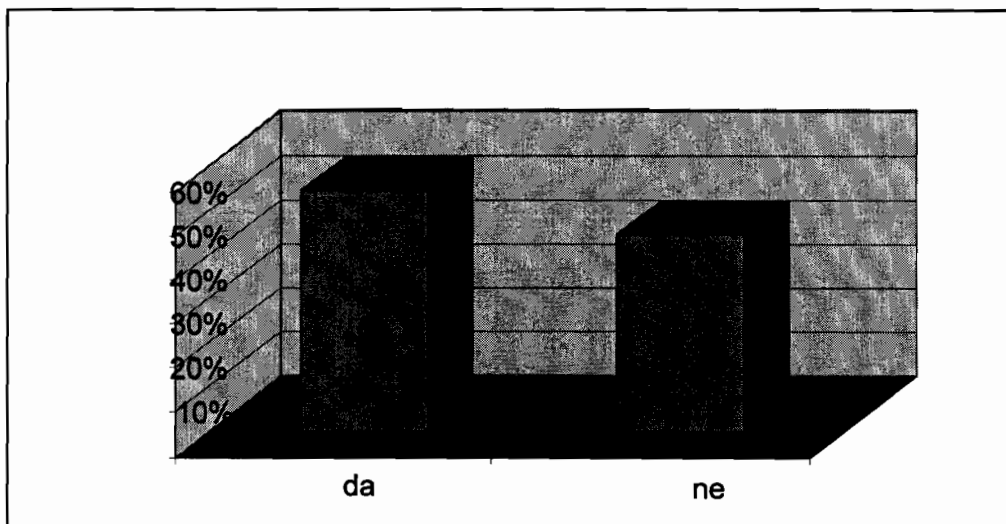
Anketo smo zasnovali v dveh sklopih vprašanj. Prvi sklop zajema vprašanja o kakovosti in konkurenčnosti poslovnih con, drugi sklop pa vprašanja o upravljanju.

7.1 Kakovost in konkurenčnost poslovnih con

V nadaljevanju so prikazani odgovori na zastavljena vprašanja o kakovosti oziroma učinkovitosti poslovne cone ali zakaj se splača vanjo investirati.

Slika 7.1 prikazuje odgovore anketirancev na potrebo po prestrukturiranju lastne cone. Mišljeno je prestrukturiranje v pogledu ponudbe svoje cone v kvantitativnem, kakor tudi v kvalitativnem smislu (npr. predstavitev svoje cone, uvedbo novih storitev v svojo cono itd.)

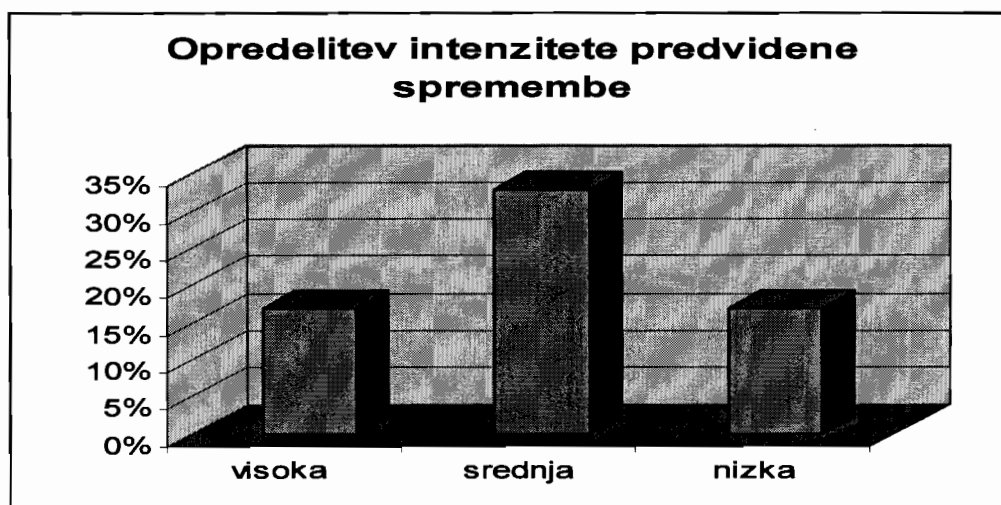
Slika 7.1 Ali obstaja potreba po prestrukturiranju cone?



Dobljenih je bilo 11 odgovorov. V 6 primerih potreba po prestrukturiranju obstaja, v 5 pa ta potreba ne obstaja, kar pomeni, da glede na povečano konkurenčnost con tako doma kot tudi v bližnji okolici (Avstrija, Madžarska, Hrvaška) svoje ponudbe te cone tako v kvantitavnem kakor tudi kvalitativnem smislu ne nameravajo nadgraditi oziroma kakovostno dopolniti ponudbo z naborom storitev, ki privabljajo tako domače kakor tudi tuje investitorje.

Pri vprašanju so se anketiranci morali opredeliti kakšna je intenziteta potreb po prestrukturiranju (slika 7.2).

Slika 7.2 Opredelitev predvidene spremembe



Od tistih, ki so se pozitivno opredelili - 6 anketirancev do tega, da potreba po prestrukturiranju njihove cone obstaja, so 4 navedli da je le-ta srednje intenzitete, v 1 primeru pa je ob upoštevanju vseh objektivnih in subjektivnih razlogov in vplivov le-ta visoka, v 1 primeru pa nizka.

Pri vprašanju po možnosti širitve poslovne cone je pa je bila v ospredju problematika prostorske širitve.(slika 7.3)

Slika 7.3 Možnost širitve zemljišč



6 anketirancev je odgovorilo, da obstaja možnost širitve zemljišč, v 5 primerih pa ta možnost zaradi različnih razlogov ne obstaja, kar pomeni, da ob povečani zainteresiranosti podjetij morajo le-te zavrniti ali pa pričeti z iskanjem (ponekod že urejanjem) novih oziroma dodatnih con, ki bodo lahko ponudila kakovostno opremljena zemljišča in mogoče tudi izbrane storitve za vključena podjetja.

Vprašanje je predvsem namenjeno temu, če anketiranci poznajo Regionalni razvojni načrt oz. če ta sploh obstaja. Regionalni razvojni načrt je načrt investicij v regiji, načrtovan ponavadi za več leti, ki se potrjuje na svetu regije. Investicije, ki so zajete v Regionalnem razvojnem načrtu, so obravnavane prednostno pri dodeljevanju sredstev iz razpisov (Slika 7.4).

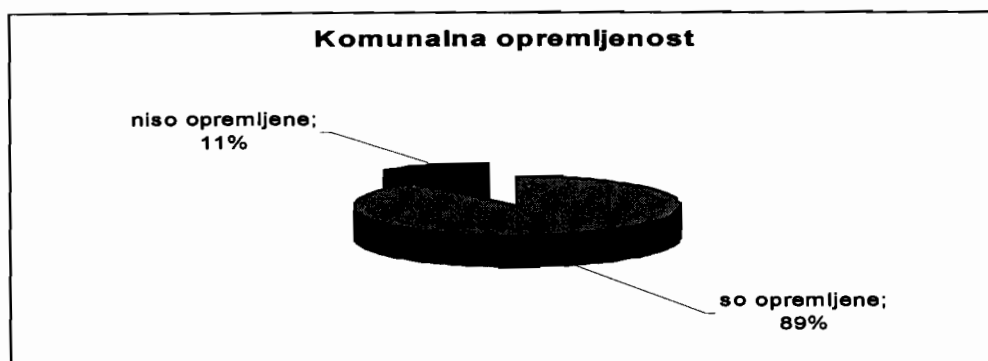
Slika 7.4 Regionalni razvojni načrt



Na vprašanje je odgovorilo 9 anketirancev, ali obstaja regionalni razvojni načrt je 5 anketirancev od tistih, ki so odgovorili na vprašanje odgovorilo pritrdilno, 4 pa negativno, kar pomeni, da ta ne obstaja (ali ga ne upoštevajo) in poslovna cona deluje ter se razvija brez kakršnikoli strokovnih podlag. Iz pridobljeni odgovorov je tudi razvidno, da se ne glede nato, da načrt obstaja, ponekod upošteva drugod pa ne.

Pri tem vprašanju skušamo ugotoviti, kakšna je opremljenost poslovnih con anketirancev (slika 7.5).

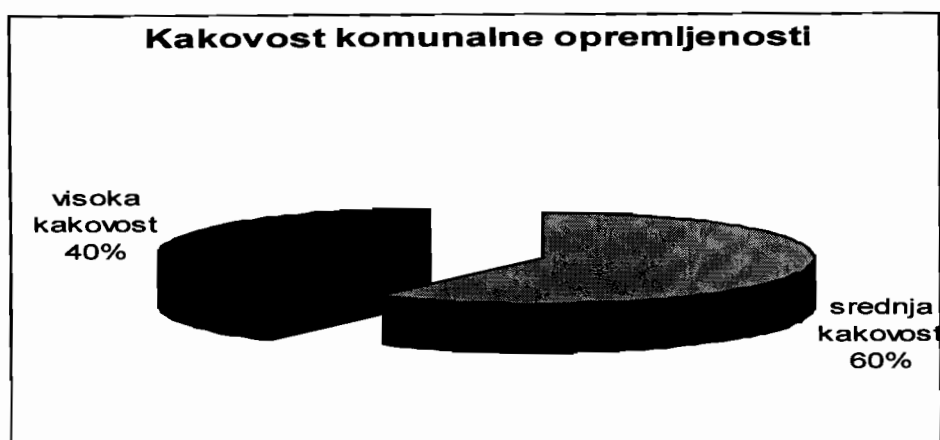
Slika 7.5 Komunalna opremljenost



Na vprašanje je odgovorilo 11 anketirancev, v 10 primerih so cone tistih, ki so odgovorili na zastavljeno vprašanje komunalno opremljene, komunalne opreme ni le pri 1 anketirancev.

Vprašanje je namenjeno temu, da se anketiranci opredelijo o kakovosti komunalne opremljenosti cone (slika 7.6).

Slika 7.6 Kakovost komunalne opremljenosti



Od tistih, ki so dogovorili pozitivno - 10, jih 6 meni, da je kakovost oziroma učinkovitost komunalne opremljenosti srednja, 4 pa jih meni, da je le-ta visoka in v vseh pogledih zadošča potrebam podjetij in podjetnikov, konkurenčna pa je tudi v primerjavi s conami v bližnji okolici.

7.1.1 Ugotovitve iz sklopa vprašanj o kakovosti in konkurenčnosti poslovnih con

Potrebe po prestrukturiranju con obstajajo pri več kot polovici anketiranih predstavnikov poslovnih con, intenziteta potreb je pretežno srednja, za manjši del anketirancev pa nizka ali visoka. Več kot polovica anketirancev je odgovorila, da obstajajo možnosti širitve, kar je zelo pomembno za pritegnitev večjih, predvsem tujih investitorjev.

Zanimivo je dejstvo, da več kot polovica upošteva regionalni razvojni načrt, polovica od teh tudi meni, da je njegova kakovost na visoki ravni, ostali ga ali ne upoštevajo ali ne vedo, da obstaja.

Komunalna opremljenost obstaja povsod razen v eni, nastajajoči coni. 40% anketirancev meni, da je komunalna opremljenost na zelo visoki ravni, ostali pa menijo, da je na srednji kakovostni ravni.

Zaključimo lahko, da se predstavniki poslovnih con zavedajo problemov povezanih s prestrukturiranjem, širitvijo, upoštevanjem s problematiko povezanih razvojnih načrtov in jih rešujejo po najboljših močeh. Komunalna opremljenost je na zadovoljivi ravni, v smislu povečevanju konkurenčnih prednosti pa bi se dalo še marsikaj dopolniti.

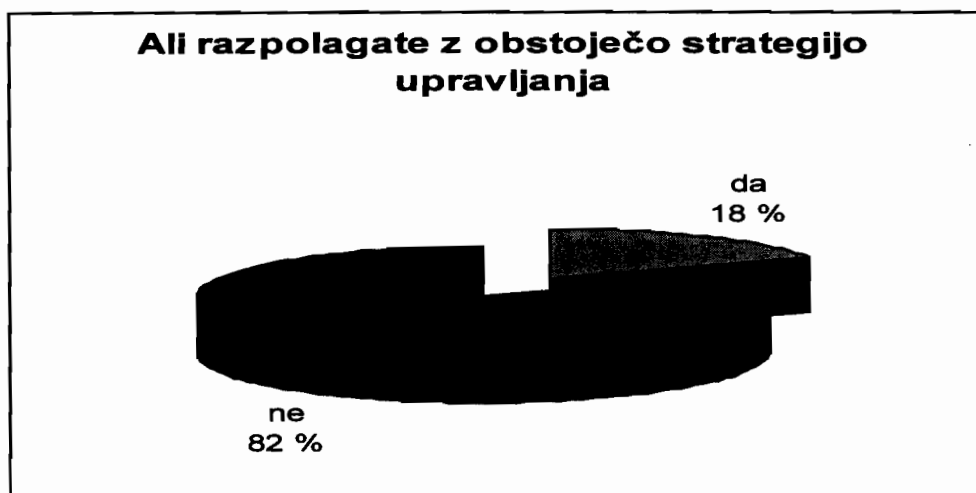
7.2 Upravljanje poslovnih con

Drugi sklop vprašanj pa se nanaša na upravljanje v poslovnih conah Pomurja, predvsem pa so vprašanja naravnana tako, da bomo lahko ugotovili, ali cone sploh razpolagajo s

strategijo upravljanja, ter njena kakovost, kakšno je vodstvo in kakovost le tega. Predvsem pa nas je zanimalo ali obstaja kakršna koli oblika javno zasebnega partnerstva in kakovost le tega, ali obstaja kakršna koli oblika finančnih shem in podpornih institucij za ustanavljanju novih podjetij.

Slika 7.7 prikazuje odgovore anketirancev o strategiji upravljanja. Mišljeno je ali anketiranci imajo izdelano strategijo upravljanja cone ali ne.

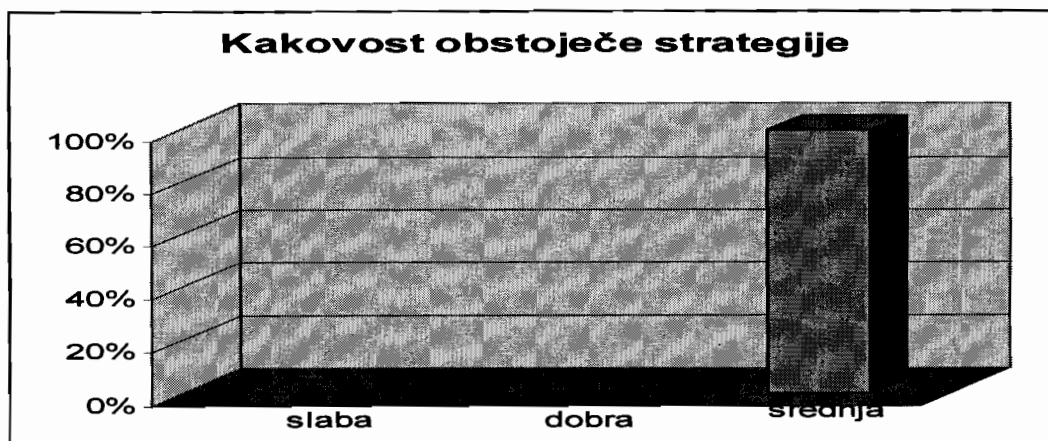
Slika 7.7 Ali razpolagate z obstoječo strategijo upravljanja



Odgovorilo je 11 anketirancev, večina oziroma 9 anketirancev nima strategije upravljanja svoje cone. Ima jo le 2 anketiranih predstavnikov poslovnih con, kar je glede na stalen pritisk konkurence in povečevanje njihove konkurenčnosti za nadaljnji razvoj in ohranitev ali celo povečanje konkurenčnosti ter s tem pritegnitev uspešnih domačih in tujih podjetij, zelo slabo.

Pri vprašanju (odgovarjali so samo anketiranci, ki so na vprašanje o obstoju strategije odgovorili z da) so se anketiranci morali opredeliti o kakovosti izdelane strategije upravljanja (slika 7.8).

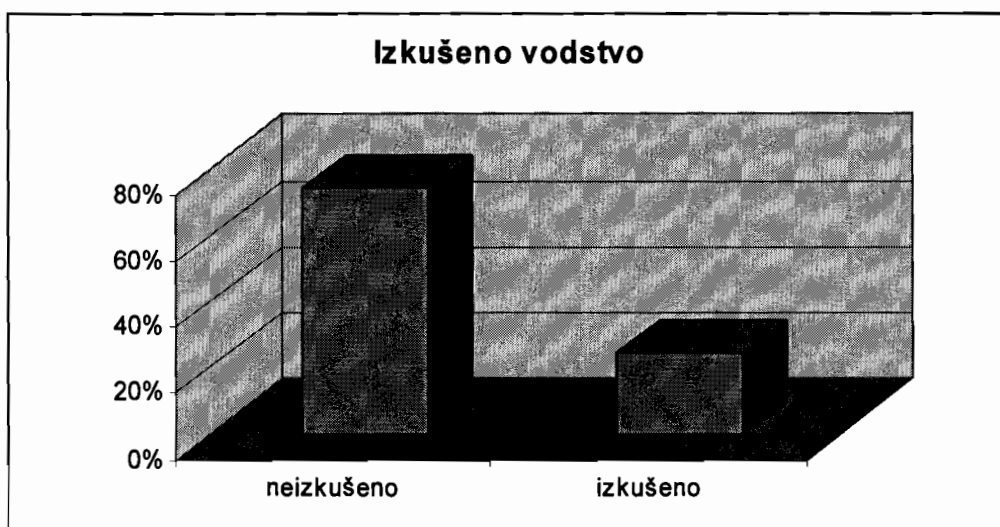
Slika 7.8 Kakovost obstoječe strategije



Na to vprašanje sta odgovorila le dva anketiranca, katerih cona imata izdelano strategijo upravljanja. Oba menita, da je le-ta srednje kakovosti.

Pri vprašanju so se anketiranci morali opredeliti o izkušnosti vodstva v conah (slika 7.9).

Slika 7.9 Izkušeno vodstvo



Odgovorilo je 11 anketirancev, 8 ki so odgovorili na zastavljeno vprašanje, meni, da njihova cona nima izkušenega vodstva, le 3 anketiranci menijo, da je vodstvo njihove cone izkušeno. Tudi ta podatek je zaskrbljujoč, saj v smislu nadaljnega povečevanja konkurenčnosti con ne pomeni nič dobrega, saj so v primerih neizkušenega vodstva oziroma tistega, ki ne upravlja vodenja z vsemi kompetencami, tako kot je to primer v zasebnih conah v tujini, potencialni investitorji dostikrat prepuščeni sami sebi, mnogim pa možnosti in primerjalne prednosti delovanja v conah sploh niso predstavljene.

Slika 7.10 prikazuje odgovore anketirancev o kakovosti vodstva v conah.

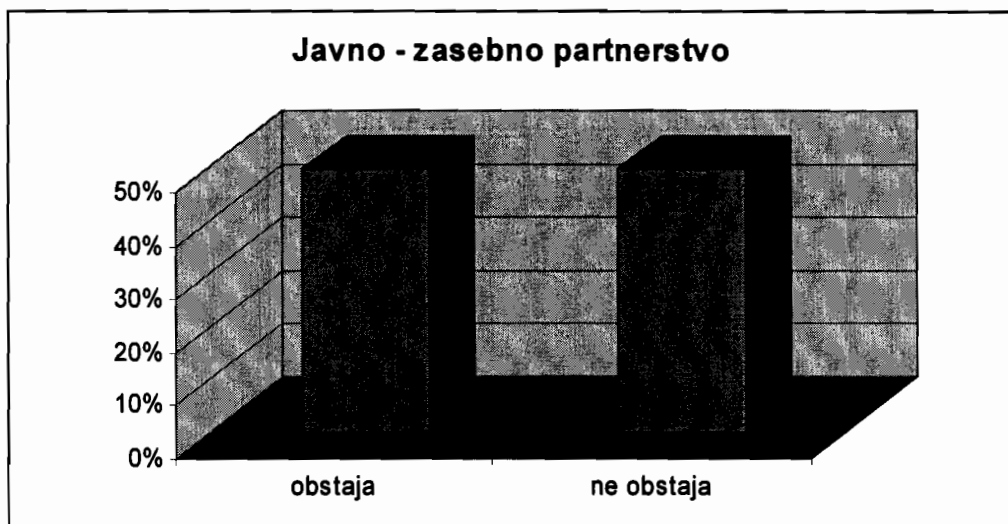
Slika 7.10 Opredelitev kakovosti vodstva



Za tiste, ki so se pozitivno opredelili do vprašanja ali razpolagajo z izkušenim vodstvom – 3 anketirancev, vsi menijo, da je to na zelo visoki ravni in lahko v vseh pogledih zadovoljuje potrebe potencialnih investitorjev, hkrati pa je kos vsem razvojnim izzivom.

Slika 7.11 prikazuje obstoj javno zasebnega partnerstva. Mišljeno je sodelovanje med javnim in zasebnim sektorjem oz. obstoj kakršnih koli oblik povezovanja.

Slika 7.11 Javno - zasebno partnerstvo

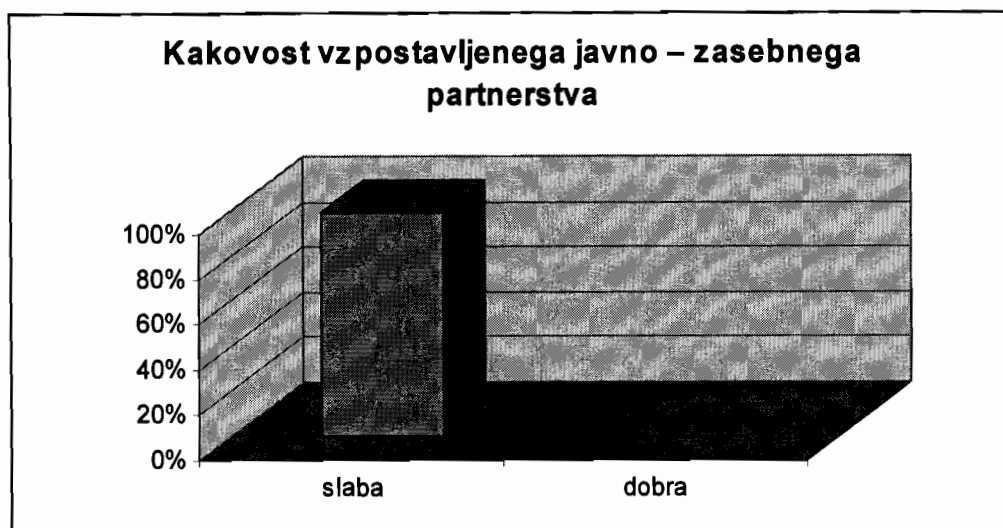


Na vprašanje je odgovorilo 8 anketirancev, 4 anketiranci so se opredelili, da javno – zasebno partnerstvo obstaja, v prav toliko 4 pa, da javno – zasebnega partnerstva v njihovi coni ni. To je seveda slabo, saj je iz prakse najrazvitejših držav znano dejstvo,

da so cone, kjer je prisoten zasebni kapital praviloma precej uspešnejše od tistih, kjer prevladuje samo javni kapital.

Slika 7.12 pa prikazuje kakovost javno zasebnega partnerstva, če le to obstaja.

Slika 7.12 Kakovost vzpostavljenega javno – zasebnega partnerstva



Pri tistih, ki javno – zasebno partnerstvo obstaja 4 anketiranci jih 4 meni, da je kakovost oziroma njegova učinkovitost slaba. Glede na zgoraj opredeljeno trditev, lahko upravičeno menimo, da so razvojne ter tudi konkurenčne možnosti v primerjavi s hitro razvijajočimi conami v tujini slabe, saj le-te velik poudarek namenjajo prav visoko strokovno usposobljenim vodstvenim in nasploh človeškim potencialom.

Slika 7.13 prikazuje obstoj finančnih shem za podporo ustanavljanja podjetij.

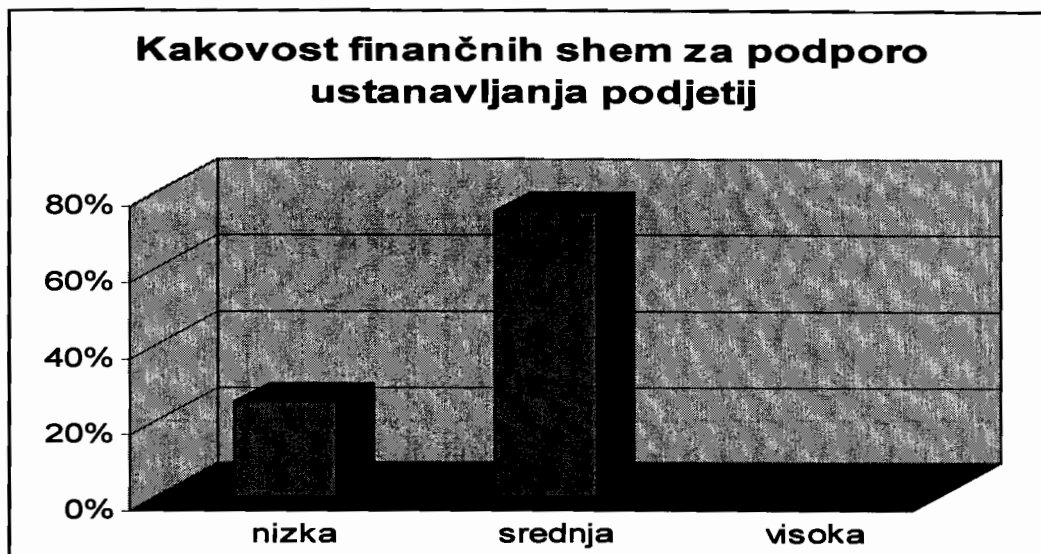
Slika 7.13 Obstoj finančnih shem za podporo ustanavljanja podjetij



Odgovorilo je 11 anketirancev, v 4 primerih obstajajo finančne sheme za podporo ustanavljanja podjetij v conah, v 7 pa sheme za ustanavljanje podjetij v conah ne obstajajo.

Pri vprašanju so se anketiranci morali opredeliti, kakšna je kakovost finančnih shem, če le te obstajajo (slika 7.14).

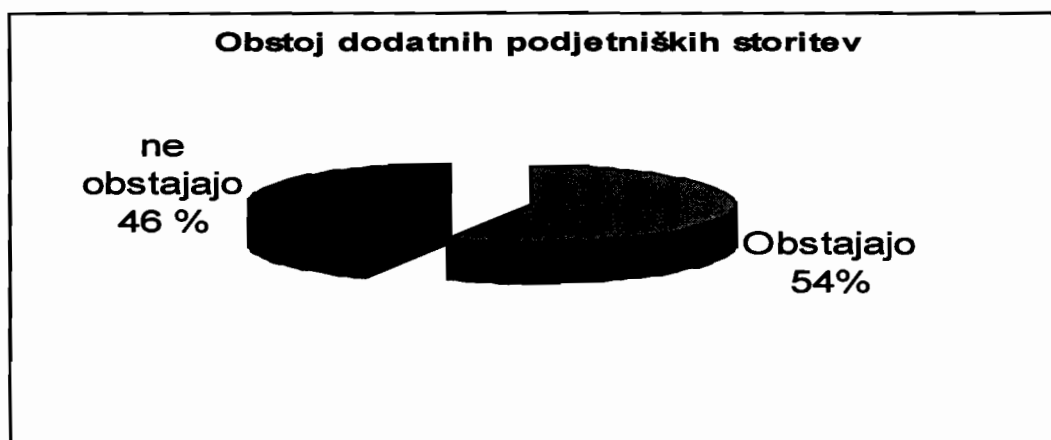
Slika 7.14 Kakovost finančnih shem za podporo ustanavljanja podjetij



Od 4 anketirancev, ki so na predhodno vprašanje odgovorili pritrdilno, jih 3 meni, da je kakovost oziroma učinkovitost finančnih shem srednja, 1 pa da je nizka.

Slika 7.15 prikazuje obstoj dodatnih podjetniških storitev. Mišljene so storitve kot so podjetniško svetovanje, računovodske storitve itd.

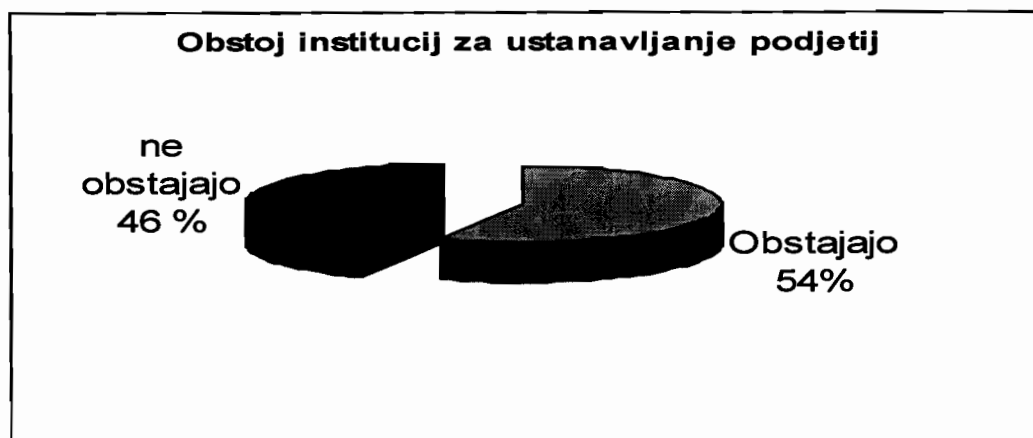
Slika 7.15 Obstoj dodatnih podjetniških storitev



Od 11 dobljenih odgovorov 6 anketiranih predstavnikov poslovnih con meni, da pri njih oziroma v njihovi coni obstajajo dodatne podjetniške storitve. Nasprotno jih meni 5 anketiranih predstavnikov poslovnih con.

Slika 7.16 prikazuje obstoj institucij za ustanavljanje podjetij. Mišljeno je predvsem institucije, kot so podjetniški inkubatorji, razvojni centri, itd.

Slika 7.16 Obstoj institucij za ustanavljanje podjetij



Od 11 dobljenih odgovorov, jih v 5 primerih navaja da obstajajo institucije, ki pomagajo pri ustanavljanju podjetij, v 6 pa teh institucij ali posameznikov ni. To je slabo, saj vemo, da podjetja še posebej v obdobju nastajanja najbolj potrebujejo tovrstne storitve in zelo pomembno je da že v začetku ne naletijo na prevelike administrativne ovire.

Pri vprašanju so se anketiranci morali opredeliti, kakšna je kakovost institucij za ustanavljanje podjetij če le te obstajajo (slika 7.17).

Slika 7.17 Kakovost institucij za ustanavljanje podjetij znotraj cone



Od 5 dobljenih odgovorov 4 menijo, da je kakovost obstoječih institucij na srednjem nivoju, 1 pa jih meni, da je ta na visokem nivojem.

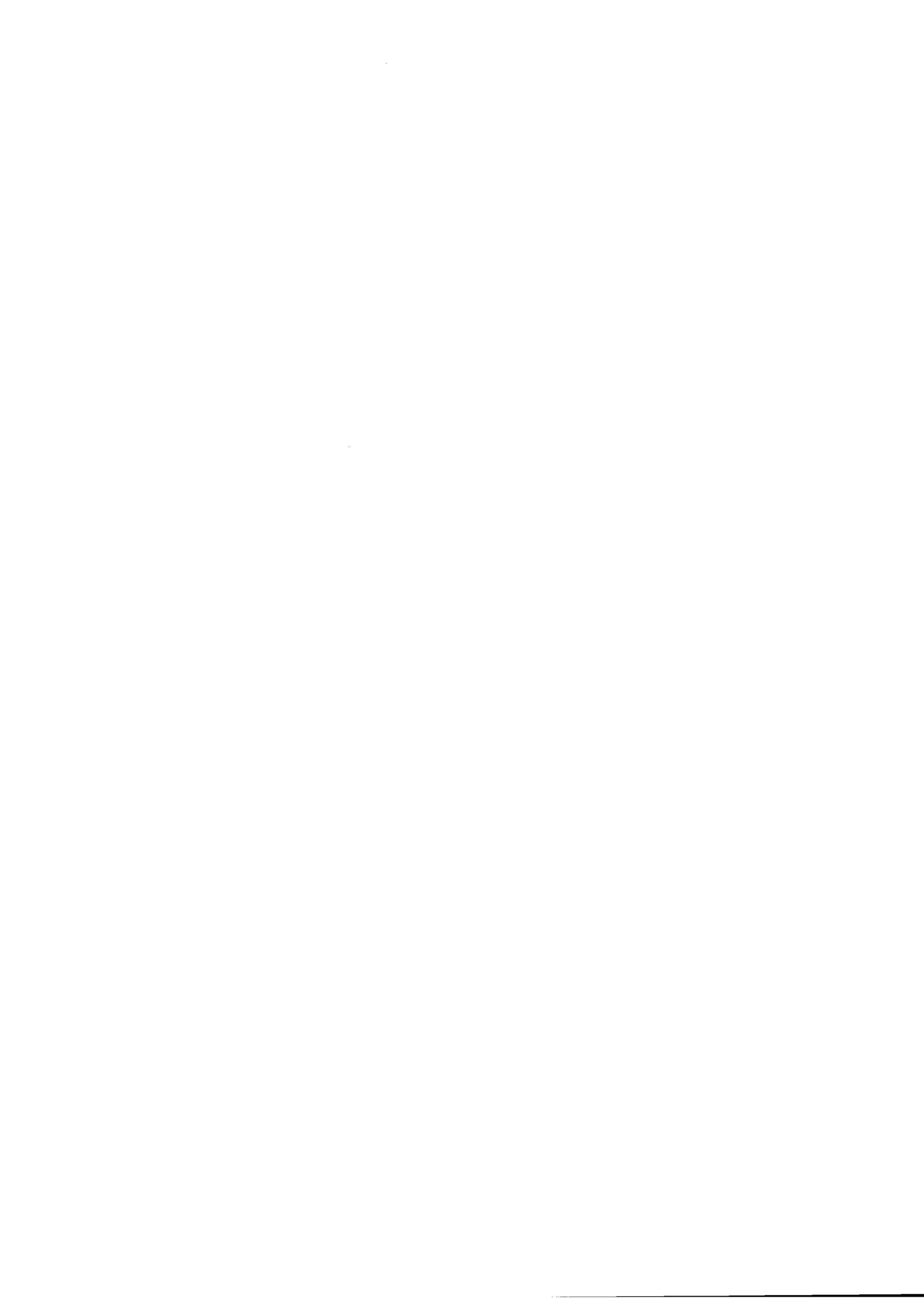
7.2.1 Povzetek ugotovitev

Posebej zaskrbljujoče je dejstvo, da velika večina (skoraj 90 %) con ne razpolaga in nima strategije upravljanja s cono. Na tak način je politika razvoja con prepuščena stihiji oziroma je v večini primerov ni. Prav tako več kot tri četrtine poslovnih con nima izkušenega vodstva. Tiste cone, ki z izkušenim vodstvom razpolagajo menijo, da je vodstvo na zelo visoki kakovostni ravni in tako primeren za zadovoljevanje vseh razvojnih izzivov in potreb potencialnih domačih in tujih investitorjev.

Pri skoraj polovici vseh anketirancev je vzpostavljeno javno–zasebno partnerstvo, kar je za nadaljnji razvoj in krepitev konkurenčnih prednosti con zelo pomembno, slabo pa je to, da večina meni, da je kakovost tega partnerstva slaba, kar je slab obet za učinkovit in pospešen razvoj.

V več kot tretjini primerov anketirancev obstajajo finančne sheme za podporo ustanavljanju podjetij, obstoj dodatnih podjetniških storitev pa je potrdila več kot polovica anketirancev. Večina meni, da so le-te srednje kakovosti, četrtina pa meni, da so storitve v njihovi coni zelo kakovostne. To je za predstavnike con zelo pomembno, saj se prav na dodatnih storitvah povečuje konkurenčnost, dodana vrednost je za podjetja, ki se odločajo o delovanju v coni na tak način lahko bistveno večja. V kontekstu dodane vrednosti so seveda tudi podjetja, ki pomagajo pri ustanavljanju novih podjetij, ob ponujanju drugih podjetniških storitev pa želijo pritegniti nove investitorje.

Prav obstoj vedno več dodatnih storitev v poslovnih conah po svetu postaja ena izmed ključnih konkurenčnih prednosti, saj podjetja poleg komunalne opremljenosti potrebujejo še marsikaj, kar so pripravljena tudi plačati, saj se zavedajo, da so specializirane in strokovno ponujene storitve še vedno cenejše v primerjavi s tistimi, ki jih morajo iskati na trgu. To še posebej velja za srednje velika in mala podjetja, tudi velika pa pri tem niso nobena izjema.



8 PREDLOGE INOVATIVNIH STORITEV MREŽE POSLOVNIH CON POMURJA

Poslovne cone vsaka zase predstavljajo zaokroženo celoto, vendar pa za uvajanje novih in inovativnih storitev primanjkuje sredstev, človeških virov in znanja. Za vzpostavljanje mreže poslovnih con, v kateri se razvijajo nove, kakovostne informacijske in svetovalne storitve, ki jih vlagatelji potrebujejo za kakovostno odločanje, podjetniki pa uspešno poslovanje, so potrebne nove inovativne storitve, v mrežo povezanih poslovnih con, ki omogočajo nove naložbene in podjetniške priložnosti.

Dvig konkurenčnosti in privlačnosti Pomurskega področja za panoge, ki uporabljajo napredne tehnologije in izkazujejo visoko dodano vrednost, ter potrebujejo kakovostne podporne storitve, je mogoč le ob kakovostnem razvoju podpornih storitev poslovnih con. Mreže poslovnih con pa je prav tako osnova za pritegnitev inovativno usmerjenih podjetij, raziskovalni – razvojnih ustanov in strokovnjakov različnih profilov.

Mreža medsebojno povezanih con temelji na uvajanju novih, skupno razvitih storitev. Implementacija storitvenih inovacij, s katerimi bodo razpolagale v mrežo povezane cone, bo osnova za pritegnitev večjega števila malih in srednje velikih podjetij, ki so inovativno naravnane in izkazujejo nadpovprečno dodano vrednost. V nadaljevanju bomo podali predloge za uvedbo storitev, ki bi jih mreža nudila vključenim poslovnim conam.

8.1 Izgradnja sistema za skupno promocijo con vključenih v mrežo

Spletni portala je lahko osnova za promocijo posameznih poslovnih con in mreže poslovnih con kot celote. Le-ta lahko najbolj optimalno pripomore k uresničitvi zastavljenih ciljev, ki se nanašajo na večjo razpoznavnost con ter njihove posamične in skupne storitve. Poleg tega medija, ki se v zadnjem času najhitreje razvija, bo v okviru neposrednega trženja pripravljene tudi druge oblike promocije, ki prav tako uspešno dosegajo načrtno izbrane ciljen skupine uporabnikov.

Poleg spletnega portala bodo opredeljene tudi druge inovativne oblike promocije (promocijski splet), ki zajemajo:

- tiskovne konference,
- predstavitev na sejmih,
- katalogi,
- kooperacijske borze.

8.1.1 Tiskovne konference

Tiskovne konference so ena izmed osnovnih oblik obveščanja celotne javnosti. Osnovni namen je torej pogosto in obširno pojavljanje v množičnih medijih, ki jih privabimo, da poročajo o dogajanjih preko tiskovnih konferenc.

V tem okviru morajo tiskovne konference zajemati:

- predstavitev aktivnosti, njegove namene, cilje, sodelujoče partnerje ter predvidene koristi,
- predstavitev pomembnejših mejnikov, kot so npr. predstavitev izsledkov posameznih študij in analiz,
- nadaljevalne aktivnosti.

S tem želimo širšo in tudi strokovno javnost stalno seznanjati z dosežki ter jih (predvsem podjetja in podjetnike) v okviru ostalih oblik oziroma orodij promocijskega spleta povabiti k sodelovanju. Končna faza promoviranja in uporabljenih oblik promocije je prodaja komunalno opremljenih zemljišč v obravnavanih poslovnih conah tistim podjetjem, ki se bodo najbolj približali zahtevanim kriterijem, bolj usklajeno in predvsem prepoznavno delovanje poslovnih con na področju trženja prostora in storitev, skupna in s tem učinkovitejša promocija na izbranih prireditvah (sejmi ipd.), promocija izobraževanja in informiranja, večja in pestrejša ponudba storitev, namenjenih podjetjem in podjetnikom ter pogostejše uvajanje inovacij v vsakdanje delo podjetij.

8.1.2 Predstavitev na sejmih

Sejmi še vedno privlačijo veliko število obče in strokovne javnosti. Z ustrezno animacijo in obveščanjem so možne ustrezne predstavitve ponudbe mreže. Te pa so ponavadi povod za konkretnejše aktivnosti posameznih podjetnikov oziroma podjetij, v smislu povečanega zanimanja ali celo investiranja v eno izmed mrežo povezanih poslovnih con.

8.1.3 Katalogi

Katalog pa sam po sebi pa ni dovolj. Potrebno ga je ustrezno oblikovati, poskrbeti za prevod v različne jezike in ga dostaviti na prava mesta ter pravim ljudem.

Prejemniki kataloga naj bodo:

- domača in podjetja v okoliških državah,
- domače in tuje podporne institucije (zbornice, javni zavodi, podjetja ipd.),
- podjetniški in poslovni svetovalci,
- ostala zainteresirana javnost.

Akcije seznanjanja morajo potekati stalno oziroma se morajo ponavljati v okviru skupno določenih časovnih obdobj.

Skupaj z ostalimi oblikami in orodji promocijskega spleta (predvsem spletne platforme) bo tako poskrbljeno za ustrezno predstavitev tako posameznih, kakor tudi skupnih rezultatov v mrežo povezanih poslovnih con in njihovih storitev.

8.1.4 Kooperacijske borze

Kooperacijske borze so pomemben instrument navezovanja stikov in morebitnega povezovanja poslovnih con, še posebej pa so zanimive za podjetja, ki so vključena v poslovne cone. Lahko trdimo, da gre prav tako za dodatno promocijsko obliko oziroma orodje, ki ga je potrebno ob primerni organizaciji in zainteresiranosti podjetij ter tudi poslovnih con še bolj usmerjeno spodbujati in to prav posebej skupno z ostalimi oblikami promocije.

Organizacija kooperacijskih borz spodbuja:

- sodelovanje med poslovnimi conami in v cone vključenimi podjetji;
- merjenje rezultatov na ravni poslovnega sodelovanja;
- razvoj novih storitev in oblik sodelovanja tako med poslovnimi conami, kakor tudi podjetji.

Našteli bi lahko še kar nekaj pozitivnih vplivov, ki jih imajo tovrstna srečanja za poglobitev in nadaljnji razvoj gospodarskega sodelovanja med podjetji, poslovnimi conami in podpornimi institucijami, izpostavljam pa le najpomembnejšega, ki se navezuje na obravnavano problematiko, to je večja in ob razširjeni storitveni ponudbi poslovnih con, povečana ter izboljšana razpoznavnost območja (promocija gospodarskih možnosti in priložnosti).

8.2 Izgradnja sistema za skupno trženje

Skupni portal je osnova tudi za vse ostale inovativno naravnane produkte oziroma storitve, ki jih le-ta ponuja. Trženje, kot ena izmed osnovnih in najpomembnejših prvin poslovnega procesa vsakega poslovnega subjekta, je tudi v tem primeru prepuščeno zgolj iznajdljivosti vodilnim predstavnikom vsake poslovne cone posebej. Na enem mestu zaenkrat še ni bila zbrana celotna ponudba, ki bi bila dosegljiva domačim vlagateljem, še manj je seveda to primer za tuje vlagatelje, ki se morajo znajti vsak zase.

Mreža medsebojno povezanih poslovnih con obravnavanega območja in na njih temelječ razvoj novih in inovativno naravnanih storitev se mora uveljaviti kot blagovno-storitvena znamka, ki bo zainteresiranim in resnim domačim in tujim vlagateljem ponujala delovanje v konkurenčnih pogojih in stalno stremela k povečevanju konkurenčnih prednosti.

Na tak način bo ob stalni skrbi za ustrezno promocijo doma in v tujini skrbela za dotok novih podjetij, njihovo delovanje pa se bo kazalo v pospešenem gospodarskem in splošnem napredku obravnavanega območja.

Če bodo ob tem izdelani tudi ustrezni kriteriji za nagrajevanje tistih, ki bodo kakovostneje izpolnjevali le-te (npr. nižja cena komunalno opremljenega zemljišča v izbrani poslovni coni bo namenjena tistim, ki bodo več in dodatno zaposlovali, več izvažali, katerih dodana vrednost bo dosegala ali presegala povprečje v Sloveniji itd.), bo seveda vse več dobrih podjetij, ki bodo želela investirati prav na to območje.

Prav iz tega vidika bo zato potrebno analizirati ključne in perspektivne trge in posledično panoge, ki bi jih želeli razvijati tudi v okviru obravnavanih poslovnih con, hkrati pa razvijati dodatno, inovativno usmerjeno ponudbo (predvsem na področju storitev), ki bi začrtane cilje, strategije in načrte pomagala lažje uresničevati. S povezovanjem in bolj usklajenim delovanjem vseh podpornih in svetovalnih institucij pod enim krovom, bi lahko resnično pritegnili tudi največja in najprodornejša domača in tuja podjetja, saj obstoječe danosti to dopuščajo (dobra prometna in ostala infrastruktura, ugodna geografska lega, dobro izobražen kader različnih profilov itd.).

S stalnimi naložbami v razvoj ponudbe bodo tako posamične, kakor tudi mreža poslovnih con veliko pridobile. Naložba v razvoj relativno homogeno zasnovane organizacijsko-poslovne entitete, se nanaša predvsem na skupne aktivnosti, ki bodo omogočale učinkovito in uspešno trženje. Te predstavljajo:

- organizacijo stalnih izobraževanj na področju trženja za vodilne predstavnike poslovnih con in trženja produktov (sistemov, konceptov, inovacij, proizvodov) za predstavnike v conah delujočih podjetij,
- skrb za stalno kakovostno in inovativno naravnano dopolnjevanje ponudbe,
- nenehno krepitev ter skrb za učinkovito in uspešno promocijo trženja poslovnega prostora in dopolnjujočih storitev za podjetja.

Ob navedenih skupnih in posamičnih aktivnostih pa je potrebno zagotoviti tudi stalna vlaganja v potrebno infrastrukturo, ki je predpogoj za kakovostno nadgrajevanje z inovativnimi skupnimi in posamičnimi produkti (izbrane poslovne cone).

8.3 Strategija trženja

Tako kot podjetje je lahko tudi obravnavana mreža poslovnih con inovativno produktno naravnana (storitve). Strategij pa je velikokrat toliko, kot je podjetij oziroma poslovnih con v našem primeru. Le-te so različne, vsaka ima prednosti in slabosti, priložnosti in nevarnosti. Nujen predpogoj pa je seveda ta, da zaživi v realnosti, to pa se zgodi takrat, ko je proizvod ali storitev potrjena na trgu.

Odločitev o tem za kakšno strategijo se odločiti v primeru trženja mreže in storitev obravnavanih poslovnih con je težka in ne zagotavlja uspeha, saj je znano, da na trgu primerjalno zaživi le 5 % novih znamk ali poskusov povezanih poslovnih subjektov. Temeljni vzrok za to je v nepoznavanju lastnih zmožnosti, zmožnosti partnerjev, ki sodelujejo pri nadgradnji osnovne ideje oziroma koncepta trženja, zelo pomembno pa je

tudi dobro poznavanje zahtev podjetij oziroma vlagateljev. Zato je toliko pomembnejše, da mreža poslovnih con jasno opredeli svoje strateške cilje, ki se morajo odražati kvantitativno in kvalitativno.

V okviru trženjskega spleta mreže poslovnih con navajamo sledeče pomembnejše postavke:

- celovita ponudba storitev,
- cenovna politika,
- tržne poti,
- ciljne skupine.

8.3.1 Celovita ponudba storitev

Poslovne in komunalne storitve so v najširšem smislu vse tisto, kar lahko poslovna cona ponudi potencialnemu vlagatelju. Oblike in vsebine so omejene samo s sposobnostjo prepoznavanja potreb in želja vlagateljev, predvsem pa s kreativnostjo v mrežo povezanih predstavnikov poslovnih con.

Glede na to, da obstajajo prepoznane potrebe vlagateljev oziroma podjetij, ki v obravnavanih poslovnih conah že delujejo, je le-te potrebno sestaviti v zanimive produkte, ki bodo povečevali naložbeno privlačnost in povečevali konkurenčnost poslovnih con oziroma mreže poslovnih con. Tako je lahko ponudba zaradi izbranih storitev (npr. priprava poslovnih in investicijskih načrtov za izbrano ali izbrane poslovne cone) zaradi koncentracije podjetij cenovno bistveno ugodnejša kot v primeru, da si vsako podjetje to ureja posebej. Podobno velja tudi za vse ostale storitve, kjer je najprej potrebno evidentirati vse podporne institucije in posamezne strokovnjake, natančno opredeliti reference in ponudbe ter jih v dogovoru po ugodnejših pogojih ponuditi v paketih.

8.3.2 Cenovna politika

Cena je bistvena sestavina trženjskega spleta storitev, ki jih bo ponujala mreža poslovnih con oziroma poslovne cone same. Cenovne odločitve so zlasti pomembne za nove storitve, oziroma storitve v uvajanju. Cena izbrane storitve mora vsekakor odražati konkurenčnost, v tem primeru in pod organizacijskim okriljem mreže poslovnih con obravnavanega okolja mora biti nižja od tiste na trgu. Na tak način bodo cone povečevale privlačnost, predvsem pa odražale resen konkurenčni namen pri pridobivanju novih, dobrih vlagateljev.

Tržno oblikovanje cen se ponavadi začne z analizo potreb vlagateljev in zaznane vrednosti. Ob zgornjih predpostavkah in nižjih cenah zaradi koncentracije povpraševanja, lahko trdimo, da bo doseženo ravnotežje med naslednjimi pomembnimi postavkami:

- vrednostjo storitve, merjeno s strani vlagatelja oziroma podjetnika,
- donosnostjo storitve za izvajalca (tudi organizatorja; v tem primeru izbrano poslovno cono ali mrežo poslovnih con skupaj),
- cenami konkurence oziroma cenami njihovih produktov (storitev).

Z novimi in vedno bolj inovativno naravnanimi produkti se po uvajalnem obdobju za posamezne zahtevne in kompleksne storitve cene lahko izoblikujejo nekoliko višje, še vedno pa morajo biti konkurenčne glede na ponudbo oziroma ponudbo konkurentov.

V izbranih primerih, kjer je ideja posameznega podjetja zelo napredna, inovativna in tehnološko dovršena, pa se lahko izoblikujejo kriteriji, s katerimi pomaga mreža poslovnih con ali posamezna cona poiskati donatorja oziroma tistega, ki bo pripravljen pokriti uvajalne stroške do implementacije in tržne sprejemljivosti izdelka ali storitve ter to naknadno in ustrezno kompenzirati (tvegani kapital, kapital poslovnih angelov itd.).

8.3.3 Tržne poti

Lokacija izvajanja storitev in posredniki prek katerih se lahko pride v stik z vlagatelji sta dve ključni področji trženjskega spleta za storitve. Zaradi izjemne raznovrstnosti ponujenih ugodnejših in inovativno naravnanih storitev, se tudi strategije glede lokacije in izbire posrednikov razlikujejo. Odločitev glede lokacije in izvajanja storitev je odvisna od vrste storitev ali paketa storitev in vključenosti vlagatelja (podjetja) v proces izvajanja storitev. Razlikujemo tri načine prostorske interakcije med storitveno organizacijo (v tem primeru mreža poslovnih con ali posamezna cona) in potencialnim vlagateljem v poslovno cono:

- stranka pride k izvajalcu storitve,
- izvajalec pride k stranki,
- stranka in izvajalec nimata neposrednega stika.

Odločitev o tem je povezana z izvajalci storitev, morebitnimi posredniki in vlagatelji v poslovne cone. Tradicionalno najbolj primerna je neposredna prodaja, v sodobnem informacijskem času pa s pomočjo interneta kot posrednika med ponudnikom in potencialnim vlagateljem. Znano je namreč, da je ob primerni promociji (različne oblike promocije, predstavitev v različnih jezikih) možno pritegniti najzahtevnejše in hkrati tudi najboljše oziroma najobetavnejše vlagatelje. To potrjujejo naložbe globalno orientiranih tujih naložbenikov v Pomurju (Odranci, Murska Sobota).

8.3.4 Ciljne skupine

Glede na obravnavano tematiko zajemajo ciljne skupine domača in tuja podjetja, ki bodo najbolj ustrezala kriterijem, ki jih bodo kot svoje opredelile posamezne poslovne cone, ki delujejo v okviru mreže poslovnih con in bodo prav posebej odražali skrb za

stalno inoviranje na vseh področjih poslovnega procesa posameznega podjetja, skrbeli za doseganje in preseganje naravovarstvenih in ekoloških ciljev ter standardov, dosegali nadpovprečne rezultate na področju dodane vrednosti na zaposlenega in bodo globalno orientirana. Ostale kriterije bodo poslovne cone določale vsaka zase, skupno jim bo to, da bodo odražale posebno skrb ekološkim problemom in uspešnemu razreševanju problemov na področju razvoja inovacij.

8.4 Izgradnja sistema informacijskega servisa

Izgradnja skupnega spletnega portala bo tudi odlična osnova za informiranje podjetnikov in predstavnikov poslovnih con o pomembnejših lokalnih, regionalnih in ostalih dogodkih, kakor tudi o vseh ostalih pomembnejših gospodarskih temah. Mreža poslovnih con in podjetja, ki v njih delujejo večinoma že poslujejo v globalnem okolju, ki ga zaznamujejo hitre tržne spremembe, prav tako pomembna pa je tudi njihova hitra tržna odzivnost. Situacije se spreminjajo iz dneva v dan, drugačnost in njihova nepredvidljivost sta edini stalnici. Razvoj tehnologije in še posebej komunikacij je zato izjemno pomemben. Različne formalno in neformalno povezane organizacije ter podjetja morajo v takšnem okolju, ki ga na eni strani zaznamuje globalizacija in na drugi hiter razvoj komunikacij, poslovati čedalje hitreje, še hitreje pa je potrebno sprejemati poslovne odločitve.

Ravno zaradi tega so ustrezne informacije ob pravem času in na pravem mestu v času, ki je zaznamovan z nenehnimi spremembami in novimi znanji toliko pomembnejše. Zato je za vsako organizacijo (tudi v mrežo povezane poslovne cone) vitalnega pomena, da imajo vsi, ki so kakorkoli vpleteni in povezani z njo v pravem času na voljo kakovostne, zanesljive in enostavno dostopne informacije. Zaradi velikega povpraševanja je ponudba le-teh vedno večja, tako da so uporabniki pogosto v dilemi, katere vire izbirati, da bodo informacije najbolj ustrezale njihovim potrebam.

Zato se mora v okviru spletnega portala mreže poslovnih con te skrbno izbirati, poudarek bo namenjen tistim informacijam, ki jih podjetja in predstavniki poslovnih con pri svojem vsakdanjem delu najbolj potrebujejo.

Pri objavljanju koristnih informacij bomo na podlagi želja in potreb uporabnikov izbirale le tiste, ki vsebuje najpomembnejše lastnosti, te pa se nanašajo na:

- Pomembnost,
- Kakovost,
- Količino,
- Pravočasnost,
- dostopnost.

8.4.1 Pomembnost informacij

Med pomembne informacije spadajo strateške informacije in tiste informacije, ki prihajajo iz okolij, ki so za uporabnike pomembne. Strateške informacije so tiste, ki omogočajo strateško odločanje za uporabnike, kot npr.: kaj proizvajati, na katera tržišča se usmeriti, na katere segmente uporabnikov, kakšno strategijo izbrati, kje pridobiti najugodnejše vire, kako sodelovati v razvojnih projektnih ekipah, kako pridobiti EU sredstva za razvoj in podobno. Te informacije so osnova za kakovostno odločanje in zasledovanje dolgoročnih ciljev podjetij oziroma podjetnikov, lociranih v poslovnih conah.

8.4.2 Kakovost informacij

Čim bolj realno sliko predstavljajo informacije, bolj so kakovostne in bolj jim lahko zaupamo. Kot take predstavljajo odlično osnovo za odločanje. Kakovostne informacije so ponavadi dražje od manj kakovostnih, zato je umestna dilema, ali je korist od informacij večja kot pa so stroški zanje. Predstavitve kakovostnih informacij se je potrebno lotiti na tak način, da bomo vsem uporabnikom (predstavniki poslovnih con, podjetja, potencialni vlagatelji, ponudniki storitev itd.) ponudili najboljše informacije zastonj. Te se bodo nanašale na tiste stvari, ki bodo stalne uporabnike najbolj zanimale in jim v njihovih poslovnih prizadevanjih tudi najbolj koristile.

8.4.3 Količina informacij

Količina je zelo pomembna. Zato se mora v okviru spletnega portala mreže poslovnih con poskrbeti za to, da bo teh vedno dovolj za omogočanje uspešnega odločanja, hkrati pa ne preveč, da ne bi prišlo do informacijske preobremenjenosti. To lahko povzroči odklanjanje tudi tistih informacij, ki so za njihovo delo sprejemljive in uporabne.

8.4.4 Pravočasnost informacij

Pravočasnost informacij je zelo pomembna z vidika odločanja. Različne organizacije večinoma uporabljajo informacije o preteklih dogodkih, odločati pa se morajo o prihodnosti. Za poslovno odločanje so najbolj koristne ažurne in sodobne informacije. Pravočasnosti mora biti posvečena posebna skrb, saj je le-ta lahko usodnega pomena za poslovno odločanje, hitrost odločanja pa za pridobivanje konkurenčnih prednosti.

8.4.5 Dostopnost informacij

Manj kakovostne informacije so vedno lažje dostopne od kakovostnejših informacij. Kakovostne informacije predstavljajo moč posameznikom, zato dostikrat niso dostopne

vsem. Včasih pa je razlog za težji dostop do kakovostnih informacij tudi slabše organiziran sistem informiranja v posamezni organizaciji. Vse informacije v okviru spletnega portala mreže poslovnih con morajo biti brezplačne.

8.4.6 Na kaj se morajo informacije nanašati

Informacije, ki morajo biti posredovane se morajo nanašati na:

- splošne informacije, ki zadevajo dogodke ali pomembnejše mejnike v vsaki izmed v mrežo vključenih poslovnih con,
- informacije o naložbah in uspehih podjetij, ki v obravnavanih poslovnih conah poslujejo,
- informacije o storitvah, ki jih posamezna poslovna cona skupaj s podpornim okoljem (podjetji, agencijami, posameznimi strokovnjaki) razvija in ponuja podjetjem v posamezni poslovni coni,
- splošne informacije o poslovnih in z poslom povezani dogodki v regiji in širše,
- informacije, ki obravnavajo možne oblike pridobivanja ugodnih virov financiranja (bančni kapital, tvegani kapital, kapital poslovnih angelov, ostale oblike), možnosti plemenitjenja kapitala, zanimivo bančno ponudbo itd.),
- informacije o možnostih vključevanja v evropske projekte, projektnih svetovalcih, potencialnih partnerjih ipd.,
- ostale splošne informacije, ki jih bodo opredelili uporabniki.

Posebno mesto morajo zavzemati informacije o možnostih izobraževanja in usposabljanja za predstavnike con in v njih delujočih podjetjih. Pomembno mesto bodo zavzele tudi informacije iz področja krepitve mreže ter razvoja in uvajanja novih storitev za vse njene člane.



9 SKLEP

Poslovne cone so zelo pomemben instrument in dejavnik razvoja posameznega gospodarstva, predvsem pa regij in tudi posameznih občin. Zelo pomembne so tudi z vidika okoljskega planiranja, saj omogočajo kakovostnejšo prostorsko urejanje, ekološki problemi se v okviru con lažje rešujejo, prav tako pa znatno prispevajo k pospešenemu razvoju lokalnih skupnosti, pomagajo ustvarjati nova delovna mesta ter posledično povečujejo blaginjo.

Poslovno cono pojmuje kot del zemljišča, ki je ustrezno razvit in razdeljen na poslovne enote. Skupaj s splošnim načrtom bi naj zagotavljala osnovno infrastrukturo, kot so vodovod, ceste, elektriko, komunikacije. Vzpostavitev osnovne infrastrukture je na izbranih lokacijah namenjenih poslovnim conam tudi osnovni pogoj za pritegnitev domačih in tujih investitorjev. Poslovna cona pa lahko obstoječim in potencialnim vlagateljem ponudi bistveno več. Osnovnemu namenu namreč vedno sledijo potrebe po številnih storitvah, ki jih podjetja, ki delujejo v conah, potrebujejo za skladnejši in hitrejši razvoj.

Obravnavana študija želi glede na relativno razpršenost in povečini majhnost obravnavanega prostora in dosedanji stihijsko naravnani razvoj poslovnih con v Pomurju jasneje opredeliti ter vzpostaviti in razviti mrežo povezanih poslovnih con, ki bodo s pomočjo skupne spletne platforme razvile skupne storitve za pritegnitev večjega števila vlagateljev. Mreža poslovnih con zajema področja razvoja novih, podpornih storitev, pospeševanje razvoja storitvenih inovacij, skupno trženje, izobraževanje, promocijo ter skupen informacijski servis, obstoječim in potencialnim podjetjem in podjetnikom pa ponuditi tiste storitve, ki jih najrazvitejše poslovne cone in poslovni ter tehnološki parki po svetu že ponujajo. Z vzpostavitvijo mreže poslovnih in skupnega razvoja novih storitev za večjo prepoznavnost con na območju Pomurja in uvajanja novih storitev za podjetja, delujoča v teh conah, bo dana osnova za lažje in učinkovitejše promoviranje skupnega gospodarskega prostora in vseh njegovih potencialov, kot so razpoložljivi kadri, tradicija, zanesljivost, visoka kakovost izdelkov in storitev.

To pa pomeni tudi kakovostnejši razvoj vseh, v tem prostoru delujočih velikih, srednje velikih in malih podjetij ter njihovo bolj ciljno in globalno orientirano delovanje, velika priložnost pa je tudi za aktiviranje potencialov vseh podpornih podjetij in institucij, ki lahko z usmerjenim nudenjem storitev izkoriščajo lastne potenciale, podjetjem v conah pa lajšajo vsakodnevno poslovanje. Prednost takega pristopa se kaže v prvi vrsti v boljši izkoriščenosti resursov na območju Pomurja, večji prepoznavnosti poslovnih con, s poudarkom na potrebnih storitvah za podjetja, vzpostavitvi in implementaciji nenehnih izboljšav ter inovacij in to tako proizvodnih, storitvenih, načinovnih, postopkovnih in drugih. Predvsem te lahko poleg ustreznih informacij in podatkov, ustrezne promocije in trženja poslovnih con ter skrbi za kakovostnejšo in bolj

usklajeno delovanje med podjetji, podjetniki, podpornimi in razvojnimi institucijami, ki vplivajo in poskrbijo za to, da bo pretok informacij in delitev dela ter nastopanja v ciljni javnosti in med poslovnimi conami, odprl prostor tudi za prihod novih, inovativnih in globalno orientiranih podjetij.

Diplomsko delo obravnava tudi splošno stanje poslovnih con v Sloveniji in regijah ter v njih izkazane gospodarske podatke, ki so pomembni za nadaljnji gospodarski razvoj in razvoj poslovnih con, podrobno pa obravnava Pomursko regijo. Le-ta je ena izmed najmanj razvitih, ima relativno veliko število brezposelnih, posebej strukturno brezposelnih, izobrazbena struktura je slaba. Gospodarske dejavnosti so povečini usmerjene v dejavnosti z nižjo dodano vrednostjo, značilen je velik delež intenzivnega kmetijstva, tekstilne industrije in živilsko predelovalne industrije. Takšen razvoj oziroma večletna stagnacija je posledica tesno zaprte meje z Madžarsko, tako da so šele politične spremembe v preteklem desetletju spodbudile razvoj dejavnosti, kot sta turizem in promet, kjer je dodana vrednost višja, delno pa je razlog tudi v napačnih gospodarskih odločitvah, ki so se sprejemala v preteklosti.

Raziskava, ki je bila opravljena v diplomskem delu je evidentirala cone v 10 občinah. V nekaterih, kot je npr. Ljutomer je manjših con več, v Murski Soboti obstaja tudi mrežni podjetniški inkubator. Osnovne značilnosti obravnavanih con v Pomurju so sledeče:

- večina je con je majhnih, njihova velikost je le nekaj hektarjev,
- starost in obravnavanih con je različna, večje in boljše opremljene so v upravnih središčih (Murska Sobota, Gornja Radgona, Lendava, Ljutomer, v manjših občinah, ki so nastale pred nekaj več kot desetletjem pa prevladujejo manjše cone, izmed katerih je nekaj takšnih, ki šele pričenjajo s poslovanjem,
- lastniki so v vseh primerih občine, javno zasebno partnerstvo, ki je zelo pomembno za nadaljnji, predvsem pa hitrejši in učinkovitejši razvoj je šele v povojih,
- komunalna opremljenost vseh v analizo zajetih poslovnih con je v večini primerov dobra, slabša je le v najmanjših conah, ki so šele na začetku.

Učinkovitih promocijskih in tržnih aktivnosti nima razvitih nobena izmed obravnavanih poslovnih con. Podobna je situacija na področju informiranja in izobraževanja lastnih kadrov, zadolženih za razvoj con. Ponudba za podjetja je različna, od takih, ki ne ponujajo ničesar do takšnih, ki v paleto storitev za podjetja skupaj z zunanjimi partnerji zajemajo različne storitve, ki jih ponujajo podjetjem in že predstavljajo konkurenčno prednost pred ostalimi.

Še vedno pa kot glavne prednosti opredeljujejo dobro komunalno opremljenost con, lahko dostopnost, možnost širitve ter v nekaterih primerih (Odranci) veliko

zainteresiranost vlagateljev. Zaposlenih v conah ni, upravljanje in odločanje je v rokah občin, ki so tudi njihove lastnice.

Iz različnih vzrokov prav vsi predstavniki pomurskih poslovnih con ocenjujejo, da je razvoj mreže storitev poslovnih con Pomurja odlična priložnost za njihov nadaljnji razvoj. Koristi vidijo predvsem v skupni predstavitvi – promociji in trženju, vzpostavitvi skupnega informacijskega sistema ter vsem ostalim storitvam, ki so namenjene večji razpoznavnosti con, zanemarljive pa niso niti osnovne storitve namenjene podjetjem in se nanašajo na varovanje, odvoz odpadkov, redno servisiranje opreme, administrativne storitve ipd. Obenem pa večina verjame, da je tudi razvoj zahtevnejših storitev namenjenih podjetjem dobra osnova in priložnost za povečevanje skupnih in posamičnih konkurenčnih prednosti.

Za doseganje zelenih in zastavljenih ciljev projekta o razvoju mreže storitev poslovnih con Pomurja so potrebni jasno izraženi skupni interesi občin – lastnikov poslovnih con ter podjetnikov, nujno pa potrebujemo tudi visoko izobražen kader za njihovo implementacijo.

Če želimo prebiti ustaljene okvirje stihijskega razvoja poslovnih con in postopno zaradi povečevanja konkurenčnosti razvijati skupne storitve v mreži povezanih con, je potrebno najprej zagotoviti konsenz, ter sporazumno razdeliti naloge. Ko si neka regija, regije oziroma lokalne oblasti zastavijo vizijo doseganja zelenega ekonomskega razvoja, ne moremo mimo vizije doseganja čim višjega standarda lastne cone oziroma v mrežo povezanih con, z razvitimi lastnimi storitvami in ustrezno razvito ponudbo storitev za podjetja.

Po prepričanju, da so osnovni elementi ponudbe poslovnih con, kot so cena komunalno opremljenega zemljišča in ostala osnovna infrastruktura ter dosegljivost premalo za konkurenčno tekmo v privabljanju najboljših podjetij ter tekmovanju s podobnimi conami v razvitejši soseščini, se je potrebno odločiti za razvoj mreže storitev poslovnih con Pomurja.

S tem bomo dosegli povečano sodelovanje poslovnih con, povečanje števila uspešnih podjetij v conah, povečanja števila podjetij z visoko dodano vrednostjo, predvsem pa povečanje razpoznavnosti občin in obravnavanih regij. Novih vlagateljev ne privablja samo cena komunalno opremljenega zemljišča, temveč vrsta drugih dejavnikov, med njimi storitve prav gotovo zavzemajo osrednje mesto. Tako kot k poslovni odličnosti stremijo podjetja, mora k njej stremeti tudi okolje s svojo ponudbo.

Za uspešen razvoj mreže poslovnih con Pomurja, pa je potrebno izvesti naslednje naloge:

- določitev vodstvene skupine za pripravo študije o storitvah, potrebne za nadaljnji pospešen razvoj con samih (izdelava skupne spletne platforme, skupna promocija, skupno trženje, skupen informacijski servis itd.) ter v mrežo

povezanimi partnerji kreiranje razvoja ponudbe svetovalnih storitev za podjetja,

- določitev upravljalca spletne platforme (predlog: nosilec projekta), kot izhodiščne točke za skupno promocijo, trženje, informacijski – izobraževalni servis, razvoj novih podpornih storitev za podjetja in uvajanje inovacij,
- pripravo stalnih vprašalnikov za predstavnike poslovnih con, kot osnove za optimalno kreiranje skupnih storitev v mrežo povezanih con glede na do sedaj izkazane prednosti in njihovo postopno vključevanje v soupravljanje portala,
- opredelitev vseh ostalih storitev, ki bodo pospešile razvoj obstoječih in novih osnovnih ter ostalih dejavnosti v conah,
- priprava ostalih inovativnih predlogov krepitve povezovanja in delovanja poslovnih con ter podjetij, ki delujejo v conah in njihova implementacija.

Naloga je napisana v razmislek vsem, ki jo bodo prebrali, saj je obravnavano področje aktualno prav v tem času, ko je potrebno narediti prve korake k večjemu gospodarskemu razvoju. Prepričan sem, da bi s postopkom povezave oz. mreženja poslovnih con bi dosegli željene rezultate za večje zanimanje domačih in tujih vlagateljev za investiranje na Pomurskem območju.

LITERATURA IN VIRI

- Butler, Stuart M. 1991. *The Conceptual Evolution of Enterprise Zones*. Newbury Park: Sage.
- Dabo, Pavle. 2003. *Ustanavljanje in razvoj podjetniških con v Sloveniji*. Ljubljana: Ekonomska Fakulteta.
- Filipič, Bogomir. 2000. *Podjetništvo – izziv za 21. stoletje*. Ljubljana: GEA College.
- Filipič, Bogomir. 1999. *Poslovne cone*. Ljubljana: GEA College.
- Filipič, Bogomir. 1997. *Pospeševanje malega gospodarstva v sosednjih in drugih državah*. Ljubljana: Gradivo za usposabljanje lokalnih razvojnih koalicij.
- Günther, H. Walter: *Inovacijska agencija za Slovenijo* (www.mszs.si)
- Repovž, Leon in Peterlin, Jožko. 2000. *Financiranje*. Koper. Visoka šola za management v Kopru.
- Likar, Borut. *Ustvarjalno razmišljanje* (www.inovativnost.net)
- Markoja, Ivan. 2007. *Podjetniški inkubator kot dejavnik razvoja Občine Odranci*, Diplomsko delo
- Schatz, Klaus-Werner in Spinager Dean. 1984. *Zonen freier Wirtschaftsaktivität*. Kiel: Institut für Weltwirtschaft.
- Stare, Metka in Maja, Bučar. *Prenos inovacij in tehnologij* (www.mszs.si)
- Tavčar, I. Mitja. 1999. *Razsežnosti strateškega managementa, druga dopolnjena izdaja*. Koper: Visoka šola za management v Kopru.
- Visenjsek, David. 2002. *Pomen obrtne cone za razvoj lokalnega gospodarstva: primer občine Markovci*. Diplomsko delo.
- Vrečič, Marko. *Po sledi tujih izkušenj*. Ljubljana: Obrtnik, 27 (1997) 2.
- Vassilis, Tsagaris. *Podporni sistem inovativnosti* (www.leonardo.innovation.si)
- Vassilis Tsagaris: *RR ter Gradnja temeljev uspešnega inovacijskega sistema* (www.leonardo.innovation.si)
- Osnutek državnega razvojnega programa za obdobje 2001 – 2006*. 2001. Ljubljana: Agencija RS za regionalni razvoj.
- Vpliv prostorskih pogojev v funkciji vzpodbujanja novih investicij*. 1999. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarske dejavnosti.
- SURS (www.stat.si)



PRILOGE

Priloga 1 Anketa – Stanje poslovnih con v Pomurju



ANKETA – Stanje poslovnih con v Pomurju

1. Ali obstaja potreba po prestrukturiranju vaše poslovne cone?
 - a) da
 - b) ne

2. Kakšne intenzitete je ta potreba po prestrukturiranju? (če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z da)
 - a) nizka
 - b) srednja
 - c) visoka

3. Ali obstaja možnost za širitev vaše poslovne cone?
 - a) obstaja
 - b) ne obstaja

4. Ali obstaja Regionalni razvojni načrt?
 - a) da
 - b) ne

5. Ali je vaša poslovna cona komunalno opremljena?
 - a) da
 - b) ne

6. Kakšna je komunalna opremljenost vaše poslovne cone? (če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z da)
 - a) srednja
 - b) visoka

7. Ali razpolagate s strategijo upravljanja vaše poslovne cone?
 - a) da
 - b) ne

8. Kakšna je kakovost obstoječe strategije? (če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z da)

- a) visoka
- b) srednja
- c) nizka

9. Kakšne izkušnje ima vodstvo v vašo poslovni coni?

- a) veliko
- b) malo

10. Kako bi opredelili kakovost vodstva v vaši poslovni coni?

- a) nizka
- b) srednja
- c) visoka

11. Ali obstaja javno - zasebno partnerstvo v vaši poslovni coni?

- a) da
- b) ne

12. Kakšna je kakovost javno – zasebnega partnerstva? (če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z da)

- a) dobra
- b) slaba

13. Ali obstaja finančna shema za podporo ustanavljanja podjetij?

- a) da
- b) ne

14. Kakšna je kakovost finančne sheme za podporo ustanavljanja podjetij? (če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z da)

- c) visoka
- d) srednja
- e) nizka

15. Ali obstajajo dodatne podjetniške storitve v vaši poslovni coni?

- a) da
- b) ne

16. Ali obstajajo institucije za ustanavljanje podjetij v vaši poslovni coni?

- a) da
- b) ne

17. Kakšna je kakovost institucij za ustanavljanje podjetij v vaši poslovni coni?
(če ste na prejšnje vprašanje odgovorili z da)

- f) visok nivo
- g) srednji nivo
- h) nizek nivo

