

Slovenska gospodarska diplomacija

TV SLOVENIJA 1, 12.09.2014, ODMEVI, 22.10

IGOR E. BERGANT (voditelj): No, v tako negotovih razmerah je prav gospodarska diplomacija postala prioriteta slovenske zunanje politike, to je ob dnevu gospodarske diplomacije na 47. Mednarodnem obrtnem sejmu v Celju povedal generalni sekretar ministrstva za zunanje zadeve Igor Senčar. In ker izvoz ostaja ena najmočnejših spodbudnih značilnosti naše države, ga je potrebno še okrepiti. Številni podjetniki seveda pričakujejo, da bo gospodarska diplomacija poskrbela za odpiranje vrat na tuje trge. In kljub temu, da je delo gospodarske diplomacije, vsaj takšni so podatki zunanjega ministrstva iz leta v leto uspešnejše, pa smo tudi v Celju slišali mnenja, da bi sodelovanje moralo biti boljše. Več pa Maša Tomažin Hladen.

MAŠA TOMAŽIN HLADEN (novinarka): V državah, kjer je politike v gospodarstvu še posebej močan, je gospodarska diplomacija ključnega pomena. Tudi Slovenija sodeluje s takšnimi državami in gospodarska diplomacija je pri odpiranju vrat slovenskim podjetjem v takšnih državah aktivna in uspešna. A zapiranje gospodarskih predstavništev zaradi racionalizacije je bil napačen korak, meni predsednik **Vseslovenskega združenja malih delničarjev**.

KRISTJAN VERBIČ (**Vseslovensko združenje malih delničarjev**): Namreč gospodarstvo tudi z naslova diplomacije v nekaterih okoljih potrebuje ustrezen suport, ne samo pri naših podjetjih, nenazadnje tudi pri tistih podjetnikih, ki želijo v naš prostor priti.

TOMAŽIN HLADEN: Diplomacija mora zagotoviti najboljše pogoje za uspešno poslovanje in širjenje poslovnih priložnosti. Pa ne samo za velika, ampak tudi za manjša in srednja podjetja.

MARJAN BRAJDIH (prokurist podjetja Iskra Varjenje): Po mojem mišljenju je najbolj učinkovit način za podporo malim in srednjim podjetjem pomoč pri nastopanju na specializiranih trgih po svetu. To je tisto. Ne izlet, poudarjam skor izlet, ker po mojem je 80 procentov pri teh raznih delegacijah je turizem, iz turizma zraven.

TOMAŽIN HLADEN: Brajdih si želi, da bi bili slovenski gospodarski svetovalci v tujini bolj aktivni pri iskanju morebitnih gospodarskih partnerjev na tujih trgih. Predvsem ogromni trgi hitro rastočih gospodarstev so slovenskim podjetnikom težje dostopni.

IBERE UCOA DE AZEVEDO BARBOSA (sekretar na brazilskem veleposlaništvu v Sloveniji): Slovenskim podjetjem svetujemo, naj iščejo partnerje v Braziliji. To je velikanski trg, tam je 200 milijonov potrošnikov. Naš trg je res zahteven, toda lahko bi našli partnerje. Veleposlaništvo in naše ministrstvo jim lahko pomagata.

TOMAŽIN HLADEN: Tudi kitajski trg ponuja veliko priložnosti, a za uspešen vstop na kitajske trge bi morali slovenski podjetniki razumeti tudi velike kulturne razlike med državama.

DŽAO ŠJUFEN (predstavnica kitajskega veleposlaništva v Sloveniji): Slovenskim podjetnikom svetujem, naj obišejo Kitajsko in jo bolje spoznajo. Lahko se udeležijo tudi kitajskih sejmov

TOMAŽIN HLADEN: Sicer je bila osrednja tema današnjega srečanja dvig prepoznavnosti slovenskih izdelkov na tujem trgu z uporabo blagovne znamke I feel Slovenia, torej »Čutim Slovenijo«. Znamka je že ustaljena v turizmu in tudi v športu, z večjo uporabo v gospodarstvu pa bi na tujih trgih zagotavljala večjo prepoznavnost slovenskih izdelkov in njihovo kakovost.

BERGANT: No, naša gosta bosta doktor Stanislav Raščan, generalni direktor Direktorata za gospodarsko diplomacijo na zunanjem ministrstvu in doktor Uroš Merc, predsednik uprave skupine Bisol, izvajalke sončnih elektrarn na ključ, če skušam to bolj preprosto povedati. Dober večer obema. Doktor Raščan, na ministrstvu ste z rezultati gospodarske diplomacije zelo zadovoljni, lahko to bolj natančno opredelite, kaj je to, zaradi česar ste zadovoljni?

Dr. STANISLAV RAŠČAN (generalni direktor Direktorata za gospodarsko diplomacijo): Na Ministrstvu za zunanje zadeve smo zadovoljni z našimi rezultati zaradi tega, ker ko smo slišali tudi v teh prispevkih, je večina odmevov, ki jih dobivamo tudi s strani gospodarstva, pozitivnih, potem kot je povedal naš državni sekretar magister Senčar, eden redkih pozitivnih gospodarskih učinkov, ki smo jih imeli skozi vsa leta gospodarske krize je bil ta pozitiven skoraj dvoprocentni dvig izvoza vsako leto in tudi število tujih investicij v Sloveniji se poveča in ti dve področji sta nekako glavno merilo našega dela.

BERGANT: Ampak ali lahko recimo servisirate tudi manjše in srednje podjetnike v smislu, kot je povedal sogovornik?

RAŠČAN: Lahko, samo manjša in srednje velika podjetja oziroma vsa podjetja nam morajo najprej povedati, katero državo bi radi obdelali oziroma katero državo bi radi obdelali oziroma v kateri državi jim lahko pomagajo, zaradi tega tudi organiziramo taka srečanja, kot smo jih organizirali na celjskem sejmu, gremo tudi s štajersko gospodarsko zbornico v Maribor, da pritegnemo podjetja, da prikažemo naše delo, ker bi radi, da nam najprej oni povedo, kaj lahko mi za njih naredimo, v kateri regiji, v kateri državi.

BERGANT: Doktor Merc, danes je bil sicer v Celju govor o možnostih, ki jih ponuja slogan I Feel Slovenia, torej »Čutim Slovenijo«. Vi ste bili v tujini na službeni poti v Francijo, recimo vaše podjetje, koliko vam sploh pomeni I Feel Slovenia, če vi vaše izdelke prodajate pa Made in EU? Se pravi izdelano v Evropski uniji.

Dr. UROŠ MERC (predsednik uprave družbe Bisol): No, mi smo nekoliko mogoče specifični, kar se tega tiče, smo vendarle nekako širše zastavljeno evropsko podjetje kot skupina in ja, je pač tako, da Slovenija kot blagovna znamka se mi zdi, da bo morala prehodit še dolgo pot. Če govorimo nekako v globalnem smislu, marsikdo iz drugega konca sveta ali pa tudi bližje Slovenije ne pozna prav dobro, zlasti je pomembno, da v prvi vrsti izdelek prodamo, potem pa že predstavimo tudi Slovenijo. Se pravi izdelano v Evropi je za nas nekoliko večjega pomena, kot pa samo, če je izdelano v Sloveniji. Še posebej v tej luči, bom rekel zadnjega leta mogoče, ko smo bili v Sloveniji deležni precejšnje krize in recimo se je marsikateri od naših kupcev celo bal nakazat plačilo v Slovenijo.

BERGANT: Ampak doktor Merc, lahko poveste recimo en konkreten primer, ko ste imeli korist od slovenske gospodarske diplomacije?

MERC: No, jaz moram reči, da sicer se mi zdi, da se vsi, tako gospodarski diplomati kot mi v gospodarstvu trudimo narediti najboljše za vse nas. In ja, primerov je dosti recimo, ko smo v torej s podjetjem na Češkem šli v precej velik posel, nas je veleposlanik takrat v Pragi povabil na kosilo, tam smo nekako se uspeli predstaviti kot da ne gre samo za podjetje, ampak kot za celo državo, ki stoji zadaj. In takšna podoba je zelo pomembna. Dosti nam pomaga recimo veleposlaništvo v Italiji, slovensko, pri recimo določenih davčnih zadevah v Italiji, ker vemo, da so Italijani dosti striktni. Se mi pa zdi, da je treba še marsikatero narediti recimo na področju kakšnega izogibanja dvojne obdavčitve kot je primer s Kazahstanom. Mi smo zato, da smo posel v Kazahstanu izpeljali, morali ustanoviti podjetje v Angliji, potem preko angleškega podjetja poslovati s Kazahstanom. Tako da priložnosti je gotovo še nekaj. Ravno v nedeljo sem se sestal z ministrom za energijo, torej ministrom, egiptovskim ministrom za energijo in mogoče pri takih visokih obiskih bi bistveno bolj pomagal, če bi vrata odpiral tudi nekdo iz gospodarske diplomacije.

BERGANT: In tam celo imamo veleposlaništvo kot edino v Afriki. Ampak, doktor Raščan, v kakšno smer bo šla gospodarska diplomacija v Sloveniji? Potrebe so očitno velike, sredstva, kot slišimo, zelo omejena, kako boste delovali naprej?

RAŠČAN: Mi poskušamo delati tudi z zmanjšanimi sredstvi, jaz sem to povedal že v kar nekaj intervjujih, mi bomo nadaljevali z našim delom, se pravi z gospodarskimi delegacijami, ki bodo spremljale naše visoke predstavnike v tujini, nadaljevali bomo z delom v tako imenovanih mešanih medvladnih komisijah, kjer obravnavamo tudi te sporazume o dvojnem obdavčevanju, kjer povabimo seveda kolege z ministrstva za finance in tudi upal, da bomo zelo kmalu imeli medlo mešano komisijo s Kazahstanom, tokrat v Ljubljani, kjer bomo lahko to obravnavali in kjer bomo lažje prišli potem tudi do rešitev. Kot članica Evropske unije

seveda ne moremo več tako lahko kot smo prej vseh teh sporazumov podpisovati, sedaj se moramo obrniti še na Bruselj in če slučajno Evropska unija podpisuje sporazum kot celota s temi državami, potem seveda moramo tudi mi počakati, intenzivirali bomo skratka naše delo.

BERGANT: Doktor Merc, kaj vi v prihodnosti pričakujete od gospodarske diplomacije, kje predvsem, na katerih področjih, globalnih regijah pričakujete odločilno pomoč?

MERC: Meni se zdi, da predvsem v luči finančnih zadržkov, ki jih v Sloveniji imamo tako in drugače je prav, da bi se posvetili konzularnim predstavništvom. Te mislim, da znajo biti tudi stroškovno precej optimizirane in tukaj bi jaz prihodnost bolj usmeril z vidika diplomacije. Sicer se mi pa sploh zdi, da imamo v Sloveniji še največ rezerve ravno pri tem, da bi skupaj z združenimi močmi nastopali na tujih trgih pa znali bit ponosni na slovenske blagovne znamke. Tako malo nas je pa še vedno imamo težave skupaj sodelovati. Najlepša hvala doktor Merc in doktor Raščan za sodelovanje v Odmevih.

GOSTA: Hvala lepa.

BERGANT: No, za konec te teme pa pogledajmo še primer arabskega polotoka in konkretno emirata Dubaj, kjer Slovenija nima niti rezidenčnega veleposlanika, niti gospodarskega predstavništva. No, tam so naša podjetja sklenila za 60 milijonov evrov poslov, kar je v bistvu zelo malo za hitro rastoče in razvijajoče se okolje, ki gradi visoko tehnološko pametno mesto. Tukaj seveda govorim o Dubaju in ne o Sloveniji. Ob predstavitvi koncepta je bila poleg predstavnikov slovenskih podjetij v Dubaju tudi kolegica Eva Uranjek. EVA URANJEK (novinarka): Le nekaj kilometrov iz središča Dubaja je po vzoru ameriške nastala dubajska Silicijeva dolina. In tukaj je sedež enega od najrazvitejših tehnoloških parkov na svetu, v katerem imajo prostore predvsem podjetja, ki se ukvarjajo z informacijsko tehnologijo. Prvi mož parka pravi, da je to eden od najpomembnejših projektov dubajske vlade.

MOAMER HALID AL KATIRI (direktor tehnološkega parka): Silicijev park je zeleno območje in poskusni projekt. Ima vse dele majhnega mesta stanovanja, pisarne, trgovine in finančno središče. Vanj smo vložili 300 milijonov dolarjev.

URANJEK: V tem tehnološkem parku skoraj tisoč svetovnih podjetij razvija tehnološke rešitve za eno najbolj naprednih pametnih mest na svetu, ki naj bi dokončno zaživel do leta 2017. Gradnja pametnega mesta je zdaj na vrhuncu. Zgrajena je že več kot polovica infrastrukture. V treh letih pa bo to mesto videti takole: na začetku bo v njem živel 100.000 ljudi. Ti bodo prek aplikacije na pametnih telefonih lahko uporabljali različne storitve, ki jim bodo poenostavile vsakdan. Tako bodo lahko denimo svoje domove nadzorovali prek telefona ali računalnika.

AL KATIRI: Lahko bodo upravljali žaluzije, po kamerah spremljali svoj dom in gledali, kako se doma igrajo otroci.

URANJEK: Mesto bo energetske samozadostno. Na strehah bodo sončne celice. Prek telefonov bodo lahko prebivalci naročali uradne dokumente, obrazce, preverjali razmere na cestah, se naročali k zdravniku, rezervirali knjigo v knjižnici. Posebno športno aplikacijo za pametno mesto razvija tudi slovensko tehnološko podjetje. Prek te aplikacije se bodo domačini lahko prijavili na vadbo, aplikacija pa jih bo tudi vodila pri vadbi.

JANEZ UPLAZNIK (direktor in lastnik podjetja Mikropis): Poskušamo biti korak pred konkurenco in tudi tokrat s smart tehnologijo, z aplikacijami na telefonih, na portalu, poskušamo biti korak pred konkurenco, to je velika revolucija mogoče večja kot tisti prehod iz DOS-a v Windowse in kdor ne bo šel po tej poti, bo tudi v prihodnosti težko variiral.

URANJEK: Visoko tehnološko znanje pa bi po mnenju izvoznikov v Dubaju lažje prodali prav s pomočjo svojega diplomatskega predstavnika.

BERGANT: Kar seveda drži v tem zapletenem svetu, v katerem se taka in podobna pametna mesta gradijo, ne le, a tudi z nespametnim ali še bolj cinično z nesramnim izkoriščanjem ljudi. A o tem drugič.