

MARKO JAKLIČ\*

## Odnosi med podjetji z vidika tržne strukture gospodarstva

Poudarjanje protimonopolne politike v primeru, ko govorimo o tržni strukturi v majhnem gospodarstvu, ni primerno. V majhnih gospodarstvih načeloma nastajajo problemi zaradi monopolnega obnašanja le v sektorjih, ki producirajo predvsem ali samo za domači trg (kmetijstvo, storitve, ki ne gredo v mednarodno menjavo, monopoli za električno energijo, transport idr.). Poslovanje v teh sektorjih bi moralo biti v Sloveniji pod javnim oziroma državnim nadzorstvom.<sup>1</sup>

Oblika kooperacije, o kateri govori neoklasična teorija in bi jo bilo treba urediti s protimonopolno zakonodajo, so karteli, ki povzročajo naraščanje cen, omejujejo produkcijo in zmanjšujejo inovacije. Vendar kako lahko potem pojasnimo hkraten obstoj nepopolne konkurence, kartelov in navideznih kartelov na Japonskem z rastočim, inovativnim in neinflacijskim gospodarstvom.<sup>2</sup> Soobstoj nepopolne konkurence in gospodarske rasti pa ni paradoks za Schumpetrovo teorijo.<sup>3</sup>

Za Josepha Schumpetra ni trg, ampak podjetje tisto, ki zahteva osrednje mesto, in »konkurenca, ki izhaja iz novih dobrin, nove tehnologije, novih virov ponudbe, nove oblike organizacije,« tista, »ki določa bogastvo narodov« (Schumpeter, 1947, str. 84).

Po tržni strukturi in poslovnem obnašanju podjetij je za Slovenijo obetavnejše proučevanje, kakšni naj bi bili najbolj zaželeni odnosi med podjetji, da bi jim uspelo v mednarodni konkurenci. S tem je povezano vprašanje, ali naj se Slovenija opre na razvoj velikih ali majhnih podjetij, ki ga obravnavamo v prvem delu tega članka.<sup>4</sup> V drugem delu govorimo o industrijskih mrežah oziroma odnosih med podjetji kot o primernejšem vprašanju za razpravo o tržni strukturi v majhnem gospodarstvu. V tretjem delu govorimo o konkurenci in nastajanju novih podjetij kot o nepogrešljivih elementih zdrave tržne strukture.

\* Dr. Marko Jaklič, docent na Ekonomski fakulteti v Ljubljani

<sup>1</sup> Zelo zanimiv je primer cen kmetijskih izdelkov v Avstriji, kjer razprave o cenah in njihovo določanje temeljijo na načelih demokratičnega korporativizma. Več o konceptu demokratičnega korporativizma glej Jaklič, 1993.

<sup>2</sup> Slabe izkušnje s karteli v nekaterih majhnih državah, na primer v Švici in Avstriji, kažejo, da je treba dejavnost kartelov kljub vsemu pazljivo spremljati in jih s pragmatično zakonodajo tudi nadzirati. To je še posebej pomembno v primerih, kjer tudi liberalen odnos do mednarodne trgovine ni zadostno jamstvo, da karteli ne bi neupravičeno zviševali cene.

<sup>3</sup> Več o Schumpetru z današnjega vidika glej Samuels, 1985, str. 60–119. Teorije »nove konkurence« se teoretično opirajo na delo Josepha Schumpetra. Glej na primer Best, 1990 in Piore, Sabel, 1984.

<sup>4</sup> Za preteklo tržno strukturo v Sloveniji je bilo značilno pomanjkanje malih in srednje velikih podjetij. V zadnjih letih se je število malih in srednje velikih podjetij povečalo, število velikih podjetij pa zmanjšalo (Institut za makroekonomske analize in razvoj. Primerjalni prikazi osnovnih finančnih rezultatov gospodarstva Slovenije glede na velikost podjetij, 1992, str. 20).

Rothwell takole sklene svojo raziskavo o velikih in malih podjetjih (Rothwell, 1989, str. 51–64):

1. Prednost v inovacijah ni jasno povezana ne z velikimi ne z malimi podjetji.  
2. Prednosti malih podjetij so predvsem vedenjske, prednosti velikih podjetij pa zlasti materialne. Mala podjetja naj bi bila prožnejša od velikih podjetij glede na spremembe v tržnem povpraševanju, še posebej tam, kjer se mala podjetja povezujejo v mreže. Fleksibilnosti v zaposlovanju glede 1) na dolžino delovnega časa in delovnih razmer, 2) manjšega zunanjega nadzora nad malimi podjetji, 3) večje potencialne participacije delovne sile pri oblikovanju tržne strategije podjetja. Strategijo tržnih niš, ki se najpogosteje povezujejo z malimi podjetji, lahko uporabljajo tako velika kot mala podjetja. Vendar je ta strategija še najučinkovitejša v večjih podjetjih, kjer je povezana z ekonomijo obsega in strategijo diferenciacije (Rugman, Verbeke, 1990, str. 140).

3. V industrializiranem svetu se je v 20. stoletju velikost sektorja malih podjetij v glavnem zmanjševala (merjeno z deležem celotne zaposlitve v podjetjih z manj kot 100 zaposlenimi). Okoli leta 1970 pa se je ta trend obrnil. Delež zaposlenih v malih podjetjih je začel naraščati. Če pri presojanju upoštevamo še male enote velikih podjetij, je težnja k produkciji malega obsega še izrazitejša (Howard, 1990, str. 89). Najpomembnejši dejavniki, ki prispevajo k povečevanju aktivnosti malih podjetij v Evropi v zadnjem desetletju, so: 1) narava tehnologij, ki se pojavljajo, 2) dostop do večje količine rizičnega kapitala in 3) pojav novega podjetniškega duha v Evropi.<sup>5</sup>

4. Mala in velika podjetja niso izolirana ena od drugih. Proučevanje vloge malih in velikih pri inovacijah v industriji in pri rasti mora biti dinamično. Njihova relativna vloga se lahko med ciklom v industriji zelo spreminja.<sup>6</sup> V razvitem svetu lahko opazujemo dinamiko sodelovanja med malimi in velikimi podjetji, kjer mala podjetja oskrbujejo velika podjetja z najbolj dovršenim tehničnim znanjem in odkritji, velika podjetja pa imajo sredstva za njihov razvoj, produkcijo in trženje.

Komplementarnost velikih in malih podjetij poudarja potrebo, da ne opazujemo le velikih ali malih podjetij, ampak odnose med njimi. Iz mnogih študij držav izhaja, da je za majhne države običajno, da nekaj velikih podjetij ustvari velik delež dodane vrednosti ter izvoza, zaposluje velik delež delovne sile in hkrati omogoča obstoj velikega števila malih podjetij, ki so dobavitelji velikih podjetij.<sup>7</sup> Ali obstaja alternativa za takšno organizacijo industrije? Naša teza je, da velikost podjetij ni najpomembnejše vprašanje. Pomembnejša je sposobnost gradnje učinkovito organiziranih mrež, ki bodo dovolj velike in učinkovite za konkuriranje na mednarodnih trgih, ter sposobnost oziroma zmožnost enakopravnega oblikovanja strateških povezav s tujimi najuspešnejšimi producenti.

<sup>5</sup> V Veliki Britaniji na primer so podjetja, ki zaposlujejo manj kot 20 ljudi, v obdobju 1985–89 ustvarila približno milijon delovnih mest, kar je več kot dvakrat toliko, kot so jih ustvarila večja podjetja (Bartlett, Uvalic, 1992, str. 18). Vendar to ni zmanjšalo konkurenčnega zaostajanja Velike Britanije v primerjavi z drugimi državami. Iz tega bi lahko sklepali, da so velika podjetja potrebna in tudi tista, ki v Veliki Britaniji ne poslušajo dobro.

<sup>6</sup> V Evropi se v zadnjem času širi sistem »outsourcinga«, ko velika podjetja namesto lastne proizvodnje iščejo učinkovite manjše dobavitelje, po drugi strani pa velika podjetja zmanjšujejo število svojih dobaviteljev in ohranjajo le najučinkovitejše oziroma najkakovostnejše ter najcenejše dobavitelje.

<sup>7</sup> Več o tem glej Jaklič 1993, str. 108–10 in Hilpert, 1991, str. 13.

V skladu s tradicionalnim razmišljanjem so velika podjetja učinkovita, a v določeni meri toga, mala podjetja pa so prilagodljivejša, vendar nestabilna. Tehnološki in gospodarski razvoj omogočata novo obliko organizacije, ki združuje odlike obeh. V novem organizacijskem modelu ni pomembna velikost podjetja, ampak kakovost poslovnih odnosov, ki združuje podjetja med seboj. Ključna enota produkcije ni več individualno podjetje, temveč decentralizirana mreža podjetij. Včasih so te mreže sestavljene iz vertikalnih povezav, ki združujejo male dobavitelje z velikimi končnimi producenti. V drugih primerih so povezave horizontalne in povezujejo številna bolj ali manj enakovredna manjša podjetja. V obeh primerih mreže sledijo logiki ravnotežja med hkratnim sodelovanjem in konkurenco med podjetji v mreži.

Študija ILO obravnava dve vrsti mrež, in sicer t. i. »kraljestva« in »republike« (Sengenberger, Loverman, Piore, 1990). Ta dva modela se medsebojno ne izključujeta. Isto podjetje lahko v določenem časovnem obdobju prihaja iz enega v drug model ali pa lahko celo pripada obema hkrati. Možne so tudi hibridne oblike obeh tipov mrež.

1. »Kraljestvo« je mrežna povezava, ko velika korporacija povezuje manjša podjetja v vertikalno verigo dobaviteljev pod strateškim vodstvom velikega podjetja (na primer japonski sistem skupin dobaviteljev).

V Sloveniji lahko upravičeno pričakujemo, da bo v prihodnosti določena produkcija temeljila na »kraljevskem« tipu organizacijskih povezav med podjetji, kjer bo strateško vodstvo zagotavljalo veliko, verjetno domače ali tuje multinacionalno podjetje.<sup>8</sup> V skladu s konceptom strateškega usmerjanja slovenskega gospodarstva bi morala vlada dajati določeno podporo tudi takšnemu tipu povezovanja.<sup>9</sup>

2. »Republike« združujejo med seboj mala, visoko specializirana podjetja v horizontalno mrežo, kjer ne prevladuje nobeno podjetje. »Republike« torej povezujejo producente, ki sodelujejo pri proizvodnji končnih komponent in končnih izdelkov ali samostojno delujejo v podobni proizvodnji. Strateškega vodstva ne zagotavlja eno veliko podjetje, ampak posrednik, po navadi javna ali zasebna ustanova, ki opravlja storitve in omogoča sodelovanje, česar po navadi zasebno podjetje ne more opraviti samo. Klasičen zgled modela »republike« so evropska industrijska okrožja.<sup>10</sup> V Italiji, Nemčiji in na Danskem celotne regije razvijajo uspešne produkcijske sektorje, ki temeljijo na takšnem mrežnem modelu. Ko govorimo o možnih industrijskih mrežah malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji, je treba poudariti, da se običajno ne oblikujejo »avtomatično« na podlagi tržnih sil in da je vladna podpora ključnega pomena pri razvijanju evropskih industrijskih okolišev. Država je z opogumljanjem in spodbudami lahko katalizator za nastanek mrež v obliki industrijskih in tehnoloških parkov ter konzorcijev, vse dokler ni ta koncept internaliziran.

Slovenska vlada mora pospeševati učinkovite povezave med malimi podjetji

<sup>8</sup> Gospodarska kriza in privatizacija bosta verjetno še zmanjševali število velikih podjetij oziroma vplivali na proces dezintegracije velikih podjetij v Sloveniji. Z vidika oblikovanja novih mrež je lahko to tudi pozitiven proces, če se bodo mrežne povezave na novih temeljih zgodile dovolj kmalu. Izkušnje namreč kažejo, da se velika podjetja, ki se želijo mrežno organizirati, zaradi rigidnosti kulture v podjetju niso sposobna organizirati na nov način in se pogosto vračajo k staremu načinu vertikalnega povezovanja (The Economist, Why Networks May Fail, 1992, str. 73). Zato je določena dezintegracija podjetij v prvem koraku najbrž nujna.

<sup>9</sup> Več o konceptu strateškega usmerjanja gospodarstva glej Jaklič, 1993.

<sup>10</sup> Dober pregled tega pojava najdemo v Hatch, 1988.

tudi z dajanjem davčnih spodbud in subvencij organizacijam, ki bi povezovale mala podjetja, razvijale posredništvo in ponujale funkcionalne storitve malim podjetjem. Vlada mora pomagati pri vertikalni organizaciji storitev teh organizacij, kar je značilno za mnoge italijanske in danske centre, namesto horizontalne organizacije, kjer marketinške storitve opravlja ena organizacija, tehnološke druga in finančne storitve tretja organizacija. Obstajati mora eno samo mesto za določen sektor, ki razvije kritično maso znanja in sposobnosti ter ima podatkovno bazo za primerno pomoč temu sektorju. Te storitve so specifične za različne sektorje, kajti razvoj, izzivi in priložnosti so različni po področjih. Zaradi hitrejšega zaznavanja sprememb, še posebej na sorodnih in podpirajočih področjih, mreženje zahteva tudi medsektorsko sodelovanje na podlagi medsektorske informacijske baze, ki naj povezuje posamezne centre. Centri morajo delovati tako, da zagotavljajo zadostne informacije podjetjem, ki morajo samostojno razviti razvojne sposobnosti. Bistvenega pomena je, da podjetja ohranijo in razvijajo razvojno in podjetniško samostojnost in ne postanejo odvisna od zunanjih virov ustvarjalnosti oziroma ne postanejo klienti javnih institucij. Centri za kolektivne storitve morajo torej zagotoviti ustrezne informacije. Praktična uporaba teh informacij pa je v domeni vsakega podjetja posebej.

V končni fazi bodo morali biti programi samostojni in spodbude za nadaljnje delovanje bodo morala dati podjetja. Država naj da podporo, zagotavlja izobraževanje, spodbude, osnovno in splošno raziskovanje, informacije o tehnologijah in trgih, spodbude in informacije o možnem sodelovanju v tujih mrežah ter svetovalne in posredniške storitve.<sup>11</sup>

3. Poleg čistih oblik najdemo tudi hibrid med obema tipoma mrežnih povezav podjetij. Za podjetja iz teh mrež so značilne močne horizontalne medsebojne povezave, ki so precej podobne tistim v t. i. »republikah«. Poleg tega se podobno kot v primeru »kraljestev« ta podjetja povezujejo z velikimi podjetji. Vendar v nobenem primeru ta velika podjetja ne prevladujejo v mreži. V resnici se v mnogih primerih dogaja ravno nasprotno (Howard, 1990, str. 102).

Najbolj znan zgled hibridne mreže je Silicijeva dolina v ZDA. Podobno kot za zgled japonskih dobaviteljskih mrež in evropskih industrijskih okrožij tudi za zgled Silicijeve doline velja, da je med podjetji ob sodelovanju tudi velika konkurenca. V Sicilijevi dolini država ne igra takšne vloge, kakršno poznamo iz zgledov Japonske ali Italije. Kljub temu tudi tam obstajajo ustanove, kot so Stanfordska univerza, trgovinska združenja, lokalne poslovne skupnosti, skladi rizičnega kapitala in specializirane svetovalne ter raziskovalne organizacije, ki s svojimi storitvami držijo skupaj mrežo podjetij v Silicijevi dolini.

Jasno je, da lahko tudi v Sloveniji zasnova mrež podjetij potencialno zagotovi malim in srednje velikim podjetjem moč za konkurenčni nastop na svetovnih trgih. Vendar bi vsako pretiravanje in napačno razumevanje te zasnove lahko pomenili posredno prepričevanje podjetij, da ostajajo mala, kar ni vedno tudi smotrno. Po drugi strani lahko napačno razumevanje in udejanjanje zasnove mrež pomeni nevarnost združevanja po sili. V končni fazi morajo podjetja samostojno sprejeti

<sup>11</sup> Ob majhnem slovenskem gospodarstvu je zelo pomembno, kako bodo slovenska podjetja oblikovala mreže s tujimi malimi in tudi multinacionalnimi podjetji. (Več o tem glej Jaklič, 1993, str. 188-94). Te zveze lahko zagotovijo sredstva in dostop do globalnih trgov, ustvarijo zunanje pritiske na konkurenčno poslovanje in pripomorejo k uvedbi najboljših mednarodnih proizvodnih in poslovnih postopkov.

vse mrežne odločitve. Če podjetja niso zainteresirana za sodelovanje, jih država v to ne sme siliti.

V Sloveniji ne bi smeli slediti načelu »majhno je lepo« in »veliko je slabo«. Podpirati je treba vse vrste povezav, ki pomenijo povečevanje učinkovitosti, pa naj bo to združevanje podjetij v večja podjetja, sodelovanje med malimi in velikimi podjetji ali pa združevanje malih podjetij v industrijska okrožja. Vlada naj ne odloča o organizaciji. K nastanku je treba spodbujati inovativne, učinkovite in dinamične medpodjetniške dejavnosti. Ne nazadnje mrežno povezovanje zahteva tudi velike spremembe v vodenju podjetij.

Zasnova sinergičnega prepletanja med strategijami podjetij in specifično industrijsko politiko je lahko v veliko pomoč. Nekatera uspešna podjetja bodo zrasla, druga bodo ostala majhna, kar ni problem, če je to z vidika značilnosti posamezne industrijske dejavnosti najučinkovitejše. Upati je, da bomo imeli v Sloveniji v prihodnosti mednarodno uspešna velika podjetja, celo srednje velike multinacionalke in uspešna mala podjetja, organizirana v slovenske in mednarodne mreže podjetij.

### *Konkurenca in nastajanje novih podjetij*

Močna konkurenca je pomembna za nastanek ekonomsko močne industrije. Preveč ali premalo konkurence namreč privede do šibkih ekonomskih rezultatov, za katere sta značilni neučinkovitost in neinovativnost (Lawrence, 1987, str. 102). Odprt domač trg v povezavi z mednarodno strateško usmeritvijo gospodarstva lahko deloma nadomesti pomanjkanje konkurentov v majhni državi. Kljub temu je močna domača konkurenca neprecenljivo bogastvo (Porter, 1990) str. 210.

Specifična industrijska politika v Sloveniji mora ustvarjati razmere, ki bodo omogočale nastanek novih podjetij in njihov vstop na trg. Izobrazena delovna sila, podjetniške ideje in dostop do rizičnega kapitala so nujni, vendar ne tudi zadostni pogoji za nastanek novih podjetij. Obstajati mora tudi razvita podjetniška infrastruktura, ki ustreza (potencialnim) podjetnikom v majhnem gospodarstvu, in sicer v obliki specifičnih poslovnih storitev, predvsem povezanih z mednarodnim trženjem, sprejemanjem nove tehnologije in medpodjetniškim sodelovanjem. Brez ustrezne infrastrukture bodo mala in srednje velika podjetja, ki bodo sama nastopala na svetovnem trgu, v dokaj neugodnem konkurenčnem položaju. Kot smo videli, industrijske mreže ne pomenijo le sodelovanja, ampak tudi konkurenco med podjetji v obliki tekme, da bi podjetje postalo del uspešne mreže ali da bi postalo dobavitelj uspešnemu večjemu podjetju.<sup>12</sup>

Porter je v svoji raziskavi ugotovil, da je aktivno nastajanje novih konkurentov v industriji temeljni pogoj za mednarodno uspešno produkcijo (Porter, 1990, str. 122). Nova podjetja nastajajo po dveh temeljnih načinih. Eden je nastajanje popol-

<sup>12</sup> Tudi mreže podjetij imajo svoje probleme. Ker večina mrež vzpostavlja bližnje in dolgoročne povezave med kupci, dobavitelji, pogodbeniki in distributorji, zelo hitro postanejo t. i. »stabilne mreže«, kar lahko vodi do rigidnosti in zastarevanja sistema. Če na primer postane dobavitelj ali pogodbenik izključno vezan na glavno podjetje oziroma funkcioniranje ene same mreže, potem njegova kakovost in cena nista več preverjeni na širšem trgu. Dobavitelj ali pogodbenik pogosto postane tudi preveč specializiran in izgublja inovativni naboj. Omenjena dejstva so zelo nevarna za obstoj posameznega podjetja kot tudi za obstoj celotne mreže. Zato je zelo pomembno, da mreža ostane prilagodljiva in da podjetja sodelujejo tudi z drugimi mrežami oziroma podjetji. Mnogi tako opozarjajo pred možnostjo, da se mreža spremeni v »preživeto« obliko vertikalno povezanega podjetja. Drugi pa so prepričani, da bodo ravno problemi, ki so povezani s strateškim usmerjanjem takih mrež, privedli do ponovnega združevanja podjetij.

noma novih podjetij, pa naj bodo to t. i. podjetja spin-off, ki izhajajo iz obstoječih podjetij, ali pa so nova podjetja rezultat novih idej, ki prihajajo z raziskovalnega področja in univerze.

Ambiciozni zaposleni z novimi idejami, ki niso zadovoljni s stanjem v svojem podjetju, zapustijo to podjetje in velikokrat v bližini ustanovijo svoje podjetje. Eno podjetje spin-off po navadi spodbudi še druge. Eden od pokazateljev zdravja industrijskega okrožja je ravno stopnja nastajanja novih, še posebej podjetij spin-off.<sup>13</sup> Podjetja povečujejo prilagodljivost celotnega industrijskega okoliša, ne da bi bila pri tem ogrožena celotna produkcijska veriga.<sup>14</sup>

Poleg omenjenih mehanizmov nova podjetja nastajajo tudi z notranjo diverzifikacijo obstoječih podjetij v ustanavljanje podružničnih podjetij ali z vstopanjem v nove produkcije.<sup>15</sup>

Ustanavljanje novih podjetij je nujno za nadomeščanje zaposlitve delovne sile, ki se je sprostila iz propadlih podjetij. Če ni ustanavljanja novih podjetij, tudi ni možnosti za nova delovna mesta in delavci ter sindikati postanejo nezadovoljni in nepripravljeni za spremembe. Ob obilici delovne sile in upočasnjeni rasti plač so podjetja manj naklonjena vlaganju v izboljšanje delovne sile in povečanje storilnosti. Vlada je prisiljena v negativno industrijsko politiko, ki kratkoročno ohranja delovna mesta na račun dolgoročnih konkurenčnih prednosti.

Domača konkurenca tudi pomaga pri preprečevanju nekaterih možnih pomanjkljivosti industrijske politike. Močna skupina domačih konkurentov ovira tiste oblike državne intervencije, ki dušijo inovacije ali krhajo konkurenco. Konkurenca med domačimi podjetji ohranja »poštenost« pri prejemanju državne podpore. Hkrati prisotnost konkurentov omogoča konstruktivnejše oblike državne podpore, ki pomagajo celotni industriji, kot so pomoč pri odpiranju tujih trgov in naložbe v specializirane produkcijske faktorje.

## Sklep

V članku smo skušali pokazati, da je bolj kot protimonopolna zakonodaja, ki mora biti v majhni državi zelo pragmatična, še posebej za majhno gospodarstvo pomembno vprašanje medsebojne povezanosti podjetij z vidika njihove večje mednarodne konkurenčnosti. Pravilno vprašanje torej ni »veliko ali malo podjetje«, temveč kakšni naj bodo odnosi med podjetji v obliki različnih tipov industrijskih mrež. Pri tem morajo biti industrijske mreže tako velike, da bodo sposobne dosegati mednarodno konkurenčnost v posameznih delih produkcije in storitev. Prav zato je pomembno, da se slovenska podjetja enakopravno povezujejo v uspešne mednarodne industrijske mreže. Za konkurenco in zdravo tržno strukturo je poleg liberalnega odnosa do mednarodne trgovine potrebno učinkovito nastajanje novih domačih podjetij. Pri pospeševanju učinkovitih povezav med podjetji smo skušali opredeliti tudi vlogo države, pri čemer je pomembno, da so

<sup>13</sup> Ena od oblik podjetja spin-off je t. i. »satelit«, ki je ustanovljen s pomočjo obstoječega podjetja. Pri tem je pomoč največkrat v obliki kreditnega ali lastniškega financiranja, posojanja strojev, delitev naročil ali dolgoročnih pogodb.

<sup>14</sup> Ta proces je podoben procesu »ropotanja«, kot sta ga opisala Peter in Waterman, kar je značilnost odličnih podjetij. »Ropotanje« pomeni oblikovanje manjšin skupin ljudi različnih funkcionalnih sposobnosti, ki skušajo v nekem določenem času rešiti neki problem (Peters, Waterman, 1982, str. 126).

<sup>15</sup> Za podrobnejšo predstavitev različnih oblik nastajanja novih podjetij glej Giaoutzi, Nijkamp, Storey, 1989, str. 86-9.

podjetja in ne država »zvezde« v tem procesu, ki mora temeljiti na posebnem strateškem usmerjanju majhnega gospodarstva.

#### VIRI

- BARTLETT, W., UVALIČ, M., Public Policy, Social Security and the Labour Market in the Yugoslav Republics, Croatia and Slovenia, EACES Trento Workshop, Marcc 1992, University of Trento
- BEST, M., 1990, The New Competition, Cambridge: Polity Press
- ECONOMIST, 1992, Why Networks May Fail, 10. oktober, str. 73
- GIAOUTZI, M., NIJKAMP, P., STOREY, D. J., 1989, Small and Medium Size Enterprises and Regional Development, London: Routledge
- HATCH, C. R., 1988, Flexible Manufacturing Networks: Cooperation for Competitiveness in a Global Economy, Washington, D. C.: Corporation for Enterprise Development
- HILPERT, U., ured., 1991, State Policies and Techno-Industrial Innovation, London: Routledge
- HOWARD, R., 1990, Can Small Business Help Countries Compete!, Harvard Business Review, Nov.–Dec.
- JAKLIČ, M., 1993, Framework for the Supply-Side Economic Decision-Making in Slovenia, doktorska disertacija, Ljubljana: Ekonomska fakulteta
- LAWRENCE, P. R., 1987, Competition: A Renewed Focus for Industrial Policy, v Teece, D. J., ured., The Competition Challenge, Cambridge: Ballinger
- Peters, T. J., Waterman, R. H., 1982, In Search of Excellence: Lessons from America's best-run companies, New York: Harper and Row
- PIORE, M., SABEL, C., 1984, The Second Industrial Divide, New York: Basic Books
- PORTER, M. E., 1990, The Competitive Advantage of Nations, New York: The Free Press
- ROTHWELL, R., 1989, Small Firms, Innovation and Industrial Change, Small Business Economics, 1, str. 51–64
- RUGMAN, A. M., VERBEKE, A., 1990, Global Corporate Strategy and Trade Policy, London: Routledge
- SAMUELS, W. J., 1985, A Critique of Capitalism, Socialism, and Democracy, v Samuels, W. J., Coe, R. D., Wilber, C. K., ured., Capitalism and Democracy: Schumpeter Revisited, Indiana: University of Notre Dame Press
- SCHUMPETER, J., 1947, Capitalism, Socialism and Democracy, New York: Harper and Row
- SENGENBERGER, W., LOVERMAN, G., PIORE, M., ured., 1990, The Re-emergence of Small Enterprise: Industrial Restructuring in Industrialized Economies, Geneva: ILO
- ZAVOD ZA MAKROEKONOMSKE ANALIZE IN RAZVOJ, 1992, Primerjalni prikazi osnovnih finančnih rezultatov gospodarstva Slovenije glede na velikost podjetij, 1992