

MINISTRSTVO ZA DELO, DRUŽINO IN SOCIALNE ZADEVE

minister dr. Ivan Svetlik
državna sekretarka dr. Anja Kopač Mrak
Kotnikova 5
1000 Ljubljana

Datum: 19. 04. 2010

ZADEVA: Odprto pismo o predlogu novega Zakona o malem delu

Agencije za tržne raziskave, združene v **Strokovnem svetu sekcije raziskovalcev (SSSR)** pri **Društvu za marketing Slovenije (DMS)**, podpiramo zakonsko urejanje malega dela, saj ta daje priložnost različnim socialnim skupinam, ki so sposobne za opravljanje različnih del, da postanejo konkurenčne študentski delovni sili. Čeprav to pomeni dvig cene malega dela, je za nas takšna rešitev sprejemljiva, saj dolgoročno povečuje konkurenčnost delovne sile na področju malega dela, kar lahko pozitivno vpliva na kakovost opravljenega dela in s tem na kakovost naših storitev.

Osnutek predloga zakona o malem delu pa vsebuje določbe, ki bi lahko onemogočile delovanje naše primarne dejavnosti, to je tržno in javnomnenjsko raziskovanje. Naša dejavnost je namreč po eni strani izrazito projektne narave, po drugi pa odvisna od razvojnih ciklov naših naročnikov, ki so večinoma slovenska podjetja. To pomeni, da je lahko v določenih mesecih bistveno več raziskovalnih projektov kot sicer. Zaradi tega je malo delo za nas ključnega pomena, saj je projektov, ki bi bili kontinuirani in bi s tem omogočali redno zaposlovanje, zelo malo.

Za ilustracijo navedimo, da lahko samo en projekt zahteva 150 sodelavcev v krajšem časovnem obdobju (na primer v mesecu dni). V spomladanskem času agencije, združene v SSSR, potrebujemo tudi do 1000 takšnih sodelavcev, že tri mesece pozneje pa ta številka pade na manj kot 200. Trenuten predlog zakona narekuje, da bi v tem primeru vsa tržno raziskovalna podjetja skupaj na podlagi trenutne tržne situacije in na osnovi obstoječega števila zaposlenih v tej panogi lahko najela le 30 malih delavcev, kar ne omogoča izvedbe projektov in ne zadostuje potrebam in pričakovanjem trga. Redna zaposlitev dodatnih 800 sodelavcev, ki jih potrebujemo le nekaj mesecev v letu, bi bila za naše raziskovalne hiše poslovno seveda nevzdržna. Na letni ravni je sicer razmerje med maso za plače in maso za malo delo približno 1:1. V primeru redne zaposlitve vseh (sedaj začasnih) sodelavcev pa bi se stroški raziskav, s katerimi obremenimo naše naročnike, večinoma gospodarska podjetja, povečali čez mejo sprejemljivega.

Določbe, ki jih predvideva predlog zakona o malem delu, predvsem tiste, ki omejujejo največjo možno količino opravljenega dela na letni ravni, in še posebej tiste, ki predvidevajo opravljanje zdravniških pregledov itd., ter s tem povezano povečanje administrativnega dela, bi povsem onemogočila tržno fleksibilnost ter s tem prilagajanje tržnim potrebam naročnikov po kakovostnih in pravočasnih informacijah o trgu, ki so podlaga za sprejemanje poslovnih odločitev. To bi lahko negativno vplivalo tako na čas, potreben za izvedbo investicij (od na primer idejne zasnove za nov izdelek do lansiranja na trg), kot na ceno, ki bi se zaradi vsega naštetega v okviru marketinških proračunov nesorazmerno povečala.

Uresničitev predlaganih določb bi po našem mnenju znatno upočasnilo razvojni cikel slovenskega gospodarstva nasploh, saj so tržne raziskave eno od temeljnih orodij pri razvoju novih izdelkov, inovacij, investiranju v blagovne znamke in razvoj blagovnih znamk. Tak zakon bi torej dolgoročno negativno vplival na slovensko gospodarstvo, saj bi bila slovenska podjetja v slabšem položaju od tujih, ki navadno na trg že vstopijo s potrebnimi informacijami ali vzori iz tujine.

Zaradi vsega navedenega ugotavljamo, da bi uresničitev predloga zakona o malem delu tako radikalno posegla v našo dejavnost, da ne bi mogli več opravljati svojega dela oz. opravljati dejavnosti na način, kot ga potrebujejo naši naročniki, ki so kot rečeno večinoma slovenska podjetja.

Zato predlagamo, da se v predlogu zakona predvidi izjema za agencije, združene v SSSR pri DMS, ki so hkrati tudi članice **ESOMAR** (Evropsko združenje tržnih raziskovalcev), ki bi podobno kot za nevladne organizacije in društva omogočila naši dejavnosti nemoteno poslovanje.

Podpisniki:

Janja Božič Marolt, Mediana, Inštitut za raziskovanje trga in medijev
Mojca Čeligoj, AGB Nielsen Media Research
Janko Hočevar, Aragon raziskovanje in načrtovanje
Darja Ivanuša Kline, Interstat raziskave in razvoj
Damjana Kocjanc Fajfar, Ipsos raziskovanje trga, medijev in javnega mnenja
Helena Mah, GfK Slovenija tržne raziskave
Andraž Zorko, VALICON trženjsko svetovanje in raziskave
Branko Žnuderl, RM PLUS tržne raziskave

dr. Maja Makovec Brenčič, predsednica DMS
Tomaž Arh, član upravnega odbora DMS