

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Elena Del Fabro

Mentor: Red. prof. dr. Marjan Svetličič

IZHODNE INVESTICIJE SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA V
MAKEDONIJI

Diplomsko delo

Ljubljana, 2005

SEZNAM UPORABLJENIH KRATIC	4
UVOD.....	5
1. INTERNACIONALIZACIJA POSLOVANJA.....	7
1.1. Opredelitev internacionalizacije vs. globalizacije.....	7
1.2. Proces internacionalizacije	8
1.3. Skandinavska šola internacionalizacije	8
1.4. Merjenje stopnje internacionalizacije.....	9
2. TUJE NEPOSREDNE INVESTICIJE	10
2.1. Opredelitev in ključne značilnosti TNI	10
2.2. Nosilci neposrednih tujih vlaganj – transnacionalna podjetja.....	12
3. TEORETIČNA IZHODIŠČA.....	13
3.1. Razvoj sodobnih teorij mednarodne proizvodnje.....	13
3.1.1. Posner: Teorija tehnološkega razkoraka (1961).....	16
3.1.2. Vernon: Teorija življenjskega ciklusa proizvoda (1966)	17
3.1.3. John H. Dunning: Eklektična paradigma mednarodne proizvodnje (1977) .	18
3.1.4. John H. Dunning: Investicijska razvojna pot (1979).....	20
3.1.5. Porterjev razvojni model in Dunningova dopolnitev	22
3.1.6. Terutomo Ozawa: Dinamična paradigma razvoja.....	24
3.1.7. Internalizacijska teorija.....	25
4. PODJETNIŠKI MOTIVI ZA TNI.....	26
4.1. Iskanje virov	27
4.2. Povečanje učinkovitosti.....	27
4.3. Iskanje trgov	28
4.4. Strateški motivi.....	29
4.5. Ostali razlogi	29
5. OBLIKE VSTOPA NA TUJI TRG.....	30
5.1. Sveže investicije (»greenfield«)	30
5.2. Prezem že obstoječega podjetja.....	31
5.3. Skupna vlaganja (»joint ventures«).....	33
5.5. Strateške zveze in partnerstva.....	34
6. UČINKI TUJIH NEPOSREDNIH NALOŽB	35
7. PREDSTAVITEV NALOŽBENEGA OKOLJA: MAKEDONIJA – MAJHNA DRŽAVA V TRANZICIJI	37
7.1. Proces privatizacije.....	37

7.2. Blagovna menjava Makedonije s tujino	38
7.3. Neposredne tuje investicije v Makedoniji	39
7.4. SWOT analiza: Makedonija kot lokacija za TNI	43
8. MAKROEKONOMSKI KAZALCI SLOVENIJE IN MAKEDONIJE.....	44
9. POMEMBNEJŠI GOSPODARSKI SPORAZUMI MED DRŽAVAMA	49
9.1. Sporazum o gospodarskem sodelovanju.....	50
9.2. Plačilni sporazum	50
9.3. Sporazum o prosti trgovini	50
9.4. Sporazum o vzajemni zaščiti in spodbujanju investicij.....	51
9.5. Konvencija o izogibanju dvojnega obdavčevanja v zvezi z davki na dohodek in premoženje	52
9.6. Pogodba o ureditvi medsebojnih premoženjskopravnih razmerij	53
9.7. Sporazum o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju	53
9.8. Sporazumi veljavni po vstopu Slovenije v EU.....	54
9.8.1. Spremenjene razmere v medsebojnem trgovanju po vstopu Slovenije v EU56	
10. BLAGOVNA MENJAVA MED DRŽAVAMA.....	57
11. PREGLED NALOŽB SLOVENSКИH PODJETIJ V MAKEDONIJI IN NEKATERIH NAČRTOV ZA PRIHODNJA VLAGANJA	60
11.1. Izvedene naložbe	60
11.2. Nekateri investicijski načrti slovenskih podjetij v Makedoniji	65
12. KONKRETNI PRIMER SLOVENSKE TNI V MAKEDONIJI – DROGA D.D. ...	66
12.1. Predstavitev podjetja	66
12.1.1. Kratka zgodovina.....	67
12.1.2. Organiziranost	67
12.1.3. Osnovne dejavnosti družbe.....	68
12.1.4. Trgi	69
12.1.5. Poslovni rezultati	69
12.1.6. Načrti za prihodnost	69
12.2. Droga v Makedoniji.....	70
ZAKLJUČEK.....	73
VIRI.....	76
Literatura	76
Poročila in analize državnih ustanov, mednarodnih organizacij in podjetij.....	78
Zakonodaja	81

SEZNAM UPORABLJENIH KRATIC

BDP – Bruto družbeni proizvod

EBRD – European Bank for Reconstruction and Development (Evropska banka za obnovo in razvoj)

EFTA – European Free Trade Association (Evropsko združenje za svobodno trgovino)

EU – Evropska unija

EUR – Evro

IFC – International Finance Corporation (Mednarodna finančna korporacija)

MDS – Mednarodni denarni sklad (International Monetary Fund – IMF)

MOD – Mednarodna organizacija dela (International Labour Organisation – ILO)

MNP – multinacionalno podjetje

NLB – Nova Ljubljanska banka d.d.

STO – Svetovna trgovinska organizacija (World Trade Organisation - WTO)

OECD – Organisation for Economic Cooperation and Development (Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj)

TNI – tuje neposredne investicije

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development (Konferenca Združenih narodov za trgovino in razvoj)

USD – Ameriški dolar (United States Dollar)

WIR – World Investment Report (Svetovno poročilo o investicijah)

ZRJ – Zvezna republika Jugoslavija

UVOD

Izkušnje razvitih držav kažejo, da so se v procesu globalizacije tuje neposredne investicije (TNI) pokazale kot zelo uspešna strategija, s katero države ne le povečujejo svoje tržne deleže, ampak tudi ohranjajo tiste, ki so jih dosegle s pomočjo izvoza. Vse večji del svetovnega izvoza je povezan z ustanavljanjem podjetij v tujini. Relativno majhno slovensko gospodarstvo se mora zato aktivno vključiti v ta proces. Za slovenska podjetja so privlačni predvsem bližnji trgi, ki jih dobro poznajo in na katerih so delovala že v preteklosti. V svoji diplomski nalogi se bom osredotočila na slovenske investicije v Makedoniji in s tem povezanimi priložnostmi in izzivi. Za to temo sem se odločila, ker ocenjujem, da je ta tema v slovenski strokovni javnosti nezadostno obdelana, običajno v sklopu obravnave regije oziroma držav nastalih na ozemlju nekdanje Jugoslavije. Poznavanje makedonskega jezika mi bo omogočilo analizo makedonske literature in dokumentov, kar je vsekakor prednost. Investicije slovenskega gospodarstva v Makedonijo bom poskušala predstaviti kot samostojno celoto, zato ne bom opisovala slovenskih naložb v druge republike nekdanje Jugoslavije in ne bom delala tovrstnih primerjav. Časovno se bom osredotočila na obdobje po osamosvojitvi obeh držav.

Slovenska podjetja se za investicije v Makedoniji odločajo zaradi zgodovinske, jezikovne in kulturne povezanosti s tem prostorom, ki jim omogoča dobro poznavanje lokalnih razmer in poslovne kulture. Na odločitve za investicije pozitivno vplivajo tudi prepoznavne in ugledne slovenske blagovne znamke, nižji stroški delovne sile, dostopnost do surovin in možnost širjenja na trge ostalih držav v regiji. Zaradi različnih mednarodnih položajev obeh držav in s tem povezanimi mednarodnimi sporazumi je izvoz iz Makedonije v države JV Evrope ugodnejši kot iz Slovenije. Z investiranjem v Makedonijo, ob izkoriščanju prednosti, ki jih lokalno okolje ponuja, Slovenija zmanjšuje obsežni primanjkljaj v blagovni menjavi.

V diplomski nalogi se bom najprej lotila teoretičnih in konceptualnih izhodišč, ki bodo obsegala prvih šest poglavij. V prvem poglavju bom predstavila pojem internacionalizacije poslovanja podjetij, ki predstavlja širši okvir tujih neposrednih naložb, katere bom predstavila v drugem poglavju. Poseben poudarek v okviru tega poglavja bom namenila opisu transnacionalnih podjetij, kot glavnih nosilcev tujih neposrednih naložb. Naslednje poglavje bo namenjeno predstavitvi določenih teorij

mednarodne proizvodnje, ki so relevantne za nadaljnjo analizo. Podjetniške motive za investiranje v tujini bom predstavila v četrtem, konkretne oblike vstopa na tuji trg pa v petem poglavju. Kaj tuje neposredne naložbe pomenijo za gospodarstvo države investitorice in države prejemnice, bom opisala v šestem poglavju.

Naslednja poglavja ne bodo splošno naravnana, ampak bodo namenjena konkretni obravnavi slovenskih neposrednih naložb v Makedoniji. V sedmem poglavju bom predstavila gospodarsko okolje v Makedoniji s poudarkom na segmentih, ki so povezani z pogoji investiranja vlagateljev iz tujine. V naslednjih poglavjih bom primerjala makroekonomske kazalce Slovenije in Makedonije ter opisala pomembnejše gospodarske sporazume med državama. V sklopu sporazumov, je posebej pomemben vstop Slovenije v Evropsko unijo, ki bistveno spreminja pogoje medsebojnega gospodarskega sodelovanja. Deseto poglavje je namenjeno pregledu medsebojne blagovne menjave, sledi pa mu poglavje v katerem bom opisala nekatere večje investicije slovenskih podjetij v Makedoniji in tudi nekatere že predstavljene načrte vlaganj v prihodnje. Podrobno bom obravnavala obseg in strukturo slovenskih investicij v Makedoniji in izzive ter priložnosti, ki jih te investicije prinašajo. V zadnjem poglavju bom natančneje predstavila posamični primer vlaganja slovenskega gospodarstva v Makedoniji. Kot primer sem si izbrala podjetje Droga d.d. iz Portoroža.

Za glavno oporo pri pisanju naloge so mi služili različni viri, ki sem jih temeljito preučila in vključila v nalogo. Najpomembnejša za teoretični del je bila literatura s tega področja. Za poglavja, ki pa konkretnije govorijo o investicijah slovenskega gospodarstva, pa so bili najpomembnejši razni dokumenti, časopisni članki v slovenskih in makedonskih strokovnih revijah in časopisih, analize in poročila državnih institucij obeh držav in mednarodnih organizacij ter periodična poročila slovenskih podjetij in njihovih podjetij v Makedoniji.

1. INTERNACIONALIZACIJA POSLOVANJA

1.1. *Opredelitev internacionalizacije vs. globalizacije*

Zelo pogosto se zgodi, da se pojem internacionalizacija zamenjuje ali celo enači s pojmom globalizacija. Da bi lahko pojma razlikovali, ju je nujno podrobno opredeliti.

V strokovni literaturi ne obstaja vsesplošna in enotna opredelitev internacionalizacije. V najširšem pomenu se internacionalizacija nanaša na »vse oblike mednarodnega ekonomskega sodelovanja. Torej gre za širjenje ekonomske dejavnosti med več držav oziroma za vključevanje v mednarodno menjavo in mednarodno proizvodnjo. Gre torej za vse mednarodne ekonomske tokove« (Trtnik 1999: 7). Pojem mednarodna proizvodnja je opredeljen »kot proizvodnja, ki jo izvaja ali nadzoruje eno podjetje v več državah« (Svetličič 1996: 52).

V slovenski literaturi obstaja torej več opredelitev internacionalizacije, ki so si vsebinsko zelo podobne. Tako Jaklič (2002: 173) pravi, da »internacionalizacija pomeni širjenje podjetja preko meje matične države«. Svetličič (1996: 71) pa med opredelitvijo pojma globalizacija zapiše, da »/i/nacionalizacija se je pogosto uporabljala kot sinonim za geografsko širjenje ekonomskih aktivnosti preko nacionalnih meja. Pri globalizaciji pa gre tudi za funkcionalno integracijo geografsko razpršene ekonomske dejavnosti«. V nadaljevanju še opredeli razliko med pojmom (1996: 72): »Pri globalizaciji gre za nekaj več tako glede na obseg kot glede na vsebino in intenzivnost medsebojnega povezovanja, za kakovostne spremembe, medtem ko gre internacionalizacijo razumeti bolj kot količinsko širjenje mednarodnega poslovanja«.

V nadaljevanju Svetličič (1996: 78) še dodatno opredeli pomen globalizacije:

- je večdimenzionalni proces, ki vključuje ekonomske, politične, pravne in kulturne sestavine, kakršne skupaj tvorijo novo kakovost,
- pomeni globalno internacionalizacijo ali vsaj internacionalizacijo aktivnosti, kot so trgovina, TNI, pogodbene oblike mednarodnega ekonomskega sodelovanja na vseh pomembnih trgih,
- krepi sopovezanost, ki terja globalno koordinacijo in integracijo aktivnosti na povsem nov način,
- pomeni proizvodnjo v osnovi enakih produktov za domačo porabo in za tujino, s tem da se v tujini že prilagajajo lokalnim okusom in navadam,
- pomeni visok delež komponent iz tujine v proizvodih za domačo porabo in za izvoz.

1.2. Proces internacionalizacije

Ko govorimo o internacionalizaciji, mislimo torej na različne oblike širjenja ekonomske dejavnosti podjetij preko meja matične države. S tem ne mislimo le na izvoz proizvodov, ki predstavlja osnovno obliko internacionalizacije poslovanja, temveč tudi na višje oblike internacionalizacije: licence, podizvajalstvo, svetovanje, pogodbeno sodelovanje, skupna vlaganja, lastna podjetja ali različne oblike nekapitalskih mednarodnih povezav in strateške povezave.

Proces internacionalizacije ni nikoli enosmeren, temveč poteka vsaj v dveh smereh. Internacionalizacija je lahko tako **vhodna** (navznoter naravnana) kot **izhodna** (navzven naravnana). V prvem primeru je mednarodno poslovanje v določeni državi posledica vpliva tujih (globalnih tekmecev) na njenem trgu, ki sili v domači trg usmerjena podjetja k sodelovanju s tujimi ekonomskimi subjekti. Domače gospodarstvo se lahko (vhodno) internacionalizira zaradi širjenja ali rasti tujih podjetij, na primer z uvozom, s prejetjem licenc, s skupnimi vlaganji s tujci v domači državi ali s poslovnimi enotami v popolnoma tuji lasti. Z drugega vidika pa se gospodarstvo lahko internacionalizira tako, da domača podjetja razširjajo svojo dejavnost preko nacionalnih meja, kar v strokovni literaturi imenujejo izhodna internacionalizacija. Poleg omenjenega obstaja tudi internacionalizacija kooperativnega tipa (na primer strateške zveze, kooperacijski sporazumi), ki je z naraščanjem kapitalskih povezav vse bolj prisotna. Navadno gospodarstva (podjetja) začnejo z vhodno internacionalizacijo, sledi izhodna internacionalizacija, ki je na koncu okrepljena še s kooperativno (Trtnik 1999: 8). V nadaljevanju diplomskega dela se bom omejila na izhodno internacionalizacijo.

1.3. Skandinavski šola internacionalizacije

Skandinavski šola internacionalizacije poudarja predvsem postopnost procesa. Tipičen predstavnik skandinavske šole internacionalizacije je R. Luostarinen. Stopnje in oblike internacionalizacije v njegovem modelu so odvisne od notranjih in zunanjih pogojev, pri čemer domači dejavniki potiskajo internacionalizacijo, dejavniki tujega in mednarodnega okolja pa vlečejo podjetja na svoja področja ali ustvarjajo za to ustrezne predpogoje. Luostarinen razlikuje vhodno in izhodno internacionalizacijo oz. tisto na ravni dežele, panoge in podjetja. Na osnovi analize internacionalizacije finskih podjetij

je ugotovil, da so podjetja šla skozi štiri stopnje internacionalizacije: začetna, razvojna, stopnja multinacionalnega podjetja in zrela stopnja internacionalizacije. Ugotovil je, da je velika večina podjetij najprej internacionalizirala svojo dejavnost na področju blaga, zatem storitev, sistemov ter končno na področju »know how«. Po oblikah delovanja v tujini je ugotovil, da se običajno podjetja na začetku odločijo za ne-investicijske oblike kot je trgovina, temu sledijo pogodbene oblike sodelovanja, zatem naložbeno sodelovanje, portfolio naložbe ter na koncu TNI. Večina podjetij je na začetku internacionalizirala svojo dejavnost na geografsko najbližja tržišča. V primeru finskih podjetij je tako ravnalo kar 92 % podjetij (Svetličič 1996: 290-292).

1.4. Merjenje stopnje internacionalizacije

Glede na to, da je internacionalizacija proces, lahko določimo **stopnjo internacionalizacije** določenega podjetja glede na ostale. Tudi tu ne obstaja splošno sprejeto merilo. Različni avtorji navajajo celo vrsto meril. Med najpogostejša spadajo delež mednarodne trgovine in tuje neposredne investicije v bruto domačem proizvodu, delež prodaje v tujini glede na celotno prodajo, delež sredstev oziroma imetja v tujini v celotnih sredstvih, delež zaposlenih v tujini med vsemi zaposlenimi, število podružnic v tujini, delež proizvodnje v tujini v celotni proizvodnji in drugo (Svetličič 1996: 84 – 85).

Eno od možnih oblik merjenja stopnje internacionalizacije predstavlja indeks transnacionalnosti, ki je standardno merilo Konference Združenih narodov za trgovino in razvoj (UNCTAD¹) in je redno objavljen v letni publikaciji o neposrednih investicijah v svetu z imenom World Investment Report (WIR). Indeks transnacionalnosti je sintetični kazalec, ki ga izračunavajo kot enostavno aritmetično sredino med deležem premoženja v tujini v celotnem premoženju, deležem prodaje v tujini v celotni prodaji in deležem zaposlenih v tujini v skupnem številu zaposlenih (Trtnik 1999: 13).

¹ United Nations Conference on Trade and Development

2. TUJE NEPOSREDNE INVESTICIJE

2.1. *Opredelitev in ključne značilnosti TNI*

Kot sem že omenila, se »izhodna internacionalizacija pojavlja kot izvoz, neposredna tuja investicija (NTI²), ali kot razne druge oblike dolgoročnega sodelovanja med podjetji. Nedvoumno pa so prav NTI tisto, kar predstavlja bistvo procesov internacionalizacije« (Svetličič, Rojec, Trtnik 1999: 1). V nadaljevanju diplomske naloge jih bom podrobno opredelila.

Najvišja oblika vstopa na tuje trge so tuje neposredne investicije. Tuja neposredna investicija je dolgoročna investicija, s katero želi neposredni tuji vlagatelj iz ene države s podjetjem neke druge države vzpostaviti trajnejši nadzor oziroma odnos. S tujo neposredno naložbo želi vlagatelj doseči večji vpliv na vodenje in organizacijo tujega podjetja, vključuje pa začetno transakcijo in vse naknadno povezane transakcije (WIR 1997: 295–296). Izhodne tuje neposredne investicije vključujejo ustanovitev novega podjetja v tujini oziroma sveže investicije³ v tujini, odkup (prevzem) lastniškega deleža v že obstoječem podjetju v tujini, kjer mora vlagatelj pridobiti tudi pravico do nadzora v tem podjetju ali pa razširitev obstoječega podjetja.

V praksi predstavlja to lastništvo enote v tujini. Ko podjetje pridobiva izvozne izkušnje in je tuji trg dovolj velik, predstavljajo lastne enote veliko prednost. Prednosti lastnih enot oziroma kontrolnega deleža v tujem podjetju so lahko naslednje (Slavnič 2003: 68):

- podjetje si zagotovi cenejšo poslovanje in posledično zmanjšanje stroškov s pomočjo cenejše delovne sile in surovin, podpore in vlaganja tuje vlade,
- ustvari si boljše podobo, ker ustvarja nova delovna mesta v državi gostiteljici,
- razvije tesnejše stike z vlado, uporabniki, domačimi dobavitelji in tako bolje prilagodi svoje izdelke tamkajšnjemu trženjskemu okolju,
- zadrži popoln nadzor nad naložbo in lahko razvije proizvodno in trženjsko politiko z dolgoročno mednarodno usmeritvijo,

² Različni avtorji uporabljajo različne izraze in kratice za tuje neposredne investicije oziroma neposredne tuje investicije. V svoji nalogi bom uporabljala izraz tuje neposredne investicije s kratico TNI. Izraza investicije oziroma naložbe sta v besedilu uporabljeni kot sopomenki.

³ ang. Greenfield investment

- podjetje si lahko zagotovi dostop na trg v primeru, če država gostiteljica zahteva, da vsebujejo prodajni izdelki domače sestavine,
- lokalna proizvodnja omogoča hitrejši odziv na povečano povpraševanje in prihranke pri prevozu, distribuciji ter skladiščenju (možnost razvoja just-in-time metode distribucije),
- za zaščito obstoječega posla,
- zaradi sledenja obstoječemu kupcu.

Tuje neposredne investicije po priporočilih Mednarodnega denarnega sklada (MDS) in Organizacije za ekonomsko sodelovanje in razvoj (OECD⁴) vsebujejo (Banka Slovenije 2001: 95): lastniški kapital, ki je delež podjetja, praviloma večji kot 10 odstotkov, ki ga je kupil tuji neposredni vlagatelj v neki drugi državi, in reinvestirane dobičke, ki so deleži tujega neposrednega vlagatelja (ta je sorazmeren lastniškemu deležu v podjetju) v dobičku, ki ga ta vlagatelj ni prejel, oziroma ki ni bil razdeljen med dividende ali dobiček.

Bistvena značilnost, ki loči TNI od portfolio naložb in od drugih mednarodnih tokov kapitala, je element aktivne vloge tujega vlagatelja oziroma njegov namen, da s trajno lastniško udeležbo v podjetju v tujini pridobi nadzor nad tem podjetjem in sodeluje v njegovem vodenju oziroma upravljanju. Tuje neposredne investicije se ločijo od portfolio naložb tudi po nadzoru, ki ga imajo tuji vlagatelji v podjetju v tujini in po ročnosti naložb. Portfolio investicije zanima predvsem donosnost vloženega kapitala, ne pa tudi sodelovanje v upravljanju podjetja; njihove investicije so večinoma kratkoročnejše narave, medtem ko so tuje neposredne investicije večinoma v interesu dolgoročnejšega sodelovanja in z namenom pridobitve pravice do soodločanja v podjetju. Do konca leta 1993 so države uporabljale različna merila za opredelitev neposrednih naložb. S peto izdajo priporočil je MDS postavil 10 odstotkov udeležbe v kapitalu oziroma v glasovalnih pravicah v podjetju kot merilo, ki naj bi zagotovil mednarodno primerljivost podatkov in ločil neposredne tuje naložbe od portfolio naložb. Manj kot 10 odstotni delež v lastniškem kapitalu je značilnost portfolio naložb (Banka Slovenije 2001: 95).

Neposredni tuji vlagatelji so največkrat podjetja, ki kombinirajo svoje investicije z vlaganji v nefinančnih oblikah, med katere sodijo prenašanje raznih vodstvenih, organizacijskih, tehnoloških in trženjskih znanj. Med portfolio vlagatelji pa se

⁴ Organisation for Economic Cooperation and Development

največkrat pojavljajo finančne institucije, institucionalni vlagatelji in posamezniki, ki načeloma vlagajo svoja sredstva v finančnih oblikah.

2.2. Nosilci neposrednih tujih vlaganj – transnacionalna podjetja

Izraz transnacionalno podjetje kaže na to, da gre za delovanje preko nacionalnih meja, pri čemer odločanje v glavnem ostaja na nacionalni ravni v državi matičnega podjetja. Nanaša se na podjetja, ki delujejo preko državnih meja. Različni avtorji navajajo različne kriterije za uvrščanje posameznega podjetja med transnacionalno, večina pa poleg delovanja preko državnih meja navaja naslednje značilnosti transnacionalnih podjetij (Svetličič 1985: 18):

- transnacionalnost,
- velikost,
- skupna (globalna) strategija,
- oligopolni položaj, relativno avtonomnost.

Velikost je pomembna značilnost transnacionalnih podjetij, saj je daleč največ nosilcev tujih neposrednih investicij velikih podjetij. Velikost tujih transnacionalnih podjetij je za državo prejemnico zelo pomembna, saj je od tega odvisno, ali se nacionalno gospodarstvo sooči z manjšim ali srednjim podjetjem ali pa se sooči z velikim podjetjem, ki poseduje oligopolno, včasih tudi monopolno moč.

Značilnost transnacionalnih podjetij je tudi drugačno obnašanje v primerjavi z nacionalnimi podjetji. Delovanje podružnic transnacionalnih podjetij v drugih državah je podrejeno globalnim ciljem matičnega podjetja in ne ciljem države prejemnice neposrednih tujih investicij. Tako je uspešno poslovanje podružnice določenega podjetja v prid državi porekla tujega investitorja in ne državi, v kateri deluje podružnica, kot je to pri nacionalnih podjetjih. Različne enote transnacionalnega podjetja delujejo v različnih državah, katerih ekonomske politike se razlikujejo. Transnacionalno podjetje pri tem upošteva tisto ekonomsko politiko, ki je zanj najugodnejša, medtem ko pa nacionalno podjetje upošteva nacionalni ekonomski sistem in politiko (Rojec 1994: 29). To lahko povzroča nasprotja med transnacionalnimi podjetji in vladami držav prejemnic neposrednih tujih investicij. Država prejemnica neposrednih tujih investicij se mora zavedati, da večja učinkovitost neposrednih tujih investicij še ne pomeni večje koristi za

državo prejemnico, ampak da koristi od tega velikokrat odtekajo predvsem k matičnemu podjetju.

3. TEORETIČNA IZHODIŠČA

3.1. *Razvoj sodobnih teorij mednarodne proizvodnje*

Z razmahom mednarodnega poslovanja so klasične teorije mednarodne menjave pustile vse več vprašanj nerešenih in niso znale razložiti nastajajoče mednarodne proizvodnje. Številne predpostavke so okolje teorij vse bolj oddaljevale od realnosti in vse težje pojasnjevale dogajanja. Ekonomski odnosi med državami so bili večinoma omejeni na gibanje dobrin, zato je bilo proučevanje gibanja proizvodnih dejavnikov precej zapostavljeno. Vzporedno so nastajale nove discipline. Mednarodni ekonomiki, ki je bila osredotočena na teorije mednarodne trgovine, so se pridružila posamezna funkcionalna področja z mednarodno dimenzijo in teorije, ki so razlagale mednarodno poslovanje. Ker je podjetje (predvsem multinacionalno podjetje) v mednarodnih gospodarskih tokovih igralo vse pomembnejšo vlogo, je vse večjo težo dobilo tudi v preučevanju mednarodnega sodelovanja (Trtnik 1999: 34).

Danes poznamo veliko teorij o tujih neposrednih investicijah in mednarodni proizvodnji, ki se med seboj dopolnjujejo. Zaenkrat ne moremo govoriti o eni sami splošno veljavni teoriji. V diplomskem delu bom predstavila nekaj osnovnih. Še prej pa moram razložiti kronološki razvoj teorij mednarodne menjave in teorij mednarodne proizvodnje s posameznimi prelomnimi točkami, med katerimi je Svetličič (1996: 156) še posebej izpostavil:

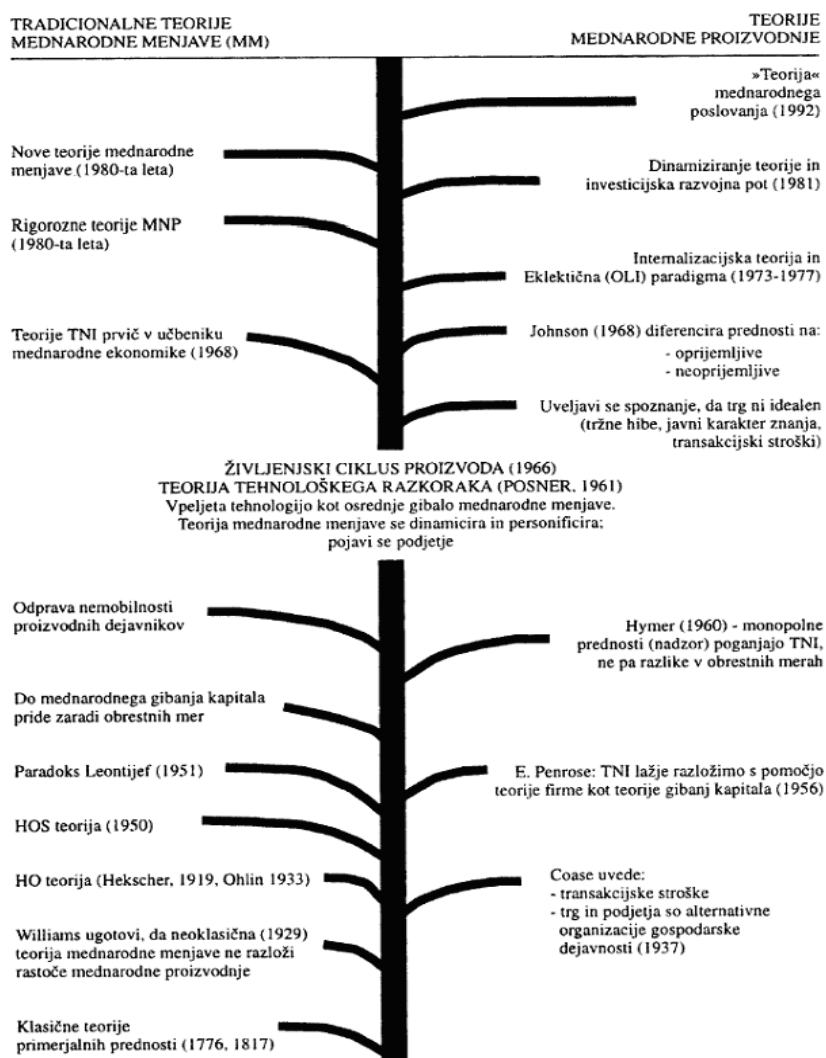
- spoznanje, da tradicionalna teorija mednarodne menjave ne more pojasniti nastajajoče mednarodne proizvodnje,
- paradoks Leontijefa⁵,
- ugotovitev, da obrestne mere niso gibalo TNI v tujini, pač pa je to nadzor,
- ugotovitev, da so TNI bolj del teorije podjetja kot gibanj kapitala,
- odpravljanje predpostavke o mednarodni nemobilnosti tvorcev,

⁵ Paradoks Leontijefa izhaja iz empiričnega preverjanja Hecksler – Ohlinovega teorema, ki ga je Leontijef izvedel za ameriško gospodarstvo na podlagi input –output tabele za leto 1947, kjer je ugotovil, da za ZDA, ki so takrat veljale za relativno kapitalno obilno državo, velja, da so bili izvozni proizvodi relativno delovno bolj intenzivni kot ameriški uvozni substituti, kar je bilo v nasprotju z neoklasično teorijo mednarodne menjave.

- uvajanje tehnologije v teorije mednarodne menjave (teorija tehnološkega razkoraka in življenjskega cikla proizvoda),
- ugotovitev, da trg ni popoln, da obstajajo tržne hibe in podjetje kot alternativa trgu (internalizacija),
- diferenciacija med oprijemljivimi in neoprijemljivimi prednostmi ter povezovanje teorij mednarodne menjave s teorijo lokacije (eklektična paradigma).

Kronološki razvoj posameznih teorij je lepo razviden iz Slike 1, kjer je ponazorjen razvoj teorij mednarodne proizvodnje. Skica poenostavlja razvoj teorij mednarodne proizvodnje. Ločnica med posameznimi pristopi je zelo zabrisana, ker so pristopi medsebojno zelo prepleteni ter soodvisni.

Slika 1: Razvoj teorij mednarodne proizvodnje s posameznimi prelomnimi točkami



Vir: Svetličič (1996: 157).

Prvi, ki se je sistematično lotil analize TNI je bil Stephen Hymer, ki je v svoji doktorski disertaciji z naslovom Mednarodno poslovanje nacionalnih podjetij, razmejil TNI in portfolio investicije, pri čemer je pri prvih gibal razvoj dobiček in ne razlike v obrestnih merah, kot je veljalo do takrat. Da bi podjetje do tega prišlo, mora pred domačimi podjetji imeti določene monopolne prednosti. Ta teorija ni uspela odgovoriti na vprašanje, zakaj podjetje izbere TNI in ne izvoz ali licence.

Odgovor na to vprašanje je v začetku 70. letih našel Dunning, ko je proučeval posledice vključevanja Velike Britanije v Evropsko skupnost. Lastniške in lokacijsko specifične prednosti so po njegovem mnenju tisti, ki določajo mednarodno proizvodnjo. Da bi natančno odgovorili na vprašanje, zakaj neko tuje tržišče zadovoljujejo podružnice tujih podjetij, ne pa domača, je bilo potrebno razlikovati med oprijemljivim in neoprijemljivim kapitalom (znanje, spretnosti). S tem se je intenzivno ukvarjal Harry Johnson, ki je zapisal, da podjetje zlahka prodaja svoj oprijemljiv kapital v obliki opreme, neoprijemljivi kapital pa je težje oceniti. To sicer pojasnjuje zakaj podjetja začnejo s proizvodnjo v tujini, vendar ne ponuja odgovor na vprašanja, v kateri državi bodo proizvajali in če bodo proizvajali samostojno oziroma v sodelovanju z drugimi domačimi ali tujimi podjetji.

Zato se je Dunning v svoji eklektični paradigmi lotil tudi vprašanja internalizacije poslovanja. Osnovno vprašanje je bilo, zakaj podjetje namesto tržne poti raje nadomesti trg z ustanovitvijo svoje podružnice. Razlaga je bila, da so transakcije preko trga za določene vrste blaga in storitev predrage, in da jih je učinkoviteje proizvajati znotraj podjetja. Očitno je bilo tudi, da trg za določen tip transakcij ni primeren, saj jih zavirajo premočne tržne hibe.

V zadnjem času se v teorijah mednarodne proizvodnje vse več pozornosti namenja poslovanju ter vlogi vlade, s čimer se ukvarjajo Buckley, ki poudarja strateški menedžment, ter Grosse in Behram, ki opozarjata na nujnost vključevanja odnosov med vladami (teorije mednarodnih odnosov), med podjetji (teorije podjetja oziroma mednarodnega poslovanja) ter med vladami in podjetji (teorija pogajanj, politologija), kar naj bi skupaj tvorilo teorijo mednarodnega poslovanja. Ta teorija naj bi razložila,

kako podjetja reagirajo na vladne politike ter kakšna je politika vlad do strategij podjetja (Svetličič 1996: 158 – 163).

3.1.1. Posner: Teorija tehnološkega razkoraka (1961)

Prvi, ki je izpostavil tehnologijo kot dinamičen dejavnik mednarodne menjave je bil Posner. Leta 1996 je s svojo teorijo tehnološkega razkoraka poskušal dati odgovor na vprašanje, zakaj narašča trgovina med državami, ki imajo podobno obdarjenost z viri. Ta teorija govori o absolutnih tehnoloških prednostih, ki jih ima določena panoga v eni državi v primerjavi z enako panogo v drugi državi. Procesna inovacija daje inovacijski deželi absolutno prednost in absolutni monopol, vse dokler druga dežela ne uspe prve posnemati.

Model izhaja iz dejstva, da največji del trgovine med razvitimi državami sestavljajo novi izdelki in da imajo inovacijska podjetja začasno monopolno prednost pred drugimi. Začasno zato, ker lahko tuji proizvajalci, zlasti iz razvitih držav, dokaj hitro začnejo posnemati novega proizvajalca in sami proizvajati takšen novi izdelek. Posner obravnava tehnološke spremembe »kot kontinuiran proces, pri katerem obstaja določeno neskladje med uvedbo nove tehnologije v inovacijski deželi in njeno adaptacijo v drugi (imitacijski zaostanek). Istočasno pa obstaja tudi razkorak med oblikovanjem tega izdelka in oblikovanjem povpraševanja po izdelku v drugih državah (povpraševalni zaostanek). Bistvo argumenta je, da zaradi takšnega procesa stalnega inoviranja pride do mednarodne menjave celo med deželami s podobno strukturo proizvodnih dejavnikov...« (Svetličič 1996: 204). Proizvajalci v tujini se soočajo z vprašanjem, ali naj nadaljujejo s proizvodnjo starega izdelka ali naj uvedejo novega, za kar potrebujejo določen čas. Višja konkurenčnost lokalnih proizvajalcev ponavadi izhaja iz nižjih stroškov delovne sile, saj praviloma izhajajo iz držav na nižji razvojni stopnji. V tem času podjetja iz razvitih držav razvijejo nove izdelke in krog se ponovno začenja.

Teorija tehnološkega razkoraka je pomembna predvsem zaradi tega, ker lahko usmerja trgovinsko politiko določene države. Vsaka država lahko najde ustrezno nišo na lestvici blaga (glede na svojo tehnološko intenzivnost), ki ustreza njeni razvojni stopnji (Svetličič 1996: 204).

3.1.2. Vernon: Teorija življenjskega ciklusa proizvoda (1966)

Teorijo življenjskega ciklusa proizvoda je prvi uvedel Vernon leta 1966, vendar jo je kasneje tako on kot tudi ostali zagovorniki te teorije dopolnil in modificiral. Vernon je bil prvi, ki je skušal pojasniti delovanje multinacionalnih podjetij (MNP) s pomočjo teorij mednarodne menjave. Spodbude mednarodni menjavi ne predstavljajo le nemobilni proizvodni dejavniki in človeški dejavnik, pač pa tudi sposobnost izboljšati ali oblikovati nove vire. Ta sposobnost je po Vernonu vsaj delno tudi deželno pogojena. Bistvo originalne verzije teorije življenjskega ciklusa proizvoda je (Svetličič 1996: 206):

- proizvodnja izdelkov gre skozi 3 faze: fazo novega izdelka, fazo dozorevanja in fazo standardiziranega proizvoda,
- center proizvodnje izdelkov se postopoma seli iz najbolj razvitih dežel v manj in najmanj razvite in
- s tem se spremenijo tudi tokovi in vzorec mednarodne menjave.

Prva faza se začne z uvedbo novega proizvoda (inovacijo). Imenujemo jo faza predstavitve proizvoda. Navadno do inovacij pride v razvitih deželah, saj imajo le-te obilje usposobljenih znanstvenikov in inženirjev, ki so sposobni oblikovati lastniško specifične prednosti na osnovi katerih začnejo proizvajati nove proizvode in jih kasneje tudi izvažati. V tej fazi je proizvod nestandardiziran in dokončno obliko šele dobiva. Proizvodnja je locirana v domači državi, kamor je prodaja proizvodov tudi namenjena. Proizvodni stroški so v tej fazi zelo visoki. V drugi fazi, fazi zrelosti, proizvajalec skuša prodreti tudi na tuje trge z izvozom novega proizvoda. Po eni strani ostaja možnost proizvodnje doma in izvoza na tuje trge, po drugi strani pa se odpira možnost prodaje licence tujim proizvajalcem ali neposredne investicije v tujih državah. Podjetje pri tem primerja stroške proizvodnje doma in transportne stroške ter carine v državah uvoznicah s stroški proizvodnje v podružnici v tujini. V tej fazi lahko pričakujemo, da bo inovativno podjetje v tujih razvitih državah ustanovilo svoje podružnice. S tem bo klasičen izvoz v te države prenehal. Hkrati bo prišlo do druge oblike izvoza: licenc, patentov, znanja ipd. Kasneje pa verjetno tudi do izvoza kapitala v obliki neposrednih investicij v tujini. V tretji fazi, fazi tržno-proizvodnega ciklusa, je proizvod že popolnoma standardiziran. Najpomembnejši dejavniki so stroški proizvodnje, ki določajo donosnost proizvoda. Zato je smiselno locirati proizvodnjo v manj razvite dežele zaradi nižjih stroškov delovne sile, nižjih stroškov zaščite okolja ipd. Proizvodnja v državi inovatorke se zmanjšuje, tako da postaja država inovatorka

uvoznik proizvodov iz razvitih, kasneje pa iz manj razvitih dežel (Kumar 1999: 149-150).

Nekateri avtorji dodajajo še četrto in peto fazo življenjskega ciklusa proizvoda. V četrti fazi, ki jo imenujejo faza cenovne konkurence, država posnemovalka začne izrivati državo inovatorico na tretjih trgih zaradi nižje cene delovne sile. Zato proizvodnja v inovatorski državi prične padati. V peti fazi, fazi zatona proizvoda, prične država imitatorica zaradi cenejšega izvoza tega proizvoda izrivati inovatorsko podjetje tudi na njegovem domačem trgu (Salvatore 1998: 168-171).

Omenjena teorija se je, kljub velikemu prispevku k razumevanju TNI, izkazala kot omejena. Njena slabost je, da lahko pojasni zgolj delovanje podjetij, ki z neposrednimi investicijami prvič vstopajo v tujino. Ne moremo pa je uporabiti za delovanje podjetij, ki so že v preteklosti razvila multinacionalno poslovanje. Zaradi predpostavk o strukturi razpoložljivih dejavnikov in tržišča, ki so potrebna za inovacije, je teorija bolj primerna za velika gospodarstva.

3.1.3. John H. Dunning: Eklektična paradigma mednarodne proizvodnje (1977)

Eklektična paradigma predstavlja poskus celovitega pristopa, ki skuša različne poglede združiti v eno celostno teorijo. Eklektična paradigma odgovarja predvsem na vprašanja, kateri so pogoji za začetek mednarodne proizvodnje, zakaj se podjetje odloči za TNI in ne za alternativne možnosti (kot na primer izvoz ali licenčno poslovanje) ter kje proizvajati. Paradigma trdi, da obseg ter geografsko in panožno razpršitev proizvodnje v tujini določajo tri skupine med seboj soodvisnih spremenljivk, ki sestavljajo tri podparadigme (Svetličič 1996: 162 in 267).

Prva skupina spremenljivk so **lastniško specifične prednosti**⁶, ki omogočajo podjetju zaslužek monopolnih dobičkov v različnih ekonomskih prostorih. Osnovna predpostavka eklektične paradigme je, da za kakršenkoli način mednarodnega

⁶ Lastniško specifične prednosti so stvari in pravice, ki jih ima določeno podjetje ali pa ima do njih prednostni dostop, obenem pa konkurenčna podjetja teh istih stvari in pravic nimajo oziroma jih imajo v manjši meri ali pod slabšimi pogoji. Prednosti so lastniške, ker podjetje, ki te prednosti ima, lahko drugim formalno ali neformalno prepreči dostop do njih. Na primer, če ima podjetje nek specifičen know-how, samo odloča kako ga bo uporabljalo (Dunning 1981 v Rojec 1993: 40)

udejstvovanja podjetje potrebuje neke lastniško specifične prednosti, ki jih drugi nimajo. S temi prednostmi več kot kompenzira prednosti domačih podjetij, ki izhajajo iz tega, da slednja bolje poznajo poslovne navade, pravni in institucionalni okvir poslovanja, okus domačih potrošnikov, jezik, imajo zveze z administracijo itd. Če podjetje torej nima nekih lastniških prednosti, ne more konkurirati domačim podjetjem na njihovih trgih.

Lastniško specifične prednosti so tiste, ki so značilne za posamezna podjetja in izhajajo iz notranjih značilnosti posameznih podjetij. Po teh prednosti se določeno podjetje razlikuje od ostalih v isti dejavnosti ali državi, ki ne posedujejo teh prednosti. Na lastniško specifične prednosti močno vplivajo ekonomsko in institucionalno okolje podjetja ter skupne značilnosti posameznih dejavnosti. Tako lahko različna razpoložljivost posameznih proizvodnih dejavnikov daje vsem podjetjem iz te države določene prednosti ali pomanjkljivosti pred podjetji iz drugih držav (Rojec 1994: 41 – 43).

Naslednja skupina so **internalizacijske prednosti**, ki pomenijo, da je neko mednarodno transakcijo mogoče izvesti po nižjih stroških od tržnih v okviru samega podjetja (Svetličič 1996: 266-274). Lastniško specifične prednosti lahko podjetje uporabi v svoji proizvodnji ali pa jih proda na trgu oziroma s pogodbo (npr. licenčno) odda drugim v najem. Kaj bo storilo, nam pove koncept internalizacije, ki pravi, da bo podjetje samo uporabilo svoje specifične prednosti (s proizvodnjo doma in izvozom ali s proizvodnjo v tujini preko TNI) in jih ne bo pogodbeno (s prodajo ali oddajo) preneslo na druge takrat, kadar je zunanji trg neučinkovit. Z vidika TNI je pomembno, da internalizacija omogoča mednarodni prenos vseh faz proizvodnje (od inovacij do proizvoda) in istočasno ohranja lastništvo nad lastniško specifičnimi prednostmi, ki so bile prenesene, medtem ko trg tega ni sposoben (Svetličič 1985: 241). Seveda pa internalizacija prinaša tudi stroške. Zaradi tega se bo trg internaliziral takrat, ko bodo prednosti internalizacije večje od stroškov, ki jih povzroča (Rojec 1994: 44-48).

Če se podjetje torej odloči, da bo samo izkoriščalo svoje lastniško specifične prednosti oziroma jih bo internaliziralo, ima z vidika mednarodnega udejstvovanja dve možnosti: proizvodnjo doma in izvoz ali pa proizvodnjo v tujini. V primeru da lokacijsko specifične prednosti govorijo v prid domače države, se bo podjetje odločilo za

proizvodnjo doma in izvoz. Če pa govorijo v prid tuje države, bo podjetje proizvodnjo preneslo v tujino delno ali v celoti glede na lokacijske prednosti tuje države.

Izbiro podjetja eklektična teorija pojasnjuje z vključitvijo koncepta **lokacijsko specifičnih prednosti**⁷, ki se nanašajo na državo in jih ni mogoče prenašati. Gre za naravne lokacijske prednosti (npr. razpoložljivost surovin, energije oz. proizvodnih dejavnikov itd.), vključujejo pa tudi kulturne, pravne, politične, institucionalne prednosti, vladno politiko in celotno tržno strukturo (Svetličič 1996: 270). Na odločitev za naložbo vplivajo proizvodni stroški – vlagatelj bo vlagal tam, kjer bodo cene proizvodnih dejavnikov najnižje; marketinški dejavniki – velikost in rast lokalnega trga, od česar je odvisna možnost izkoriščanja ekonomij obsega; ter različne vladne politike – carinske ter druge ovire, ki omejujejo izvoz ter splošna politična in ekonomska stabilnost, kakovost infrastrukture, politika do tujih naložb in druge (Rojec 1994: 49-50). Glede na te prednosti se določene države pokažejo kot prednostne lokacije za določene vrste proizvodnje pred drugimi državami.

Bistvo eklektične teorije za razlago TNI je torej naslednje: do TNI pride takrat, ko ima podjetje lastniško specifične prednosti in ko obstajajo prednosti internalizacije ter ko lokacijsko specifične prednosti govorijo v prid proizvodnje v tujini. Lokacijski dejavniki so osnova teorij mednarodne menjave, lastniške prednosti se pojavljajo v novih teorijah mednarodne menjave, internalizacijske prednosti in koncept transakcijskih stroškov pa poudarjajo teorije mednarodne proizvodnje (Rojec 1993: 52).

3.1.4. John H. Dunning: Investicijska razvojna pot (1979)

Bistvo investicijske razvojne poti je, da večji kot je obseg vhodnih in izhodnih TNI, bolj razvita je država. Investicijska razvojna pot predpostavlja, da gre država v razvoju preko petih razvojnih stopenj:

⁷ Lokacijsko specifične prednosti poudarjajo predvsem teorije, ki gledajo na TNI bolj z makroekonomske perspektive (na primer Kojima). V literaturi se navajajo tri glavne skupine lokacijsko specifičnih prednosti (Hood, Young 1979: 58-60):

- stroški dela oziroma proizvodni stroški, kjer je pomembna cena, kvaliteta in produktivnost inputov;
- tržni dejavniki, kot so velikost in rast trga, ki opredeljuje tudi možnost izkoriščanja ekonomije obsega,
- lokalna konkurenca, transportni in komunikacijski stroški;
- vladne politike, kjer so najpomembnejše zunanjetrgovinske omejitve, politika do tujih investicij,
- politike glede prevzemov in združitvev, repatriacije dobičkov, dejavniki, ki vplivajo na investicijsko klimo, politična stabilnost, infrastruktura (pravna, trgovska, transportna itd.).

1. Predindustrijska faza je značilna za države, ki nimajo vhodnih TNI in ne vlagajo v tujini zaradi nezadostnih lokacijskih in podjetniških prednosti. Naravni viri, ki bi bili privlačni za tuje vlagatelje, pa niso dostopni zaradi slabe infrastrukture in neustrezne državne politike. Svoje skromne lastniške specifične prednosti največkrat izkoriščajo z izvozom.
2. V drugi fazi pride z dvigom dohodkov do povečanja obsega vhodnih TNI v izkoriščanje razpoložljivih naravnih virov in v tradicionalne delovno intenzivne dejavnosti, kar v veliki meri nadomesti uvoz. Vhodne TNI pritekajo v državo zaradi izboljšanja lastnospecifičnih prednosti naraščajočega domačega trga in splošnega izboljšanja investicijske klime. Tuji vlagatelji s pomočjo tovrstnih TNI preskakujejo carinske in druge trgovinske ovire. V tej fazi se pojavljajo zametki investicij v tujini, vendar so le-ti bolj posledica subvencioniranega izvoza in tehnoloških spodbud.
3. V tretji investicijski fazi se zmanjša rast vhodnih ter poveča rast izhodnih TNI. Podjetja razvijajo svoje specifične prednosti, zlasti na področju standardiziranih proizvodov s katerimi konkurirajo predvsem zaradi nižjih stroškov delovne sile. Sčasoma se stroški dela povečujejo in podjetja začnejo razmišljati o izhodnih TNI oziroma začnejo iskati cenejše lokacije v tujini. Tovrstne investicije so usmerjene v dežele na nižjih stopnjah razvoja (prva in druga faza) s ciljem ohranjanja tržnih deležev. Čez čas se začnejo krepiti tudi izhodne investicije naravnane v krepitev učinkovitosti in ohranjanja strateške obrambe tržnih deležev ter v zadnji fazi še v pridobivanje novega tehnološkega in drugega znanja v tujini.
4. Značilnost četrte faze je, da država več vlaga v tujini, kot pa je njen obseg vhodnih TNI. To je posledica okrepljenih lastnih tehnoloških sposobnosti, ki so takšne narave, da je internalizacija najboljši način njihovega izkoriščanja v tujini. Dejavnosti, ki izgubljajo svojo konkurenčnost zaradi naraščajočih stroškov dela, se začnejo seliti v tujino. Delo postane, v nasprotju s kapitalom, zelo drago in vhodne TNI imajo za cilj dvig učinkovitosti poslovanja. Vloga države je krepitev tehnološke sposobnosti domačih podjetij.
5. Peto fazo ali fazo konvergence je Dunning dodal šele leta 1988. Za to fazo so značilna navzkrižna vlaganja med razvitimi državami. Naraščajo tako vhodne kot izhodne TNI. To je položaj v katerem se nahajajo najrazvitejše države in so lastniške specifične prednosti bolj firmsko kot pa deželno specifične. Investicije

vse bolj odsevajo razlike v okusih, ekonomijah obsega in intenzivnosti internalizacije gospodarske dejavnosti. Vse več transakcij se pretaka znotraj podjetij, ki postajajo vse bolj globalna. Podjetja lovijo najboljše, tako da jih posnemajo, krepijo podobno vrsto lastniških prednosti v enaki dejavnosti vendar ne nujno v isti državi. Vhodne investicije prihajajo v razvite države iz držav na nižjih fazah investicijsko razvojne poti s ciljem osvajanja trga in znanja. Hkrati pa izhajajo tudi iz držav na podobni razvojni stopnji, ker hočejo racionalizirati medsebojne odnose v mednarodnem poslovanju. Ravnovesje ni stabilno, ampak se postavlja znova in znova. Država se bo začela odzivati na poteze drugih držav in vse bolj sodelovati s podjetji, pospeševati njihovo strukturno prilagajanje in zmanjševati druge transakcijske stroške (Svetličič 1996: 226-229).

Danes države začnejo investirati v tujini bistveno hitreje in na nižji razvojni stopnji kot to predvideva investicijska razvojna pot. Vzrok za to naj bi bil sodoben razvoj tehnologije in komunikacij, ki omogoča veliko hitrejše učenje in posnemanje kot v preteklosti.

3.1.5. Porterjev razvojni model in Dunningova dopolnitev

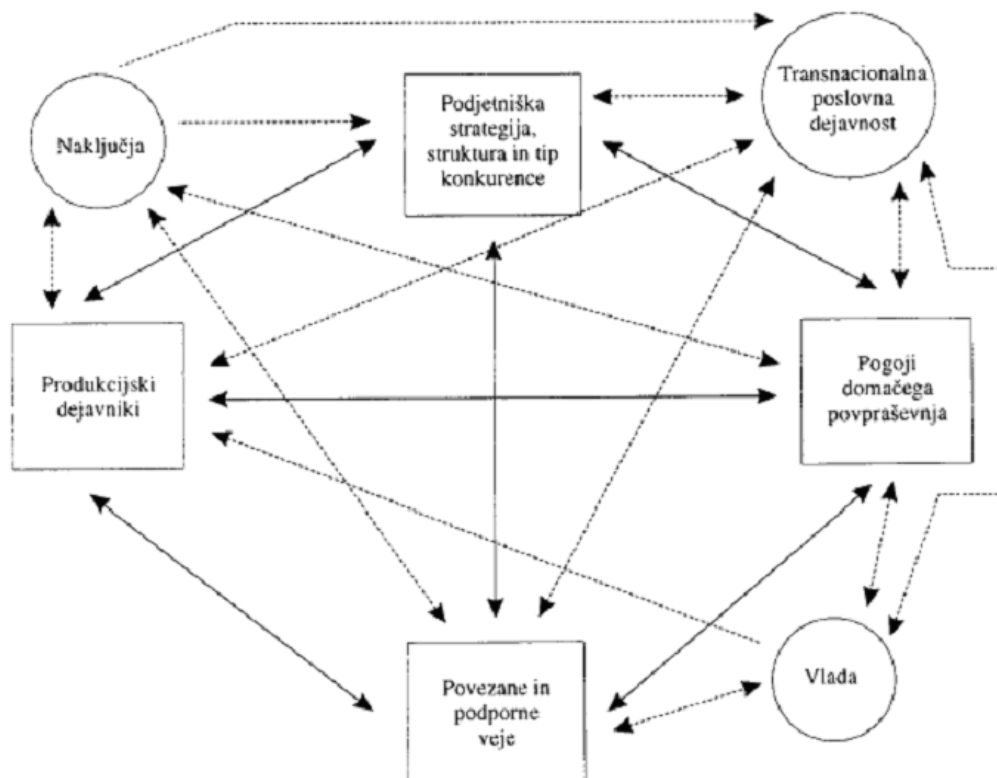
Porter trdi, da so konkurenčne sposobnosti odvisne od štirih dejavnikov, ki sestavljajo nacionalni diamant konkurenčnih prednosti držav, in sicer, od (Svetličič 1996: 230):

1. faktorskih pogojev oziroma razpoložljivih proizvodnih dejavnikov, kot so zemlja, kapital, delo pa vse do izobražene delovne sile in infrastrukture,
2. pogojev domačega povpraševanja po izdelkih ali storitvah. Gre za sestavo in obseg nacionalnega trga in odprtost do tujega povpraševanja. Kakovostno domače povpraševanje je predpogoj konkurenčnosti tudi na tujih trgih,
3. povezanih in podpornih panog; prisotnost oziroma odsotnost dobaviteljev ali z osnovno dejavnostjo povezanih dejavnosti na svetovno konkurenčni ravni ter
4. strategij podjetij, njihove strukture in medsebojnega tekmovanja. Gre za pogoje tekmovanja na domačem trgu; ali je ta odprt za vstopanje novih podjetij ali je bolj monopoliziran, ali obstaja zakonodajni okvir, ki spodbuja tekmovanje (konkurenčna politika in omejuje monopolizacijo (antimonopolna zakonodaja) itd.

Ob tem Porter upošteva še dve zunanji spremenljivki: vlogo države in naključij oziroma priložnosti. Na ti dve spremenljivki podjetje ne more vplivati. Porter v svoji teoriji izhaja iz pogojev velike države in ne upošteva dovolj specifičnega položaja majhnih

držav. Za majhne države je tuje povpraševanje namreč pomembnejše od domačega. Tega pa Porter ne upošteva. Zato v analizi tudi ne upošteva TNI kot pomembnega elementa krepitev konkurenčne sposobnosti. To pomanjkljivost Porterjeve analize je poskušal odpraviti Dunning. V Porterjev diamant je vnesel manjkajoče TNI oziroma mednarodno poslovno dejavnost kot dodatno zunanjo spremenljivko, ki je zlasti pomembna za manjše države.

Slika 2: Dopolnjen Porterjev diamant



Vir: Svetličič (1996: 232).

Dunning izhaja iz dveh sklopov posebnih značilnosti MNP. Prvi sklop se nanaša na vhodne TNI. Podjetja, ki neposredno investirajo v tujino, razpolagajo z drugačnimi viri in sposobnostmi kot lokalna podjetja tudi zato, ker izhajajo iz drugačnega okolja. Uporabljajo vire in sposobnosti na drugačen način, deloma zaradi tuje lastnine in deloma zaradi multinacionalnosti. Drugi sklop se nanaša na izhodne TNI. Tu opazimo tri razlike med domačimi in MNP. Najbolj opazne so dodatne opcije, ki jih imajo MNP zaradi zemljepisne razvejanosti svoje dejavnosti. Sledi možnost diverzifikacije njihovega premoženja in ekonomske dejavnosti s ciljem znižati tečajna in druga

tveganja. Tretja razlika pa je, da imajo MNP dostop do tujih virov, trgov, poslovnega sodelovanja, infrastruktur in vrste konkurence (Svetličič 1996: 233).

3.1.6. Terutomo Ozawa: Dinamična paradigma razvoja

Dinamična paradigma razvoja je ena od redkih teorij, ki se ukvarja z razvojno vlogo TNI. Ozawa je zanimalo, kako TNI pospešujejo razvoj dežel gostiteljic, v kolikšni meri so vhodne TNI orodje preobrazbe domačega gospodarstva in kako izhodne TNI lajšajo preobrazbo držav gostiteljic. Bistvena ugotovitev je bila, da lahko izhodne TNI pomagajo v preobrazbi nacionalnega gospodarstva dežel, ki jih izvaja, kolikor so sestavni del sistematične razvojne strategije navzven naravnane razvoja. S pomočjo izhodnih TNI država oziroma podjetje ohranja prednosti, če potem, zaradi dviga domačih plač, ne bi bila več svetovno konkurenčna. Na ta način se pridobijo sredstva in čas za izvedbo preobrazbe v smeri osvajanja izdelkov višje stopnje predelave. Po Ozawinem modelu naj bi razvoj držav tekkel od factorsko preko investicijsko do inovacijsko poganjanega. V vsaki od teh faz imajo factorski pogoji različen pomen. Na začetku je pomembno razpolaganje s surovinami ali delovno silo, pozneje pa postane pomembnejši fizični kapital. Na najvišji stopnji preobrazbe je odločilen človeški kapital. To enako velja za izvozno konkurenčnost, ki je sprva odvisna od fizičnih virov, kasneje pa od znanja oziroma tehnoloških sposobnosti (Svetličič 1996: 238-240).

V prvem factorskem stadiju država izvaja svojo izvozno pospeševalno strategijo na temelju razpoložljivih surovin in drugih naravnih dobrin. TNI se pojavijo na področju izkoriščanja surovin in v proizvodnji, ki temelji na poceni delovni sili. Takšne proizvode prične država izvažati s čemer krepiti dane primerjalne prednosti. Za drugi ti. investicijski stadij je značilno znižanje brezposelnosti, dvig plač in dvig vrednosti valute. Domača podjetja začnejo vlagati v tiste dežele, ki razpolagajo z naravnimi viri in poceni delovno silo. V zadnjem inovacijskem stadiju konkurenčnost temelji predvsem na intenzivni uporabi fizičnega kapitala in izkoriščanju ekonomije obsega. Kasneje pridobita na pomenu človeški kapital in znanje. Vloga države je, da zagotovi ustrezno infrastrukturo. Ena od najpomembnejših Ozawinih ugotovitev je, da TNI sicer veliko prispevajo k preobrazbi gospodarstva, vendar odločilno vlogo igrata domača podjetja, ki jih usmerja država. Izhodne TNI so enakovredne vhodnim, čeprav se to opazi šele v kasnejših fazah razvoja.

3.1.7. Internalizacijska teorija

Teorija internalizacije je danes ena najpomembnejših teorij, ki pojasnjuje mednarodno poslovanje podjetij. Bistvo te teorije je, da se podjetje odloči internalizirati trg, kadar so stroški transakcij preko trga zaradi tržnih hib, ki otežujejo pretok blaga in storitev oz. virov med neodvisnimi podjetji, višji kot znotraj podjetja. Interni transfer postane tako v primerjavi z zunanjim, prek tržišč, učinkovitejši. S tem se dvigne učinkovitost poslovanja, saj se znižajo transakcijski stroški, ki bi jih moralo pokriti podjetje, če bi poslovalo preko tržišča. Koristi internalizacije so enake stroškom zunanjih tržnih pomanjkljivosti, ki se jim na ta način izognejo. Da bi podjetje preseglo probleme naravnih tržnih pomanjkljivosti, povezanih s cenitvijo znanja ali podobnih neoprijemljivih specifičnih prednosti, razvije lastno hierarhično organizacijo za razrešitev alokacijskih in distribucijskih problemov (Svetličič 1996: 250).

Internalizacijska teorija TNI izhaja iz teorije podjetja. Enota je podjetje, ki ima več obratov. Do internalizacije pride zaradi nesposobnosti tržišča, da bi zagotovilo učinkovito menjavo medfaznih izdelkov. TNI zato izboljšujejo nepopoln mehanizem trga.

Internalizacijska teorija je osnova za primerjalno analizo domačega in mednarodnega poslovanja podjetij ter primerjavo učinkovitosti tržnih in internih transakcij. Vsebinsko je tesno povezana s teorijo transakcijskih stroškov in večji poudarek je namenjen mednarodnemu okolju. V bistvu internalizacijska teorija Coasov koncept transakcijskih stroškov razširi na mednarodne transakcije, saj lokacijsko specifične prednosti neke države, ki so prej vodile v izvoz, nadomestijo podjetniško specifične prednosti znotraj MNP, kar pa vodi v neposredne investicije v tujino. Coase je našel odgovor na to vprašanje za primer podjetja z več obrati, lahko pa ga prenesemo na podjetje z enotami v tujini, torej MNP in s tem mednarodno poslovanje. Namesto da se podjetja lotijo težkih negotovih licenčnih poslov, raje osnujejo v tujini lastne podružnice, ker je ceneje izvajati določene transakcije znotraj podjetja, kot pa preko tržišča. Tako se izognejo problemom določanja cen svojim inovacijam, zagotavljajo si redna plačila nadomestil in polno izkoriščajo prednosti na tujem trgu (Svetličič 1996: 251-255). MNP z internalizacijo doseže velike prihranke. Izogne se koncentriranim trgom surovin in

dragim tržnim potem na teh trgih, izogne se nepopolnostim na trgih proizvodnih dejavnikov, doseže davčne prihranke in prihranke zaradi internega pridobivanja informacij. Stroški, ki nastajajo z internalizacijo trgov prek neposrednih naložb, so predvsem stroški komunikacije, stroški poslovanja v neznanem okolju, stroški upravljanja notranjega trga ter stroški preseganja političnih in socialnih preferenc za domača podjetja (Trtnik 1999: 45).

Če se prej nepovezane dejavnosti spravi pod skupno lastništvo in nadzor, se ti stroški znižajo. Na ta način internalizacijska teorija pojasnjuje obstoj podjetij z več obrati.

Tako z vidika internalizacije multinacionalna podjetja iščejo največjo učinkovitost in so pripravljena zamenjevati med notranjimi in zunanji trgi, glede na to, kje so transakcijski stroški nižji. Slabost te teorije pa je, da je statična, saj se usmerja le na minimiziranje tekočih stroškov. Poleg tega pa razen transakcijskih stroškov zanemari vse ostale možne motive, ki spodbujajo nastanek TNI.

Tudi Hood in Young trdita, da internalizacija temelji na štirih skupinah faktorjev: industrijsko specifičnih, regijsko oz. lokacijsko specifičnih, nacionalno specifičnih in podjetniško specifičnih faktorjih. Glavni poudarek je na industrijsko specifičnih faktorjih in faktorjih znanja, saj naj bi znanje predstavljalo monopolno prednost, ki naj bi bila izkoriščana preko diskriminatornih cen. Znanje je tudi plod večletnega dela, raziskovanja in je zato v povezavi z vrednotenjem primerno za oblikovanje transfernih cen (Hood in Young 1979: 56).

Kako vplivajo TNI na državo in na gospodarstvo v njej, pa nam kažejo učinki TNI. To bo naslednja točka diplomskega dela, v kateri bom motive za nastanek TNI tudi razložila.

4. PODJETNIŠKI MOTIVI ZA TNI

Podjetniške motive za neposredne investicije lahko strnemo v štiri glavne skupine (Trtnik 1999: 24-31): iskanje virov, povečanje učinkovitosti, iskanje trgov ter strateški motivi.

4.1. Iskanje virov

Podjetja želijo z neposrednimi investicijami v tujini pridobiti specifične vire (naravne, človeške, vire za pridobivanje tehnologije in posebnih znanj) po nižjih cenah in z nižjimi stroški kot doma, kar jim bo omogočilo večjo konkurenčnost.

Podjetja, ki z neposrednimi investicijami skušajo najti nove vire v tujini, lahko razdelimo na tri kategorije (Dunning 1994: 57):

1. Podjetja, ki iščejo fizične vire (proizvajalci primarnih dobrin ter predelovalna industrija iz držav v razvoju ter razvitih držav, ki želijo zmanjšati stroške ter zagotoviti varnost dobave). Viri, ki jih iščejo, so povečini rudnine, surovi materiali ter kmetijski produkti. Ena poglobitnih značilnosti tovrstnih naložb so izdatni stroški, kar pomeni, da so po opravljeni začetni naložbi zelo vezane na prvotno lokacijo oz. so nizko mobilne.
2. Podjetja, ki iščejo poceni in dobro motivirano nekvalificirano ali polkvalificirano delovno silo. Tovrstna podjetja izhajajo iz držav, kjer so stroški dela visoki in se zato odločijo, da bodo tu proizvajala delovno intenzivne vmesne ali končne produkte, ki jih bodo kasneje izvažala. Večina takih naložb gre v bolj razvite države v razvoju, ki so s ciljem privabiti take investicije, vzpostavila prosto carinska območja.
3. Podjetja, ki iščejo tehnološko sposobnost in tržna, upravljavska ter organizacijska znanja (sodelovanje na primer korejskih, indijskih podjetij s podjetji EU v visoko tehnoloških sektorjih).

4.2. Povečanje učinkovitosti

Namen tovrstnih neposrednih naložb je izkoristiti vse prednosti ugodnejših davčnih stopenj, različnih okusov potrošnikov, ekonomskih sistemov, tržnih struktur, institucionalnih pogojev, različnega obilja proizvodnih dejavnikov in podobno.

Podjetja, ki se podajajo v tovrstne investicije so ponavadi izkušena in velika multinacionalna podjetja, ki proizvajajo standardizirane proizvode in izkoriščajo

prednosti procesa mednarodne proizvodnje. Ločimo lahko dva glavna tipa iskalcev učinkovitosti (Dunning 1994: 60):

1. Podjetja, ki v različnih državah izkoriščajo prednosti razlik v razpoložljivosti in stroških tradicionalne obdarjenosti s proizvodnimi dejavniki (to pojasnjuje delitev dela znotraj multinacionalnih podjetij, saj se kapitalno, tehnološko in informacijsko intenzivni procesi dodajanja vrednosti proizvodom izvajajo v razvitih državah, delovno intenzivni in tisti, ki izkoriščajo obdarjenost z naravnimi viri, pa v državah v razvoju).
2. Podjetja, ki locirajo svojo proizvodnjo v državah s podobno ekonomsko strukturo ter lahko na takšen način izkoriščajo prednosti ekonomij obsega ter ekonomij skupne proizvodnje in razdelitve, razlik v okusih potrošnikov in skupne ponudbe (tradicionalna naravna obdarjenost s proizvodnimi dejavniki igra tukaj manjšo vlogo vplivanja na tuje neposredne investicije, medtem ko so ustvarjene sposobnosti, obstoj podpornih panog, značilnosti lokalne konkurence in narava povpraševanja ter vladne mikro in makro politike pomembnejši dejavniki).

4.3. Iskanje trgov

Podjetja investirajo z namenom ustrežnejšega načina oskrbe, ohranjanja, izkoriščanja, zaščite trga določene države in/ali njenih sosed oziroma drugih držav in pridobivanja novih trgov. Podjetja se prilagajajo lokalnim potrebam in/ali zmogljivostim, se zavedajo pomena prisotnosti na globalnem trgu, sledijo glavnim potrošnikom ali dobaviteljem in podobno.

Po Dunningu (1994: 58) so štiri glavni razlogi, ki spodbujajo iskalce trgov k investicijam v tujini:

1. Podjetja sledijo glavnim dobaviteljem ali kupcem, ki so začeli z mednarodno proizvodnjo na tujem in tako ohranijo svoje poslovanje.
2. Proizvodi se morajo pogosto prilagajati okusom in potrebam lokalnih kupcev ter virom in sposobnostim. Brez poznavanja lokalnega jezika, poslovnih običajev in tržnih postopkov v državi gostiteljici, lahko podjetja zaostajajo za domačimi proizvajalci.

3. Transakcijski stroški so manjši zaradi proizvodnje in distribucije na istem trgu, ki je v takem primeru močno lokalno ter industrijsko specifična. Verjetneje je, da bo proizvodnja blaga, katerega transportni stroški so relativno višji, sam postopek izdelave pa ekonomičen, locirana blizu glavnih potrošnih centrov. Podjetja iz držav, ki so bolj oddaljena od pomembnih trgov, bodo bolj verjetno začela s proizvodnjo na teh trgih, prav tako kot se bo to zgodilo v primeru visokih izvoznih omejitev na te trge v primeru vladne strateške investicijsko spodbujevalne politike.
4. Nekatera multinacionalna podjetja imajo politiko, da je nujna fizična prisotnost na tistih trgih, na katerih nastopajo njihovi tekmeci. Tako je večina največjih multinacionalnih podjetij ne le prisotnih na najpomembnejših svetovnih trgih, ampak pospešeno vlagajo v raziskave in razvoj. Vlaganja v raziskave in razvoj so lahko defenzivna ali agresivna. Defenzivna sledijo konkurenci ali pa poskušajo z vlaganjem v rastoč trg povečati globalne interese podjetja.

4.4. Strateški motivi

Podjetja si z neposrednimi investicijami prizadevajo uresničiti svoje dolgoročne strateške cilje, zlasti krepitev (oziroma ohranjanje) mednarodne konkurenčnosti. Odločitev podjetja, da začne (z vsemi poslovnimi procesi) poslovati v drugi državi, lahko razložimo s tem, da ima tam boljše pogoje ali pa lahko bolje izkoristi posamezne priložnosti.

Motiv strateških naložb ni toliko izkoriščanje specifičnih stroškovnih ali tržnih prednosti nasproti tekmecev, ampak bolj povečanje premoženja ter diverzifikacija dejavnosti, ki krepi konkurenčni položaj ter zmanjšujeta negotovost poslovanja.

4.5. Ostali razlogi

Dunning (1994: 61– 63) jih je razvrstil v tri skupine:

1. investicije, ki imajo za cilj izogniti se omejevalni zakonodaji ali makro organizacijski domači politiki (ang. Escape investments),
2. podporne investicije (ang. Supportive investments) s ciljem podpirati dejavnosti, ki so pomembne za uspešno delovanje podjetja,

3. pasivne investicije (ang. Passive investments) s ciljem maksimizirati dobiček. Pri tovrstnih naložb ne gre za nadzor nad poslovanjem podružnice temveč je narava teh investicij zelo podobna portfolio investicijam.

Glavna slabost neposrednega vlaganja na tuje trge je, da podjetje izpostavi svojo veliko naložbo številnim tveganjem kot so valutno, politično ali tržno tveganje. Ukinitvev ali zmanjšanje dejavnosti pomeni v takem primeru za podjetje zelo visoke stroške, kar lahko tuja država zahteva visoko odškodnino za zaposlene. Podjetje mora vse to sprejeti, če hoče samostojno delati v tuji državi.

5. OBLIKE VSTOPA NA TUJI TRG

Ko se določeno podjetje odloči za neposredno naložbo v tujini, je njegov naslednji korak izbira najprimernejšega načina. Izbira oblike vstopa na tuji trg je v veliki meri odvisna od vlagateljevih razlogov. Med njimi so zelo pomembni: ali je podjetje - vlagatelj že vpeto v mednarodno okolje, kakšna je oddaljenost nove lokacije od matice, od političnega tveganja, kapitalne intenzivnosti, vrste dejavnosti, administrativnih ovir, tehnološke zahtevnosti, potrebnih specialističnih znanj ipd. Načeloma za tujega vlagatelja noben način vlaganja ni boljši ali slabši od drugega, vse je odvisno od konkretnih namenov in okoliščin.

5.1. Sveže investicije (»greenfield«)

Gre za ustanovitev povsem novega podjetja oziroma podružnice v tujini. Če se vlagatelj odloči za tovrstno naložbo, mora na začetku investicijskega procesa pridobiti poslovne ali proizvodne prostore v tujini ter zaposliti delovno silo.

Velika prednost novih naložb je, da podjetje, ki vlaga v tujini, lahko samo izbere lokacijo proizvodnje v skladu z svojimi interesi in razvojnim planom. Tovrstne investicije v lokalnih skupnostih so zelo zaželene, ker pomenijo povečanje zaposlenosti. Zaradi tega so lokalne skupnosti velikokrat pripravljene nuditi konkretne finančne spodbude, kar pa se vlagatelju odraža v zmanjševanje stroškov vlaganja. Druga prednost tovrstnih vlaganj je, da se vlagatelju ni treba ukvarjati z morebitnimi dolгови podjetja, niti nima problemov z zastarelo opremo, kot je stalna praksa v večini primerov. Dodatna

prednost je tudi v tem, da na področju poslovnih običajev in kulture podjetje ni izpostavljeno hitremu tempu prilagajanja (t. i. kulturnemu šoku), pač pa se temu tempu počasi prilagaja skozi proces vlaganja.

Slabost tovrstne oblike vstopa na drugi trg je predvsem dolgotrajnost samega procesa in, kar je tudi zelo pomembno, prisotnost težav, ki nastopajo pri iskanju nove lokacije oz. zemljišča primerne za gradnjo. Tako je v večini primerov taka lokacija zelo draga ali pa zemljišče sploh ni naprodaj. Podjetje se mora prilagoditi lokalnim, nacionalnim in pogosto strogim ekološkim normam države gostiteljice in mora rekrutirati domačo delovno silo, ki jo je v večini primerov potrebno predhodno prekvalificirati, da bi jo uskladili s standardi in zahtevami novega podjetja.

Ker gre pri novih investicijah praviloma istočasno tudi za vstop na nov trg, zahtevajo tovrstne investicije izjemen organizacijski napor. Temu se tuji vlagatelj lahko delno izogne, če skupaj z domačim partnerjem ustanovi novo skupno naložbo (Rojec 1994: 125).

Za investicije v nove zmogljivosti se odločajo vlagatelji z izkušnjami, veliko finančnimi sredstvi, vizijo lastnega načina vodenja, z željo po ohranitvi obstoječe podjetniške kulture in tisti, ki težko najdejo primerne partnerja. Če gre za podjetje z veliko znanja, patenti in poslovnimi skrivnostmi, je razumljivo, da nočejo deliti svojih izkušenj s tujci in se tudi iz tega razloga raje odločajo za investicije v nove zmogljivosti.

5.2. Prezem že obstoječega podjetja

Prezem že obstoječega podjetja predstavlja odkup deleža ali celote v obstoječem podjetju v tujini. V nekdanjih socialističnih državah in s tem tudi v Sloveniji je to do sedaj najpogosteje pomenilo tujo privatizacijo (Rojec 1994: 123). Prednost tovrstne investicije v primerjavi z novo naložbo je za tujega vlagatelja v tem, da s prevzemom podjetja vlagatelj zelo hitro pridobi nadzor nad podjetjem, ni mu treba iskati delovne sile, pridobi obstoječo tehnologijo, blagovne znamke in, kar je v večini primerov najpomembnejše, pridobi distribucijske kanale in prodajne poti. Po končani integraciji in uskladitvi z mednarodno strategijo lahko podjetje neovirano posluje naprej.

Izbor oblike vstopa tujega vlagatelja je v prvi vrsti odvisen od tega, ali na ciljnim trgu sploh obstaja primerno podjetje, ki bi ga tuji vlagatelj lahko prevzel. Če je odgovor negativen, potem se bo tuji vlagatelj odločil za novo naložbo. V primeru pozitivnega odgovora pa je izbor odvisen od številnih dejavnikov. V nekdanjih socialističnih državah so se tuji vlagatelji raje odločili za novo naložbo predvsem takrat, kadar so jih skrbeli potencialni stroški prestrukturiranja prevzetega podjetja.

Raziskava o najpomembnejših dejavnikih izbora vstopa v obliki prevzema v štirih državah srednje in vzhodne Evrope, ki sta jo opravila Artisien-Maksimenko in Rojec (2001: 13-14), je pokazala, da je pri odločitvi v prid prevzema prevladovala pridobitev določenih prednosti, ki jih je imelo prevzeto podjetje. Te prednosti zajemajo tržne dejavnike, strateške dejavnike, predhodno sodelovanje med domačim in tujim partnerjem in ugodne investicijske priložnosti.

Prevzemanje podjetij, ki jih razumemo kot del deželne tradicije in dediščine, lahko sproži precejšnje nezadovoljstvo, če se pojavi občutek, da so bili prevzeti zaradi tujih interesov. V mnogih primerih so prevzemi velikih podjetij povezani z zmanjšanjem števila zaposlenih v prevzetem podjetju. Pri prevzemanju se kot slabost pojavi dodatna cena, ki jo mora prevzemno podjetje plačati za nemotivirano delovno silo, slab imidž in ugled podjetja ter zastarele procese in proizvode.

Za nakup obstoječih zmogljivosti se prav tako odločajo podjetja z bogatimi izkušnjami iz preteklosti. Od tistih, ki se raje odločajo za investicije v nove zmogljivosti, pa se razlikujejo po tem, da imajo znanje, s pomočjo katerega lahko prestrukturirajo obstoječe podjetje in ga integrirajo v svojo organizacijsko shemo. V končni fazi so bolj integrirani v lokalno ekonomijo in ne toliko v multinacionalno mrežo vlagatelja. Vezani so na lokalne dobavitelje. Možni so tudi naknadni oz. skriti stroški iz preteklih obveznostih, ki ji ob nakupu podjetja ni upoštevalo. Nakup nam omogoči, da ujamemo dve muhi na en mah. Hitro pridemo do novega trga in hkrati odstranimo enega od potencialnih tekmecev. Na odločitev o načinu vstopa na trg pa vplivajo še drugi dejavniki, kot so pomembnost hitrega in pravočasnega vstopa na trg (preferira se nakup), možnosti za nakup tujega podjetja (če je malo podjetij, so cene lahko visoke in je investicija v nove zmogljivosti lahko bolj smiselna) in politično tveganje (prednosti imajo skupna vlaganja, da se tveganje razprši). Z vidika države prejemnice so seveda najbolj zanimive

investicije v nove zmogljivosti, saj prinašajo nova delovna mesta, sodobno tehnologijo, višjo produktivnost in so neposredna konkurenca domačim podjetjem.

5.3. Skupna vlaganja (»joint ventures«)

Podjetje lahko v določeni točki rasti sprejme odločitev, da je deljeno lastništvo novoustanovljenega podjetja za trženje ali proizvodnjo pravilna odločitev vstopa na tuje trge.

Odločitev temelji na predpostavki, da dve ali več podjetij doprinese komplementarne konkurenčne prednosti, ki bi jih novo podjetje lahko izkoriščalo. Predpogoji za tovrstno sodelovanje pa so seveda skupni ekonomski interesi. V osnovi razlikujemo pogodbeno skupna vlaganja (non-equity joint venture) in družbeniška skupna vlaganja (equity joint venture). Pri pogodbenih skupnih vlaganjih gre preprosto le za pogodbeno obliko, pri družbeniških pa za popolnoma novo podjetje, katerega lastniški deleži so razdeljeni med podjetja družbenike, glede na različne merila (vloženo znanje, finančni vložki, patenti). Možne pa so tudi različne kombinacije osnovnih oblik.

Obstaja več razlogov za skupna vlaganja, med katerimi Slavnič (2003: 69) navaja naslednje:

- podjetja ugotovijo, da partnerstvo v tuji državi lahko pospeši vstop na tuji trg,
- komplementarna tehnologija in menagerska znanja partnerjev lahko prinesejo nove
- priložnosti v obstoječih ali razvijajočih se sektorjih,
- globalni procesi na področju razvoja in raziskav ter proizvodnje so izredno dragi, vendar
- nujni za doseganje mednarodnih konkurenčnih prednosti,
- bolj direkten nastop na tuje trge,
- deljeno financiranje novih aktivnosti,
- možnost večjega nadzora nad poslovanjem tujega podjetja.

Tako kot vsaka druga metoda vstopa imajo tudi skupna vlaganja svoje slabosti. Z deljenim lastništvom novega podjetja se pogosto pojavijo razlike v ciljih in namenih udeleženih podjetij. To lahko povzroči neskladja pri sprejemanju strategij podjetja, ki lahko pripeljejo do sprejema nejasnih strategij in posledično neuspeha skupna vlaganja. Drugi možni scenarij se lahko pripeti v primeru, da ima eno podjetje večji delež in postane dominantno pri sprejemanju strategij skupnega podjetja.

Podjetja, ki vstopajo v skupna vlaganja, se zavedajo težav take oblike vstopa na tuje trge, zato se večina skupnih naložb izvede v sodelovanju transnacionalnega podjetja in lokalnega partnerja, kjer prvi prispeva specifično prednost podjetja (znanje, tehnologijo ali kapital), lokalni partner pa poznavanje lokalnega okolja.

Tako se za skupna vlaganja odločajo predvsem vlagatelji, ki nimajo predhodnih izkušenj z investiranjem v tujini (vzvod predstavlja želja, da se podjetje vlagatelj spozna z lokalnim okoljem in se vanj integrira) in ki vstopajo na visoko tvegan in nepoznan trg. Taka podjetja uporabljajo predvsem lokalne dobavitelje in so dobro povezana z domačim okoljem podjetja. Možno pa je tudi, da se za skupna vlaganja odločijo zaradi omejujoče zakonodaje, ki ne omogoča drugih tipov investiranja.

Slabost za vlagatelja predstavlja predvsem zavezanost, da bo delil znanje s partnerskim podjetjem in da se bo moral prilagajati partnerjevi poslovni kulturi in organizaciji.

5.5. Strateške zveze in partnerstva

Vse metode vstopa predvidevajo nekakšne sporazume med podjetji, vendar se je v 80. letih pričel uveljavljati termin strateške zveze in partnerstva. Uporabljali so ga za raznovrstne pogodbene sporazume med podjetji, ki so strateško pomembni in jih ne moremo jasno opredeliti kot licenciranje ali skupna vlaganja. Zanimivost strateških zvez je, da občasno sodelujejo podjetja, ki sicer na trgu nastopajo kot neposredni tekmeci.

Motivi za vzpostavitev in delovanje strateških zvez po Slavničju (2003: 71 - 72) so:

- Nezadostni resursi. Osnovni argument je, da nobena organizacija sama ne premore zadosti resursov za zadostitev globalnega potenciala obstoječih in posebno novih produktov. V primeru, da sama ne uspe zadostiti vsem potrebam, jih bo izkoristil konkurent, ki bo postajal vse močnejši. Z željo ostati konkurenčna, močna in neodvisna morajo podjetja med seboj sodelovati.
- Hitrost inovacij in tržno uvajanje. Hitrost zastaranja tehnologije in vse krajši življenjski cikli produktov pomenijo, da morajo biti proizvodi na trg plasirani hitro, da se lahko prične njihova uporaba. To zahteva, poleg učinkovite promocije in fizične distribucije, tudi dobro upravljanje z distribucijskimi kanali, ki lahko močno vplivajo na uspeh produktov in močnih konkurentov.
- Visoki raziskovalni in razvojni stroški. Z bolj dovršeno in kompleksno tehnologijo in redkostjo resnično novih produktov in odkritij, postajajo stroški razvoja in raziskav vse višji. Za pokritje teh stroškov in ohranjanje konkurenčne pozicije morajo podjetja

dosegati visoke nivoje prodaje. Podjetja lahko s strateškimi zvezami v določenih raziskavah nastopajo skupaj in si te stroške razdelijo.

- Koncentracija podjetij v zrelih panogah V mnogo industrijskih panogah so s strateškimi zvezami reševali presežne proizvodne kapacitete na zasičenih trgih.
- Vladno sodelovanje. Z nadaljevanjem trenda regionalizacije so vlade pripravljene sodelovati pri stroškovno bolj zahtevnih projektih in vanje povabiti partnerje kot pa izpeljati same projekte.
- Samozaščita. Mnogo strateških zvez je bilo sklenjenih z namenom zaščititi se pred konkurenti.
- Dostop na trge. Nekaj strateških zvez je bilo sklenjenih z namenom vstopiti na določen trg, ki bi bil sicer prezahteven za vstop za posamezno podjetje.

6. UČINKI TUJIH NEPOSREDNIH NALOŽB

Tuje neposredne investicije imajo lahko pomemben razvojni učinek na gospodarstvo države gostiteljice. Vpliv TNI je različen glede na stopnjo razvoja dežele gostiteljice. Od nje je namreč odvisno, v kolikšni meri bo znanje uspešno izkoristila, kako se bo prilagodila, kako bo absorbirala znanje in ideje vlagateljev. Velja namreč, da čim bolj je dežela gostiteljica nerazvita in čim nižjo ima raven človeškega kapitala, tem težje je prenašati znanje in tehnologijo. Zato je v tem primeru učinek TNI bistveno nižji kot v državah na višji razvojni stopnji.

Naprej lahko delimo učinke TNI na neposredne in posredne.

Med pomembnejše **neposredne** učinke TNI lahko štejemo uvajanje novih, tehnološko zahtevnejših proizvodov, postopkov, uvajanje organizacijskih novosti, novosti in inovacij na področju poslovanja, raziskovalno razvojne dejavnosti ter usposabljanje zaposlenih za delo z zahtevnejšo tehnologijo. Pomembnejši **posredni** učinki pa so, da proizvodne enote potem posredno vplivajo na tehnološko raven v gospodarstvu s sodelovanjem z domačimi partnerji v reprodukcijski verigi ter prek konkurence s svojimi proizvodi na trgu države prejemnice, ki potem sili domača podjetja v hitrejšo uvajanje novih tehnoloških rešitev v lastno proizvodnjo. Poleg tega se s fluktuacijo zaposlenih prenašajo tudi znanja, ki so jih delavci pridobili (Svetličič 1996: 355).

Glede na oprijemljivost učinkov pa ločimo (Svetličič 1996: 355): **oprijemljive učinke** (vpeljevanje nove tehnologije, proizvodov in storitev) ter **neoprijemljive učinke**

(vpeljevanje novih organizacijskih, upravljaljskih znanj, podjetništva, inovacijskih sposobnosti, marketinga in podobno).

Razvojne učinke delovanja MNP delimo na tiste, ki vplivajo na (Svetličič 1996: 355–359):

- Človeški kapital: S TNI se povečuje znanje v državi prejemnici, ustvarjajo se nova delovna mesta, krepijo pa se tudi poslovodstvene sposobnosti.
- Okolje: Po eni strani lahko govorimo o pozitivnih učinkih, saj je država gostiteljica preko MNP pridobila dostop do »čistih« tehnologij, pridobila je znanje o odpravljanju posledic onesnaževanja in splošni standardi podjetja veljajo v okolju, v katerem podjetje posluje. Hkrati pa lahko govorimo tudi o negativnih učinkih (onesnaževanje okolja), ki jih nova industrija prinese in se jim ni mogoče povsem izogniti.
- Investicije: Nove investicije lahko prinesejo višjo učinkovitost in povečajo proizvodnjo v podjetju. Oblikuje in poveča se kapital v podjetju in možne so nove povezave z domačimi podjetji.
- Tehnologijo: MNP prinesejo v državo gostiteljico nova tehnološka znanja in opremo. Napredek v industriji se poveča in tudi izdatki za raziskave in razvoj se povečajo.
- Zunanjo trgovino: S povečanjem proizvodnje v državi gostiteljici in povezavo z globalnim svetom se poveča izvoz in hkrati se uvozni stroški podjetij zmanjšajo.

Razvojni učinek TNI pa je odvisen od (Svetličič 1996: 355–359):

- Izkoriščanje lokalnih virov: V tem primeru se povečujejo izvozni dohodki in krepi se zaposlenost.
- Osvajanja lokalnega trga: Gre za nadomeščanje prejšnjega izvoza na dano tržišče in uvajanje novih proizvodov na trg. Krepi se zaposlenost in lokalne proizvodne možnosti.
- Izboljšanja učinkovitosti poslovanja: Razvojno so najbolj koristne tiste TNI, kjer gre za dvig učinkovitosti. Na ta način so tudi domačini lahko prepričani, da so del mednarodne mreže, ki bo poslovala učinkovito nad pragom minimalne učinkovitosti.

V tem primeru se lahko tudi domači dobavitelji aktivno vključijo v verigo, seveda če so konkurenčni. Sicer tujci večino proizvodnih tvorcev uvažajo in je njihov prispevek izvozu skromen.

7. PREDSTAVITEV NALOŽBENEGA OKOLJA: MAKEDONIJA – MAJHNA DRŽAVA V TRANZICIJI

Devetdeseta leta 20. stoletja so močno zaznamovala življenje, odnose in navade ljudi na področju nekdanje Jugoslavije. Spominjali se jih bomo predvsem po razpadu nekdanje skupne države in nastanku novih manjših držav.

Makedonija je svojo popolno suverenost in samostojnost dosegla leta 1991 in takoj začela z izvajanjem programa ekonomskih reform in liberalizacije. Industrija je bila v začetnem obdobju prehoda na nizki tehnološki stopnji in integrirana v gospodarske strukture Srbije in Črne Gore. Leta 1991 je blagovna menjava Makedonije s takratno Zvezno republiko Jugoslavijo (ZRJ) predstavljala 70 % celotne blagovne menjave. Po razpadu skupne države in po uvedbi sankcij Združenih narodov proti ZRJ so makedonska podjetja, ujeta na zelo nestabilnem območju, izgubila 60 % svojih trgov in okoli 3.5 milijonov USD (Vaknin 1999: 3). »Poleg tega je bila za Makedonijo zaradi trgovinske blokade Grčije zaprta trgovska pot preko tujih pristanišč« (Berk 2001: 3).

7.1. Proces privatizacije

Proces privatizacije v Makedoniji se je začel leta 1989 z uveljavitvijo t.i. Markovičevega zakona o družbenem kapitalu. V nasprotju z drugimi državami nekdanje Jugoslavije je bil ta proces najbolj intenziven prav v Makedoniji. Slovenija in Hrvaška sta zakon suspendirali skoraj takoj po prvih večstrankarskih volitvah v istem letu, v Srbiji pa je bil zakon dejansko blokiran zaradi postavljenih omejitev. V letih 1990 in 1991 (do 19. avgusta 1991, ko je zakon prenehal delovati) je bilo v Makedoniji približno 240 predvsem velikih družb spremenjenih v delniške družbe (Verica Hadži Vasileva 2001: 327). V skladu z novim zakonom (Zakon o transformaciji podjetij z družbenim kapitalom, junij 1993) je bilo preoblikovano 600 podjetjih, ki so postala delniške družbe ali družbe z omejeno odgovornostjo. Glavna metoda je bila notranji

odkup. Podjetja so prodajala lastniške deleže, vrednotene po knjižnih vrednostih, kar je ob hiperinflaciji pomenilo doseganje velikih popustov. Poleg tega so kupci imeli na voljo desetletno obdobje za poplačilo kupnine. Lastniška struktura podjetij se je začela preoblikovati posamično, največkrat kot menadžerski odkup ali pa odkup s strani zaposlenih.

V Makedoniji je po navedbah makedonske agencije za privatizacijo⁸, bilo do konca decembra 2003 privatiziranih 1.688 podjetij s skupno 229.392 zaposlenimi, katerih skupna vrednost je znašala 2.33 milijarde evrov. V tekočem procesu privatizacije je 84 podjetij z 10.189 zaposlenimi v vrednosti 41.9 milijona evrov. Okoli tretjina privatiziranih podjetij izhaja iz predelovalne industrije, četrtnina iz kmetijskega sektorja, petina pa iz trgovine. Od vseh privatiziranih podjetij je 65 % majhnih, 19 % srednjih ter 16 % velikih podjetij. Prav slednja so najbolj problematična. Med njimi je okoli 24 velikih »izgubarskih« podjetij, katerih privatizacija se nenehno odlaga, hkrati pa je bistvenega pomena, saj so od nje odvisna posojila Svetovne banke in Mednarodnega denarnega sklada (MDS). Večina teh podjetij je strateškega pomena za gospodarstvo države ali pa proizvajajo velike izgube. Načrt makedonske vlade je, da podjetja z velikimi izgubami proda predvsem tujim vlagateljem.

V celotnem procesu odprave družbene lastnine so tujci igrali relativno majhno vlogo. Nekateri so odbijala ocenjena nepodjetniška tveganja, druge, ki so že del procesa in so izstopili iz procesa pogajanj, pa je odbijal sam način privatizacije in množica različnih interesnih skupin v podjetjih. Tujci so med odpravo družbene lastnine zagotovili približno 90 milijonov EUR, kar predstavlja 4 % vrednosti celotnega, do sedaj preoblikovanega družbenega kapitala. V zadnjem času pa se je zanimanje tujcev povečalo. Tako so do sedaj v obdobju po privatizaciji kupili podjetja, ki so že imela zasebne lastnike, v vrednosti 225 milijonov EUR (Berk 2001: 15).

7.2. Blagovna menjava Makedonije s tujino

Najpomembnejši del blagovne menjave Makedonije s tujino predstavljajo države s katerimi ima podpisane sporazume o prosti trgovini (Evropska Unija, EFTA

⁸ Makedonska agencija za privatizacija: Izveštaj za tekot na privatizacijata do 31.12.2004, <http://www.mpa.org.mk/files/31122002m.pdf> (10.8.2004).

(Liechtenstein, Norveška in Islandija), Slovenija, Srbija in Črna Gora, Hrvaška, Bolgarija, Turčija, Ukrajina, EU, Bosna in Hercegovina, Romunija in Albanija)⁹.

Makedonija izvažata največ oblačil in tekstila, železa in jekla, pijač in tobaka, ostalih kovin in prehranskih proizvodov, medtem ko v uvozu prevladujejo stroji in transportna oprema, mineralna goriva in maziva, industrijski in prehranski proizvodi ter kemikalije. Po podatkih Gospodarske zbornice Makedonije¹⁰ v prvih devetih mesecih leta 2004 je v državah EU Makedonija namenila 57,3 % svojega izvoza, v makedonskem uvozu pa imajo države EU 50 % delež. Države EU v katere je v letu 2004 Makedonija največ izvažala so: Nemčija (33,2 %), Grčija (24,1%), Italija (13,7 %) in Slovenija (3,1 %). Najpomembnejše makedonske dobaviteljice pa so bile: Nemčija (25,3 %), Grčija (20,3 %), Italija (11,8 %) in Slovenija (10,3 %).

7.3. Neposredne tuje investicije v Makedoniji

Tuje neposredne naložbe v Makedoniji je na začetku urejal Zakon o neposrednih naložbah iz leta 1993, ki je bil potem v letu 1996 nadomeščen z Zakonom o trgovskih družbah. V novem zakonu so domači in tuji vlagatelji popolnoma izenačeni pred zakonom. Tuji vlagatelji lahko vlagajo v domača podjetja, oblikujejo skupne naložbe ali pa samostojno ustanovijo novo podjetje pod istimi pogoji kot domači vlagatelji. Do leta 2000 je veljalo, da mora biti v podjetju v tuji lasti vsaj eden od direktorjev makedonski državljan. Za ustanovitev podružnice mora tuji vlagatelj dobiti dovoljenje ministrstva za zunanje zadeve¹¹. Tuja neposredna vlaganja so dovoljena brez izjem v skorajda vseh sektorjih gospodarstva. Omejitve obstajajo le na področju vojne industrije in proizvodnje oz. trgovine z narkotiki. Makedonska ustava iz leta 1991 zagotavlja pravico do lastnine. Z manjšimi izjemami se ta pravica nanaša tudi na tuje državljane. Tuji vlagatelji imajo pravico biti lastniki stavb in gospodarskih obratov. Omejena je pravica do lastnine zemljišč, ki je upravičena v primerih kadar je to nujno za namene poslovanja.

⁹ Stopanska komora na Makedonija: Potpisani dogovori za slobodna trgovina, <http://www.mchamber.org.mk/investen/razmena.htm> (17.9.2004)

¹⁰ Stopanska komora na Makedonija: Trgovska razmena (januari do septembra 2004), <http://www.mchamber.org.mk/default.asp?tId=25&lan=mk&edit=1> (21.11.2004)

¹¹ OECD: Tax policy assessment and design in support of direct investment – A study of countries in South Eastern Europe, 2003: 130.

Makedonija je podpisala bilateralne investicijske sporazume z naslednjimi državami: Albanija, Avstrija, Belgija, Luksemburg, Bosna in Hercegovina, Bolgarija, Kitajska, Češka, Finska, Francija, Nemčija, Madžarska, Iran, Italija, Koreja, Malezija, Nizozemska, Poljska, Romunija, Ruska federacija, Slovenija, Švedska, Švica, Turčija, Ukrajina, Srbija in Črna Gora, Hrvaška, Italija, Egipt, Združeno kraljestvo, Irska, Uzbekistan, Belorusija.

Če bi Makedonija hotela doseči načrtovano 4 oz. 5 % gospodarsko rast, bi naložbe morale narasti na 25 % BDP. Če vzamemo v obzir dejstvo, da je v zadnjih desetih letih nivo naložb dosegal vrednost približno 18 % BDP in da prihranki, ki so osnovni vir investiranja predstavljajo 13 % BDP, pridemo do zaključka, da Makedonija načrtovano gospodarsko rast lahko doseže le z zunanjimi naložbami (Nikolov 2003: 84). Tuje neposredne naložbe bodo rešile ne samo problem nezadostnega domačega varčevanja in s tem povezane gospodarske rasti, ampak bodo imele tudi ključno vlogo pri prenosu znanja in tehnologije, odpiranju novih delovnih mest in s tem zmanjševanju revščine, večanju produktivnosti in konkurenčnosti države. Prisotnost tujih korporacij je obenem tesno povezana z njihovo podporo vključevanju Makedonije v mednarodno trgovino in naraščajočo skrb države za investiranje v svoje kadre.

Gospodarska rast Makedonije je torej močno odvisna od neposrednih tujih naložb. V tem obziru je zaskrbljujoče dejstvo, da je ena od držav z najmanjšim deležem tujih naložb v jugovzhodni Evropi, kljub temu da ima liberalno investicijsko zakonodajo. Skupna vrednost tujih neposrednih naložb v obdobju 1991 – 2002 je znašala 1.023,66 milijonov USD. Po podatkih poročila Economist Intelligence Unit (2002: 118) je bil priliv tujih neposrednih naložb v Makedoniji v obdobju 1996 – 2000 zelo skromen in je v povprečju znašal 70 milijonov USD letno ali le 35 USD na prebivalca. Tudi napovedi za prihodnost, oziroma za obdobje 2001 – 2005, niso spodbudni. Priliv naj bi se povprečno povečal na 180 milijonov USD letno, kar pa bi pomenilo 90 USD na prebivalca. Za primerjavo navedimo podatke istega vira za ostale države nekdanje Jugoslavije. V obdobju 1996 – 2000 je bilo tujih naložb v Sloveniji povprečno 236 milijonov USD letno (119 USD na prebivalca), na Hrvaškem 882 milijonov (196), v BIH 67 milijonov (18) in v ZR Jugoslaviji 222 milijonov (21). Za obdobje 2001 – 2005 pa so napovedi za Slovenijo 590 milijonov USD (296 USD na prebivalca), za Hrvaško

940 milijonov (194), za BIH 340 milijonov (82) in za ZR Jugoslavijo 580 milijonov (54).

Tabela 1: Tuje neposredne naložbe v Makedoniji od 1994 do 2003 (v milijarda USD)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
TNI v državi, neto*	24.00	9.49	11.21	30.09	127.73	32.70	174.53	441.53	77.82	94.56
Naložbe v tujini, neto*	0.00	0.00	0.00	-0.07	-0.01	-0.30	0.60	-0.87	-0.10	-0.30
Neposredne naložbe, neto*	24.0	9.49	11.21	30.02	127.72	31.40	175.13	440.66	77.72	94.26

Vir: Narodna banka Republike Makedonije: Neposredne tuje investicije v Republiki Makedoniji¹².

Če pogledamo zgornjo tabelo lahko ugotovimo, da so tuje neposredne naložbe začele naraščati leta 1998, ko je v državo priteklo okoli 127.73 milijonov USD naložb. V primerjavi z predhodnim letom – 30.09 milijonov USD in 11.21 milijonov USD leta 1996 je bil to znaten porast. Leto 1999 je zaznamoval nakup edine makedonske rafinerije OKTA. Grški Hellenic Petroleum je 54 % lastniški delež plačal 31 milijonov USD. Največja tuja naložba v letu 2000 je bil nakup, ki je bil dogovorjen leta 1999, največje makedonske banke Stopanska banka s strani grške Hellenic National Bank, Evropske banke za obnovo in razvoj (EBRD) in International Finance Corporation (IFC) v skupni vrednosti 87 milijonov USD. Leta 2000 je bilo v Makedoniji investiranih 177.7 milijonov dolarjev. Do sedaj največ naložb je v Makedonijo priteklo leta 2001 – 440.66 milijonov USD, ko je madžarski mobilni operater Matav pridobil 51 % lastniškega deleža v Makedonskem Telekomu.

Skromnost neposrednih tujih vlaganj je posledica stalne politične nestabilnosti tako znotraj Makedonije, kot tudi v celotni regiji. Politična nestabilnost je povzročila znaten upad gospodarske rasti. V zadnjih letih so se odnosi Makedonije z Grčijo izboljšali do te mere, da je sedaj Grčija največji vir tujih neposrednih naložb. Leta 1998 so grške

¹² Narodna banka na Republika Makedonija: Stranski direktni investiciji vo Republika Makedonija, http://www.nbrm.gov.mk/WBStorage/Files/PB_m_94_2003.pdf (5.7.2004).

naložbe predstavljale 28 % vseh TNI, leta 2000 pa je ta odstotek narasel na 90 % (Kapital, 27.1.2004).

Poleg politične nestabilnosti v regiji in državi, se kot največje ovire pri tujem investiranju navajajo okorna birokracija, nedoslednosti v zakonodaji, neustreznost razpoložljive delovne sile, nejasni postopki, nerazvit bančni sistem in veliki delež »sive ekonomije«.¹³ Svetovna banka v svojem poročilu iz leta 1999 navaja tudi visoko stopnjo korupcije javnih uslužbencev s ciljem izogniti se plačevanju davkov.

Vlada je avgusta 2003 sprejela novo strategijo o pospeševanju tujih naložb ter januarja 2004 v ta namen ustanovila tudi začasno delovno skupino za tuje neposredne naložbe, ki bo delovala do ustanovitve Agencije za tuje naložbe. Makedonija potrebuje predvsem sveže oziroma tako imenovane »greenfield« naložbe preko katerih bi se lahko povečal izvoz in zmanjšala brezposelnost. Glavna naloga delovne skupine za tuje naložbe pa bo pomoč vlagateljem pri reševanju konkretnih problemov.

Makedonija ponuja tudi vrsto ugodnosti za tuje vlagatelje, kot so:

- relativno sprejemljiv davek od dobička, v višini 15 %,
- možnost za oprostitev plačila davka (do 3 let) za TNI z minimalno tujo udeležbo v višini 20 % v sorazmerju z udeležbo odobreno v prvem davčnem letu, v katerem bodo tuji vlagatelji ustvarjali dobiček,
- omogočen je neoviran prenos dobička v državo vlagatelja,
- oprostitev plačila davka od dela dobička, ki je bil namenjen za ponovna vlaganja v osnovna sredstva do 100.000 evrov,
- podjetja v 100 % tuji lasti so za 3 leta v celoti oproščena plačevanja davkov od dobička,
- podjetja, ki kotirajo na borzi, so oproščena 50 % davka od dobička (to velja do 21. decembra 2005) in davka od premoženja v višini 3 %.

¹³ OECD: Tax policy assessment and design in support of direct investment – A study of countries in South Eastern Europe, 2003: 129.

7.4. SWOT analiza: Makedonija kot lokacija za TNI

Prednosti:

- stabilno makroekonomsko okolje
- izpeljan je večji del demokratičnih in strukturnih reform
- relativno poceni in kvalificirana delovna sila
- relativno nizki produkcijski stroški
- naravna in turistična privlačnost
- finančne in davčne spodbude za vlagatelje
- bližina večjih regionalnih in evropskih trgov
- križišče evropskih koridorjev 8 in 10¹⁴
- relativno dobra prometna infrastruktura

Slabosti:

- nestabilnost regije in nerazrešeni spori
- majhnost trga
- pomanjkanje kapitala
- nizka motivacija zaposlenih zaradi nizkih plač
- visoko centralizirana država
- propad ruralnih okoljih zaradi povečanega pritiska na mesta
- velika razlika ekonomske razvitosti posameznih področjih
- slaba institucionalna zgradba
- zastarela industrijska tehnologija
- nefleksibilen trg delovne sile
- siva ekonomija
- ni direktnega dostopa do morja
- korupcija
- nedorečena zakonodaja, sodstvo
- pomanjkljiv nadzor meje, ki omogoča tihotapljenje in nelegalne migracije

¹⁴ Cestni koridor 8 (E-65) povezuje Durres in Tirano (Albanija), preko Skopja in Sofije do Varna (Bolgarija). Cestni koridor 10 (E-75) povezuje Solun (Grčija) preko Skopja, Beograda, (Srbija in Črna Gora) in Zagreba (Hrvaška) do Münchna (Nemčija).

Priložnosti:

- regionalna ekonomska integracija
- podpisan Stabilizacijski in asociacijski sporazum z EU, 9.04.2001
- ugodni bilateralni in multilateralni prostotrgovinski sporazumi
- velika diaspora in s tem povezana nakazila iz tujine
- vladni program za zmanjšanje nezaposlenosti in revščine
- vladni program za spodbujanje investicij v Makedoniji
- Okvirni sporazum iz Ohrida in s tem predvidena decentralizacija države

Nevarnosti:

- etnična napetost in možnost izbruha intenzivnejšega konflikta
- močni sosedi, ki s političnimi pritiski uveljavljajo svoje gospodarske interese
- naslanjanje na državo, nezadostna samoiniciativnost gospodarstva

8. MAKROEKONOMSKI KAZALCI SLOVENIJE IN MAKEDONIJE

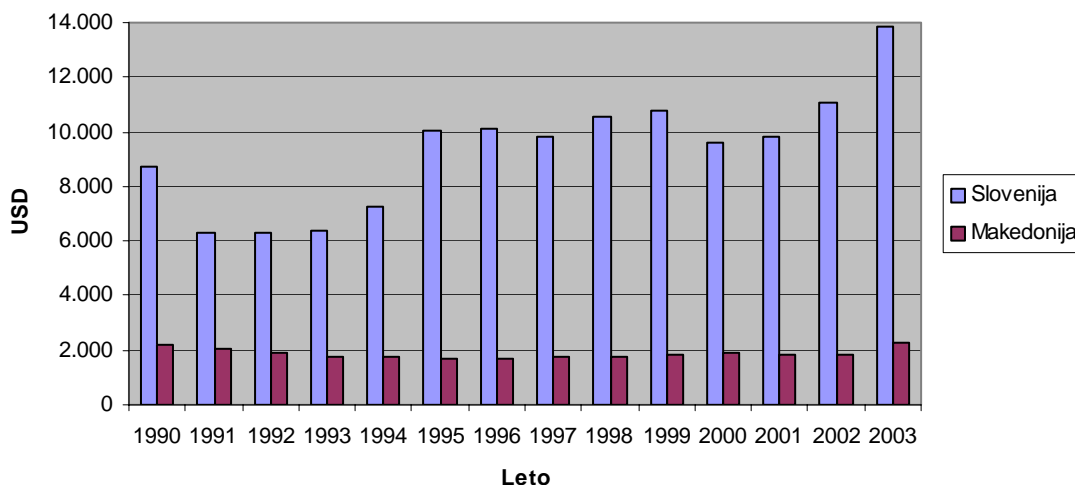
V tem poglavju bom predstavila makroekonomske dosežke obeh gospodarstev. Primerjava bo temeljila na štirih glavnih makroekonomskih kazalcih – bruto domači proizvod in njegova rast, stopnja inflacije in stopnja brezposelnosti.

Bruto domači proizvod (BDP) je vrednost vseh končnih dobrin in storitev, ki so proizvedene v gospodarstvu v določenem časovnem obdobju. Bruto domači proizvod je osnovno merilo ekonomske aktivnosti in meri velikost gospodarstva (Senjur 1995: 5).

Zaradi različne velikosti držav nam podatek o višini bruto domačega proizvoda ne omogoča mednarodnih primerjav gospodarske razvitosti. Zaradi tega se izračunava bruto domači proizvod na prebivalca, ki je količnik med celotnim bruto domačim proizvodom in številom prebivalcev države, ki jo analiziramo. Z bruto domačim proizvodom na prebivalca lahko tako opravljamo primerjave z drugimi državami, hkrati pa je to merilo življenjskega standarda prebivalcev neke države (Senjur 1995: 6). Zavedati pa se moramo, da BDP na prebivalca ni nujno objektivni kriterij življenjskega

standarda posameznika v določeni državi, saj nam ne pove, kako je bogastvo v neki državi razdeljeno med prebivalce.

Graf 1: BDP na prebivalca Slovenije in Makedonije 1990 - 2003



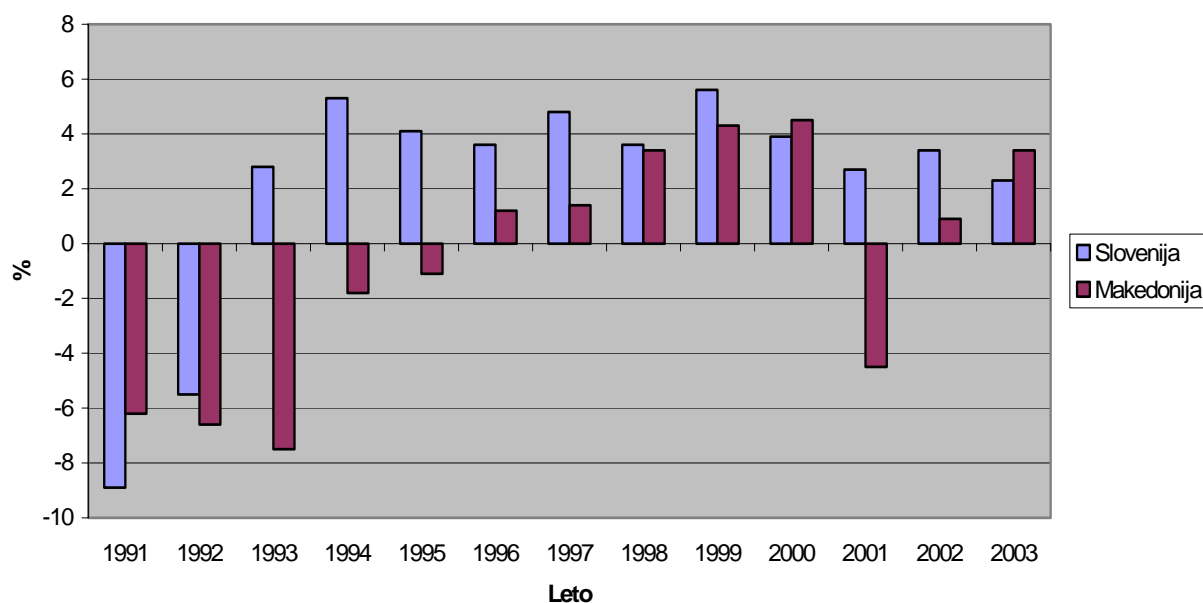
Vir: Tabela 1 v prilogi.

Na podlagi zgornjih podatkov lahko ugotovimo, da je v obdobju od leta 1992 – 2003 BDP na prebivalca v Sloveniji vseskozi naraščal¹⁵ in je leta 2003 narasel na 13.849 USD. V Makedoniji se je BDP na prebivalca vseskozi gibal med 1.700 in 1.900 USD, leta 2003 pa je znašal 2.243 USD. Tako je leta 1992 makedonski BDP na prebivalca predstavljal 30 % slovenskega, leta 2003 pa le še 16 %. V nacionalni strategiji zmanjševanja revščine iz leta 2002 makedonsko ministrstvo za finance ugotavlja, da so osnovni razlogi za to prestrukturiranje podjetij, zmanjšanje industrijske proizvodnje, pomanjkanje tujih neposrednih naložb in oboroženi konflikti v regiji, ki so makedonsko gospodarstvo prizadeli bolj kot slovensko.

Podrobnejše podatke o spreminjanju BDP v času pa nam pove kazalec stopnje rasti bruto domačega proizvoda. Na omenjeni kazalec vpliva več dejavnikov. Tako lahko BDP raste zaradi sprememb v proizvodnih virih (delovna sila in kapital) ali pa zaradi sprememb v učinkovitosti proizvodnih virov (produktivnost).

¹⁵ BDP na prebivalca je realno vseskozi naraščal, zaradi visoke vrednosti ameriškega dolarja v posameznih letih, pa je BDP na prebivalca izražen v USD nižji. Pri prikazovanju BDP na prebivalca v USD sem vztrajala zaradi primerljivosti podatkov med državama, saj so podatki v USD za Makedonijo edini, ki sem jih uspela dobiti.

Graf 2: Rast BDP Slovenije in Makedonije 1991 - 2003



Vir: Tabela 1 v prilogi.

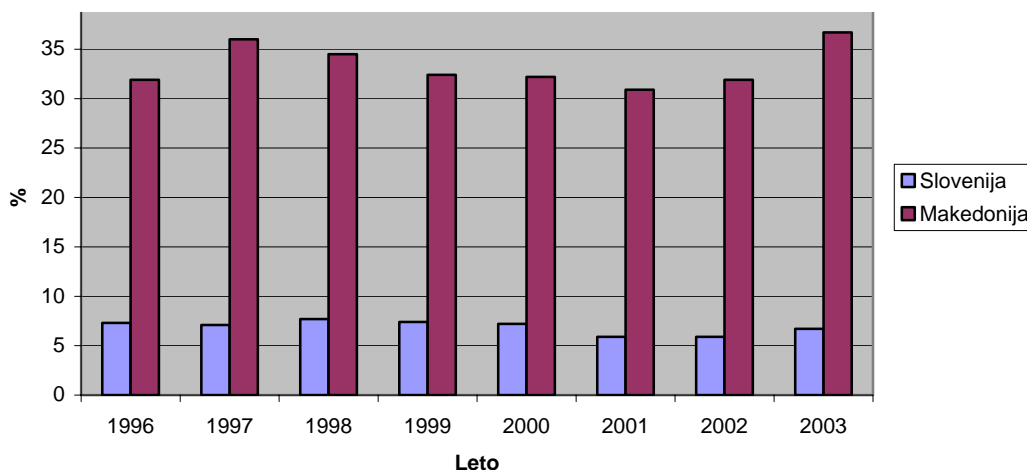
Iz zgornjih podatkov je razvidno, da je BDP v Sloveniji rasel veliko bolj enakomerno ter z višjimi stopnjami rasti kakor v Makedoniji. Makedonska gospodarska rast je bila v letih od 1991 do 1995 negativna, kar gre pripisati osamosvojitvi države, in vseh konfliktih in vojnah, ki so se odvijali v državi in tudi v regiji. Leta 1996 se je začelo obdobje pozitivne gospodarske rasti. To gre pripisati stabilnemu makroekonomskemu okolju, ki se je odražal v relativni stabilnosti cen, stabilnosti deviznega tečaja in v povečani likvidnosti, ki je omogočala večjo kreditno aktivnost bank (Micevska, Eftimovski, Petkovska Mirčevska 2002: 325).

Leta 2000 je bila dosežena 4.5 % gospodarska rast, kar je najvišja rast od osamosvojitve dalje. V letu 2001 pa je slika popolnoma drugačna. Makedonsko gospodarstvo je precej nazadovalo (bruto domači proizvod se je zmanjšal za 4.5 %) zaradi nestabilnih notranjih razmer, ki jih je povzročil sedemmesečni oborožen etnični konflikt. V letu 2002 je bila zabeležena rahla rast, leto 2003 pa je bila stopnja rasti BDP 3.4 % (Narodna banka na Republika Makedonija 2001: 10).

Brezposelnost je eden osrednjih makroekonomskih problemov in je pogosto merilo uspeha makroekonomske politike določene države. Mednarodna organizacija dela (MOD) je brezposelnost opredelila kot število ljudi nad določeno starostjo, ki so brez

dela, so tekoče na razpolago za delo in iščejo delo v razdobju, o katerem je govora. Stopnja brezposelnosti pa je opredeljena kot število brezposelnih glede na delovno silo. Delovna sila zajema vse tiste, ki delajo kot tudi tiste, ki iščejo delo. To v praksi pomeni zaposlene, samozaposlene in brezposelne (Senjur 1995: 155 – 156).

Graf 3: Stopnja brezposelnosti v Sloveniji in Makedoniji 1996 - 2003



Vir: Tabela 2 v prilogi.

Iz zgornjih podatkov je razvidno, da je stopnja brezposelnosti v Makedoniji precej višja od tiste v Sloveniji. Tako je makedonska brezposelnost ena najvišjih v Evropi in predstavlja resen gospodarski problem. Visoka stopnja brezposelnosti namreč vpliva tudi na bruto domači proizvod. Ta namreč pomeni nezaposlenost proizvodnih virov in temu primeren odmik od potencialnega bruto domačega proizvoda.

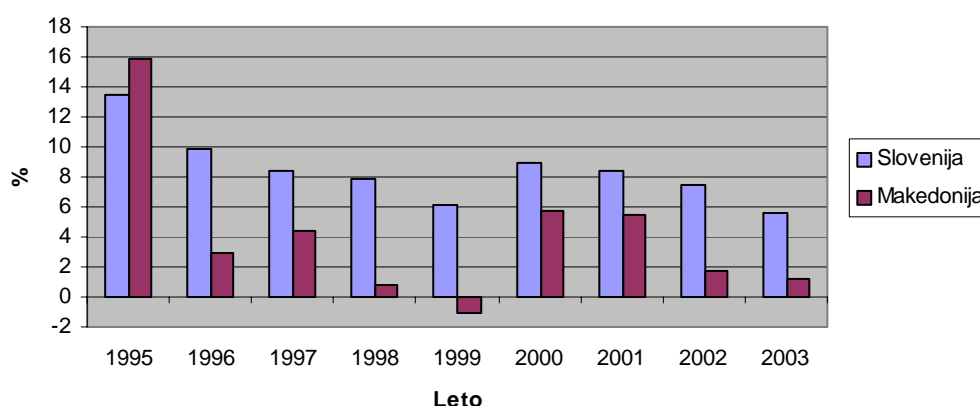
Kljub konstantni gospodarski rasti od leta 1996 dalje, se stopnja brezposelnosti ni občutno znižala. Zaradi njenega dolgoročnega značaja lahko govorimo o obstoju strukturne nezaposlenosti v Makedoniji. Razloge za tako visoko stopnjo brezposelnosti gre iskati predvsem v procesu lastninjenja podjetij ter prestrukturiranju gospodarstva, ki se je pričelo tržno orientirati, pri tem je veliko ljudi ostalo brez dela (Micevska, Eftimovski, Petkovska Mirčevska 2002: 327). K izboljšanju stanja pa zagotovo niso prispevali etnični spopadi znotraj države, ki so odvrčali tuje vlagatelje. Zaradi pomanjkanju tujih neposrednih naložb se je posledično odpiralo vse manj delovnih mest. Vse to je pripeljalo do razmaha sive ekonomije, ki obsega že velik odstotek BDP, saj po ocenah polovica delovne sile sodeluje na sivem trgu dela (Berk 2001: 6). V letu 2000 so bile zato vpeljane razne strukturne reforme na področju zaposlovanja. Kljub

temu pa bistvenih sprememb na tem področju ni moč pričakovati, saj Makedonci, nekako že navajeni sive ekonomije, reformam niso posebej naklonjeni.

Po drugi strani pa je stopnja brezposelnosti po metodologiji MOD med najnižjimi v Evropi in kaže celo tendenco zmanjševanja.

Stopnja inflacije, kot tretja ključna ekonomska kategorija, pomeni odstotno povečanje ravni cen v določenem časovnem obdobju. Z ostalima dvema kategorijama (brezposelnostjo in BDP) je povezana v okviru Philipsove krivulje. Višja stopnja inflacije naj bi korelirala z nižjo stopnjo brezposelnosti in obratno. Prav tako je inflacija povezana z višino BDP, saj višjo raven proizvodnje spremlja višja inflacija (Senjur 1995: 452).

Graf 4: Stopnja inflacije v Sloveniji in Makedoniji 1995 - 2003



Vir: Tabela 3 v prilogi.

Tako Slovenija kot Makedonija sta na svojo pot k ekonomski neodvisnosti stopili s hiperinflacijo, ki sta jo podedovali od nekdanje države. Iz zgornjih podatkov je razvidno, da je stopnja inflacije v Sloveniji od leta 1996 dalje višja, kot v Makedoniji. V zadnjih letih pa je Slovenija vložila velike napore v zmanjševanje inflacije predvsem zaradi zelenega vstopa v Evropsko monetarno unijo in uvedbe Evra in opazen je trend nižanja stopnje inflacije.

Ohranjanje stopnje inflacije na enoštevilčni ravni je za makedonsko makroekonomsko politiko velik dosežek, ter še eno potrdilo za uspešno koordinacijo monetarne, fiskalne

in plačne politike. Kljub vsemu pa se je stopnja inflacije v letu 2000 ponovno nekoliko dvignila, ter podobno raven ohranila tudi v naslednjem letu. To gre pripisati predvsem uvedbi davka na dodano vrednost v aprilu 2000, visokim cenam surove nafte na svetovnem trgu, rasti cen elektrike ter drugih cen, ki jih regulira država. V letu 2001 je bila inflacija na ravni 5.5 % letno, čeprav so napovedovali nekoliko nižjo. Razlog za ta odmik je predvsem izbruh bolezni slinavke in parkljevke v začetku leta 2001, zaradi česar je bila Makedonija prisiljena ustaviti uvoz mesa in živine, ki je bil namenjen za pokrivanje večine povpraševanja za končno porabo in predelavo.

9. POMEMBNEJŠI GOSPODARSKI SPORAZUMI MED DRŽAVAMA

V tem delu bom predstavila pravni okvir gospodarskega sodelovanja med Makedonijo in Slovenijo. Na začetku bom povzela glavne sklenjene sporazume, potem pa bom natančneje predstavila Sporazum o prosti trgovini med EU in Makedonijo v okviru Stabilizacijsko pridružitvenega sporazuma s namenom pokazati spremenjene pogoje menjave med državama po vstopu Slovenije v EU.

- Sporazum o gospodarskem sodelovanju, podpisan 25.02.1992 v Ljubljani, z začetkom veljavnosti 29.05.1992
- Plačilni sporazum, podpisan 25.02.1992 v Ljubljani, z začetkom veljavnosti 29.05.1992
- Sporazum o prosti trgovini, podpisan 01.07.1996 v Skopju, z začetkom veljavnosti 01.09.1996 (prenehal je delovati 1.5. 2004 z vstopom Slovenije v EU)
- Sporazum o vzajemni zaščiti in spodbujanju naložb, podpisan 05.06.1996 v Skopju, z začetkom veljavnosti 21.09.1999
- Konvencija o izogibanju dvojnega obdavčevanja, podpisana 15.05.1998 v Skopju, z začetkom veljavnosti 20.09.1999
- Pogodba o ureditvi medsebojnih premoženjskopравnih razmerij, z začetkom veljavnosti 23.11.1999.
- Sporazum o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju, podpisan 24.12.1993 v Skopju, z začetkom veljavnosti 28.08.1995

9.1. Sporazum o gospodarskem sodelovanju

Sporazum o gospodarskem sodelovanju (Sporazum o gospodarskem sodelovanju med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo, 1992) je bil eden prvih sporazumov sklenjenih med državama po osamosvojitvi. V njem sta se državi med drugim zavezali, da bosta vzajemno ustvarili takšne možnosti za uresničitev gospodarskega sistema, ki bodo zagotovile prosto gibanje blaga, storitev, naložb, denarja, kapitala, informacij in gibanje ter zaposlitev ključnega osebja pravnih oseb, prosto gibanje delovne sile za izvajanje storitev subjektov iz ene pogodbenice v drugi ter prosto gibanje ljudi, ki nima zaposlitvenega značaja kot tudi razvoj raznih oblik gospodarskih, znanstveno-tehničnih vezi med subjekti iz obeh pogodbenic.

9.2. Plačilni sporazum

S Plačilnim sporazumom (Plačilni sporazum med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo, 1992) se je uredil način opravljanja plačilnega prometa med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo.

Plačila med državama, na podlagi sporazuma, potekajo v konvertibilni valuti, s plačilom v domači valuti preko nerezidentskih računov ter s plačilom preko klirinškega računa, v skladu z domačo zakonodajo in v vseh oblikah mednarodne bančne prakse.

9.3. Sporazum o prosti trgovini

Sporazum o prosti trgovini med državama je bil podpisan 1. julija 1996. Začasno se je začel uporabljati s 1. septembrom 1996 in je začel veljati s 1. decembrom 1999. Na področju industrijskih izdelkov je bil sporazum asimetrične narave. Slovenija je popolnoma liberalizirala uvoz industrijskih izdelkov po poreklu iz Makedonije z dnem začetka uporabe sporazuma. Makedonija je carine za nekatere industrijske izdelke odpravila z začetkom uporabe sporazuma, za bolj občutljive industrijske izdelke pa je carine postopno zmanjševala. Za vse industrijske izdelke so bili popolnoma odpravljeni 1. Januarja 2000 (Zakon za Carinska tarifa na Makedonija¹⁶).

¹⁶ www.customs.gov.mk/uploads/tarifa_2003_1_za_server.pdf

Cilji sporazuma so:

- spodbujati usklajen razvoj medsebojnih gospodarskih odnosov in pospeševati napredek njihovih gospodarskih dejavnosti, dvig življenjskega standarda in boljše možnosti zaposlovanja ter povečanje storilnosti in finančne stabilnosti,
- zagotavljati poštene pogoje konkurence v trgovinski menjavi med pogodbenicama,
- z odstranjevanjem trgovinskih ovir prispevati k skladnemu razvoju in širjenju svetovne trgovine.

Sporazum je sestavljen iz treh poglavij. Prvi ureja menjavo industrijskih izdelkov med državama, drugi ureja področje menjave kmetijskih in živilskih izdelkov, v tretjem pa so opredeljene splošne določbe.

9.4. Sporazum o vzajemni zaščiti in spodbujanju investicij

Sporazum (Sporazum med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo o vzajemni zaščiti in spodbujanju investicij, 1999) je bil sestavljen z namenom ustvariti ugodne pogoje za investicije vlagateljev ene pogodbenice na ozemlju druge pogodbenice in ciljem, da se spodbudi in vzajemno zaščiti investicije, kar bo prispevalo k oživitvi ekonomskega razvoja obeh držav.

Z investicijo razumemo vsako obliko lastnine ali vsako drugo obliko premoženjske vrednosti, ki jo investira fizična ali pravna oseba ene od pogodbenic na ozemlju druge pogodbenice. Investicija torej vključuje: premično in nepremično premoženje, delnice, lastninske deleže, druge vrednostne papirje, pravico do denarja uporabljenega za ustvarjanje ekonomske vrednosti, avtorske pravice, zaščitne znamke, patente in druge pravice intelektualne in industrijske lastnine, tehnične postopke, know-how, goodwill, katerokoli pravico finančne narave, ki izhaja iz sporazuma, kot tudi katerokoli pravico, franšizo ali koncesijo s katerimi se ureja opravljanje del.

Državi pogodbenici se v sporazumu obvezujeta:

- da bosta na svojem ozemlju spodbujali investicije vlagateljev druge pogodbenice in jih odobrili v skladu s svojimi veljavnimi predpisi,
- da bosta zagotavljali polno zaščito in varnost in ne bosta z neupravičenimi ali diskriminatornimi ukrepi kakorkoli vplivali na investicije,

- da nobena pogodbenica ne bo investicij vlagateljev druge pogodbenice razlastila, nacionalizirala ipd., razen če je tak ukrep sprejet v javnem interesu in proti ustrezni odškodnini. Odškodnina mora biti enaka tržni vrednosti razlaščene investicije tik pred razlastitvijo, vsebovati pa mora tudi obresti do dneva plačila.
- da bosta omogočili vlagateljem druge pogodbenice prost prenos z investicijo povezanih plačil.

Sporazum bo veljal za obdobje deset let od dneva veljavnosti in bo vsakokrat avtomatično podaljšan za naslednjih deset let, razen če ga katera od pogodbenic pisno ne odpove.

9.5. Konvencija o izogibanju dvojnega obdavčevanja v zvezi z davki na dohodek in premoženje

Ta konvencija (Konvencija med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo o izogibanju dvojnega obdavčevanja v zvezi z davki na dohodek in premoženje, 1999) se uporablja za osebe, ki so rezidenti ene ali obeh držav pogodbenic. Predmet konvencije pa so davki na dohodek in premoženje. Glede na obstoječe davke, so to:

- v Sloveniji – davek na dobiček pravnih oseb; davek na dohodek posameznikov, vključujoč mezde in plače, dohodek od kmetijskih dejavnosti, dohodek iz poslovanja, kapitalske dobičke in dohodek iz nepremičnin in premičnin; davek na premoženje,
 - v Makedoniji – davek na osebni dohodek, davek na dobiček, davek na premoženje.
- Kadar rezident države pogodbenice ustvari dohodek ali ima v lasti premoženje, ki se v skladu z določbami te konvencije lahko obdavči v drugi državi pogodbenici, prva omenjena država odobri:
- kot odbitek od davka na dohodek tega rezidenta – znesek, ki je enak davku od dohodka, ki je plačan v tej drugi državi,
 - kot odbitek od davka na premoženje tega rezidenta – znesek, ki je enak davku od premoženja, ki je plačan v tej drugi državi.

Konvencija zagotavlja enako obravnavanje državljanov, podjetij in drugih gospodarskih subjektov. To pomeni, da državljani, podjetja in drugi subjekti države pogodbenice v drugi državi pogodbenici ne smejo biti zavezani kakršnemu koli obdavčenju ali kakršnim koli zahtevam v zvezi s tem, ki je drugačno ali bolj obremenjujoče, kot je lahko obdavčenje domačih subjektov v enakih okoliščinah.

9.6. Pogodba o ureditvi medsebojnih premoženjskopравnih razmerij

Določbe te pogodbe (Pogodba med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo o ureditvi medsebojnih premoženjskopравnih razmerij, 1999) se nanašajo na urejanje in razreševanje premoženjskopравnih razmerij med pogodbenicama, ki so nastala pred vzpostavitvijo neodvisnosti in samostojnosti pogodbenic in po njej.

Lastninska pravica in druge stvarne pravice, ki so jih fizične in pravne osebe ene pogodbenice pridobile na premičninah in nepremičninah na ozemlju druge pogodbenice, ter druge premoženjske in nepremoženjske pravice uživajo na ozemlju te pogodbenice enako pravno varstvo pred sodišči in drugimi državnimi organi, kakršno je zajamčeno domačim fizičnim in pravnim osebam.

Za pravne osebe, ki so po vzpostavitvi neodvisnosti pogodbenic s svojimi sredstvi ustanovile pravne osebe na ozemlju ene pogodbenice kot tuje pravne osebe s sedežem na ozemlju druge pogodbenice v skladu z veljavnimi predpisi te pogodbenice o tujih vlaganjih, se uporabljajo veljavni prepisi vsake od pogodbenic, ki urejajo ustanavljanje, poslovanje in preoblikovanje tujih pravnih oseb.

9.7. Sporazum o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju

S tem sporazumom (Sporazum med Vlado Republike Slovenije in Vlado Republike Makedonije o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju, 1995) sta se pogodbenici zavezali, da bosta razvijali in podpirali znanstveno in tehnološko sodelovanje med sodelujočimi organizacijami obeh držav na podlagi načela suverenosti, neodvisnosti, enakosti ter vzajemnosti in v obojestransko korist. Sodelujejo lahko akademije znanosti, znanstveni inštituti, znanstvena združenja, univerze, vladne organizacije in druge raziskovalne in razvojne organizacije.

Sodelovanje naj bi potekalo v okviru znanstvenih in tehnoloških raziskav in razvoja na skupaj dogovorjenih področjih; izmenjav znanstvenikov, strokovnjakov, raziskovalcev, univerzitetnih učiteljev in tehničnega osebja; izmenjav znanstvenih in tehnoloških informacij; izmenjav ali souporabe opreme, instrumentov, pripomočkov ali materiala;

skupnih znanstvenih konferenc, simpozijev in delavnic. Poleg navedenega pa bosta državi spodbujali in podpirali sodelovanje in udeležbo v multilateralnih in regionalnih znanstvenih, tehnoloških in razvojnih programih in projektih.

9.8. Sporazumi veljavni po vstopu Slovenije v EU

Slovenija je ob vstopu v EU med drugim prevzela tudi evropski pravni red, ki velja na področju skupne trgovinske politike, kot enega ključnih stebrov enotnega evropskega trga. To pomeni, da se je odpovedala vsem zunanjetrговinskim sporazumom in sprejela sporazume EU. Z večino teh sporazumov Slovenija nima težav, razen z ukinitvijo prostotrgovinskih sporazumov z nekaterimi državami nekdanje skupne države. Te prostotrgovinske sporazume so nadomestili Stabilizacijsko asociacijski sporazumi, ki jih je EU podpisala s petimi državami jugovzhodne Evrope: Hrvaško, Makedonijo, Bosno i Hercegovino, Srbijo in Črno Goro ter Albanijo. Osnovni namen teh sporazumov, ki so narejeni po »meri«, tako da bi ustrezali razmeram v vsaki državi, je gospodarska in politična stabilnost Balkana, ki jo je po mnenju EU možno doseči tudi s pospeševanjem trgovinskega sodelovanja s tujino.

Slovenija se je tako odpovedala Sporazumu o prosti trgovini z Makedonijo ter prevzela Stabilizacijsko asociacijski sporazum (Interim Agreement on trade and trade-related matters between the European Community, of the one part, and the former Yugoslav Republic of Macedonia, of the other part, 2001), ki ga je z Makedonijo sklenila EU. S tem so se spremenili pogoji za izvoz slovenskih izdelkov na makedonski trg.

Namen sporazuma je postopno vzpostaviti delovanje proste trgovine med EU in Makedonijo. Prehodno obdobje, po katerem bo vzpostavljeno območje proste trgovine, naj bi trajalo maksimalno deset let od začetka veljavnosti sporazuma.

Poglavje o prostem pretoku blaga je sestavljeno (podobno kot Sporazum o prosti trgovini med Slovenijo in Makedonijo) iz treh delov. Prvo poglavje je namenjeno industrijskim proizvodom, drugo kmetijstvu in ribištvu, v tretjem pa so podane splošne določbe.

1. poglavje – industrijski proizvodi

Določbe tega poglavja se nanašajo na proizvode, ki so uvrščeni v poglavja od 25 do 97 Harmoniziranega sistema poimenovanja in šifrskih oznak blaga ter izvirajo iz držav pogodbenic.

Za uvoz industrijskih proizvodov iz Makedonije v EU velja naslednje:

- EU z dnem začetka veljavnosti tega sporazuma ukine vse carinske dajatve ter količinske omejitve pri uvozu za izdelke s poreklom iz Republike Makedonije.

Za uvoz industrijskih proizvodov iz EU v Makedonijo pa velja naslednje:

- Carinske dajatve pri uvozu za proizvode, ki se uporabljajo v Republiki Makedoniji po poreklu iz EU in niso navedeni v Aneksu 1 ali 2, se z dnem veljavnosti tega sporazuma ukinejo.

- Carinske dajatve pri uvozu za proizvode, ki se uporabljajo v Republiki Makedoniji po poreklu iz EU in so navedeni v Aneksu 1, se bodo od 1. januarja 2002 vsako leto zniževale za 10 % vrednosti osnovne dajatve. 1. januarja 2011 bodo vse dajatve odpravljene.

- Carinske dajatve pri uvozu za proizvode, ki se uporabljajo v Republiki Makedoniji po poreklu iz EU in so navedeni v Aneksu 2 (najbolj občutljivi industrijski proizvodi), se bodo postopoma zniževale do 1. januarja 2011, ko bodo popolnoma odpravljene.

- Količinske omejitve pri uvozu za proizvode, ki se uporabljajo v Republiki Makedoniji po poreklu iz EU bodo z dnem uveljavitve sporazuma odpravljene.

EU in Makedonija sta z uveljavitvijo tega sporazuma ukinili tudi vse carinske dajatve in količinske omejitve pri izvozu blaga.

2. poglavje – kmetijski proizvodi in ribištvo

S kmetijskimi in ribiškimi proizvodi v tem sporazumu razumemo izdelke uvrščene v poglavja 1 do 24 Harmoniziranega sistema poimenovanja in šifrskih oznak blaga.

Za uvoz kmetijskih in ribiških proizvodov iz Makedonije v EU velja naslednje:

- EU z dnem začetka veljavnosti tega sporazuma ukine večino carinskih dajatev ter vse količinske omejitve pri uvozu za proizvode s poreklom iz Republike Makedonije.

- Proizvodom navedenim v 7. in 8. poglavju, katerih carinska tarifa je sestavljena iz dveh delov (ad valorem carina in specifična carina), se ukine le del carine ki se veže na vrednost blaga (ad valorem).

Za uvoz kmetijskih in ribiških proizvodov iz EU v Makedonijo velja naslednje:

- Makedonija z dnem veljavnosti tega sporazuma ukine carinske dajatve proizvodom navedenim v Aneksu 4 (a), ter odpravi vse količinske omejitve pri uvozu za proizvode s poreklom iz EU.
- Z dnem veljavnosti tega sporazuma ukine carinske dajatve pri uvozu proizvodom navedenim v Aneksu 4 (b), v mejah tarifnih kvot, ki so navedene pri posameznem proizvodu. Za količine, ki presegajo določene kvote, se bodo carinske dajatve zniževale postopoma.
- Trgovina z vinom in žganimi pijačami je urejena s posebnim sporazumom.

9.8.1. Spremenjene razmere v medsebojnem trgovanju po vstopu Slovenije v EU

Če Stabilizacijsko asociacijski sporazum primerjamo z Sporazumom o prosti trgovini med Slovenijo in Makedonijo lahko ugotovimo da je bil slednji za Slovenijo precej ugodnejši. Stabilizacijsko asociacijski sporazum je asimetrične narave, kar pomeni, da imajo izdelki s poreklom iz Makedonije prost trg na trgih EU, medtem, ko se izdelki iz EU na teh trgih srečujejo z določenimi trgovinskimi dajatvami. Tako se je slovensko gospodarstvo pri izvozu svojih izdelkov v Makedonijo ponovno soočilo s carino, ki pa v nobenem primeru ni polna carina in se bo vsako leto zniževala do popolne ukinitve na koncu prehodnega obdobja. Po koncu prehodnega obdobja (1.1.2011) bodo pogoji za izvoz blaga v Makedonijo izenačeni s pogoji, ki jih je nudil Sporazum o prosti trgovini med Slovenijo in Makedonijo.

V vmesnem obdobju (do 1.1.2011) pa bodo največ negativnih posledic čutili slovenski izvozniki, predvsem izvozniki industrijskih proizvodov. Posledice na področju kmetijstva pa bodo odvisne od razlik v danih kvotah. Položaj slovenskih izvoznikov na trgu Makedonije naj bi se poslabšal za 66 % dosedanjega izvoza proizvodov predelovalne industrije, brez upoštevanja proizvodov živilske industrije. Po izračunih ministrstva za gospodarstvo so se carine zvišale 80 % osnovne carinske stopnje za izdelke, ki jih Slovenija največ izvažata v Makedonijo. To so zdravila, nekateri izdelki iz lesa, železne in jeklene konstrukcije, akumulatorji, hladilniki in ostalo. Od pomembnejših izvoznih izdelkov so carine prosti pralni stroji, papir in karton, pnevmatike in podobno. Ob tem je treba še zabeležiti, da je Makedonija marca 2003 postala članica Svetovne trgovinske organizacije (STO), zaradi česar je bistveno znižala carine, za nekatere sektorje pa jih je celo ukinila.

Spremenil se je tudi položaj za kmetijske izdelke, saj je ves izvoz kmetijskih pridelkov sproščen. Sproščen pa je tudi večji del uvoza kmetijskih izdelkov iz Makedonije.

Spremembe so pa tudi na področju kvot; tako za nekatere izdelke teh ni več, za druge pa ostajajo in so v nekaterih primerih celo manjše od tistih, ki so bile določene s Sporazumom o prosti trgovini s Slovenijo.

10. BLAGOVNA MENJAVA MED DRŽAVAMA

Makedonija kljub svoji majhnosti, če lahko tako ocenimo trg z dvema milijonoma potrošnikov in relativno nizki kupni moči, za Slovenijo predstavlja enega pomembnejših zunanjih trgov, saj se ta država konstantno uvršča med prvimi dvajsetimi mesti na lestvici najpomembnejših trgov.

Na lestvici slovenskih najpomembnejših partnerjev na uvozni strani je Makedonija zelo nizko uvrščena. Po zabeleženem presežku v blagovni menjavi je v samem vrhu med vsemi slovenskimi trgovinskimi partnerji.

Tabela 2: Blagovna menjava Slovenije z Makedonijo od 1996 do 2004 (000 EUR)

Leto	Izvoz	Uvoz	Skupaj	Saldo	Delež pokritja uvoza z izvozom (v %)
1996	136.164	57.098	193.262	79.066	238.47
1997	132.496	49.667	182.163	82.829	266.76
1998	142.357	41.651	184.007	100.706	341.78
1999	166.847	34.537	201.383	132.310	483.09
2000	171.426	53.350	224.776	118.076	321.32
2001	147.077	29.638	176.716	117.439	496.24
2002	158.756	25.629	184.385	133.127	619.43
2003	142.840	22.280	165.120	120.560	641.11
I – IV 2003	41.116	6.950	48.066	-	591.59
I – IV 2004	52.862	7.516	60.378	-	703.04

Vir: Urad RS za statistiko: Statistični letopisi 1996 – 2003, lastni izračuni.

Tabela 3: Izvoz Slovenije v Makedonijo

Leto	1999	2000	2001	2002	2003	I – IV 2004
St. Rasti %*	17.2	2.7	- 14.2	7.9	- 10.0	28.6
Delež %	2.1	1.8	1.4	1.4	1.3	1.3
Rang	9	12	15	16	18	17

* v primerjavi s predhodnim letom (enako obdobje)

Vir: Urad RS za statistiko: Statistični letopisi 1999 – 2003.

Tabela 4: Uvoz Slovenije iz Makedonije

Leto	1999	2000	2001	2002	2003	I – IV 2004
St. Rasti %*	-17.1	54.5	-44.4	-13.5	-13.1	8.1
Delež %	0.4	0.5	0.3	0.2	0.2	0.2
Rang	34	30	38	40	41	43

* v primerjavi s predhodnim letom (enako obdobje)

Vir: Urad RS za statistiko: Statistični letopisi 1999 – 2003.

Kot je razvidno iz prve tabele, skupna menjava med državama pada. Predvsem se vztrajno znižuje makedonski izvoz v Slovenijo, ki je leta 2003 znašal skromnih 22.2 milijonov EUR. Slovenija ima z Makedonijo tradicionalen presežek v blagovni menjavi. Le ta se giblje od 79.1 milijonov EUR v letu 1996 do 120 milijonov EUR v letu 2003. Razvidno je, da se je slovenski presežek v blagovni menjavi povečeval, kljub temu, da se je skupna blagovna menjava zmanjševala. Dovolj zgovoren podatek je tudi delež pokritja uvoza z izvozom. Slednji se je od začetne 238.47 % pokritosti v letu 1996 povečal na 641.11 % pokritosti v letu 2003. V prvih štirih mesecih leta 2004 pa ta pokritost doseže 703.04 %. Razloge za neizravnano blagovno menjavo je treba iskati predvsem v posebni blagovni strukturi makedonskega blaga, občutljivosti tega blaga na transport, omejene količine tradicionalnega blaga, ki se izvažata v Slovenijo oziroma pomanjkanju novih proizvodov, ki bi bili zanimivi za slovenski trg. Prav tako je treba upoštevati, da se je zahtevnost slovenskega trga v zadnjih letih bistveno povečala. To povzroča velike težave makedonskim proizvajalcem, ki zaradi različnih razlogov ne

ponujajo dovolj kakovostnih proizvodov ali storitev za prodor na slovenski trg. Če upoštevamo še visoko zaprtost agrarnega trga v Sloveniji, so možnosti makedonskega izvoza v Slovenijo v danih pogojih omejene.

Največje slovenske izvozne postavke v prvih treh mesecih leta 2004 v Makedonijo so bile sledeče: zdravila (22,9 odstotka), hladilniki in toplotne črpalke (6,5 odstotka), elektrotermični aparati in naprave za gospodinjstvo (4,8 odstotka), stavbno pohištvo in lesni proizvodi za gradbeništvo (2,9 odstotka), konzervirano meso (2,3 odstotka), in pnevmatične gume (2,1 odstotka). Največji izvozniki so bili: Lek d.d., Krka d.d., Gorenje d.d., Iskratel d.o.o., Perutnina Ptuj d.d. in Pivovarna Union d.d.

Največje slovenske uvozne postavke v prvih treh mesecih leta 2004 so bile sledeče: cevi in votli profili iz železa ali jekla (11,8 odstotka), zdravila (7,6 odstotka), moške in deške srajce (4,1 odstotka), pribor fittingi za cevi iz železa ali jekla (4,1 odstotka), spodnje majice in pletenine (3,9 odstotka) in les obdelan po dolžini debeline nad 6 mm (3,8 odstotka). Slovenska podjetja, ki so v tem obdobju največ uvažala iz Makedonije so bila: Merkur d.d., Elektronabava d.o.o., Slovin International d.o.o., Mercator d.d., Makedonia Trade d.o.o. in Comet d.d.¹⁷

Primanjkljaj v blagovni menjavi Makedonije s Slovenijo ne bi bil problematičen, če bi ga Makedonija pokrivala s presežkom na področju storitev ali bi bil financiran z uvozom kapitala (tuje naložbe), ki bi v prihodnosti povečeval produktivnost podjetij. Velik presežek v blagovni menjavi z Makedonijo bi lahko Slovenija delno izničila z večjimi naložbami, vendar se slovenski gospodarstveniki pri naložbah v Makedonijo srečujejo s precejšnjimi težavami. Makedonski zakoni na tem področju so sicer ustrezni in precej liberalni, vendar se največkrat zaplete pri dejanski izvedbi. Največja nevarnost za razvoj trgovine med Slovenijo in Makedonijo predstavlja dejstvo, da so zaradi visoke negotovosti naložbe v Makedoniji zelo tvegane. Makedonsko gospodarstvo je tipično gospodarstvo na prehodu. Kupna moč prebivalstva je nizka, vzdržuje jo predvsem »zunanje varčevanje«, kar pomeni nakazila zdomcev in mednarodno pomoč. Naložbe so zelo majhne.

¹⁷ Izvozno okno: Bilateralni ekonomski odnosi,
http://www.izvoznookno.si/podatki_o_drzavah.php?akcija=bilat_ekonomski_odnosi&drzava_ID=2002060513480336&menu=&podnaslov=bilateralni%20ekonomski%20odnosi%20s%20Slovenijo
(18.7.04)

11. PREGLED NALOŽB SLOVENSКИH PODJETIJ V MAKEDONIJI IN NEKATERIH NAČRTOV ZA PRIHODNJA VLAGANJA

11.1. Izvedene naložbe

Tabela 5: Slovenske skupne tuje neposredne investicije in neposredne investicije v Makedoniji (stanje konec leta v milijonih EUR)

Leto	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Skupne NI	288.6	382.3	370.6	416.2	542.8	624.7	825.3	1.139.2	1.461.9	1.848.9
NI v Makedoniji	13.0	16.5	18.5	17.5	21.4	39.2	50.1	53.3	61.3	79.4
% skupnih NI	4.5	4.3	4.9	4.2	3.9	6.3	6.1	4.7	4.2	4.3

Vir: Statistični urad Republike Slovenije: Statistični letopisi 1994 – 2003.

Kot lahko vidimo iz zgornje tabele slovenske neposredne naložbe v Makedoniji naraščajo. Razlogov za pohod na makedonski trg je več. Prvi izmed njih se kaže v dragem transportu blaga. Prav zato ima veliko slovenskih podjetij proizvodne obrate v Makedoniji, kjer delujejo po principu domačih podjetij. Prav to naj bi najbolj pripomoglo k vzpostavitvi ravnovesja v blagovni menjavi med državama. V slovenskih obratih v Makedoniji bi Makedonci izdelovali slovensko blago, namesto da bi ga uvažali. Drugi pomemben razlog pa je, da lahko Slovenija preko makedonskega trga lažje prodira tudi na druge trge v regiji. Makedonija ima namreč sklenjene ugodne prosto trgovinske sporazume z vsemi sosednjimi državami in tudi s Turčijo, kar predstavlja trg s skoraj 100 milijoni prebivalci. Med ostalimi razlogi je potrebno navesti še bližino surovin (posebej kmetijskih pridelkov) in cenejšo delovno silo.

Med pionirje pri vlaganju na makedonski trg se prištevata Cetis in Kolinska, ki imata svoje obrate v Makedoniji, njima pa so sledila ostala slovenska podjetja.

Ena od pomembnejših naložb je bila naložba **Tobačne Ljubljana**, ki je v maju 1999 kupila večinski paket delnic v Tutunskem kombinatu Skopje, ki se ukvarja s proizvodnjo in prodajo tobačnih izdelkov. S tem je pridobila 87 % delež v družbi.

Tobačna Ljubljana je v soglasju s svojim večinskim lastnikom Reemtsma konec leta 2001 dokončala največji naložbeni projekt – linijo za pripravo rezanega tobaka v vrednosti 600 milijonov tolarjev . Skupno je Tobačna Ljubljana v prvih dveh letih in pol v Makedoniji vložila 1.6 milijard tolarjev v opremo in 800 milijonov tolarjev v tržišče.¹⁸ Tutunski kombinat Skopje se je razvil v uspešno in samostojno podjetje, ki ima na makedonskem tržišču že več kot 50 odstotni tržni delež, vse bolj pa se usmerja tudi na tržišča sosednjih držav, zlasti na Kosovo in v Albanijo (Kapital, 6.3.2003).¹⁹

Večja naložba v letu 2000 je bila **Lek**-ova izgradnja Poslovnega centra za jugovzhodno Evropo²⁰ z vsemi funkcijami ter proizvodnjo zdravil iz lastnega programa. Neposredni vložek je bil 6 milijonov USD, prenos znanja pa 20 milijonov USD. Ta naložba je v celoti sveža oziroma »greenfield«, kar pomeni izgradnjo popolnoma novih objektov. Izdelki iz centra v Skopju niso namenjeni samo potrebam makedonskega trga, ampak tudi drugim državam jugovzhodne Evrope, predvsem Bolgariji, Romuniji, Albaniji, Srbiji in Črni Gori ter Kosovu.

Pri vlaganjih na področju živilske industrije v Makedoniji so od slovenskih podjetij v ospredju Droga, Fructal in Kolinska.

Podjetje **Droga d.d., Portorož** je maja 2001 v Skopju kupilo 100 % delež skopskega podjetja Agro-Impex, ki se je ukvarjalo s praženjem in prodajo kave in je imelo na makedonskem trgu 40 % tržni delež. Za nakup je Droga odštela 2.8 milijona EUR. Podrobneje bom investicijo predstavila v poglavju o Drogi.

Kolinska d.d. Ljubljana²¹, je leta 1991 v Skopju ustanovila lastno podjetje Kolinska Skopje. Leta 1998 je v Štipu vzpostavila obrat za proizvodnjo žvečilnega gumija, ki ga pretežno (90 %) izvažajo na zahodne trge.

24. avgusta 2000 je **Fructal**²² iz Ajdovščine uradno odprl podjetje »Konzeks a.d. Fructal«. Do sedaj so vložili okrog 2 milijona EUR v tehnologijo in 1.5 milijona EUR v

¹⁸ Tobačna Ljubljana skozi čas, <http://www.tobacna.si/slo/podjetje/tradicija.asp> (2.10.2004).

¹⁹ Tobačna Ljubljana v letu 2002 uspešno, <http://www.revijakapital.com/kapital/novice.php?novica=938> (2.10.2004).

²⁰ Odprli Lekov poslovni center za jugovzhodno Evropo, <http://www.lek.si/slo/mediji/sporocila-za-javnost/2538/> (16.10.2004).

²¹ Kolinska Skopje, http://www.kolinska.si/povezana_podjetja-skopje.php (16.10.2004).

obratni kapital. Fructal bo z lastnimi nasadi marelic in breskev pokril 20 % svojih potreb, zato lahko ta naložba pomeni tudi priložnost za oživitev makedonskega sadjarstva.

Med ostalimi večjimi investicijami bom izpostavila še naložbe Nove Ljubljanske Banke, Ere iz Velenja, zreškega Cometa in novogoriškega Hita.

Makedonski trg je za skupino **Nove Ljubljanske banke**²³ eden od strateških trgov, kjer dosega odlične rezultate. Septembra 2000 so predstavniki NLB ter LHB Frankfurt s predstavniki Tutunske banke podpisali pismo o nameri, s katerim se pričinja realizacija strateškega partnerstva oz. posreden vstop NLB na makedonski finančni trg. V kasnejši fazi naj bi se v partnerstvo vključila tudi EBRD, vendar njen delež pri udeležbi še ni dorečen. Celotna naložba naj bi znašala okrog 20 milijonov EUR. Trenutni delež NLB v kapitalu Tutunske banke, a. d., Skopje je 17.54-odstoten, medtem ko delež Skupine NLB v tej banki znaša 70.2 odstotka. Strateško partnerstvo med Tutunsko banko in NLB za Makedonijo poleg akvizicije pomeni tudi vnašanje novih tehnologij, novih proizvodov in storitev, zdravo konkurenco, večjo zaposlenost, izboljševanje menedžmenta in povečanje produktivnosti. Zelo pomemben vidik uspešnega delovanja Tutunske banke je, da je ta postala finančni servis podjetjem, ki imajo slovenski kapital ali poslujejo s podjetji, ki imajo sedež v Sloveniji. V letu 2003 je bil preko Tutunske banke s Slovenijo ustvarjen skupni promet v višini 50.9 milijona USD ali 10 % ustvarjenega prometa. Zaradi kakovostnega poslovanja je revija The Banker septembra 2003 podelila Tutunski banki naziv The Bank of The Year 2003 in Macedonia. Drugo leto zapored jo je finančni časopis Finance Central Europe imenoval za banko z najvišjim dobičkom v Makedoniji. Preko Tutunske banke poskuša NLB prodreti tudi na druga področja finančnega trga v Makedoniji. Agencija za zavarovalni nadzor v Makedoniji je 17.1.2005 dala NLB v sodelovanju s Tutunsko banko uradno dovoljenje za ustanovitev pokojninske družbe in licenco za upravljanje s pokojninskimi skladi v Makedoniji (Večer, 18.1.2005).

²² Fructal v času – nadaljevanje uspešne rasti, <http://www.fructal.si/> (16.10.2004).

²³ NLB: Profil banke, <http://www.tb.com.mk/profil.htm> (16.10.2004).

Podjetje **Era Velenje**²⁴ je v začetku marca 2001 kupilo 50.79 % podjetja "Skopski sejem", ki je največje tovrstno podjetje v državi in šteje med najuspešnejša makedonska podjetja. Sejem razpolaga s površino 25.000 kvadratnih metrov (od tega je 15.000 kvadratnih metrov pokritih v petih povezanih halah), letno pa organizira deset mednarodnih sejmov, ki jih obišče okrog milijon ljudi. Podjetje uspešno razvija sejmsko dejavnost, ki v tem delu Evrope nima bogate tradicije. Sejmi so se izkazali tudi za priročen promocijski servis za slovenska podjetja, ki želijo prodreti na makedonski in sosednje trge.

Zreški **Comet**²⁵ je spomladi 2002 kupil makedonsko družbo A. I. Idnina. Knjigovodska vrednost podjetja z 240 zaposlenimi je 3 milijone EUR. Idnina posluje le z delom zmogljivosti, zato je Comet za delnice odšteli precej manj od njihove knjigovodske vrednosti. Idnina ima tako širok proizvodni program kot Comet, saj izdeluje bruse v vseh vezivih in tudi tehnične tkanine. Na leto ustvari približno 1.7 milijona EUR prihodka. Že nekaj let je Cometov poslovni partner, saj se večina njegovih izdelkov prodaja pod Cometovo blagovno znamko. V tovarno bodo v letu dni vložili milijon EUR. Idnina naj bi že letos prihodke iz prodaje podvojila, tako da bi jih bilo za tri milijone EUR. Že prihodnje leto pa naj bi prodaja dosegla med sedem in osem milijonov EUR. Tovarna Idnina stoji dobrih sto kilometrov severovzhodno od Skopja v kraju Kratovo. Ima nekaj nad 6.5 hektarjev ograjenega zemljišča in dobrih 13.000 kvadratnih metrov pokritih objektov. Polovico proizvodnje proda doma, preostalo pa izvozi v Jugoslavijo, Bolgarijo in nekaj v Slovenijo. Comet ima več kot 90 % glasovalnih pravic.

Najnovejša investicija slovenskega gospodarstva v Makedoniji pa predstavlja nakup tiskarne skopskega podjetja Nova Makedonija, ki jo je kupil celjski Cetus za 2,6 milijona EUR. V novo pridobljeno tiskarno bodo preselili tudi dejavnost podjetja Cetus Skopje z dvajsetimi zaposlenimi. V podjetju upajo, da se bodo s to investicijo utrdili na trgu kot ponudnik kakovostnih grafičnih in tiskarskih storitev, ki jih v Makedoniji

²⁴ Era Velenje: Letno poročilo za leto 2001, http://www.era-trade.com/download/era_lp2001.pdf (16.10.2004).

²⁵ Comet: Letno poročilo za leto 2003, <http://www.comet.si/locatset.html> (12.11.2004).

primanjkuje. Prijavili so se tudi na razpis za izdelavo novih makedonskih potnih listov in se uvrstili v ožji izbor (Večer, 6.1.2005).²⁶

Medijsko najbolj odmevna investicija v Makedoniji je bil nakup največjega makedonskega založniškega podjetja NIP Nova Makedonija s strani konzorcija slovenskih podjetij **Jug storitve**²⁷ iz Maribora leta 2002. Za podjetje, ki je bilo zelo zadolženo in je skupno zaposlovalo 1.420 ljudi je Jug storitve odštél 2,3 milijona evrov in prevzel dolgove do zasebnih upnikov v višini 10,7 milijona evrov, makedonska vlada pa je bila pripravljena odpisati dolgove v skupni višini 5 milijonov evrov. V pogodbi se je Jug storitve obvezal tudi, da bo v naslednjih petih letih v podjetje vložil še 6 milijonov evrov in vsaj tri leta obdržal vse zaposlene. Že takoj po nakupu so se pojavila vprašanja, od kod Jug storitvam denar za takšno investicijo, saj so vsa podjetja, ki so Jug storitve ustanovila, leta 2001 skupaj ustvarila le nekaj nad 154 milijonov tolarjev prihodkov iz poslovanja. Po zamenjavi oblasti v Makedoniji je nova oblast začela ugotavljati, da so omenjeni nakup spremljale številne nepravilnosti, v katere so bili verjetno vpleteni tudi ljudje iz prejšnje vlade. Že sam razpis za prodajo Nove Makedonije ni bil izpeljan po pravilih. Očitno sta bila kršena vsaj dva pogoja: na razpisu bi morala sodelovati vsaj dva ponudnika, kupec pa bi moral imeti v lasti vsaj še eden tiskani medij. Najhujše pa je, da naj bi bil za plačilo kupnine uporabljen makedonski denar pridobljen s spornimi transakcijami. Del denarja naj bi celo izviral iz vladne dotacije za plače zaposlenih. Kmalu po nakupu je bila sklenjena tudi sporna pogodba o prekvalifikaciji delavcev v vrednosti 4,5 milijona evrov, ki jih je Nova Makedonija nakazala enemu izmed ustanovnih podjetij Jug storitve Zoom promotion. Zadeve so se zaostriše do te mere, da je prišlo do splošne stavke zaposlenih, ki so organizirali tudi kampanjo proti kupovanju slovenskih izdelkov. Z zadevo se je na koncu ukvarjalo sodišče, ki je zamrznilo nekaj več kot 69 % delnic, na kocu pa so največji upniki izglasovali likvidacijo Nove Makedonije in razprodajo njenega premoženja (Mag, 11.12.2002).

Celotna zgodba okoli nakupa Nove Makedonije je prinesla zmanjšanje ugleda slovenskih podjetij v Makedoniji, kar lahko v bodoče predstavlja resno oviro pri

²⁶ Tiskarna je uradno že Cetisova,
<http://www.vecer.si/Vecer2003/default.asp?kaj=6&id=2005010602216686> (6.1.2005).

²⁷ Ustanovitelji Jug storitev so FMN, Koroški holding, Zoom promotion in fizična oseba Dušan Grabnar.

prodoru slovenskih podjetij na makedonski trg. Zagotovo je tudi v interesu slovenske države, da se tovrstni primeri, ki mečejo slabo luč na celotno slovensko gospodarstvo, ne bi ponavljali. Zato bi bilo smotrno razmisliti tudi o korakih, ki bi takšne pojave preprečevali.

11.2. Nekateri investicijski načrti slovenskih podjetij v Makedoniji

V **Hitu iz Nove Gorice** se dogovarjajo za nakup večinskega deleža makedonskega podjetja Laki 7, ki ima v lasti hotel Mlaz z manjšo igralnico ob Dojranskem jezeru na makedonsko grški meji pri Gevgeliji. Za večinski delež v omenjenem podjetju bi odšteli 2.7 milijona EUR, v Hitu pa nameravajo hotel in igralnico prenoviti. Pobuda za postavitve velikega trgovskega središča v Skopju z imenom City centre sta že podala ERA in BTC. Ocenjujeta, da bi se vrednost investicije gibala okoli 100 milijonov evrov. (Večer, 6.1.2005).²⁸ Tudi Mercator je že pokazal svoje zanimanje za postavitve trgovskega centra, vendar želi prej najti ustrezno lokacijo, ki ne bi bila obremenjena z lastniškimi in administrativnimi ukrepi. Vrednost naložbe naj bi bila med 20 in 30 milijonov evrov (Delo, 2.12.2004).

Z makedonske strani je prišlo tudi do pobude za skupne nastope s slovenskimi podjetji na trgih tretjih držav. Pobude se nanašajo predvsem na panoge kot so: proizvodnja marmorja, sanitarne keramike in gradbeništva. Konkretna pobuda s slovenske strani je pobuda Adrie Airwaysa za ustanovitev skupnega podjetja z makedonskim letalskim prevoznikom MAT. Eno od največjih tekstilnih podjetjih iz Makedonije Teteks iz Tetova pa si želi sodelovati z MURO.²⁹ Priložnosti za razvoj zdraviliškega turizma v Makedoniji pa vidijo Terme Čatež, Sava Kranj in Istrabenz, ki se zanimajo za skupna vlaganja na tem področju (Večer, 6.1. 2005).³⁰

Za slovenska podjetja gre investicijske priložnosti iskati v finančnem sektorju, predvsem zavarovalništvu, ki je še vedno v povojih. Prav tako na področju trgovinskih

²⁸ Pravna (ne) varnost preprečuje večji razmah naložb,
<http://www.vecer.si/Vecer2003/default.asp?kaj=6&id=2005010602216685> (6.1.2005).

²⁹ Izvozno okno - Poslovne priložnosti,
http://www.izvoznookno.si/poslovne_priloznosti.php?mode=seznam&menu=priloznosti&vie=&drzava_ID=2002060513480336 (14.11.2004).

³⁰ Pravna (ne) varnost preprečuje večji razmah naložb,
<http://www.vecer.si/Vecer2003/default.asp?kaj=6&id=2005010602216685> (6.1.2005).

storitev v Makedoniji ni zaznati zasičenosti z verigami supermarketov. Edini na tem področju so Grki s svojo verigo VERO in samo vprašanje časa je, kdaj se bodo pojavili še drugi. Tudi na področju turizma se kažejo priložnosti, saj je Makedonija bogata z naravnimi lepotami. Med njimi še posebej izstopajo jezera, kjer je izredno veliko možnosti za vlaganje v hotelske kapacitete. Priložnosti v turistični dejavnosti se kažejo ne le ob jezerih, ampak tudi na drugih področjih, saj ima Makedonija veliko gora in planin, ki so primerne za smučanje in kmečki turizem. Nekatere praznine, o katerih bi veljalo premisliti, se pojavljajo na področju računalništva, predvsem pri vprašanjih digitalizacije katastra, avtomatizacije državne uprave in bančnega poslovanja.

12. KONKRETNI PRIMER SLOVENSKE TNI V MAKEDONIJI – DROGA D.D.³¹

Za potrebe diplomskega dela bom predstavitev Droge in njenih investicij v Makedoniji razdelila na dva dela. V prvem bom podjetje predstavila na splošno. Menim, da je osnovno znanje o podjetju nujno, če želimo razumeti njegovo investicijsko dejavnost na posameznem trgu, ki jo bom na primeru Makedonije predstavila v drugem delu tega poglavja.

12.1. Predstavitev podjetja

Podjetje Droga Portorož³² je živilsko predelovalno podjetje, ki proizvaja visokokvalitetne živilske proizvode. V strateškem poslovnem načrtu se Droga Portorož opredeljuje kot globalno delujoča družba, ki želi slediti in usmerjati prehrabne navade potrošnikov. Njeni temeljni poslovni sposobnosti sta finančna moč in tržno uveljavljene blagovne znamke, med konkurenčnimi prednostmi pa poudarja paštete kot glavni izvozni izdelek in kavo s katero obvladuje domači trg. V prihodnosti se vidi kot največje slovensko prehrabno podjetje na Balkanu.

³¹ Razen, če ni navedeno drugače, sem vse podatke v zvezi z podjetjem in njegovimi aktivnostmi pridobila na spletni strani: www.droga.si

³² Ime je dobila na podlagi dejavnosti, s katero se je ukvarjala – to je odkup in predelave suhih zdravilnih in aromatičnih zelišč (naravno sušeno zelišče pomeni v francoščini *drogue*).

12.1.1. Kratka zgodovina

V letu 2004 je Droga Portorož sicer praznovala svojo 40. letnico, vendar Drogina tradicija sega daleč v preteklost. Podjetje deluje na slovenskem trgu že od leta 1964, ko je z združitvijo podjetij Začimba-Soline in Gosad iz Ljubljane nastalo novo podjetje z imenom Prehrambna industrija Droga Portorož. Ukvarjala se je s predelavo dišavnic, pridobivanjem soli ter z odkupom, predelavo in prodajo zdravilnih zelišč in gozdnih sadežev. Leta 1991 se je Droga začela širiti na tuje trge, najprej na Hrvaško, sledila je Madžarska, s prihodom tujega partnerja iz Velike Britanije, ki je kupil 10 odstotni delež, pa je sledila še širitev na Švedsko.

Konec januarja 1996 postane Droga Portorož delniška družba in sredi leta začne kotirati na Ljubljanski borzi. Istega leta je pridobila mednarodni certifikat kakovost ISO 9001 za vse dejavnosti družbe. V letu 2001 pa je pridobila še okoljevarstveni standard ISO 14001. Podjetje Droga spada na Ljubljanski borzi med srednje velika podjetja, v živilski panogi v Sloveniji pa se uvršča med največja podjetja.

Leto 1999 je bilo v znamenju intenzivnejše širitve v tujino. Najprej so ustanovili podjetje v Bosni in Hercegovini, sledila je širitev v Rusijo in Makedonijo. V naslednjih letih je sledil investicijski vstop na trge Italije, Srbije in Črne Gore ter Kosova.

Maja 2002 je Droga prejela certifikat Halal za kokošjo pašteto Argeta, ki potrošnikom zagotavlja, da uživajo hrano, ki ustreza zahtevam islamske vere, kar je pomembno za prodajo na trgih Bosne in Hercegovine, Kosova, Albanije in Makedonije ter morebitno širitev v Turčijo in druge muslimanske države.

12.1.2. Organiziranost

Skupina Droga je mednarodni koncern. Ob matičnem podjetju Droga d.d. s sedežem v Izoli, predstavništvom v Ljubljani in profitnimi centri po vsej Sloveniji zajema še povezane družbe v Sloveniji, na Hrvaškem, v Bosni in Hercegovini, Srbiji in Črni Gori, Makedoniji, Ruski federaciji, Italiji in na Švedskem.

Skupino Droga sestavljajo:

1. matično podjetje Droga d.d. Izola,

2. profitni centri (Nova tovarna, Gosad, Sol in Zlato polje),

3. povezana podjetja v Sloveniji (Vivo d.o.o.),

4. povezana podjetja v tujini:

- Droga d.o.o. Buje, Hrvaška (78,87 % delež),
- Droga d.o.o. Sarajevo, BiH (100 % delež),
- Droga d.o.o. Skopje, Makedonija (100 % delež),
- Droga Livsmedel AB Göteborg, Švedska (52 % delež),
- Droga d.o.o. Priština, Srbija in Črna gora (51 % delež),
- Droga d.o.o. Beograd, Srbija in Črna gora (100 % delež),
- Sandri S.p.A. Treviso, Italija (51 % delež)

5. ter mešana podjetja v tujini (51 % delež):

- Slovita o.o.o. Moskva, Rusija,
- Konzum d.d. Sarajevo, BiH,
- Lasago d.o.o. Buje, Hrvaška.

12.1.3. Osnovne dejavnosti družbe

Glavne dejavnosti družbe so:

- predelava in pakiranje kave in čajev,
- proizvodnja mesnih izdelkov,
- predelava začimb in dišavnic,
- predelava in konzerviranje vrtnin ter gob,
- predelava in predpriprava žita in
- predelava in pakiranje soli.

V Drogi proizvedejo oz. predelajo največ kave (39% v prihodkih iz prodaje), čaja (8% v prihodkih iz prodaje), riža in soli. Slabo četrtino vseh prihodkov ustvarijo z mesnim programom.

12.1.4. Trgi

Na domačem trgu ostaja najpomembnejši izdelek kava Barcaffè, ki dosega na trgu 74 odstotni tržni delež. S čaji dosega 60 % in z rižem 40 % delež.

Delež izvoza v celotni prodaji je v prvi polovici leta 2003 na trgih nekdanje Jugoslavije, ki ostajajo najpomembnejši izvozni trgi, ustvarili 79 % celotnega izvoza. Največ so prodali v Bosno in Hercegovino (38 % celotnega izvoza), sledijo Hrvaška (15 %), Kosovo (10 %), Makedonija (9 %) in Srbija in Črna Gora (7 %). V države Evropske unije so izvozili 17 %, preostali delež pa v vzhodno Evropo in na druge trge. Najpomembnejši izvozni program ostaja mesni program, ki predstavlja 73 % delež v prihodkih od prodaje na tujih trgih. Nosilni izvozni izdelek ostaja še naprej kokošja pašteta Argeta.

12.1.5. Poslovni rezultati

Čisti dobiček družbe za leto 2003 je izkazan v višini dobrih 900 milijonov tolarjev. Ugodni rezultati so odraz nadaljnje rasti podjetja, predvsem zaradi uspešne prodaje. Čisti prihodki od prodaje so znašali 17,6 milijarde tolarjev.

V letu 2003 je Skupina Droga ustvarila 22,6 milijarde tolarjev čistih prihodkov od prodaje. Skupina Droga je na domačem trgu ustvarila 51 % čistih prihodkov od prodaje, preostalih 49 % pa na tujih trgih, večinoma v državah nekdanje Jugoslavije. Nosilna proizvodna programa Skupine Droge sta kava in mesni program. Prodaja proizvodov z uveljavljeno blagovno znamko Barcaffè še naprej pomeni večino čistih prihodkov od prodaje na domačem trgu, na trgih nekdanje Jugoslavije pa blagovna znamka mesnega programa Argeta.

12.1.6. Načrti za prihodnost

V svoji viziji je podjetje zapisalo, da bo največje slovensko prehrambno podjetje na Balkanu, kamor sodi tudi makedonski trg. Do leta 2005 naj bi se izvoz povečal na 40%. Večji izvoz je torej njihova glavna strateška opredelitev, dosegli pa naj bi ga z neposrednim izvozom ter z nakupi in prevzemi podjetij.

Nekdanji jugoslovanski trg je za Drogo zelo zanimiv, vendar pa hrvaškega že obvladuje domači Franck, več manevrskega prostora je v Bosni in Srbiji. Na Balkanu je za Drogo privlačen še bolgarski trg, manj pa romunski in albanski.

12.2. Droga v Makedoniji

Droga je bila s svojimi izdelki prisotna na makedonskem trgu še v času skupne države. Po razpadu so Drogine uveljavljene blagovne znamke začele izgubljati na pomenu, saj je bila zaradi konfliktov in napetih razmer na območju nekdanje Jugoslavije ter neurejenih odnosov z Miloševićevim režimom in neugodne geografske lege Makedonije, ki nima dostopa do morja, otežena distribucija njenih izdelkov na ta trg. Droga je kmalu po osamosvojitvi Slovenije uvedla vrsto blagovnih znamk, ki na makedonskem trgu niso doživeli ustrezne promocije. Z ureditvijo razmer na Hrvaškem in v Srbiji je postal makedonski trg za Drogo spet zanimiv. Zato je leta 1999 v Skopju ustanovila podjetje Droga, d.o.o., Skopje, katerega glavni cilj je bil razširiti ponudbo Droginih izdelkov na makedonskem trgu in izkoristiti priložnosti, ki jih ta trg ponuja. Kljub slabši prisotnosti Droginih izdelkov, je makedonski trg za slovenske izdelke na splošno namreč še vedno zelo dojemljiv, saj jih potrošniki smatrajo za kakovostne. Droga, d.o.o., Skopje je imel lastno distribucijsko mrežo, ki je zajemala prevoz in skladiščenje izdelkov ter njihovo dostavo kupcem. Konec leta 2002 je podjetje zaposlovalo skupaj 21 ljudi, v tem letu pa je ustvarilo 889 milijonov tolarjev prihodka od prodaje, od tega veliko večino od prodaje izdelkov. Med prodanimi izdelki kar 97 % predstavljajo izdelki iz mesnega programa, začimb je za dva odstotka, preostali izdelki pa skupaj dosegajo zgolj en odstotek. Glede na leto 2001 je Droga, d.o.o., Skopje prihodke od prodaje v letu 2002 povečala za 24 %. Verjetno ni naključje, da je Droga v tem letu na makedonskem trgu začela s prodajo piščančje paštete Argeta s certifikatom Halal, ki je bila zanimiva za muslimane, ki predstavljajo med 25 in 30 % celotne populacije.

Droga je z večjo investicijo prodor na makedonski trg dodatno okrepila leta 2001. Maja je namreč postala 100 odstotni lastnik skopskega podjetja Agro-Impeks, ki se je ukvarjalo s praženjem kave in na makedonskem trgu kave je dosegalo 40 odstotni delež. Agro-Impeks je že pred Droginim nakupom za praženje kave uporabljal sodobno

tehnologijo italijanskega izvora, ki je ustrezala evropskim standardom. Podjetje se je lahko pohvalilo tudi z široko paleto izdelkov, predvsem gre za različne vrste kave v Makedoniji znanih blagovnih znamk Gold, Minas in C. Novi lastnik je nadaljeval s proizvodnjo vseh naštetih blagovnih znamk in jo še razširil s svojo znano blagovno znamko Barcaffè. Agro-Impeks pa je imel ob sodobni proizvodnji in lokalno uveljavljenih blagovnih znamkah tudi dobro organizirano potniško mrežo, ki mu je omogočala zaokrožen sistem prodaje do maloprodajne mreže in neposreden stik s kupci, s čimer se je izognil odvisnosti od grosistov. Za nakup 100 odstotnega deleža je Droga odštela 2,8 milijona EUR. V posodobitev proizvodnih zmogljivosti in poslovne prostore pa so vložili še dodatnih 1,2 milijona EUR. Konec leta 2002 je podjetje zaposlovalo 39 ljudi in v tem letu ustvarilo za 959 milijonov tolarjev prihodkov od prodaje. Na Drogino blagovno znamko kave Barcaffè odpade deset odstotkov skupnih prihodkov od prodaje. Zanimiv je podatek, da je v letu 2001 Agro-Impeks ustvaril 585 milijonov prihodkov od prodaje, kar pomeni, da se je skupni obseg dohodkov od prodaje v letu 2002 povečal kar za 64 odstotkov.

Zaradi racionalizacije poslovanja sta se leta 2003 podjetji Droga, d.o.o., Skopje in Agro-Impeks združili v enotno podjetje Droga, d.o.o., Skopje. Združeno podjetje je v istem letu pridobilo mednarodni certifikat kakovosti ISO 9001: 2000. Konec leta 2003 je podjetje zaposlovalo 80 delavcev, kar predstavlja 25 % povečanje števila zaposlenih v primerjavi s številom zaposlenih ob ustanovitvi oziroma prevzemu prej ločenih podjetij. Ob tem je zanimiva zgodba, da so zaposleni v podjetju Agro-Impeks ob prevzemu stavkali, saj so se razširila namigovanja, da bo novi lastnik zmanjšal število zaposlenih. Zgodilo se je ravno nasprotno. Novi lastnik je širil proizvodnjo in dodatno zaposloval. Pri širjenju pa so naleteli na prostorsko omejitev, saj jim nikakor ne uspe kupiti sosednjih zemljišč, kamor bi dodatno širili proizvodnjo. Zaradi prostorske stiske trenutno delujejo na dveh lokacijah, kar povečuje stroške in zmanjšuje učinkovitost. Po navedbah direktorice Ružice Radojević se zatika pri državni birokraciji, »ki je prepočasna in je ena od največjih ovir za normalno poslovanje« (Kapital, 27.1.2004³³). Sosednje zemljišče, ki ga želi kupiti, je namreč v lasti države.

³³ Naša cel e da bideme lideri na pazarot so »Barcaffè« i »Argeta«

Počasno delo birokracije pa besedah direktorice ni edina ovira pri poslovanju. Še večjo težavo predstavlja nelojalna konkurenca na trgu. Le-ta je posledica nezadostnega in neustreznega inšpekcijskega in drugega nadzora ter popustljivosti pri kaznovanju kršiteljev. Tako se pogosto dogaja, da se na tržišču prodaja kava, ki je bila pražena »v garaži« in nepakirana, proizvajalci pa ne plačujejo nobenih davkov ali prispevkov. Droga, ki proizvaja v skladu s pridobljenimi certifikati, in redno plačuje davke in prispevke, cenovno s takšno proizvodnjo ne more tekmovati. Kupna moč prebivalstva je šibka in številni si kakovostnejšega, pakiranega in nekajkrat dražjega proizvoda ne morejo privoščiti.

Droga d.o.o., Skopje kave ne praži samo za makedonski trg. Blagovni znamki Barcaffè in Minas izvažajo tudi na Kosovo. Izvoz kave želijo razširiti tudi v Bosno in Hercegovino, vendar jim proizvodne kapacitete trenutno tega ne omogočajo. Za potrebe matičnega podjetja v Sloveniji pa so preko Droge d.o.o., Skopje v Slovenijo začeli izvažati nekatere kmetijske pridelke kot so paprike, feferone in makovo seme. Omenjenih izdelkov izvozijo skupno 300 do 400 ton letno.

Iz napisanega je moč razbrati številne koristi opisanih Droginih investicij v Makedoniji. Droga je utrdila in izboljšala svoj položaj na makedonskem trgu, z boljšo organizacijo poslovanja je uspela znatno povečati obseg prodaje in z izkoriščanjem utečenih prodajnih poti prevzetega podjetja je uspela zadovoljiv tržni delež zagotoviti lastni blagovni znamki kave. Investicija pa je imela tudi pozitivne učinke na lokalno okolje, saj je povečala zaposlenost, posodobila je proizvodne kapacitete in omogočila njihov maksimalen izkoristek. Navsezadnje je ta naložba pripomogla tudi k zmanjšanju obsežnega trgovinskega primanjkljaja Makedonije pri menjavi s Slovenijo tudi z neposrednim izvozom kmetijskih pridelkov.

ZAKLJUČEK

Diplomska naloga je pokazala na veliko nesorazmernost v gospodarskem odnosu med Slovenijo in Makedonijo. Tako pri blagovni menjavi kot pri investicijah vsi kazalci kažejo na veliko premoč slovenskega gospodarstva, čeprav gre za podobno veliki državi. Slovenija namreč v Makedonijo izvozi precej več kot iz nje uvozi in tudi obseg slovenskih investicij v Makedoniji je nekajkrat večji kot obseg makedonskih investicij v Sloveniji. Razlog za takšno stanje gre iskati v neenakomernem gospodarskem razvoju po osamosvojitvi obeh držav. Pomenljiv je podatek, da je leta 1992 makedonski BDP na prebivalca dosegal 30 odstotkov slovenskega, leta 2003 pa le še 16 odstotkov. Izrazito nesorazmerje pri blagovni menjavi zagotovo ne pripomore k izboljšanju gospodarskega sodelovanja, saj na eni strani ustvarja občutek opeharjenosti. Če se nesorazmerja na strani blagovne menjave, zaradi pomanjkanja kakovostnih makedonskih izdelkov, ne da na hitro odpraviti, pa bi k vzpostavljanju ravnovesja lahko precej prispevalo več svežih naložb in naložb v izboljšanje proizvodnih zmogljivosti. Tovrstne investicije, ki jih Makedonija nujno potrebuje, nima pa kapitala, da bi jih zagotovila, bi bile sprejete z odobravanjem, slovenskim vlagateljem pa bi zaradi specifičnih prednosti makedonskega trga omogočile doseg večjih dobičkov, kot na zahtevnejših zahodnih trgih. Nekaj takšnih investicij je že bilo. Med njimi je tudi investicija Droge, ki sem jo v diplomski nalogi podrobneje predstavila. Za večji razmah naložb pa bo morala makedonska država odpraviti vrsto administrativnih zapletov, ki se kljub liberalni zakonodaji, pojavljajo, pospešiti delo birokracije in odpraviti nelojalno konkurenco. Primer le-te sem opisala tudi v poglavju o Drogini investiciji.

Med pisanjem diplomskega dela me je ves čas spremljalo tudi vprašanje smotrnosti vlaganja slovenskih podjetij v Makedoniji oziroma, ali obstajajo elementi, ki delajo Makedonijo za slovenska vlaganja še posebej privlačno. V zaključku bom torej poskušala podati tudi nekaj razlogov, zakaj menim, da je za slovenska podjetja vlaganje na makedonski trg perspektivno.

Danes si brez internacionalizacije težko predstavljamo hitro rast podjetja, še zlasti če je iz majhne države. Tuje neposredne naložbe so zato za majhna gospodarstva, kot je slovensko, ključnega pomena. Dejstvo je, da podjetja ne vstopajo na vse trge naenkrat.

V večini primerov najprej vstopajo na najbližje znane trge s katerimi so geografsko, kulturno ali drugače povezana. To se je pokazalo tudi pri obravnavi investicij slovenskega gospodarstva v Makedoniji. Slovenska podjetja vlagajo v Makedoniji, da se izognejo visokim transportnim stroškom, carinskim dajatvam, znižajo proizvodne stroške zaradi cenejše delovne sile in da ohranijo ali povečajo tržne deleže, ki so jih dosegla s pomočjo izvoza.

Menim, da imajo slovenska podjetja zaradi močne konkurence na zahodnoevropskih in ameriških trgih večje možnosti širjenja na manj zahtevne vzhodne trge. S tujimi neposrednimi naložbami na trge JV Evrope, kamor spada tudi makedonski trg, lahko dosežejo večji uspeh pri ohranjanju oziroma rasti svojih konkurenčnih prednosti. Makedonski trg namreč (zaenkrat še) ponuja vse prednosti prvega prišleka, saj evropska podjetja, z izjemo grških, zaradi prevelikega tveganja na tem trgu ne predstavljajo resne konkurence. Makedonija bi lahko pomenila za slovenska podjetja deželo poslovnih priložnosti. Takšen je vsekakor moto grških podjetij, ki so od EU prejela 356 milijonov USD, za kapitalski prodor v Makedonijo. Sami so investirali tudi okrog 50 milijonov USD za ustanovitev mešanih podjetij, tako da je sedaj v lasti Grkov tekstilna industrija, nekatere banke, rafinerija, nekateri proizvajalci tobaka, pivovarne in tudi velik del prehranske industrije.

Ker so bila slovenska podjetja na makedonskem trgu prisotna že v preteklosti, imajo pred tujo konkurenco že na samem začetku, pri (ponovnem) vstopu in vzpostavljanju poslovanja določene prednosti. Dejavniki, ki olajšujejo vstop slovenskih podjetij na makedonski trg, so med drugim tradicionalna povezanost in prilagodljivost trgov obeh držav, ohranjene poslovne in kulturne vezi, poznavanja trga in poslovnega okolja, poznavanje blagovnih znamk slovenskih izdelkov med potrošniki, tradicionalna naklonjenost in zaupanje makedonskih potrošnikov v slovenske izdelke, ni večjih jezikovnih ovir, obstaja relativno dobra prometna povezanost in kot morda najpomembnejše, pozitivne izkušnje slovenskih podjetij pri vlaganjih v makedonska podjetja ter dobri poslovni odnosi. Dodatna spodbuda za vlaganja pa je tudi lažji prodor na ostale trge v regiji.

Zaključimo lahko, da priložnosti za obsežnejše gospodarsko sodelovanje med državama vsekakor obstajajo. Več slovenskih naložb v Makedoniji bi pozitivne učinke prineslo

obema stranema. Makedonija bi predvsem pridobila svež kapital, znanje, nova delovna mesta in nove tehnologije, ki bi ji omogočile tudi proizvodnjo dovolj kakovostnih izdelkov za izvoz na zahtevnejše trge. Slovenskemu gospodarstvu pa bi internacionalizacija koristila predvsem zaradi povečanih prihodkov s katerimi bi nadomestili izpad na domačem trgu, ki se mu bo po vstopu v EU, zaradi močnejše tuje konkurence in ukinitve zaščitnih dajatev, težko izognilo. Za živilsko industrijo, kamor spada tudi Droga, to še posebej velja. Investirati v tujini v tem primeru torej ni bilo več vprašanje izbire, ampak dolgoročnega obstoja.

VIRI

Literatura

1. Artisen-Maksimenko Patrick, Rojec Matija (2001) *Foreign investment and privatization in Eastern Europe*. Hampshire: Palgrave Publishers.
2. Berk, Aleš (2001) Gospodarsko stanje in strukturne reforme v Makedoniji: priložnosti in izzivi, pogled s slovenske strani. V Prašnikar, Janez (ur). *Slovenska podjetja na trgih nekdanje Jugoslavije*. Ljubljana: Časnik Finance.
3. Dunning, H. John (1994) *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Wokingham: Addison – Wesley.
4. gr (2005) *NLB bo upravljala pokojninski sklad v Makedoniji skupaj s Tutunsko banko*. Večer, 18.1.2005: 8.
5. Hadzi Vasileva - Markovska Verica, Trajko Slaveski in Marko Pahor (2001) Pomen metode privatizacije : privatizacija in vladanje podjetjem v Makedoniji. V Prašnikar Janez (ur). *Slovenska podjetja na trgih nekdanje Jugoslavije*. Ljubljana: Časnik Finance.
6. Hood, Neil in Young Stephen (1979) *Economics of Multinational Enterprise*. Harlow, Essex U.K.: Longman Group Limited.
7. Jaklič, Marko (2002) *Poslovno okolje podjetja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
8. Kapital (2004) Naša cel e da bideme lideri na pazarot so »Barcaffè« i »Argeta«, Intervju so Ružica Radojević, generalen menađer na Droga Skopje, <http://www.kapital.com.mk/desktopmodules/publicationprintpage.asph?articleid=6839> (27.6.2004)
9. Kumar, Andrej (1999) *Mednarodna ekonomika*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

10. Latal, Zdravko (2004) *Novi supermarket Mercatorja v Sarajevu*, Delo, 2.12.2004: 13.
11. Micevska, Maja, Eftimovski Dimitar in Petkovska Mirčevska Tatjana (2002) *Macedonian's transition experience and potential for sustainable economic growth*. V *Economic and business review* Vol. 4 (December, 2002), No. 3 – 4.
12. Milanova, Verica (2004) *Let vo mesto, razvoj bez koncept*. Kapital, 27.1.2004 (1),
<http://www.kapital.com.mk/DesktopDefault.aspx?tabindex=0&tabid=108&EditionID=437&ArticleID=8592> (17.9.2004).
13. Nikolov, Marjan (2003) *Zošto na Makedonija i se potrebni stranski direktni investicii?* V Biltenot 09 – 10/ 2003 na Ministerstvoto za finansii,
14. http://www.finance.gov.mk/mk/bilteni/09-10-03/statii_9-10_6.pdf, 19.5.2004.
15. Premšak, Marlen (2005) *Tiskarna je uradno že Cetisova*, Večer, 6.1.2005,
<http://www.vecer.si/Vecer2003/default.asp?kaj=6&id=2005010602216686>, 6.1.2005.
16. Revija Kapital (2003) *Tobačna Ljubljana v letu 2002 uspešno*,
<http://www.revijakapital.com/kapital/novice.php?novica=938> (2.10.2004).
17. Rojec, Matija (1993) *Neposredne tuje investicije in razvoj Slovenije. Doktorska disertacija*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
18. Rojec, Matija (1994) *Tuje investicije v slovenski razvoj*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
19. Salvatore, Dominick (1998) *International Economics*. London: Prentice Hall International, INC.

20. Senjur, Marjan (1995) *Makroekonomija majhnega odprtega gospodarstva*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
21. Slavnič, Niko (2003) *Internacionalizacija podjetja kot odločitveni dejavnik pri ustanovitvi hitro rastočih podjetij*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
22. Svetličič, Marjan (1996) *Svetovno podjetje: izzivi mednarodne proizvodnje*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
23. Svetličič, Marjan (1985) *Zlate mreže transnacionalnih podjetij*. Ljubljana: Delavska enotnost
24. Svetličič, Marjan, Rojec Matija, Trtnik Andreja (1999) *Strategija pospeševanja slovenskih neposrednih investicij v tujino*. Ljubljana : Center za mednarodne odnose, FDV
25. Šoštar, Nikola (2005) *Pravna (ne) varnost preprečuje večji razmah naložb*, Večer, 6.1.2005: 9.
26. Šurla, Silvester (2002) *Tamovci plešejo oro*, Mag, 11.12.2002: 30-32.
27. Trtnik, Andreja (1999) *Internacionalizacija slovenskih podjetij z neposrednimi naložbami v tujino*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
28. Vaknin, Sam (1999) *In the Wake of Broken Promises. Will misconceptions kill the Macedonian economy?* V Central Europe Review Vol.1 (1999), No.3, <http://www.ce-review.org/99/23/vaknin23.html> (26. 8. 2004)

Poročila in analize državnih ustanov, mednarodnih organizacij in podjetij

29. Banka Slovenije: *Neposredne naložbe – Direct Investment, 1996 – 2000* (2001). Ljubljana.

30. Comet: *Letno poročilo za leto 2003*, <http://www.comet.si/locatset.html> (12.11.2004).
31. Droga Portorož: *Letna poročila 1999 – 2003*, <http://www.droga.si> (12.5.2004).
32. Economist Intelligence Unit (2002) *Podemot na stranske investicije vo tranzicionoite ekonomii ke go zadrzi globalnoto zabavuvanje*. V Biltenot 3/ 2002 na Ministerstvoto za finansii.
33. Era Velenje: *Letno poročilo za leto 2001*, http://www.era-trade.com/download/era_lp2001.pdf (16.10.2004).
34. Fructal: *Fructal v času – nadaljevanje uspešne rasti*, <http://www.fructal.si/> (16.10.2004).
35. Kolinska: *Kolinska Skopje*, http://www.kolinska.si/povezana_podjetja-skopje.php (16.10.2004).
36. Lek: *Odprli Lekov poslovni center za jugovzhodno Evropo*, <http://www.lek.si/slo/mediji/sporocila-za-javnost/2538/> (16.10.2004).
37. Makedonska agencija za privatizacija: *Izveštaj za tekot na privatizacijata do 31.12.2004*, <http://www.mpa.org.mk/files/31122002m.pdf> (10.8.2004).
38. Ministerstvo za finansii na Republika Makedonija: *Nacionalna strategija za namaluvanje na siromaštijata* (2002). Skopje.
39. Narodna banka na Republika Makedonija: *Godišen izveštaj* (2001). Skopje.
40. Narodna banka na Republika Makedonija: *Stranski direktni investicije vo Republika Makedonija*, http://www.nbrm.gov.mk/WBStorage/Files/PB_m_94_2003.pdf (5.7.2004).
41. NLB: *Profil banke*, <http://www.tb.com.mk/profil.htm> (16.10.2004).

42. OECD: *Tax policy assessment and design in support of direct investment – A study of countries in South Eastern Europe* (2003). Paris.
43. Statistični urad Republike Slovenije: *Statistični letopisi 1993 - 2003*.
44. Stopanska komora na Makedonija: *Potpisani dogovori za slobodna trgovija*, <http://www.mchamber.org.mk/investen/razmena.htm> (17.9.2004).
45. Stopanska komora na Makedonija: *Trgovska razmena (januari do septemvri 2004)*, <http://www.mchamber.org.mk/default.asp?tId=25&lan=mk&edit=1> (21.11.2004).
46. TIPO - Agencija RS za gospodarsko promocijo Slovenije in tuje investicije, Izvozno okno: *Bilateralni ekonomski odnosi*, http://www.izvoznookno.si/podatki_o_drzavah.php?akcija=bilat_ekonomski_odnosi&drzava_ID=2002060513480336&menu=&podnaslov=bilateralni%20ekonomski%20odnosi%20s%20Slovenijo (18.7.04).
47. TIPO - Agencija RS za gospodarsko promocijo Slovenije in tuje investicije, Izvozno okno: *Poslovne priložnosti*, http://www.izvoznookno.si/poslovne_priloznosti.php?mode=seznam&menu=priloznosti&vie=&drzava_ID=2002060513480336 (14.11.2004).
48. Tobačna Ljubljana: *Tobačna Ljubljana skozi čas*, <http://www.tobacna.si/slo/podjetje/tradicija.asp> (2.10.2004).
49. World Investment Report (1997) *Transnational Corporation, Market Structure and Competition Policy*, http://www.unctad.org/en/docs/WIR97_en.pdf (11.5.2004).

Zakonodaja

50. Zakon o ratifikaciji sporazuma o gospodarskem sodelovanju med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo, Uradni list RS - MP, št. 25/1992 (27.5.1992).
51. Plačilni sporazum med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo, Uradni list RS - MP, št. 25/1992 (27.5.1992).
52. Zakon o ratifikaciji Sporazuma o prosti trgovini med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo, Uradni list RS - MP, št. 81/1999 (5.9.1999).
53. Zakon o ratifikaciji Sporazuma med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo o vzajemni zaščiti in spodbujanju investicij, Uradni list RS - MP, št. 27/1999 (16.4.1999).
54. Zakon o ratifikaciji Konvencije med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo o izogibanju dvojnega obdavčenja v zvezi z davki na dohodek in premoženje, Uradni list RS - MP, št. 22/1999 (2.4.1999).
55. Zakon o ratifikaciji Pogodbe med Republiko Slovenijo in Republiko Makedonijo o ureditvi medsebojnih premoženjskopравnih razmerij, Uradni list RS - MP, št. 82/1999 (8.10.1999).
56. Zakon o ratifikaciji Sporazuma med Vlado Republike Slovenije in Vlado Republike Makedonije o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju, Uradni list RS - MP, št. 46/1995 (9.8.1995).
57. Zakon za Carinska tarifa na Makedonija,
www.customs.gov.mk/uploads/tarifa_2003_1_za_server.pdf (11.9.2004).

Priloga

Tabela 1: BDP na prebivalca, stopnja rasti BDP v Sloveniji in Makedoniji v obdobju 1990 – 2003

Leto	BDP/prebivalca Slovenija	BDP/prebivalca Makedonija	St. rasti BDP v % Slovenija	St. rasti BDP v % Makedonija
1990	8.699	2.235	-	-
1991	6.331	2.083	- 8,9	-6,2
1992	6.275	1.937	-5,5	-6,6
1993	6.366	1.785	2,8	-7,5
1994	7.233	1.742	5,3	-1,8
1995	10.073	1.705	4,1	-1,1
1996	10.122	1.709	3,6	1,2
1997	9.802	1.732	4,8	1,4
1998	10.519	1.781	3,6	3,4
1999	10.746	1.848	5,6	4,3
2000	9.599	1.924	3,9	4,5
2001	9.848	1.830	2,7	-4,5
2002	11.088	1.859	3,4	0,9
2003	13.849	2.243	2,3	3,4

Vir: Statistični urad RS (<http://www.stat.si/indikatorji.asp?ID=21>), Republika Makedonija - Državen zavod za statistika (<http://www.stat.gov.mk/pdf/2-2004/3.1.4.05.pdf>)

Tabela 2: Stopnja brezposelnosti v Sloveniji in Makedoniji v obdobju 1993 – 2003 v %

Leto	Slovenija %	Makedonija %
1993	9,1	-
1994	9,0	-
1995	7,4	-
1996	7,3	31,9
1997	7,1	36,0
1998	7,7	34,5
1999	7,4	32,4
2000	7,2	32,2
2001	5,9	30,9
2002	5,9	31,9
2003	6,7	36,7

Vir: Statistični urad RS (Anketa o delovni sili) 2003, Republika Makedonija - Državen zavod za statistika (Anketa za rabotna sila) 2003³⁴.

³⁴ V Makedoniji se je Anketa o delovni sili začela izvajati leta 1996.

Tabela 3: Stopnja inflacije v Sloveniji in Makedoniji v obdobju 1993 -2003 v %

Leto	Slovenija	Makedonija
1993	32,9	349,8
1994	21,0	121,8
1995	13,5	15,9
1996	9,9	3,0
1997	8,4	4,4
1998	7,9	0,8
1999	6,1	-1,1
2000	8,9	5,8
2001	8,4	5,5
2002	7,5	1,8
2003	5,6	1,2

Vir: Narodna banka na Republika Makedonija,

(http://www.nbrm.gov.mk/WBStorage/Files/AI_Osnovni%20ekonomski%20indikatori%20za%20Republika%20Makedonija.PDF), Statistični urad RS

(http://www.stat.si/letopis/index_vsebina.asp?poglavje=15&leto=2003&jezik=si)