

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Karina Medved

**Internacionalizacija slovenskih podjetij na trgih bivše Jugoslavije v
luči širitve Evropske unije na zahodni Balkan**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Karina Medved

Mentor: red. prof. dr. Marjan Svetličič

**Internacionalizacija slovenskih podjetij na trgih bivše Jugoslavije v
luči širitve Evropske unije na zahodni Balkan**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

*Zahvaljujem se mentorju prof. dr. Marjanu Svetličiču za pomoč in vodenje pri izdelavi
diplomskega dela.*

Internacionalizacija slovenskih podjetij na trgih bivše Jugoslavije v luči širitve Evropske unije na zahodni Balkan

Slovenija je majhno gospodarstvo, zato sta vstop na tuje trge in internacionalizacija dejavnosti nujna za razvoj slovenskih podjetij. Trgi držav nekdanje Jugoslavije pomenijo za slovenska podjetja zaradi dobrega poznavanja razmer potencialne prednosti. Mnoga podjetja so bila že v preteklosti navzoča na teh trgih in razmeroma dobro poznajo tamkajšnje poslovne navade in običaje, prav tako so v tej regiji dobro uveljavljene in cenjene slovenske blagovne znamke. Slovenska podjetja na trge nekdanje Jugoslavije vstopajo predvsem izvozom, vse bolj pa v teh državah naraščajo tudi slovenske izhodne TNI. Privabljanje TNI in odpiranje gospodarstva, predvsem približevanje EU, pa je po desetletjih medsebojnih sporov za države omenjene regije ključnega pomena. Širitev EU na zahodni Balkan ima za slovenska podjetja pomembne implikacije, predvsem zaradi odprave trgovinskih omejitev, poenotenja trgovinske zakonodaje in harmonizacije tehničnih predpisov, kar poenostavlja poslovanje prek meja. Na dolgi rok pa poslovanje podjetij olajšuje tudi uvedba skupne valute.

Ključne besede: internacionalizacija podjetij, TNI, trgi bivše Jugoslavije, širitev EU, zahodni Balkan.

Internationalisation of the Slovenian Enterprises on the Ex-Jugoslav Markets in the Light of the European Union Enlargement to the Western Balkans

Slovenia is a small economy, therefore entrance on foreign markets and internationalisation are essential factors for development of Slovenian enterprises. Ex-Jugoslav markets represent important potential advantages for Slovenian enterprises, because they are familiar with market circumstances. Many companies have been present on these markets for years and are aware of their business customs and practice, moreover Slovenian brands are well known and appreciated in this region. Slovenian companies enter on Ex-Jugoslav markets with exports, Slovenian FDI are expanding as well. Attracting FDI and opening of economies, especially entering the EU, represent crucial elements for this region after decades of mutual disputes. EU enlargement to the Western Balkans has important implications for Slovenian companies due to elimination of trade barriers, unification of trade legislation and harmonisation of technical regulations, which makes »doing business« across borders much easier. On the long term adoption of the common currency is also important.

Keywords: Internationalisation of enterprises, FDI, Ex-Jugoslav Markets, EU Enlargement, Western Balkans.

KAZALO

1 UVOD	9
1.1 <i>Opredelitev problematike</i>	9
1.2 <i>Namen in cilji diplomskega dela</i>	10
1.3 <i>Izhodiščne hipoteze</i>	10
1.4 <i>Metode preučevanja</i>	11
1.5 <i>Struktura naloge</i>	11
2 INTERNACIONALIZACIJA	13
2.1 <i>Opredelitev in pomen</i>	13
2.2 <i>Dejavniki in motivi</i>	14
2.3 <i>Ovire pri procesu internacionalizacije</i>	17
2.4 <i>Modeli internacionalizacije</i>	17
2.4.1 <i>Uppsala model internacionalizacije in skandinavska šola</i>	18
2.4.2 <i>Dunningov fazni pristop</i>	19
2.5 <i>Načini vstopa na tuje trge</i>	20
2.5.1 <i>Izvoz</i>	20
2.5.2 <i>Pogodbene oblike vstopa na tuje trge</i>	21
2.5.3 <i>Tuje neposredne investicije (TNI)</i>	22
2.5.3.1 <i>Opredelitev TNI</i>	22
2.5.3.2 <i>Vrste in sestavni deli TNI</i>	23
2.5.3.3 <i>Učinki TNI</i>	24
2.5.3.4 <i>TNI in vplivi svetovne finančne krize</i>	25
3 TEORIJE MEDNARODNE PROIZVODNJE	26
3.1 <i>Razvoj teorij</i>	26
3.2 <i>Eklektična paradigma mednarodne proizvodnje</i>	27
3.3 <i>Investicijska razvojna pot</i>	28
3.4 <i>Teorija življenjskega cikla proizvoda</i>	30
3.5 <i>Dinamična paradigma razvoja</i>	30
3.6 <i>Teorija internalizacije</i>	31
3.7 <i>Teorija mednarodnega poslovanja</i>	32
3.8 <i>Porterjev razvojni model in Dunningova dopolnitev</i>	33
4 INTERNACIONALIZACIJA SLOVENSКИH PODJETIJ	34
4.1 <i>Razvoj in trenutni trendi</i>	34
4.2 <i>Vladna politika spodbujanja internacionalizacije podjetij</i>	40
4.3 <i>Internationalizacija na trgih držav nekdanje Jugoslavije</i>	43
4.3.1 <i>Politične in gospodarske razmere</i>	43
4.3.1.1 <i>Bosna in Hercegovina</i>	43
4.3.1.2 <i>Hrvaška</i>	44
4.3.1.3 <i>Makedonija</i>	46
4.3.1.4 <i>Črna gora</i>	46
4.3.1.5 <i>Srbija</i>	47
4.3.1.6 <i>Poslovno okolje</i>	48
4.3.1.7 <i>Stopnje koruptivnosti in rizičnosti držav</i>	49
4.3.2 <i>Motivi, prednosti in ovire</i>	50
4.3.3 <i>Blagovne znamke</i>	52
4.3.4 <i>Sodelovanje s podjetji</i>	53
4.3.5 <i>Vstop na trge držav nekdanje Jugoslavije</i>	53
4.3.5.1 <i>Trgovinski vstop</i>	54
4.3.5.2 <i>Investicijski vstop</i>	57

5 ŠIRITEV EU NA ZAHODNI BALKAN IN SLOVENSKA PODJETJA	59
5.1 Ekonomska integracija.....	59
5.1.1 <i>Carinska unija in integracijski učinki</i>	<i>60</i>
5.2 Politika širitve EU	62
5.2.1 <i>EU in države nekdanje Jugoslavije</i>	<i>63</i>
5.2.2 <i>Stabilizacijsko-pridružitveni proces</i>	<i>64</i>
5.2.2.1 <i>Poročila EK o napredku SAS</i>	<i>66</i>
5.3 Pomen širitve EU za slovenska podjetja	67
5.3.1 <i>Implikacije carinske unije</i>	<i>67</i>
5.3.2 <i>Evro in podjetja</i>	<i>69</i>
6 SKLEP	71
7 LITERATURA	73
PRILOGE	82
Priloga A: Makroekonomski kazalci držav zahodnega Balkana.....	82
Priloga B: Primerjava zahodnega Balkana s Slovenijo	82

SEZNAM GRAFOV

Graf 4.1: Neposredne investicije Slovenije v tujini po državah v letu 2007.....	38
Graf 4.2: Neposredne naložbe Slovenije v tujini po dejavnostih.....	39
Graf 4.3: Tuje neposredne investicije v Slovenijo po državah v letu 2007.....	39
Graf 4.4: Slovenski izvoz po državah v letu 2007.....	40
Graf 4.5: Slovenski uvoz po državah v letu 2007.....	41

SEZNAM TABEL

Tabela 4.1: Izbrani kazalci poslovnega okolja v državah nekdanje Jugoslavije.....	50
Tabela 4.2: Stopnje tveganosti največjih prejemnic slovenskih TNI.....	51
Tabela 4.3: Izvoz Slovenije v države nekdanje Jugoslavije v mio EUR in v odstotku skupnega izvoza.....	56
Tabela 4.4: Uvoz Slovenije iz držav nekdanje Jugoslavije v mio EUR in v odstotku skupnega uvoza.....	57
Tabela 4.5: Neposredne naložbe Slovenije v države nekdanje Jugoslavije od 2003 – 2007 v mio EUR in odstotkih skupnih neposrednih naložb Slovenije v tujini.....	59
Tabela 5.1: Faze ekonomske integracije.....	60

SEZNAM SKIC

Skica 1.1: Dimenzije internacionalizacije.....	15
Skica 3.1: Dunningova dopolnitev Porterjevega diamanta	

SEZNAM KRATIC

AGPTI	Agencija za gospodarsko promocijo in tuje investicije
BDP	Bruto družbeni proizvod
BiH	Bosna in Hercegovina
CARDS	<i>Community Assistance for Reconstruction, Development and Stabilisation</i> (Pomoč Skupnosti za obnovo, razvoj in stabilizacijo)
CEFTA	<i>Central European Free Trade Agreement</i> (Srednjeevropski sporazum o prosti trgovini)
ECFIN	<i>European Commission, Economic and Financial Affairs</i> (Evropska komisija, gospodarske in finančne zadeve)
EGP	Evropski gospodarski prostor
EK	Evropska komisija
EMU	Evropska monetarna unija
EU	Evropska unija
GZS	Gospodarska zbornica Slovenije
IMF	<i>International Monetary Fund</i> (Mednarodni denarni sklad)
JVE	Jugovzhodna Evropa
MG	Ministrstvo za gospodarstvo
MNP	Multinacionalna podjetja
MZZ	Ministrstvo za zunanje zadeve
NLB	Nova ljubljanska banka
OECD	<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i> (Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj)
OZS	Obrtna zbornica Slovenije
R & R	Raziskave in razvoj
SAP	Stabilizacijsko-pridružitveni (asociacijski) proces
SAS	Stabilizacijsko-pridružitveni (asociacijski) sporazum
SID	Slovenska izvozna družba
TNI	Tuje neposredne investicije
TNP	Transnacionalna podjetja
UNCTAD	<i>United Nations Conference on Trade and Development</i> (Konferenca Združenih narodov o trgovini in razvoju)
UMAR	Urad za makroekonomske analize in razvoj

1 UVOD

1.1 Opredelitev problematike

V intenzivno globaliziranem gospodarstvu z naraščajočo konkurenčnostjo se podjetja, še posebej pa tista iz majhnih držav kot je Slovenija, soočajo z vprašanjem, kako ostati konkurenčni in tekmovati s podjetji na svetovnem trgu. Ob hitrem tehnološkem napredku in spremenjeni strukturi trgov je internacionalizacija poslovanja za večino podjetij nujna za preživetje. Z internacionalizacijo lahko podjetja premagajo majhnost domačega trga in dosežejo ekonomije obsega in postanejo mednarodno primerljiva in konkurenčna, kar je poleg dobička, zasičenosti domačega trga, omejujoče zakonodaje, zniževanja stroškov najpomembnejši motiv za odločitev podjetja o internacionalizaciji poslovanja. Podjetja se lahko odločijo za postopen proces internacionalizacije ali pa pri tem preskočijo nekaj faz in se hitreje odločijo za selitev proizvodnje ali ustanovitev podružnice v drugi državi. Prav tako podjetja preučijo in izberejo način vstopa na tuje trge, ki bo za njih najugodnejši, bodisi gre za najpogostejšo obliko vstopa z izvozom ali pa z neposrednimi tujimi investicijami. Pri tem pa je tudi ključno, da se znajo podjetja spoprijeti s številnimi ovirami kot so jezikovne in kulturne razlike, ki se pojavijo v samem procesu internacionalizacije. Pri odpravljanju takih ovir ter pri spodbujanju internacionalizacije dejavnosti podjetij pomembno vlogo igra ekonomska vladna politika, ki se zaveda, da internacionalizacija podjetij povečuje mednarodno konkurenčnost gospodarstva ter je pomemben generator pospeševanja gospodarske rasti.

Za slovenska podjetja predstavljajo trgi nekdanje Jugoslavije praktično razširjen slovenski trg, saj imajo slovenska podjetja zaradi življenja v nekdanji skupni državi v tej regiji konkurenčne prednosti pred tujimi podjetji, ki poslujejo v tej regiji. Države te regije so naš pomemben trgovinski partner, naraščajo pa tudi TNI. Širitev EU na zahodni Balkan pomeni za slovenska podjetja olajšanje poslovanja, saj vstop držav te regije v carinsko unijo odpravlja trgovinske ovire med državami. Z vstopom Slovenije v EU so namreč prenehali veljati vsi bilateralni prostotrgovinski sporazumi, na osnovi katerih je bila trgovina s temi državami precej liberalizirana. Spremenjeni pogoji poslovanja so v večini primerov za slovenska podjetja pomenili spremembo na slabše, saj carinska unija uvaja enotno carinsko stopnjo do tretjih držav. Poslovanje podjetij olajšuje tudi skupna valuta – evro, saj zmanjšuje transakcijske stroške. Nove države članice so namreč zavezane k sprejetju enotne valute, potem ko izpolnjujejo kriterije za vstop v EMU.

V nalogi si tako zastavljam glavno vprašanje, in sicer kako bo vstop držav nekdanje Jugoslavije v EU vplival na poslovanje slovenskih podjetij s to regijo, ki vseskozi predstavlja eno najpomembnejših področij mednarodne menjave za Slovenijo.

1.2 Namen in cilji diplomskega dela

Cilj diplomskega dela je pokazati pomen trgov držav bivše Jugoslavije za internacionalizacijo slovenskih podjetij ter orisati nadaljnje priložnosti, ki jih imajo slovenska podjetja na teh trgih. To dejstvo pa želim navezati na pozitivne učinke, ki jih lahko ima širitev EU na zahodni Balkan za poslovanje slovenskih podjetij v tej regiji, saj carinska unija pomeni odpravo trgovinskih omejitev in tako olajša vstop podjetjem na omenjene trge. V teoretičnem delu želim spoznati glavne zakonitosti procesa internacionalizacije in predstaviti najbolj relevantne teorije mednarodne proizvodnje in modele internacionalizacije, ki skušajo pojasniti dejavnike in motive, ki vplivajo na odločitev podjetja za internacionalizacijo svoje dejavnosti. Prav tako želim izpostaviti nekatere ovire, s katerimi se slovenska podjetja srečujejo na trgih nekdanje Jugoslavije. Pozitiven vpliv širitve EU za slovenska podjetja skušam preveriti v pogovoru s predstavnikom za mednarodno sodelovanje v enem najuspešnejših slovenskih podjetij na trgih nekdanje Jugoslavije, Mercator d.d., ter predstavnikom za zahodni Balkan z GZS.

1.3 Izhodiščne hipoteze

V diplomski nalogi skušam preveriti naslednje hipoteze:

Delovna hipoteza H1: Internacionalizacija je za podjetja iz majhnih držav kot je Slovenija skoraj nujen proces, pomemben trg za slovenska podjetja pa predstavljajo predvsem države nekdanje Jugoslavije, kamor se kljub visokim stopnjam koruptivnosti in rizičnosti držav te regije izteka največ slovenskih TNI.

Delovna hipoteza H2: Slovenska podjetja uspešno investirajo na trgih držav nekdanje Jugoslavije predvsem zaradi poznavanja jezika, kulture, poslovnega okolja in običajev, prednosti prvega, prepoznavnosti blagovnih znamk, tradicije sodelovanja in imajo tako konkurenčne prednosti pred drugimi tujimi podjetji v tej regiji.

Delovna hipoteza H3: Širitev EU na zahodni Balkan pomeni za slovenska podjetja velik plus, saj vstop držav te regije v ekonomsko integracijo kot je EU pomeni v prvi vrsti odpravo trgovinskih ovir (carinska unija) in kasneje skupno valuto evro ter tako na dolgi rok olajšuje poslovanje slovenskih podjetij v državah nekdanje Jugoslavije.

1.4 Metode preučevanja

Analiza in interpretacija sekundarnih virov bo v diplomski nalogi služila pojasnjevanju pojma internacionalizacije, motivov in dejavnikov zanjo ter ovir. Prav tako bo omenjena analiza služila osvetlitvi ključnih teorij mednarodne proizvodnje in modelov internacionalizacije ter v drugem delu pojasnitvi pojma ekonomske integracije, carinske unije in njenih integracijskih učinkov. Pri raziskovanju internacionalizacije slovenskih podjetij na trgih nekdanje Jugoslavije bom uporabila analizo uradnih statistik Statističnega urada RS in Banke Slovenije. Značilnosti trgov držav nekdanje Jugoslavije bom raziskovala z analizo uradnih statistik posameznih državnih statističnih uradov in mednarodnih institucij. Analiza in interpretacija primarnih virov mi bo služila pri uporabi zakonodaje EU s področja politike širitve na zahodni Balkan. Metoda spraševanja (intervju s predstavnikom uspešnega slovenskega podjetja na trgih nekdanje Jugoslavije – Mercator d.d. in s predstavnikom GZS za trge zahodnega Balkana) bo služila pojasnjevanju nekaterih ključnih vprašanj v nalogi, predvsem pa bo podala odgovor na vprašanje o učinkih širitve EU na zahodni Balkan in vplivih na slovenska podjetja.

1.5 Struktura naloge

V uvodnem delu diplomske naloge predstavljam obravnavano problematiko, namen in cilje, osnovne hipoteze in metode preučevanja.

Drugo poglavje je namenjeno opredelitvi pojma internacionalizacije, dejavnikom in motivom, ki podjetja vodijo do internacionalizacije poslovanja ter oviram, ki se podjetjem v tem procesu pojavljajo. Nadalje v drugem poglavju pojasnjujem ključne modele internacionalizacije in razdelam najpogostejše načine vstopa na tuje trge, pri čemer izpostavim tudi pozitivne in negativne vidike.

V tretjem poglavju skušam prikazati razloge za nastanek novih teorij mednarodne proizvodnje ter s ključnimi teorijami tudi pojasniti, kaj žene podjetja v odločitvah o ustanovitvi podružnice izven meja matične države in kakšne so pri tem koristi za podjetje. Omenjene teorije navežem na poslovanje slovenskih podjetij v državah nekdanje Jugoslavije.

V četrtem poglavju razdelam razvoj in trende v internacionalizaciji slovenskih podjetij ter opredelim vladno spodbujanje internacionalizacije podjetij, kar vpliva tudi na gospodarsko rast in konkurenčnost državnega gospodarstva. Nadalje se osredotočim na internacionalizacijo slovenskih podjetij v državah nekdanje Jugoslavije, navedem statistične podatke o blagovni menjavi in TNI, politične in gospodarske razmere ter motive in prednosti poslovanja s to regijo, pri čemer izpostavim predvsem konkurenčne prednosti prepoznavnosti slovenskih blagovnih znamk in dobrega sodelovanja s podjetji, ki izhajajo iz življenja v nekdanji skupni državi. Proučim tudi najpogostejše načine vstopa slovenskih podjetij na trge držav nekdanje Jugoslavije.

V petem poglavju definiram ekonomsko integracijo ter znotraj tega pojma še carinsko unijo in njene integracijske učinke ter skušam v povezavi s širitvijo EU in trenutnim stabilizacijsko-pridružitvenem procesu pokazati pomen vstopa držav nekdanje Jugoslavije v EU za slovenska podjetja, ki poslujejo s to regijo. Nadalje izpostavim tudi pomen uvedbe evra za poslovanje podjetij. Trditve o pomenu širitve EU za slovenska podjetja preverim v intervjuju s predstavnikoma Mercatorja in GZS-ja.

V zaključnem poglavju ovrednotim veljavo postavljenih hipotez in ocenim nadaljnji pomen trgov nekdanje Jugoslavije za poslovanje slovenskih podjetij, predvsem po vstopu držav te regije v EU.

2 INTERNACIONALIZACIJA

2.1 *Opredelitev in pomen*

Investicije v tujini postajajo z vse močnejšo globalizacijo vse pomembnejši in učinkovitejši način prilagajanja podjetij spremenjenim razmeram na svetovnem trgu, še posebej, če gre za podjetja z majhnim domačim tržiščem kot to velja za slovenska podjetja (Jaklič in Svetličič 2005, 6). Internacionalizacija podjetjem iz majhnih držav nudi možnost preseganja slabosti majhnega nacionalnega trga, omogoča doseganje ekonomij obsega in sinergijskih učinkov (Svetličič 1996, 290). Pojma globalizacija in internacionalizacija se namreč prepletata. Posledice globalizacije so za gospodarstvo ugodnejše, če je le-to internacionalizirano (Trtnik 1999, 8).

Pojem internacionalizacija se nanaša na vse oblike mednarodnega ekonomskega sodelovanja. To zajema širjenje ekonomske dejavnosti med več držav oziroma vključevanje podjetij v mednarodno menjavo in mednarodno proizvodnjo, ki pa poleg menjave blaga in storitev vključuje še druge oblike mednarodnega ekonomskega sodelovanja kot je prodaja enot multinacionalnih podjetij (Svetličič 1996, 52).

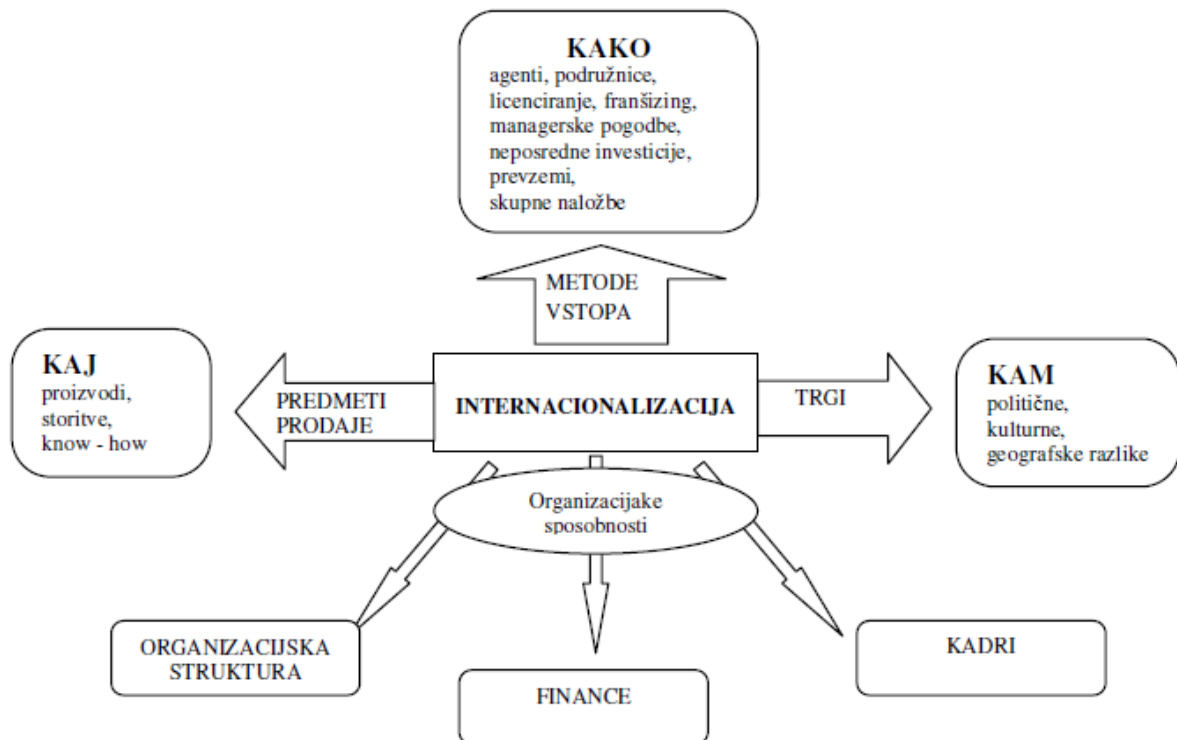
Internationalizacija pa ni le enosmeren proces. Ločimo **vhodno** in **izhodno** internacionalizacijo. V prvem primeru je mednarodno poslovanje v določeni državi posledica vpliva tujih konkurentov na njenem trgu, ki sili v domači trg usmerjena podjetja k sodelovanju s tujimi ekonomskimi subjekti. Domače gospodarstvo se lahko (vhodno) internacionalizira zaradi širjenja ali rasti tujih podjetij, na primer z uvozom, s prejemanjem licenc, s skupnimi vlaganji s tujci v domači državi ali s poslovnimi enotami v popolnoma tuji lasti. Lahko pa se gospodarstvo internacionalizira tako, da domača podjetja razširjajo svojo dejavnost preko nacionalnih meja, kar imenujemo izhodna internacionalizacija. Navadno gospodarstva (podjetja) začnejo z vhodno internacionalizacijo, sledi izhodna internacionalizacija. Poznamo pa tudi kooperativni tip internacionalizacije, ki zajema nekapitalske povezave kot so strateške povezave in kooperacijski sporazumi (Trtnik 1999, 7–8). Končni cilj pa so v vseh primerih dobiček, rast in krepitev konkurenčnosti podjetij (Jaklič in Svetličič 2005, 9).

Za samo **merjenje** stopnje internacionalizacije še ne poznamo splošnega kriterija, zato le-to poteka na različne načine. Enostaven kriterij je tako delež prihodkov od izvoza glede na celoten prihodek podjetja oziroma izvoz glede na bruto domači proizvod, če govorimo o državi. Ostala merila internacionalizacije so lahko še delež mednarodne trgovine in tujih neposrednih naložb v BDP, delež industrijskega izvoza v celotnem izvozu, delež tujega imetja v celotnem imetju, delež naložb v tujini v celotnih bruto investicijah, delež v tujini ustvarjenih dobičkov v celotnem dobičku, delež zaposlenih v tujini v skupnem številu zaposlenih, število podružnic v tujini. (Trtnik 1999, 13).

2.2 Dejavniki in motivi

Vsako podjetje gre pri internacionalizaciji, ki je neprestan proces, skozi različne faze in sledi pomembni strategiji oziroma išče odgovore na vprašanja: **ZAKAJ** – vzrok oziroma glavni motiv za investicijo v tujini (dodatna tržišča, dostop do virov, dvig učinkovitosti, okrepitev strateških prednosti), **KDAJ** – na kateri razvojni stopnji države/podjetja začeti, **KAM** – na katere trge vstopiti, **KAKO** – kakšno strategijo vstopa izbrati in **KAJ** – s katerimi proizvodi prodreti na tuje trge (povzeto po Jaklič in Svetličič 2005, 117–132).

Skica 1.1: Dimenzije internacionalizacije



Vir: Povzeto po Jaklič in Svetličič (2005, 117–132).

Osnovni razlog za internacionalizacijo je v večini podjetij dobiček. Vendar pa to ni edini motiv. Ruzzier (2004, 204) omenja še zasičenost domačega trga, omejujočo zakonodajo, učinkovitejše poslovanje, željo po hitrejši rasti, itd.

Obstajata dve vrsti temeljnih dejavnikov, ki vplivajo na izhodno internacionalizacijo, in sicer **vlečni dejavniki iz okolja** ter **potisni dejavniki v podjetjih**. Vlečni dejavniki so tesno povezani z globalizacijo, intenzivnimi mednarodnimi ekonomskimi odnosi in spremembami na svetovnem trgu, medtem ko potisni notranji dejavniki zajemajo znanja in spretnosti podjetja. Slednji so tudi pogoj, da lahko podjetje sploh izkorišča vlečne dejavnike (Jaklič in Svetličič 2005, 117). Podobno delitev motivov internacionalizacije poda Hollensen (2004, 31). Navaja **proaktivne** in **reaktivne motive**. Proaktivni motivi tako spodbujajo podjetje k spremembi strategije poslovanja po izrabi konkurenčnih prednosti ali tržnih priložnosti, reaktivni pa silijo podjetje, da se prilagaja spremembam v okolju zaradi pritiska in groženj na domačem ali tujih trgih.

Splošni razlogi za investicije v tujini so torej zniževanje stroškov in iskanje konkurenčnih prednosti, rastoči transakcijski stroški, rastoči pomen neoprijemljivega znanja in krepitev svojih lastnih virov konkurenčnosti (Jaklič in Svetličič 2005, 118). Pomemben dejavnik internacionalizacije so tudi izkušnje in znanje vodstva podjetij. Uspešna internacionalizacija je tako lahko odvisna od sposobnega menedžmenta, ki tvega z naložbeno dejavnostjo v razvojni fazi podjetja in se odloči za investiranje na tveganih tržiščih držav s podobno stopnjo razvoja. Teorije strateškega menedžmenta celo poudarjajo, da so podjetja iz bolj razvitih tranzicijskih držav razvila določene menedžerske specifične prednosti, ki jih lahko uporabijo v drugih tranzicijskih državah, ki so šele na poti do takšne preobrazbe (Jaklič in Svetličič 2005, 32). Prav tako sta za uspešno internacionalizacijo pomembna izobrazba in usposobljenost zaposlenih. Vse prevečkrat se v raziskavah ugotavlja, da se podjetja srečujejo s pomanjkanjem dovolj usposobljenega delovnega kadra z mednarodnimi izkušnjami, kar predstavlja pomembno oviro v procesu internacionalizacije (Jaklič in Svetličič 2005, 155).

Motivi za internacionalizacijo so torej lahko zelo različni in prepleteni. Dunning (1994, 47) tako razlikuje štiri glavne skupine motivov, glede na katere se določi tudi tipe TNI:

- Iskanje virov (resource seeking) – s takšnimi investicijami si podjetje zagotavlja kontrolo nad določenimi surovinami, ki jih dobavlja po nižjih stroških. Tovrstne investicije so večinoma prisotne v državah, ki so bogate z naravnimi viri.

- Iskanje trgov (market seeking) – investicije, motivirane s prodajo na trgih držav prejemnic, omogoča podjetjem izkoriščanje ekonomij obsega in doseganje višjih donosov.
- Povečevanje učinkovitosti (efficiency seeking) – podjetja z optimalno kombinacijo proizvodnih dejavnikov v različnih državah povečajo celotno učinkovitost svojega podjetja (multinacionalna podjetja).
- Strateški razlogi (strategic asset seeking) – s TNI investitor pridobi določene strateške elemente, ki mu povečajo globalno učinkovitost, ali pa si nasploh izboljša svoj strateški položaj.

Strategija iskanja virov predstavlja tipično izvozno usmerjeno strategijo. Dunning loči še tri podzvrsti te strategije. Prva stremi za iskanjem fizičnih virov, druga za iskanjem cenejše delovne sile in tretja izvira iz potrebe podjetja, da pridobi nove proizvodne zmogljivosti, organizacijske sposobnosti ali tržne strokovnjake (*ibid.*).

Dunning loči tudi dve vrsti strategije iskanja učinkovitosti. Prva izkorišča specifične prednosti, ki jih ponuja lokalni trg (cenovne razlike, kulturni dejavniki, zakonodaja, gospodarski in politični sistem), druga pa se uporablja v državah s podobnim ekonomskim sistemom in kupno močjo in izkorišča prednosti ekonomije obsega in razlike v okusih potrošnikov (*ibid.*).

Motivi se spreminjajo z izkušnjami in razvojem podjetij. Podjetja večinoma začnejo z investiranjem v tujini z namenom pridobivanja virov ali trgov, kasneje pa tudi zaradi izboljšanja učinkovitosti in konkurenčnosti (Jaklič in Svetličič 2005, 80). Naložbe slovenskih podjetij v tujini so predvsem tradicionalno tržno usmerjene (motiv iskanja trga) (Svetličič in Jaklič 2001, 187). Vendar pa je že čutili bolj intenzivne premike k motivom povečevanja učinkovitosti izhodnih TNI (Jaklič in Svetličič 2005, 100).

Investicije v države nekdanje Jugoslavije pa lahko povežemo tudi s komplementarnim odnosom med izvozom in izhodnimi TNI. Povečanje izvoza namreč lahko vodi do povečanja izhodnih TNI. Ko se doseže določena raven povpraševanja po proizvodih ali storitvah na nekem tujem trgu, se podjetje odloči neposredno investirati v tujini, da si zagotovi tržni delež in ohrani stabilno povpraševanje (*ibid.*).

2.3 Ovire pri procesu internacionalizacije

Da bi bila podjetja na tujih trgih čim bolj uspešna, morajo znati premagati ali pa se izogniti mnogim oviram. Izkušnje in znanje so ključnega pomena pri njihovem premagovanju. Tako kot dejavniki internacionalizacije, so tudi ovire lahko notranje, ki nastajajo znotraj samega podjetja, in zunanje, ki izhajajo iz okolja, kjer podjetje posluje. Odpravljanje notranjih ovir je navadno v domeni menedžmenta podjetja, medtem ko je odprava zunanjih ovir v domeni ekonomske politike držav (Jaklič in Svetličič 2005, 109).

Hollensen (2004, 42) deli ovire internacionalizacije na **splošna tržna tveganja**, **komercialna tveganja** in **politična tveganja**. Tržna tveganja zajemajo jezikovne in kulturne razlike, oddaljenost trga, konkurenco na tujem trgu, razlike v proizvodnih standardih itd. Komercialna tveganja vključujejo neplačila tujih partnerjev, težave pri izvoznem financiranju itd. Politična tveganja pa se nanašajo na vladne omejitve, nacionalno izvozno politiko, pomanjkanje davčnih spodbud za izvozna podjetja, visoke uvozne dajatve itd.

Iz številnih raziskav, tudi med slovenskimi podjetji, je razvidno, da je najpomembnejša notranja ovira pomanjkanje ustreznih kadrov, še posebej kadrov z ustreznimi izkušnjami mednarodnega poslovanja. Poleg tega se pogosto pojavljajo omejitve na denarnem trgu (pomanjkanje finančnih sredstev za poslovanje v tujini) ter na trgu kapitala. Med zunanjimi ovirami podjetja omenjajo nezadostno podporo vlade in nacionalno strategijo (Jaklič in Svetličič 2005, 111–113).

2.4 Modeli internacionalizacije

Modeli oziroma teorije internacionalizacije skušajo podati odgovor na vprašanje, zakaj se podjetje odloči internacionalizirati svojo dejavnost in predvidevajo, v kakšnih razmerah in kako se podjetje internacionalizacije loti. Prav tako odgovarjajo na vprašanja zakaj, kdaj, kam in kako se podjetja internacionalizirajo (Jaklič in Svetličič 2005, 15).

Obstaja več teorij TNI kot poglavitne oblike internacionalizacije. V nadaljevanju predstavljam nekaj modelov internacionalizacije, ki so za temo dela relevantnejši, saj predvidevajo, da se podjetja odločijo za internacionalizacijo najprej na geografsko bližjih trgih, kar pojasnjuje odločitev nekaterih slovenskih podjetij za prodor najprej na trge bivše Jugoslavije.

Prav tako pa podjetja iz majhnih držav kot je Slovenija z internacionalizacijo lahko presežejo majhnost domačega trga. Za slovenska podjetja je bil vseskozi značilen stopenjski vzorec internacionalizacije s postopnim učenjem in pridobivanjem v tujem poslovnem okolju, tako pri strategiji izbire trgov (najprej najbližji in najbolj podobni trgi) kot tudi pri izbiri načina vstopa in poslovanja na tujih trgih (najprej izvoz, nato izhodne TNI) (Jaklič in Svetličič 2005, 185). Zadnje čase pa se podjetja, tudi slovenska, za internacionalizacijo odločajo bistveno hitreje, kar poudarjajo tudi kritiki stopenjskih modelov internacionalizacije.

2.4.1 Uppsala model internacionalizacije in skandinavski šola

Ta model spada pod okrilje skandinavske šole internacionalizacije in predvideva stopenjski model internacionalizacije. To pomeni, da gredo podjetja v procesu internacionalizacije skozi štiri faze. Prva je predizvozna faza, sledi izvoz s pomočjo neodvisnega zastopnika, nadalje ustanovitev trgovske podružnice v tujini, četrta faza pa pomeni ustanovitev proizvodne podružnice v tujini. Ta model poudarja, da se podjetje najprej začne širiti na fizično bližnje trge, katerih jezik, kultura in razvoj so sorodni domačemu trgu. Najprej se internacionalizira trgovinska dejavnost (Jaklič in Svetličič 2005, 24).

Drugi predstavnik skandinavske šole Loustarinen prav tako ugotavlja postopen proces internacionalizacije. Večina podjetij najprej internacionalizira svojo dejavnost na področju blaga, zatem storitev, sistemov in na koncu na področju »know-how-a«. Geografsko pa vedno prevladujejo najprej najbližja tržišča (Jaklič in Svetličič 2005, 23). Podjetja najprej skušajo pridobiti določene izkušnje, šele nato se odločijo za zahtevnejše oblike mednarodnega poslovanja in vstop na pomembnejše svetovne trge in se tako izpostavijo večjim tveganjem. Faze internacionalizacije so odvisne od notranjih in zunanjih pogojev. Domači dejavniki potiskajo internacionalizacijo, dejavniki tujega okolja pa vlečejo podjetja (Svetličič 1996, 291).

Luostarinen je na temelju analize dejavnosti finskih podjetij ugotovil, da so začela proces internacionalizacije povsem različno in glede na sektor svoje dejavnosti. Najprej se je internacionalizirala predelovalna industrija, sledilo je gradbeništvo, nato storitve in nazadnje trgovina na malo in debelo. Glede na oblike delovanja v tujini imajo časovno prednost ne-investicijske oblike (trgovina), sledi naložbeno sodelovanje, pogodbeno sodelovanje v proizvodnji, portfolio naložbe in na koncu TNI. Pomembna determinanta internacionalizacije,

ki jo še izpostavi Loustarinen, je velikost domačega trga. Podjetja iz majhnih držav namreč s pomočjo internacionalizacije lahko nadomeščajo slabosti majhnega domačega trga in si zagotavljajo dostop do koristi ekonomij obsega (Svetličič 1996, 290–292).

2.4.2 Dunningov fazni pristop

Tudi Dunning loči pet faz internacionalizacije, saj umešča internacionalizacijo dejavnosti podjetij v njihovo splošno strategijo razvoja. V **prvi fazi** se podjetje odloči za internacionalizacijo zaradi nabave surovin po nižjih cenah ali z namenom osvojiti nova tržišča. Vstop na tuj trg je odvisen od razlogov (ali je izvoz preveč tvegan, ali je potrebno izdelek prilagajati lokalnim pogojem).

Druga faza so investicije v trgovinsko povezane dejavnosti, ki niso rizične in so dobra priprava na kasnejše proizvodne TNI.

Naložbe v tujini v proizvodnjo blaga in storitev predstavljajo **tretjo fazo** internacionalizacije. Cilj je doseganje ekonomij obsega, preskakovanje uvoznih pregrad, zmanjšanje transportnih stroškov. V tej fazi gre lahko za ustanovitev novega podjetja ali pa združitve z že obstoječim podjetjem v tujini.

Četrta faza predstavlja poglobljanje in razširjanje mreže v tujini. Podjetja se odločijo tudi kasnejše faze procesa proizvodnje (z višjo dodano vrednostjo) seliti v tujino. V tej fazi pride tudi do povečane rasti podjetja.

V zadnji, **peti fazi**, gre za regionalno ali globalno integracijo. Matično podjetje in njegove afilije proizvajajo različne izdelke za prodajo na svetovnem ali regionalnem trgu. V tej fazi se nahaja zelo malo podjetij (Ford, Philips, IBM) (Svetličič 1996, 292–293).

Kritiki stopenjske internacionalizacije izpostavljajo, da internacionalizacija ni nujno stopenjska in da je teorija pristranska, saj je grajena na podlagi izkušenj nordijskih držav. Druga kritika izpostavlja, da se podjetja ne učijo internacionalizacije le iz lastnih izkušenj, ampak lahko to znanje pridobijo tudi z opazovanjem drugih podjetij. Nenazadnje pa se tudi gospodarske razmere in obnašanje podjetij neprestano spreminjajo, zato se tudi podjetja hitreje odločajo za investicije v tujini in ne tako postopoma kot predvideva omenjeni model

(Jaklič in Svetličič 2005, 25). Dejstvo, ki nasprotuje postopni internacionalizaciji (pa tudi v nadaljevanju razloženi Ozawovi razvojni paradigmi in Dunningovi investicijski razvojni poti) pa je to, da so slovenska podjetja začela z izhodnimi investicijami v tujini, preden so se v Sloveniji pojavile vhodne TNI (Jaklič in Svetličič 2005, 35).

2.5 Načini vstopa na tuje trge

Za podjetja je ključnega pomena odločitev o izbiri metode vstopa na mednarodne trge, saj leta pomembno vpliva na nadaljnje poslovanje podjetja. Ne obstaja pa idealna strategija vstopa, podjetje se lahko odloči za več različnih strategij na istih trgih ali eno strategijo za različne trge. V nadaljevanju bom predstavila nekaj možnih strategij oziroma načinov vstopa na tuje trge. Glede na stopnjo tveganja ob vstopu na mednarodni trg je izvoz/uvoz najmanj tvegana oblika, medtem ko neposredna naložba velja za najbolj tvegano (Glas 2000, 3). Glavnina slovenskih podjetij prvič vstopi na tuje trge z izvozom. Pri vstopu na tuje trge z izhodnimi TNI pa podjetja večinoma izberejo identične trge. Hkrati uporabljajo oba načina in šele nato uskladijo optimalni način poslovanja. Drugih načinov vstopa na tuje trge kot sta licenčno in franšizno poslovanje se slovenska podjetja lotevajo redkeje (Svetličič in Jaklič 2001, 184).

2.5.1 Izvoz

Najenostavnejša in najstarejša oblika vstopa na tuje trge je izvoz, ki pa je hkrati tudi najmanj tvegana oblika. Glavna značilnost izvoza kot oblike izhodne internacionalizacije je, da fizični proizvodi določenega podjetja prehajajo preko državnih meja. Kako se podjetje angažira na tujih trgih in prilagodi svoje aktivnosti je odvisno od oblike izvoza.

Ločimo med **pasivnim izvozom**, ko podjetje izvažata le občasno, ter **aktivnim**, kadar podjetje redno izvažata izdelke na določen trg. Prav tako razlikujemo med **indirektnim** oziroma posrednim izvozom, kadar podjetje postane izvoznik preko aktivnosti zunanjih sodelavcev (posrednikov), ter **direktnim** oziroma neposrednim izvozom, ki nastopi, ko podjetje samo izvažata in ob tem razvija tudi potrebna znanja (marketinški in prodajni oddelek podjetja se ukvarjata neposredno s tujimi kupci). Produkte lahko proizvajalec prilagodi trgu, ni pa to nujno (Kenda 2001, 157).

Največja privlačnost izvoza za majhna podjetja je, da predstavlja relativno enostaven in poceni način internacionalizacije z nizko stopnjo tveganja pri vstopu na tuji trg, velika

podjetja pa se nad izvozom navdušujejo predvsem zaradi koncentracije proizvodnje (ekonomije obsega) v državi¹ (Jepma 1996, 15–17). Prav tako so stroški omejeni na raziskavo trga, lokalno promocijo, izbiro primernega zastopnika in vrednost produktov. Proizvajalec lahko začne izvažati manjše količine, na podlagi katerih spoznava preference uporabnikov ter na podlagi pridobljenih izkušenj povečuje aktivnost. Slabost izvozne oblike vstopa je predvsem v nizki stopnji nadzora nad dogajanjem na tujem trgu (Hrastelj in Makovec Brenčič 2003, 138). Kot slabost velja omeniti še ranljivost izvoza na protekcionistične ukrepe držav uvoznic. Velika fizična oddaljenost med lokacijo proizvodnje in izvoznimi trgi lahko zviša transportne stroške. Prav tako pa imajo močan vpliv na izvoz tudi regulative držav uvoznic in izvoznic (izvozna in uvozna dovoljenja, carinski postopki) (Jepma 1996, 145).

Slovenska podjetja z izvozom najpogosteje vstopajo na trge zahodne Evrope (Svetličič in Jaklič 2001, 184).

2.5.2 Pogodbene oblike vstopa na tuje trge

Kadar podjetje na tujem trgu nastopa tako, da prenaša dejavnost na ozemlje tujega gospodarstva in ne izdelke, gre za pogodbeno obliko vstopa na trg. Ločimo pa med **licenciranjem** in **franšizingom**.

O **licenciranju** govorimo, kadar proizvajalec da dovoljenje podjetju v tujini, da proizvaja njegov izdelek ali uporabi njegovo blagovno znamko, patent, know-how. Gre za način mednarodnega poslovanja, ko se podjetje – dajalec licence, sporazume s podjetjem v tujini – jemalcem licence za odstop zaščiteneh pravic in znanja, ki imajo zanj določeno vrednost. Podjetje tako lastniku licence plačuje odškodnino, to je licenčnino. (Hrastelj 1995, 146).

Franšizing pa je trajnejši pogodbeni način sodelovanja, kjer eno podjetje podeli drugemu podjetju licenco poslovnega sistema, hkrati pa tudi pravico do izkoriščanja industrijske lastnine v zameno za začetno pristojbino in tekočo provizijo. Dovoljuje večji nadzor dajalca franšize nad jemalcem in mu zagotavlja večjo podporo. Omogoča tako deljeno lastništvo med

¹ Damijan (1996, 119–122) poudarja predvsem pomen izvoza za majhne države. Glede na povprečne vrednosti deleža izvoza v BDP so majhne in mini države precej bolj izvozno usmerjene kot srednje ali velike države. Na izvozno usmerjenost države pa poleg stopnje gospodarske razvitosti vpliva tudi zemljepisna lega države.

podjetji, hkrati pa tudi deljen nadzor in deljeno tveganje (Hrastelj in Makovec Brenčič 2003, 138).

Strateške zveze kot posebna oblika vstopa predstavlja splet sporazumov med konkurenčnima partnerjema. Od zgornjih dveh oblik se razlikuje po tem, da tu ne gre za lastniška razmerja, ampak za sodelovanje, skupni interes in medsebojno pomoč na različnih področjih (izmenjava znanj, rezultatov raziskav) (Ruzzier 2002, 19).

2.5.3 Tuje neposredne investicije (TNI)

2.5.3.1 Opredelitev TNI

Globalizacija postavlja vsa podjetja, majhna, srednja in velika, pred nove izzive. Podjetja so vse bolj prisiljena zniževati stroške in se prilagajati najkonkurenčnejšim v svetu. Neposredne tuje investicije, vhodne in izhodne, so le eden od načinov spopadanja z izzivi globalizacije (Svetličič in Jaklič 2001, 179–180). TNI postajajo prevladujoča oblika vstopa na tuje trge. Ustanavljanje podjetij v tujini začenja postajati nuja (Jaklič in Svetličič 2005, 5). TNI so rasle bistveno hitreje od mednarodne trgovine in proizvodnje v svetu, saj so se od leta 1950 povečale za 25-krat v primerjavi s svetovno proizvodnjo (Svetličič in Jaklič 2001, 185).

Salvatore (1999, 366) definira TNI kot realna vlaganja v tovarne, kapital, zemljo, inventar. Podjetja vlagajo v tujino tako, da tam ustanovijo podružnico ali prevzamejo tuje podjetje. Dunning (1993, 5) nadalje opredeli TNI kot investicije izven nacionalnih meja podjetja vlagatelja. Aktivna udeležba podjetja pri njegovi dejavnosti v tujini pomeni popoln nadzor nad naložbo, kar mu omogoča razvoj proizvodne in tržne politike z dolgoročno mednarodno usmeritvijo.

Po definiciji OECD in IMF neposredne investicije odsevajo cilj obdržati trajen interes rezidenta enega gospodarstva (neposredni investitor) v podjetju, ki je rezident drugega gospodarstva (podjetje neposrednega vlaganja). Trajen interes se nanaša na obstoječ dolgoročen odnos med investitorjem in podjetjem, v katerega se investira in na pomembno stopnjo vpliva na menedžment (Duce 2003, 2).

2.5.3.2 Vrste in sestavni deli TNI

Poznamo tri oblike TNI:

- izgradnja novih obratov (greenfield investicije),
- nakup obstoječega premoženja v tuji državi,
- udeležba s skupnim vlaganjem več investorjev (Kenda 2001, 207–209).

Investicijske oblike pomenijo 100-odstotno internalizacijo virov, omogočajo lastništvo in s tem visoko stopnjo nadzora nad podjetjem v tujini. Slabost sta visoka stopnja tveganja ter majhna fleksibilnost naložbe (Hrastelj in Makovec Brenčič 2003, 138).

Pomembno je razlikovanje med **portfolio investicijami** in **TNI**. Portfolio investitor le vlaga v drugo podjetje, ki ostane tudi po tem v tuji lasti, medtem ko gre pri TNI za lastništvo vlagatelja. Razlika med TNI in portfolio nložbami je tudi v subjektu. Pri TNI so to podjetja, pri portfolio naložbah pa predvsem posamezniki. TNI in portfolio investicije tudi niso substituti (Svetličič 1996, 264–265). V peti izdaji priročnika IMF o plačilni bilanci (*Balance of Payment Manual*) je lastnik več kot 10 odstotkov ali več kapitala v nekem podjetju definiran kot neposredni investitor. Gre zgolj za smernice IMF, kako razločevati med TNI in portfolio investicijami (Duce 2003, 3).

TNI so najtesneje povezane s procesi internacionalizacije proizvodnje in z razmahom transnacionalnih podjetij. »Z neposrednimi tujimi investicijami v tujino nastajajo multinacionalna podjetja (MNP), ki so po terminologiji Združenih narodov opredeljena kot podjetja, ki obsegajo matično podjetje in njegovo afilicijo oziroma enoto v tujini. Matično podjetje je tisto podjetje, ki nadzoruje sredstva drugih podjetij izven nacionalnih meja z določenim (vsaj 10-odstotnim) deležem v lastniškem kapitalu. Tuja afilicija je podjetje v tujini, v katerem je investitor lastnik določenega deleža« (Trtnik 1999, 17). Do koncepta internacionalizacije je namreč prišlo zaradi dejstva, da je trg za določene transakcije drag in neučinkovit, kar povzroča visoke transakcijske stroške. Z internalizacijo transakcij lahko podjetje zniža stroške, če te transakcije izvede v okviru samega podjetja (Dunning 1993, 44–48).

Pomembni sestavni deli TNI pa so tudi **podjetniško in lokacijsko specifične prednosti**. Pri prvih gre za notranje značilnosti posameznega podjetja, po katerih se neko podjetje razlikuje od ostalih v isti dejavnosti ali državi. Lokacijsko specifične prednosti pa se nanašajo na odločitev podjetja o tem, ali bo proizvajalo doma in izvažalo ali pa bo proizvajalo v tujini. Na to odločitev pa vplivajo proizvodni stroški, marketinški dejavniki ter različne vladne politike (Dunning 1993, 40–50).

2.5.3.3 Učinki TNI

TNI so lahko pomemben instrument za doseganje večje konkurenčnosti gospodarstva ter način prestrukturiranja gospodarstva. Učinki, ki se najpogosteje omenjajo z izhodnimi TNI, so razvoj trgovine, učinek na konkurenčnost ter na zaposlovanje. Ostali učinki so tudi tehnološki² in socialno politični učinki³. Država se odloči za priliv tujega kapitala v obliki TNI predvsem zaradi pričakovanja neto učinkov – gre za t.i. domačo dodano vrednost⁴, ki je lahko posledica tehnologije in informacij, ki jih tuje podjetje prinese v državo gostiteljico, ali organizacijskega nadzora investitorja (Dunning 2001, 44).

Poleg pozitivnih učinkov TNI prinašajo tudi nekatere neželene učinke. Pri TNI gre dejansko za prevzeme podjetij. S prevzemom se tako ustvari odnos lastnik-delavec. Prevzeto podjetje ne more več samo odločati o ciljih in delovanju, ampak se mora prilagajati matičnemu podjetju. Preko prevzemov in združevanj velikih podjetij prihaja tudi do nastajanja monopolov in oligopolov, kar dolgoročno pomeni zmanjševanje konkurence na trgu (Mencinger 2002, 7–9). Najbolj prisoten argument proti izhodnim TNI pa je, da takšne investicije izvažajo delovna mesta v tujino, kar pa dolgoročno lahko vpliva na brezposelnost v državi investitorici. Vendar pa je ta učinek odvisen od tega, ali gre za polno zaposlenost v deželi izvora ali ne, in od strategije investitorjev.

² Tehnološke dejavnosti v domačem gospodarstvu imajo največjo korist z internacionalizacijo vseh poslovnih enot.

³ Povezave med državami preko TNI so učinkovita in dolgoročna metoda za politično, ekonomsko in socialno sodelovanje.

⁴ Domača dodana vrednost je opredeljena kot:

1. dodana vrednost, ustvarjena in zadržana v državi gostiteljici brez dodane vrednosti, ki bi lahko bila proizvedena z drugačno pridobitvijo dobička, z upoštevanjem, da bi lahko bila proizvedena v državi sami;
2. *spill-over* učinek na dodano vrednost ostalih podjetij (dobaviteljev, strank in konkurentov) kot neposreden rezultat investicije;
3. vpliv, ki ga ima investicija na razporeditev in prerazporeditev domačih gospodarskih aktivnosti, še posebej s tem, ko prispeva k učinkovitosti distribucij virov in zmožnosti tako v panogi kot v celotnem gospodarstvu, kar poveča konkurenčnost države (Dunning 2001, 43–44).

Višjo ceno ponavadi plačajo nekvalificirani delavci, kvalificirani pa pridobijo (Jaklič in Svetličič 2005, 141). Najpomembnejša učinka izhodnih TNI pri slovenskih podjetjih sta povečanje izvoza in povečanje tržnih deležev v tujini (Jaklič in Svetličič 2005, 98).

Slovenska podjetja se poslužujejo poslovanja prek podjetij v tujini oziroma vstopa na trge z neposrednimi investicijami predvsem na trgih srednje in vzhodne Evrope, še posebno v državah zahodnega Balkana (natančneje državah nekdanje Jugoslavije). Pri vstopu na tuje trge z izhodnimi TNI prevladujejo »greenfield« investicije, vse večji pomen pa pridobivajo tudi prevzemi obstoječih podjetij ali skupna vlaganja z domačimi (Svetličič in Jaklič 2001, 184–187).

2.5.3.4 TNI in vplivi svetovne finančne krize

Vse več je ugibanj, kako zna trenutna svetovna finančna kriza vplivati na potek TNI v svetu. Po podatkih raziskave in napovedih UNCTAD-a je do leta 2010 pričakovati manjši upad deleža TNI v svetu in večjo previdnost pri vlaganjih na tujih trgih, medtem ko je leto 2007 beležilo rekordne tokove TNI (več kot 1.8 trilijona dolarjev). V prvem polletju 2008 je že bilo mogoče beležiti upad »greenfield« investicij za 3 odstotke v primerjavi z letom 2006 in še za 2 odstotka v primerjavi z letom 2007. Vendar pa večina podjetij namerava kljub nestabilnim gospodarskim razmeram povečati delež svojih TNI, kar gre predvsem pripisati trendu širitve tuje proizvodnje TNP. Ocenjuje se, da 68 odstotkov podjetij še vedno pričakuje vsaj manjše povečanje stroškov mednarodnega investiranja. Dolgoročni trendi kažejo na povečanje internacionalizacije TNP v vseh aktivnostih (plače, proizvodnja, zaposlovanje) v naslednjih treh letih. Podjetja namreč iščejo večje in hitro-rastoče trge, surove vire kot so surovine, izobraženo delovno silo, raziskovalne možnosti ali pa skušajo povečati učinkovitost z zmanjšanjem stroškov inputov (predvsem cenejša delovna sila) ali z aktivnostmi na lokacijah, ki nudijo boljše tehnično ali pravno poslovno okolje. Nadaljevanje aktivnosti v tujini pojasnjuje optimizem podjetij glede njihovih srednjeročnih planov, vezanih na TNI, čeprav se jih večina zaveda tveganj (geopolitični riziki, finančna nestabilnost, inflacija, cena nafte) in so zaradi njih zaskrbljeni. Najatraktivnejše ciljne destinacije za TNI ostajajo Kitajska, Indija, ZDA, Rusija, Brazilija, in Vietnam. Naslednje po vrsti pa so Nemčija, Indonezija, Avstralija, Velika Britanija, Mehika in Kanada (UNCTAD 2008, 41–48).

3 TEORIJE MEDNARODNE PROIZVODNJE

3.1 Razvoj teorij

Teorije mednarodne menjave niso več uspele obrazložiti sodobnih tokov mednarodnih ekonomskih odnosov, zato so se pojavile teorije mednarodne proizvodnje. Spremembe tržne strukture oziroma nastanek oligopolnega trga, porast pomena podjetij kot nosilcev ekonomskih odnosov in s tem pomembne modifikacije vrste in pomena oblik sodelovanja ter preobrazba politične klime v bolj naklonjeno tujemu kapitalu so pomembni dejavniki, ki so vplivali na nastanek teorij mednarodne proizvodnje (Svetličič 1996, 146).

Prvi, ki se je sistematično lotil analize TNI, je bil Stephen Hymer, ki je prvič jasno razmejil TNI, ki vodijo v proizvodnjo v tujini in dajejo naložbeniku določeno stopnjo nadzora, ter portfolio (finančne) investicije. Gibalna sila razvoja TNI je tako po Hymerju profit. Če hoče podjetje doseči profit, mora imeti pred domačimi podjetji določene monopolne prednosti. Vendar pa ta teorija ni uspela pojasniti, zakaj podjetje izbere TNI pred drugimi oblikami internacionalizacije. V sedemdesetih letih na to odgovori Dunning z lokacijsko specifičnimi prednostmi (eklektična paradigma).

Teorijo internalizacije sta uvedla Buckley in Casson, ki sta v ospredje postavila transakcije znotraj podjetij. S pomočjo TNI namreč podjetja začnejo nadomeščati trg, kar zmanjšuje stroške transakcij preko trga. Rast MNP pa je odvisna od tega, koliko predvidene koristi presegajo stroške.

Nastanek afilijacij tujega podjetja so skušali razložiti tudi z razlikovanjem med oprijemljivim in neoprijemljivim kapitalom. Slednjega je namreč težje prodati, saj gre za znanje in spretnosti, kar je ugotavljal Johnson.

Vse več pozornosti pa se je začelo posvečati poslovodstvenim vidikom in vlogi vlade. Grosse in Behram namreč poudarjata pomen odnosov med vladami, med vlado in podjetji ter med podjetji in MNP. T.i. teorija mednarodnega poslovanja naj bi torej razložila, kako podjetja reagirajo na različne politike vlad in kako vlade oblikujejo svojo politiko do mednarodne dejavnosti podjetij (Svetličič 1996, 158–163).

Teorije mednarodne proizvodnje Svetličič (1996, 168) razvrsti glede na splošno uveljavljenost, njihov pomen za razumevanje mednarodne proizvodnje in TNI in po kriterijih ravni analize:

- Makroekonomske teorije,
- Mikroekonomske teorije,
- Eklektična paradigma,
- Teorija TNI oziroma multinacionalnih podjetij,
- Druge teorije mednarodne proizvodnje,
- Teorija mednarodnega poslovanja.

3.2 Eklektična paradigma mednarodne proizvodnje

Eklektično paradigmo, katere avtor je John H. Dunning in jo imenujemo tudi OLI⁵ paradigma ugotavlja, da mora podjetje, če hoče biti uspešen izvoznik podjetniškega kapitala v tujini, najprej razpolagati s podjetniško specifičnimi prednostmi (nov proizvod, storitev), zatem mora najti za takšno dejavnost boljšo lokacijo v tujini (nižji stroški dela) in končno uporabiti netržni način vstopa na tuji trg (internalizacija) (Jaklič in Svetličič 2005, 17). Bistvo te teorije je, da mednarodno proizvodnjo opredeljuje obseg lastniško in lokacijsko specifičnih prednosti, ki pa jih je mogoče najuspešneje uresničiti le s pomočjo internalizacijskih prednosti in ne s poslovanjem prek trga (Svetličič 1996, 160). Temeljni pogoj za izhodne TNI je torej posest lastniško specifičnih prednosti, ki jih podjetje v tujini oplaja s tamkajšnjimi lokacijskimi prednostmi s pomočjo internalizacije kot najboljšega načina maksimizacije dobičkov oziroma uresničevanja lastniških prednosti (Svetličič in Jaklič 2001, 194).

Lokacijsko specifični dejavniki so za slovenska podjetja, ki investirajo v državah nekdanje Jugoslavije, pomembnejši od lastniško specifičnih (Svetličič in Jaklič 2001, 194). Paradigma meri mednarodno ekonomsko udejstvovanje neke države z izvozom te države, s proizvodnjo njenih multinacionalnih podjetij in s prodajo neoprijemljivih vrednosti tujim afiliacijam podjetij. Oblika mednarodnega udejstvovanja je odvisna od prednosti domače države pred tujo, od transakcijskih stroškov ali načina izkoriščanja lastniškospecifičnih prednosti (Dunning 1988, 70).

⁵ O (ownership) pomeni lastniško specifične prednosti, L (location) lokacijsko specifične prednosti in I (internalization) internalizacijsko specifične prednosti.

Kot odgovor na kritike, da je eklektična teorija statična, je odločitev med izvozom, mednarodno proizvodnjo ali licencami povezal z Vernonovim življenjskim ciklom proizvoda in razvil **investicijski razvojni cikel (pot)**, po katerem so vstopne in izstopne neposredne naložbe odvisne od stopnje razvoja. Država najprej gosti TNI, kasneje pa postane neto izvoznica kapitala, da bi končno prišlo do navzkrižnih TNI (Svetličič 1996, 162).

3.3 Investicijska razvojna pot

Bistvo investicijske razvojne poti, ki jo je nadalje razvil Dunning, je obseg vhodnih in izhodnih TNI funkcija razvoja stopnje dežele, merjene z bruto nacionalnim proizvodom po prebivalcu in funkcija spreminjajoče konfiguracije lastniških, lokacijskih in internalizacijskih prednosti. Stopnja razvitosti dežele je torej odvisna od vhodnih in izhodnih TNI (Svetličič 1996, 225).

Investicijsko razvojno pot sestavlja pet faz. **Prva faza** je predindustrijska faza in je značilna za države, ki niso prejemnice TNI, same pa prav tako ne vlagajo v tujini zaradi slabih lokacijskih in podjetniških prednosti.

Z izboljšanjem lastniškospecifičnih prednosti, naraščanjem domačega tržišča, upadanjem variabilnih stroškov in izboljšanjem investicijske klime pride v **drugi fazi** do priliva TNI v izkoriščanje domačih virov in tradicionalne delovno intenzivne dejavnosti, kasneje pa še v trgovini, transportu in komunikacijah, gradbeništvu in turizmu. Vendar pa je v tej fazi dežela še premalo razvita, da bi privlačila TNI. Tuji vlagatelji se namreč odločajo za TNI predvsem zaradi preskakovanja carinskih in drugih trgovinskih ovir.

Z nadaljnjo rastjo dohodka na prebivalca se v **tretji fazi** povečajo vlaganja v tujini. Potrošniki postanejo zahtevnejši, podjetja pa razvijejo svoje specifične prednosti. Ko se začnejo stroški dela povečevati, podjetja iščejo cenejše lokacije v tujini in razmišljajo o izhodnih TNI. Najprej so naložbe v tujini instrument iskanja trga, nato postane pomembna krepitev učinkovitosti in nazadnje način pridobivanja oziroma oplajanja tehnološkega in drugega znanja v tujini. Država v tej fazi pospešuje tiste vhodne TNI, ki krepijo domače lastniško specifične prednosti.

V **četrty fazy** dežela več vlaga v tujini, kot pa dobiva TNI iz tujine, kar je posledica krepitve lastnih tehnoloških sposobnosti, medtem ko je internalizacija najboljši način njihovega izkoriščanja v tujini. Vhodne TNI imajo sedaj cilj dvigniti učinkovitost poslovanja. Vloga vlade je usmerjena k podpiranju prestrukturiranja gospodarstva oziroma h krepitvi tehnoloških sposobnosti domačih podjetij.

Dohitevajoča faza ali faza konvergence, ki je po Dunningu **peta faza** investicijske razvojne poti, pa zajema navzkrižna vlaganja med razvitimi deželami. Naraščajo tako vhodne kot izhodne TNI. V tem položaju se nahajajo najrazvitejše dežele. Lastniškospesificne prednosti postanejo bolj firmsko kot pa deželospesificne. Konkurenčne prednosti postajajo vse bolj odvisne od sposobnosti podjetij ustvarjati prednosti, oplajati te prednosti v tujini in jih s pomočjo učinkovite organizacije tudi izkoriščati. Podjetja postajajo vse bolj globalna. Vhodne naložbe bodo predvsem prihajale iz držav na nižjih fazah investicijske razvojne poti s ciljem osvajanja trga in znanja, pa tudi iz držav v četrty in peti fazy, saj bodo podjetja hotela racionalizirati svoje odnose v medsebojnem poslovanju. Vse bolj pomembne bodo tiste TNI, ki imajo za cilj krepitev učinkovitosti. Vlade bodo vse bolj sodelovale s podjetji (Svetličič 1996, 226–227).

Vendar pa so kritiki, kot je Tolentinova, ugotovili, da dežele danes začnejo investirati v tujini bistveno hitreje kot pa to predvideva model investicijske razvojne poti. Razvoj tehnologije in komunikacij omogoča hitrejše učenje in posnemanje, hkrati pa narašča tudi pomen nekapitalskih povezav, kot so strateške povezave ali druge pogodbene oblike sodelovanja (Svetličič 1996, 228).

Ocene razvojne stopnje Slovenije v investicijski razvojni poti kažejo, da je Slovenija med drugo in tretjo fazo, saj so najpomembnejši motivi slovenskih podjetij za investicije v tujini iskanje trgov, sledijo strateški motivi, povečevanje učinkovitosti in na koncu iskanje virov (Jaklič in Svetličič 2005, 80).

3.4 Teorija življenjskega cikla proizvoda

Kronološko je to prva teorija, ki obravnava TNI in izpostavlja, da so izhodne TNI način zadrževanja tržnega deleža, ustvarjenega s pomočjo izvoza. Ko začnejo v tujini groziti lokalni konkurenti, ker izdelek postaja standardiziran, se monopolni lastnik izdelka raje odloči, da sam vloži v njegovo proizvodnjo v tujini (Jaklič in Svetličič 2005, 17). Po tej teoriji gre proizvodnja izdelkov skozi tri faze. V prvi fazi se izdelek lahko spreminja in prilagaja, zato je nestandardiziran. Kasneje, s proizvajalčevim razumevanjem potrošnikovih zahtev, proizvod in proizvodni proces postane standardiziran. V t.i. fazi dozorevanja se tako ponudniki srečujejo z internimi ekonomijami obsega, potrošnik pa je izdelek že spoznal in ga lahko primerja z drugimi izdelki. Zadnja faza je zrela faza, kjer je proizvod že popolnoma standardiziran, podjetja, ki niso dovolj učinkovita, pa so izrinjena iz trga. V tej fazi igrajo cena proizvoda in proizvodni stroški pomembno vlogo (Jepma 1997, 108).

Po tej teoriji na atraktivnosti pridobijo države v razvoju z nižjimi stroški dela, kamor se začne seliti proizvodnja standardiziranih proizvodov, inovatorske dežele pa morajo razviti nove proizvode. Do izhodnih TNI pride v kasnejši fazi življenjskega cikla proizvoda. Ta teorija je tako prva pokazala, da TNI lahko nadomeščajo ali pa dopolnjujejo izvoz (Jaklič in Svetličič 2005, 18).

3.5 Dinamična paradigma razvoja

Tako kot teorija življenjskega cikla proizvoda, tudi Ozawina dinamična paradigma razvoja izpostavlja postopno širjenje proizvodnje iz domačega na tuje tržišče kot posledica odzivanja na pogoje na domačem in tujem trgu, relativno konkurenčnost domačih v primerjavi s tujimi proizvajalci in spreminjanje vloge posameznih oblik mednarodnega ekonomskega sodelovanja. Ozawa skuša na primeru Japonske pokazati, kako lahko TNI pospešujejo razvoj dežel gostiteljic. Razkriva povezavo med zunanjo trgovino dežele ter vhodnimi in izhodnimi investicijami. Ugotavlja se namreč, da lahko tudi izhodne TNI, ne samo vhodne, pomagajo v preobrazbi domačega gospodarstva, če so del razvojne strategije gospodarstva, ki je razvojno naravnano. Na razvojno vlogo TNI pa v veliki meri vpliva država.

Ozawina dinamična TNI paradigma temelji na naslednjih ugotovitvah:

- Razvoj je postopen proces.
- TNI pospešujejo trgovino.
- Posamezni proizvodni dejavniki in njihova konfiguracija igrajo v vsakem od razvojnih stadijev specifično vlogo.
- Tehnološka akumulacija se odvija ne le s prevzemanjem oziroma absorbcijo tujega znanja, ampak tudi z lokalizacijo oziroma oplajanjem tega znanja z lokalnim.

Razvoj dežel v razvoju tako teče od bolj faktorsko poganjanega (navzven naravnana izvozno pospeševalna strategija), preko investicijsko poganjanega (lokalizacija znanja in tehnološka akumulacija) v drugem stadiju in do inovacijsko poganjanega (pomen človeškega kapitala, znanja) v zaključni fazi napredovanja.

Ozawa ugotavlja, da lahko TNI skrajšajo čas učenja, pridobivanja izkušenj in manjkajočega znanja in na ta način skrčijo razkorak razvoja med državami na višji in nižji razvojni stopnji. S pomočjo TNP pride do usklajenega procesa preobrazbe tako izvoznic kot uvoznic. Na ta način se pospeši razvoj in gospodarska preobrazba vseh držav (Svetličič 1996, 238–248).

V Sloveniji je bila zunanja trgovina v veliki meri usmerjena na območje EU že pred začetkom tranzicije. Prehod v tržno gospodarstvo je pospešil izvoz v razvite evropske države, predvsem zaradi izgube nekdanjega jugoslovanskega trga. Izhodne TNI pa so močnejše narasle v manj razvitih državah, najbolj v naslednicah nekdanje Jugoslavije (države z nižjim dohodkom od slovenskega). Geografska razpršenost slovenskih izhodnih TNI potrjuje zaključke Ozawove razvojne paradigme (Svetličič in Jaklič 2005, 57).

3.6 Teorija internalizacije

Internalizacijska teorija mednarodne proizvodnje je danes osrednja teorija, ki pojasnjuje mednarodno poslovanje podjetij (Svetličič 1996, 250). Teorija internalizacije opredeljuje razloge, zaradi katerih se podjetje odloči tržne, horizontalne transakcije med enakovrednimi neodvisnimi partnerji nadomestiti z vertikalnimi, znotraj enega nacionalno ali mednarodno razvejanega podjetja. To pomeni, da podjetje raste z ustanavljanjem lastnih podružnic v tujini in tako rastejo tudi transakcije znotraj takšnega podjetja, ki postaja vse večje in vse bolj

mednarodno razvejano. Na ta način se podjetje izogne transakcijskim stroškom tržnega poslovanja in s svojo rastjo prek meja omogoča krepitev svojega tržnega položaja. Potrebno je omeniti pomen neoprijemljivega znanja (menedžerske sposobnosti, kultura podjetja, specifična znanja), ki ga podjetje ne more prenašati prek trga. Zato je potrebno neposredno internacionalizirati svojo dejavnost tako, da ima podjetje nadzor nad poslovanjem obratov v tujini (Jaklič in Svetličič 2005, 16). Z ustanavljanjem obratov v tujini in internega trga lahko podjetje zaščiti svoje specifične prednosti. Bolj kot bo tuji trg podoben domačemu, nižji bodo stroški internalizacije in internacionalizacije (Jaklič in Svetličič 1999, 2).

Firme po tej teoriji rastejo tako, da nadomeščajo nepopolna ali neobstoječa tuja tržišča z internimi. Interno tržišče omogoča MNP prisvajanje znanja in lastniških pravic, pa tudi institucionalni nadzor nad temi medfaznimi izdelki, kajti zunanje tržišče za te izdelke ne obstaja. Enota analize internalizacijske teorije je torej podjetje z več obrati. TNI izboljšujejo nepopoln mehanizem trga in znižujejo transakcijske stroške (Svetličič 1996, 251).

Kritiki teoriji očitajo, da je statična, spet drugi, da na MNP gleda kot na nenevarna podjetja in ne upošteva njihove tržne moči. Problem naj bi bila tudi nepopolna internacionalizacija in neupoštevanje razlik v posamični strategiji firm. Internacionalizacijski proces pa zanemarja tudi procese učenja znotraj firme (Svetličič 1996, 261–262).

3.7 Teorija mednarodnega poslovanja

Pogoj celovitega razumevanja mednarodne proizvodnje je interdisciplinarni pristop ekonomistov, poslovnih ekonomistov in politologov. Jasno je, da mednarodno dejavnost podjetij ne razlagajo zgolj teorije mednarodne menjave, ampak tudi teorije mednarodnih odnosov, saj gre tudi za odnose med državami. V analizo mednarodnega poslovanja je tako potrebno vključiti odnose med državami, med podjetji ter med podjetji in vladami. Grosse in Behrman trdita, da mora teorija mednarodnega poslovanja pojasniti, kako podjetja reagirajo na različne politike vlad in kako vlade oblikujejo svojo politiko podjetij, ki delujejo mednarodno. Odnosi med TNP in vladami so odnosi moči, kompromisov, sodelovanja in tekmovanja in se odvijajo s pomočjo pogajanj (Svetličič 1996, 304–307).

3.8 Porterjev razvojni model in Dunningova dopolnitev

Porter je skušal razložiti vlogo TNI pri konkurenčnosti držav. Skušal je razložiti dejavnike krepitve stroškovnih in diferenciacijskih konkurenčnih prednosti.⁶ Ker imajo slovenska podjetja na trgih držav nekdanje Jugoslavije pomembne konkurenčne prednosti, je razlaga Porterjevega diamanta za obravnavano problematiko smiselna. Konkurenčne sposobnosti so po njegovem odvisne od štirih dejavnikov, ki sestavljajo nacionalni diamant konkurenčnih prednosti držav:

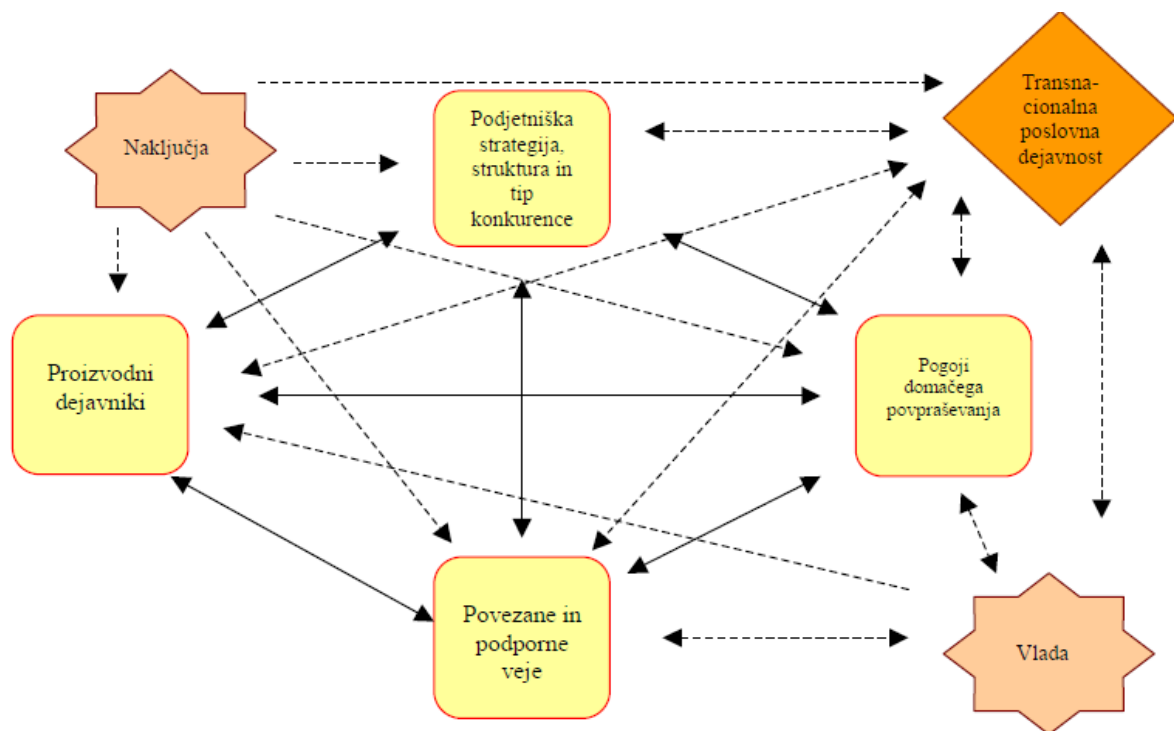
- **proizvodnih dejavnikov** kot so zemlja, kapital, delo, izobražena delovna sila, infrastruktura,
- **pogojev domačega povpraševanja** po izdelkih ali storitvah (obseg in sestava nacionalnega trga, odprtost do tujega gospodarstva),
- **povezanih in podpornih panog** (prisotnost ali odsotnost dobaviteljev),
- **strategij podjetij, njihove strukture in medsebojnega tekmovanja** (pogoji tekmovanja na domačem trgu – odprt ali zaprt trg, zakonodajni okvir, ki spodbuja tekmovanje).

Te determinante ustvarjajo okolje, v katerem podjetja nastajajo in tekmujejo. Pri tem pa Porter izpostavi še dve pomembni zunanji spremenljivki, in sicer vlogo vlade ter naključij oziroma priložnosti. Nanje podjetja ne morejo vplivati. Pod naključji razumemo nove iznajdbe, vojne, zunanjepolitične dogodke, krize. Država pa lahko s pomočjo politik, npr. carinsko politiko, prav tako ovira ali spodbuja delovanje diamanta.

Kritike diamanta se nanašajo predvsem na dejstvo, da Porter izhaja bolj iz pogojev velike države in ne upošteva položaja majhnih držav, za katere je tuje povpraševanje pomembnejše od domačega. Prav tako upošteva le izhodne TNI kot kazalec konkurenčnosti, ne pa tudi vhodnih. Dunning tako v diamant vnese manjkajoče TNI kot zunanjo spremenljivko. Vhodne in izhodne TNI imajo po Dunningu pomemben vpliv na vse štiri sestavne dele nacionalnega diamanta (Svetličič 1996, 230–233).

⁶ Diferenciacijske prednosti so sposobnosti podjetja ponuditi izdelke dražje (superiornejše kakovosti, posebnih lastnosti), proizvajati pa jih mora po enakih stroških kot konkurenca, stroškovna prednost pa je sposobnost podjetja, da proizvede in prodaja ceneje in učinkoviteje kot konkurenca (Svetličič 1996: 115).

Skica 3.1: Dunningova dopolnitev Porterjevega diamanta



Vir: Svetličič (1996, 232).

4 INTERNACIONALIZACIJA SLOVENSКИH PODJETIJ

4.1 Razvoj in trenutni trendi

Slovenska podjetja danes sledijo postopnemu, a pospešenemu pristopu internacionalizacije, ki ga lahko pojasnimo s tradicionalnimi teorijami internacionalizacije. Internacionalizacija ostaja postopna, izhodne investicije zaostajajo za vhodnimi, ampak je proces hitrejši, posamezne stopnje so krajše ali celo izpuščene. Za Slovenijo so glede na obdobja od osamosvojitve značilne **tri faze internacionalizacije**. **Zgodnja devetdeseta** (1990-1993) so z začetkom tranzicije prinesla prvi val internacionalizacije in hiter porast TNI zaradi izgube jugoslovanskih trgov. Nadalje je **obdobje konsolidacije** (1994-1998) beležilo počasno postopno širjenje investicij, v **pozni devetdesetih** (od 1999) pa se je povečalo število podjetij, ki investirajo predvsem na območju nekdanje Jugoslavije, kar predstavlja tretjo fazo internacionalizacije (Jaklič in Svetličič 2005, 36). V tem obdobju se je delež izhodnih TNI povečal iz 0.3 bilijona evrov v letu 1994 na 2.2 bilijona evrov v letu 2004 (Svetličič 2007, 2).

Do leta 1990 so glavni motivi za investicije v tujini izhajali iz sistemskih faktorjev, kot so sankcije, uvedene proti Jugoslaviji leta 1948, in reforme trga v 60-ih letih. Ustanovitev predstavništev in podružnic v tujini je pomenila način pospeševanja uvoza v Jugoslavijo in kasneje promoviranje izvoza. Za razmah izhodne internacionalizacije v obdobju tranzicije Svetličič (2007, 2) med drugim navaja razmah svobodnega podjetniškega duha, potrebo po nadaljnjem sodelovanju s Srbijo (zaradi uvedene uradne blokade ekonomskega sodelovanja s srbske strani) ter politično negotovost in potrebo po prenosu finančnih virov v tujino pred privatizacijo.

Razloge za nagel razmah tokov TNI v letih 2003 in 2004 je iskati v spremenjeni in neposrednim investicijam bolj naklonjeni splošni klimi in politiki. Slovenska podjetja so spoznala, da brez internacionalizacije ne bodo mogla obdržati konkurenčnih prednosti. Najpomembnejše destinacije za slovenska podjetja so bile države bivše Jugoslavije, med njimi najpomembnejša Hrvaška s kar 30-odstotnim deležem slovenskih izhodnih TNI. Izhodne TNI v Srbijo in Črno goro so se znatno povečale po padcu Miloševićevega režima.

Za razliko od drugih držav v tranziciji, kjer so izhodno internacionalizacijo spodbujala podjetja v tuji lasti, so v Sloveniji za to odgovorna podjetja v lokalni lasti brez sodelovanja tujega kapitala. V zgodnjih fazah internacionalizacije podjetij so slovenska podjetja investirala v tujini zaradi pospeševanja trgovine in bežanja pred socialističnim sistemom. Osnovni motivi so bili iskanje trga, iskanje virov in učinkovitosti. Nadalje so imeli veliko težo tudi ohranjanje in širjenje tujih tržnih deležev ter potreba po delovanju bližje uporabnikom. Majhnost domačega trga in relativno dragi stroški dela pa sta ključna razloga za slovensko investiranje v tujini. Pomemben delež tujih TNI v trgovinski industriji se povezuje z ustanovitvijo večjih šoping centrov (Mercator, Era). Izhodne TNI v storitvah se prav tako povečujejo z namenom boljšega doseganja lokalnih uporabnikov. Za tekstilno, obutveno in prehransko industrijo so še vedno pomembni motivi za internacionalizacijo iskanje trga in iskanje virov (Svetličič 2007, 25).

Analize kažejo, da investiranje v tujini povečuje konkurenčnost slovenskih podjetij. Podjetja, ki investirajo v tujini, se ponašajo s povečanim izvozom, prodajo in učinkovitostjo. Največji investitorji so bili namreč med sto najuspešnejšimi in najučinkovitejšimi slovenskimi podjetji v letu 2004. Slovenski menedžerji verjamejo, da internacionalizacija z izhodnimi TNI močno vpliva na domače gospodarstvo, izboljšanje nacionalne konkurenčnosti ter prestrukturiranje

gospodarstva. TNI so celo ustvarile nova delovna mesta, prav tako se delež domačih investicij ni zmanjšal (Svetličič 2007, 6).

Primerjalne prednosti slovenskih transnacionalnih podjetij so predvsem v dobrem marketingu, tehnologiji, ki je rezultat večjega vlaganja v raziskave in razvoj, in menedžerskih sposobnosti, predvsem izkušenj in poznavanja poslovnega okolja na zahodnem Balkanu (Svetličič 2007, 8).

Slovenska podjetja se srečujejo z mnogimi ovirami pri njihovi internacionalizaciji. Kot domače ovire podjetja navajajo pomanjkanje vladne podpore. Zakonodaja in splošna klima doma in v tuji državi tudi pomembno vplivata na odvratanje izhodnih TNI. Negativen vpliv na internacionalizacijo je imel tudi počasen proces privatizacije v obdobju tranzicije. Ovire v državah prejemnicah TNI pa so največkrat politična nestabilnost, velika tveganja, pomanjkanje pravnih okvirjev in počasni administrativni postopki. Kot oviro za internacionalizacijo pa v Sloveniji lahko omenimo tudi javno mnenje, ki ni preveč naklonjeno investicijam v tujini. Med največje ovire pa sodi pomanjkanje človeškega kapitala (Svetličič 2007, 8–9).

Večina slovenskih podjetij, ki investirajo v tujini, so t.i. »leapfrogging globals«, kar pomeni, da postanejo globalna v zelo kratkem času s preskakovanjem nekaterih faz, predvidenih po evolucijskih modelih internacionalizacije. Podjetja niso vstopala postopno (najprej z izvozom, potem z bolj kompleksnimi pogodbenimi oblikami in nazadnje z izhodnimi TNI), ampak so že prvič vstopila na tuje trge z izhodnimi investicijami. To je predvsem značilno za podjetja, ki vstopajo na trge bivše Jugoslavije, saj želijo ohraniti prednost prvega, njihove primerjalne prednosti pa so predvsem v poznavanju trga (Svetličič 2007, 10).

Kot navaja Svetovno investicijsko poročilo UNCTAD-a je Slovenija po vhodnih investicijah na 94., po izhodnih pa 31. mestu. Slovenija, sicer neto investitorica v tujini, je v letu 2007 zabeležila 1,426 milijarde dolarjev vhodnih investicij, kar v deležu BDP predstavlja 10,8 odstotka. Obseg izhodnih investicij je dosegel 1,569 milijarde dolarjev oz. 11,9 odstotka v deležu BDP. Skupno stanje neposrednih vhodnih naložb je lani znašalo 10,530 milijarde dolarjev, kar predstavlja 22,5 odstotka v deležu BDP, stanje izhodnih naložb pa je znašalo 6,123 milijarde dolarjev oz. 13,3 odstotka v deležu BDP. Za Slovenijo pa tudi v prihodnje ostajajo izzivi oblikovanje politike internacionalizacije, privabljanje tujih investicij, tudi v

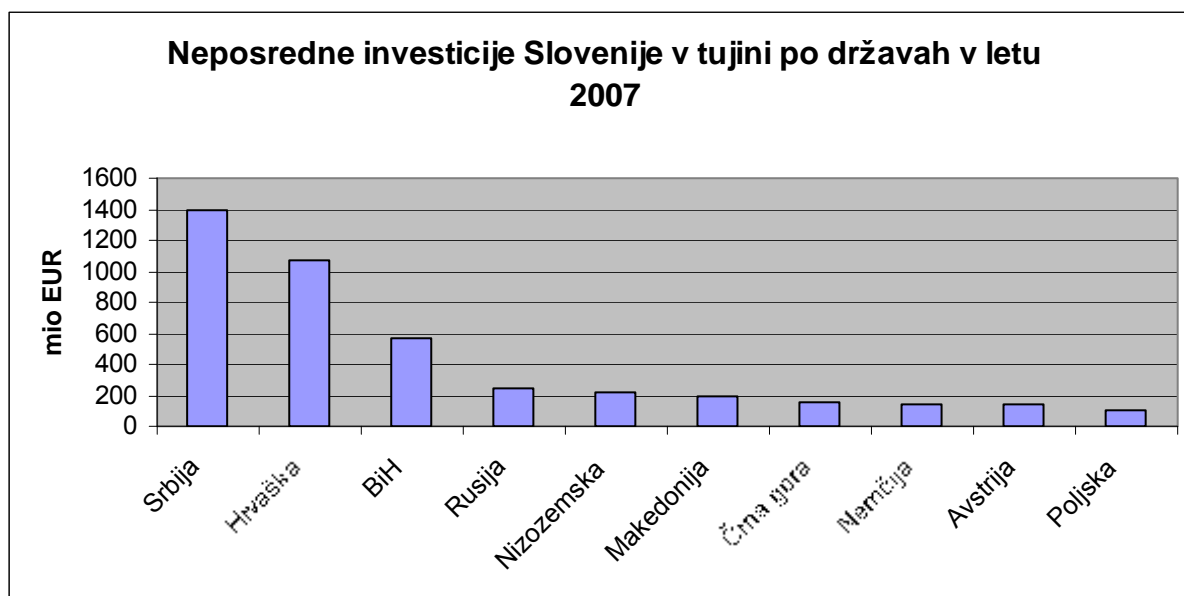
infrastrukturo, kjer je beležiti kar nekaj primerov neučinkovitosti, ter vzpostavitev kakovostnega regulatorja trga (STA 2008).

Glavni slovenski investitorji v tujini so:

- **proizvodna podjetja:** ETI d.d., Gorenje d.d., Skupina Helios, Iskraemeco d.d., Iskratel d.o.o., Kolektor group d.d., Krka d.d., Lek d.d., Prevent Global d.d., Sava Tires d.d., Istrabenz skupina d.d.,
- **storitvena podjetja:** Mercator d.d., Merkur d.d., Petrol d.d., Terme Čatež d.d., HIT d.d., Intereuropa d.d., Triglav d.d. (JAPTI 2007, 9).

Iz spodnjih podatkov (glej Graf 4.1) je razvidno, da so države nekdanje Jugoslavije med desetimi najpogostejšimi destinacijami slovenskih izhodnih TNI. V Srbiji je kar 28,6 odstotka vseh slovenskih naložb v tujini.

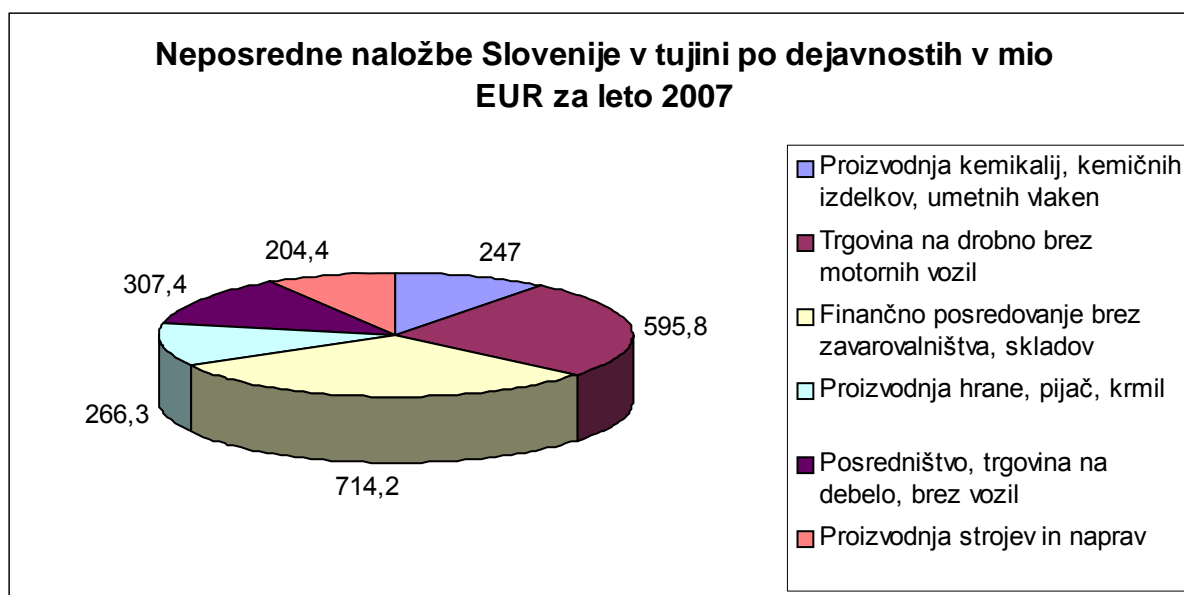
Graf 4.1: Neposredne investicije Slovenije v tujini po državah v letu 2007



Vir: Banka Slovenije (2008a); lastni preračuni.

Sektor predelovalne industrije je bil prvi, ki je začel z internacionalizacijo in ima tudi največjo izvozno usmerjenost (Jaklič, Svetličič 2005: 74). Kemijska industrija in proizvodnja strojev in naprav so poleg trgovine na drobno in debelo ter finančnega posredovanja med najbolj internacionaliziranimi dejavnostmi (glej Graf 4.2).

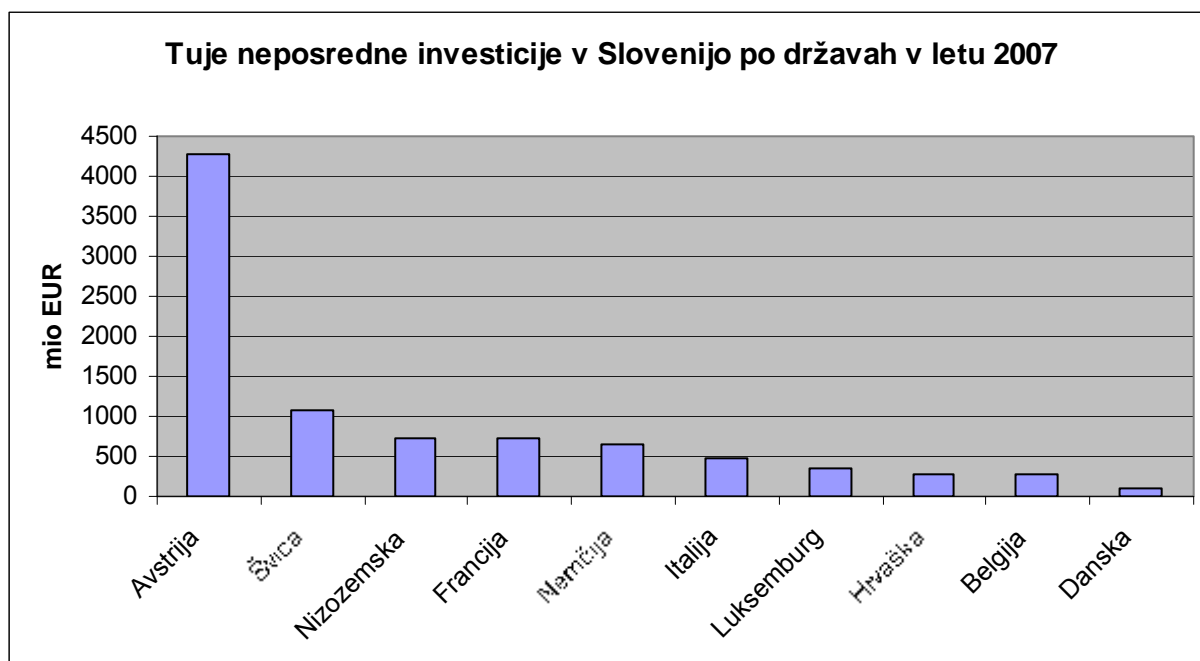
Graf 4.2: Neposredne naložbe Slovenije v tujini po dejavnostih v mio EUR za leto 2007



Vir: Banka Slovenije (2008a); lastni preračuni.

Med državami nekdanje Jugoslavije je le Hrvaška tista, ki je med prvimi desetimi državami, ki investirajo v Sloveniji. Daleč največ tujih naložb se v Slovenijo izteka iz Avstrije (glej Graf 4.3).

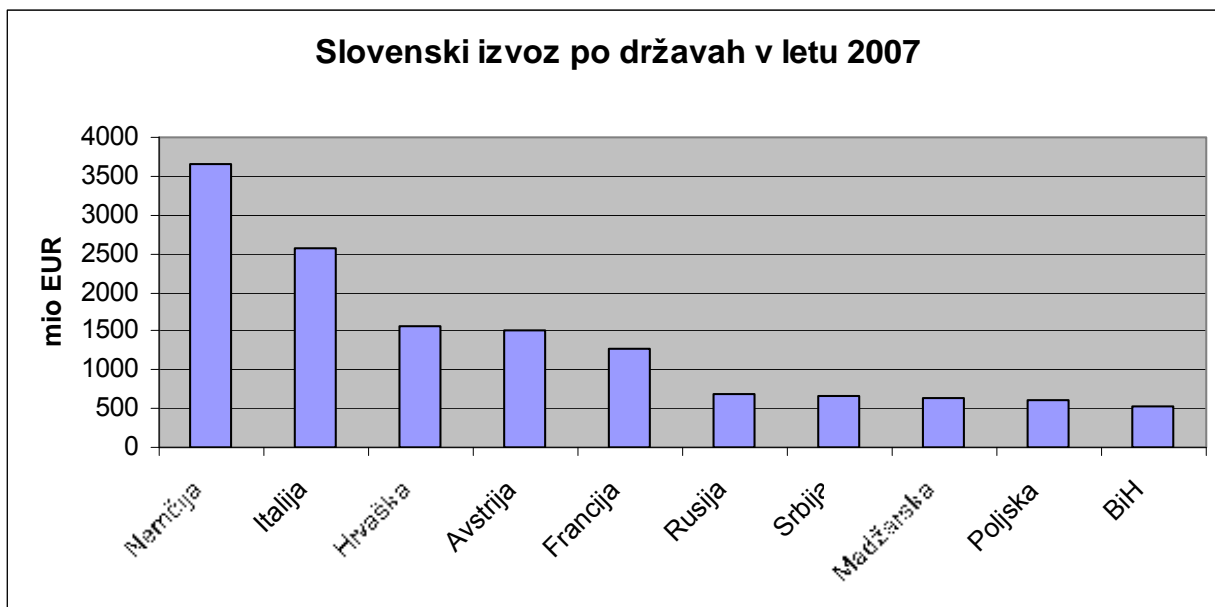
Graf 4.3: Tuje neposredne investicije v Slovenijo po državah v letu 2007



Vir: Banka Slovenije (2008b); lastni preračuni.

Hrvaška, Srbija in BiH se uvrščajo med prvih deset držav, v katere Slovenija največ izvažata. Največ slovenskega izvoza (18,8 odstotka) je namenjenega v Nemčijo (glej Graf 4.4).

Graf 4.4: Slovenski izvoz po državah v letu 2007



Vir: Statistični urad RS (2009a), GZS (2009); lastni preračuni.

Podjetja, ki so največ izvažala na tuje trge v letu 2008 so bila: Revoz d.d., Skupina Gorenje d.d., Krka d.d., SIJ Skupina, Skupina Impol d.d., Petrol d.d., Cimos d.d., Acroni d.d., Skupina Helios, HSE d.o.o., Talum d.d. Skupina Splošna plovba, Koncern Kolektor, Adria Airways d.d., Iskra Avtoelektrika d.d. (Bertoncelj Popit 2008, 16).

Slovenija največ uvažata iz zahodnoevropskih držav, Hrvaška se uvršča med prvih pet, ostale države nekdanje Jugoslavije pa se uvrščajo nižje na lestvici (glej Graf 4.5).

Graf 4.5: Slovenski uvoz po državah v letu 2007



Vir: Statistični urad RS (2009b); lastni preračuni.

4.2 Vladna politika spodbujanja internacionalizacije podjetij

Internationalizacija je postopen proces, ki ga niti velika podjetja ne morejo obvladati čez noč. Večja podjetja z močnim kadrovskim potencialom lahko takšen proces sama obvladujejo v daljšem časovnem obdobju, majhnim pa je to mnogo težje, zato potrebujejo pomoč države. Poleg odpravljanja ovir za internacionalizacijo, je potrebna tudi aktivna politika spodbujanja internacionalizacije dejavnosti podjetij (Svetličič in drugi 2000, 640).

V 90-ih letih ločimo **tri faze** vladne politike do izhodnih TNI:

- podedovan jugoslovanski liberalni režim – nobenih posebnih pravil glede izvoza kapitala (1991-1993),
- faza nadziranja kot odgovor na nekatere negativne učinke izhodnih TNI v privatizacijskem procesu (1993-1994),
- postopno prevzemanje mednarodnih standardov na področju izhodnih TNI s popolno liberalizacijo (po 1999).

Sprva je bilo dovoljeno ustanoviti podjetje v tujini le pravnim osebam s posebnim dovoljenjem. Leta 1993 je Državni zbor RS sprejel bolj liberalen Zakon o zunanji trgovini. Z začetkom pogajanj za vstop v EU in s podpisom Pridružitvenega sporazuma se je pričel proces harmonizacije finančne in zunanje-trgovinske zakonodaje. Aprila 1999 je Slovenija sprejela nov Zakon o zunanji menjavi, kar je bil pomemben korak k popolni liberalizaciji kapitalskih tokov z odpravo vseh omejitev glede izhodnih TNI. Nadalje je Ministrstvo za ekonomske zadeve predstavilo nov koncept industrijske politike – razvoj podjetništva in konkurenčnosti. V okviru tega koncepta je leta 2002 Ministrstvo za gospodarstvo sprejelo poseben program promoviranja izhodnih TNI. Vlada je tudi podpisala bilateralne investicijske sporazume s 47-imi državami, med njimi tudi z Indijo in Kitajsko kot najpomembnejše destinacije za izhodne TNI (Svetličič 2007, 9–10).

Z vstopom v EU je Republika Slovenija prenesla vse pristojnosti v zvezi s trgovinsko politiko na Skupnost. Vendar pa v pristojnosti držav članic ostaja tudi po vstopu v EU oblikovanje ukrepov in razvojnih spodbud za povečanje mednarodne konkurenčnosti podjetij. Internacionalizacija slovenskih podjetij je eden izmed ključnih instrumentov ekonomske politike Vlade RS za povečanje mednarodne konkurenčnosti slovenskega gospodarstva ter pomemben generator pospeševanja gospodarske rasti. Zato je Vlada RS izdelala Program spodbujanja internacionalizacije podjetij 2005-2009, katerega glavni cilj je da se z učinkovito uporabo javnih in zasebnih finančnih sredstev izboljša konkurenčnost rezidentov v mednarodni menjavi, in da se zmanjšajo stroški in tveganja pri vstopih rezidentov na trge izven območja Republike Slovenije. Državni zbor Republike Slovenije je v letu 2004 celo sprejel Zakon o spodbujanju tujih neposrednih investicij in internacionalizacije podjetij (2004).

Internationalizacijo podjetij podpirajo in spodbujajo številne vladne in nevladne institucije kot npr. Ministrstvo za gospodarstvo (MG), Ministrstvo za zunanje zadeve (MZZ), Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG), Agencija za gospodarsko promocijo in tuje investicije (AGPTI), Slovenska izvozna družba (SID), Gospodarska zbornica Slovenije (GZS) ter Obrtna zbornica Slovenije (OZS).

RS pa poleg oblik institucionalne pomoči spodbuja internacionalizacijo podjetij z naslednjimi dejavnostmi:

- zbiranje in posredovanje zunanjetrgovinskih informacij,
- svetovalne storitve,
- podpora promocijskim dejavnostim podjetij,
- izobraževanje za mednarodno poslovanje,
- opravljanje informacijskih, svetovalnih in drugih storitev za nerezidente,
- opravljanje drugih nalog, ki prispevajo k uspešnejši internacionalizaciji slovenskih podjetij.

Za uspešno realizacijo procesa internacionalizacije podjetij je potrebno medinstitucionalno prepletanje, povezovanje, koordiniranje in usklajevanje posameznih dejavnosti. Ministrstvo za gospodarstvo kot nosilec programa internacionalizacije oblikuje multidisciplinaren pristop k vladnim in nevladnim institucijam, katerih funkcije se neposredno ali posredno prepletajo s programom internacionalizacije podjetij (Vlada RS 2005, 3–10).

Ocene državnih programov za spodbujanje konkurenčnosti in internacionalizacije za obdobje 2001-2003 so pozitivne. Večina porabnikov državne pomoči je potrdila, da se je njihova konkurenčnost povečala, da so razvili ključne tehnologije, da se je povečala dodana vrednost njihovih proizvodov in da se je investiranje v znanje in človeški kapital izboljšalo (Svetličič 2007, 7).

Slovenski investitorji se večinoma odločajo za naložbe v države bivše Jugoslavije. Statistični podatki kažejo, da odpade 66 odstotkov naše zunanjetrgovinske menjave na države članice EU, 18 odstotkov pa na države bivše Jugoslavije (Vlada RS 2005, 3). Med razlogi za porast poslovnih enot v tem prostoru so predvsem nekdanje poslovne vezi, skupaj z dobrim poznavanjem teh trgov, vključno z znanjem jezikov. Najpogosteje je prvi izbrani trg za vstop z neposrednimi investicijami Hrvaška (Jaklič in Svetličič 2005, 58–59). Vendar pa se je ta trend v letu 2007 spremenil, najpomembnejša država za slovenske izhodne TNI je postala Srbija.

4.3 Internacionalizacija na trgih držav nekdanje Jugoslavije

4.3.1 Politične in gospodarske razmere

Povprečni slovenski investitor ima podjetja v štirih različnih državah. Gorenje, največja slovenska multinacionalka, ima svoje enote v več kot 30-ih državah. Večino slovenskih investitorjev pa lahko uvrstimo med regionalne multinacionalke, ki imajo svoje enote večinoma v državah srednje in vzhodne Evrope ali v EU, kot to velja za multinacionalke iz majhnih držav (Jaklič in Svetličič 2005, 61). Čeprav se v petem poglavju naloge posvetim širitvi EU na zahodni Balkan, ki poleg držav nekdanje Jugoslavije zajema še Albanijo in Kosovo, pa se v nadaljevanju osredotočim le na države nekdanje Jugoslavije, kjer so slovenska podjetja tradicionalno bolj prisotna. Slovenska blagovna menjava z Albanijo in Kosovom je namreč zanemarljivo majhna, slovenske TNI pa se le počasi začenjajo seliti tudi v ti dve državi.

Za podjetja, ki investirajo, je izredno pomembno poznavanje politične in gospodarske situacije v državi, kamor se investira. Krize, vojne, politična in ekonomska nestabilnost, medsosedske spori itd. Vse to lahko pomembno vpliva na investiranje v tujini. V nadaljevanju bom na kratko opisala politično in gospodarsko situacijo v državah zahodnega Balkana, predvsem se bom osredotočila na države nekdanje Jugoslavije, ki so za slovenska podjetja pomembnejša destinacija za izhodne TNI. Kriteriji, ki sem jih izbrala, so makroekonomski kazalci in politično stanje (kot varnostni vidik za investitorje).

4.3.1.1 Bosna in Hercegovina

S podpisom Daytonskega sporazuma⁷ so bili postavljeni temelji šibki multietnični državi, Republiki Bosni in Hercegovini. BiH ima zelo kompleksno strukturo države in entitet ter eno najdražjih administracij na svetu, kar onemogoča učinkovitejše delovanje države. Država je administrativno razdeljena na tri dele, in sicer zvezna vlada izvaja zunanjo in fiskalno politiko, večino izvršilnih funkcij pa izvajata vladi Federacije Bosne in Hercegovine ter Republika Srbska. Civilni del izvajanja sporazuma v imenu mednarodne skupnosti nadzoruje tudi Visoki predstavnik.

⁷ Daytonski sporazum, ki je bil parafiran novembra 1995 v Daytonu (Ohio), so udeleženske spopada (Bosna in Hercegovina, Republika Hrvatska in Zvezna Republika Jugoslavija) podpisale 14. decembra v Parzu in končale štiriletno vojno. Določile pa so tudi temeljna načela ustave BiH in temeljni načrt njene ekonomske obnove (Deželan in Gregorič 2001, 239).

Takšna kompleksna notranjepolitična situacija otežuje gospodarski razvoj, poleg tega pa je vojna v letih 1992-1995 pomembno vplivala na kasnejši makroekonomski položaj BiH, saj je bila uničena večina infrastrukture, proizvodnja in izvoz bosanskih podjetij sta upadla, pretrgane so bile poslovne vezi. (Deželan in Gregorič 2001, 240).

V zadnjih letih je BiH naredila opazen napredek pri prehodu v tržno gospodarstvo. Vzpostavljena je bila osnova za reforme, vključno z enotnim carinskim sistemom, usklajevanjem davčne politike in privatizacijo. Vlada BiH po ustavi ureja ekonomske odnose s tujino ter v skladu s tem sprejema enotne zakone o zunanjetrgovinski politiki, carinski politiki in politiki neposrednih tujih vlaganj. Najvišjo vlogo v sprejemanju novih zakonov ima zaenkrat še vedno visoki predstavnik mednarodne skupnosti, reforme pa potekajo v smeri krepitve zveznih ustanov in približevanju EU (Izvozno okno 2009a). Tudi zanimanje investitorjev narašča, in sicer predvsem zaradi dejstva, da je BiH eden večjih potencialov ekonomske rasti v osrednji in vzhodni Evropi. Izpostavlja se tudi konvertibilnost valute, vezane na evro, diverzificiran proizvodni sektor in bogati naravni viri, možnost razvoja storitvenih dejavnosti in turizma, privlačne spodbude za investiranje kot so nižje obdavčitve, zavarovanje tujih investicij, odprta ekonomija z značilnostmi poslovanja v EU in konkurenčni stroški delovne sile (Deželan in Gregorič 2001, 251–263).

Vendar pa strukturne reforme in proces privatizacije v BiH potekajo zelo počasi. V letih 2003-2008 je rast BDP-ja sicer presegla 5 odstotkov letno, vendar pa ključna problema ostajata trgovinski in plačilnobilančni deficit ter visoka brezposelnost (29 odstotna) (The World Factbook 2009a).

4.3.1.2 Hrvaška

Gospodarska situacija Hrvaške se je po padcu gospodarske aktivnosti in makroekonomske stabilnosti ob osamosvajanju izboljšala (Vujčić 2001, 290). Leta 2000, ko je Hrvaška postala članica WTO, EU pa je umaknila trgovinske ovire za hrvaški izvoz, je Hrvaška postala dostopnejša za tuje investitorje. Prav tako je podpisala sporazume o prosti trgovini z večino članic CEFTE. Po letu 1996 se je zmanjšalo tudi poslovno tveganje in v državo je začel pritekati tuj kapital (Vujčić 2001, 296).

Najuspešnejša sektorja sta bančništvo in turizem, glavni problemi pa ostajajo visoka stopnja brezposelnosti, rast primanjkljaja v trgovinski bilanci (ki ga financira s TNI) in neenakomeren regionalni razvoj. Strukturne reforme in privatizacija prav tako potekajo prepočasi. Visok zunanji dolg, neučinkovit izvozni sektor, preveliko zanašanje na dohodke od turizma predstavljajo grožnjo ekonomski stabilnosti v času globalne finančne krize. Ugodnejše gospodarske razmere napovedujeta konstantna gospodarska rast in nizka inflacija (The World Factbook 2009b).

Na vprašanje »Kolikšno težo imajo politične situacije kot so blokada Hrvaške za vstop v EU na poslovanje podjetij v tej regiji?« Matej Rogelj⁸ z GZS odgovarja, da »statistično gledano vpliva (še) ni. Glede na podatke za prvih deset mesecev 2008 in prej blagovna menjava z vsemi državami zahodnega Balkana (tudi s Hrvaško) še vedno krepko raste tako na izvozni kot uvozni strani. Enako investicije. Večji problem predstavlja globalna recesija. Res pa je, da zaostritev odnosov s Hrvaško vendarle lahko privede do zastajanja gospodarskega sodelovanja. Pozivi k "ekonomskemu patriotizmu" na obeh straneh lahko na primer privedejo do resnejših težav v maloprodaji, ki se potem negativno odrazijo naprej po proizvodno-trgovski verigi (primer hrvaške trgovinske verige Konzum, ki je iz prodaje izločila večino slovenskih izdelkov). V principu so tudi na Hrvaškem slovenska podjetja še vedno zaželeni partnerji. Mnogi podjetniki sicer navajajo, da je poslovanje z njimi težko, ker so nagnjeni k nespoštovanju dogovorov in zamenjavi slovenskih dobaviteljev ob prvi priliki, ko se pojavi cenejši (npr. italijanski) dobavitelj. Res pa je tudi, da se potem hrvaški partnerji tudi relativno hitro vrnejo, ker ugotavljajo, da je ugoden "mix" kvalitete, cene in storitve vendarle lažje doseči s Slovenci (se pač poznamo in razumemo, imamo podobno poslovno mentaliteto). Zanimiv posreden vpliv na poslovanje slovenskih družb imajo lahko tudi poslovne odločitve v slovenskih korporacijah (npr. Droga Kolinska je nekaj svojih blagovnih znamk prodala tudi na Hrvaško, s tem so izgubili posel tudi slovenski dobavitelji, npr. izdelovalci embalaže so ponudili svoje izdelke novemu hrvaškemu lastniku blagovne znamke, ta pa jih je zavrnil, češ, da ima resurse doma, podobno izgubijo posel prevozniki in verjetno še cela vrsta dobaviteljev). Standarden problem na Hrvaškem je tudi težavno kandidiranje na javnih razpisih, ki so preveč "pisani na kožo" lokalnim ponudnikom. Slovenska podjetja zaznavajo tudi visoko stopnjo koruptivnosti in neučinkovito sodstvo.«

⁸ Rogelj, Matej. 2008. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 30. januar.

4.3.1.3 Makedonija

Ob njeni osamosvojitvi leta 1991, je bila Makedonija najmanj razvita država nekdanje Jugoslavije. Situacijo je poslabšal še grški gospodarski embargo zaradi spora glede imena države. Prvič je dosegla pozitivno gospodarsko rast leta 1996 (1,2 odstotno), vendar je imela politična in varnostna kriza leta 2001 zopet negativen vpliv na trgovino in investicije. Makedonija ohranja makroekonomsko stabilnost z nizko inflacijo, vendar v privabljanju tujih investicij zaostaja za državami v regiji. Glavne ovire pri gospodarski rasti so nizka produktivnost, pomanjkanje kapitala, korupcija administrativnih delavcev in politizacija podjetij. Največji makroekonomski problem sta brezposelnost in ozka izvozna struktura. Leta 2001 je bil podpisan Stabilizacijsko-pridružitveni sporazum med Makedonijo in EU. Danes ima država status kandidatke. Glavni politični problem pa še vedno ostaja spor z Grčijo glede imena Makedonija, kar upočasnjuje proces vključevanja države v EU. Zaradi spora z Grčijo glede imena, je bilo Makedoniji letos začasno zavrnjeno članstvo v Natu (Izvozno okno 2009b).

4.3.1.4 Črna gora

Črna gora je že pred neodvisnostjo več let vodila povsem samostojno gospodarsko politiko, vključno s fiskalno, monetarno in zunanjetrgovinsko, kar ji je omogočilo enostaven prehod v neodvisnost od Srbije 3. junija 2006. Njena industrija je še vedno osredotočena na težko industrijo in proizvodnjo blaga za široko potrošnjo. Najhitrejšo rast v tem desetletju beležita turistični in gradbeni sektor. Med slabostmi črnogorskega gospodarstva so ozkost proizvodnje in izvoza, nizka konkurenčnost, šibek zasebni sektor, velik delež sive ekonomije, visoka stopnja brezposelnosti, visok primanjkljaj na tekočem računu, visoke obrestne mere, slabo delovanje sodnega sistema in korupcija. Prednosti pa so v stabilni valuti, naraščajočih tujih neposrednih naložbah ter nizkem zunanjem dolgu in nizkih stroških njegovega servisiranja (Izvozno okno 2009c). Oktobra 2007 je z EU podpisala Stabilizacijsko-pridružitveni sporazum, decembra istega leta pa je oddala prošnjo za članstvo v EU. Prav tako je članica Svetovne banke in IMF (The World Factbook 2009c).

4.3.1.5 Srbija

Po večletni izolaciji in napakah gospodarske politike prejšnjega režima, je Srbija po letu 2002 stopila na pot hitre tranzicije. V Srbiji je sedaj v ospredju izvajanje strukturnih reform, prilagajanje zakonodaje evropski, pospeševanje privatizacije ter privabljanje tujih neposrednih naložb. Glavni cilj je približevanje EU ter vključevanje v ostale evropske in mednarodne integracije (Izvozno okno 2009d). Brezposelnost in velik plačilnobilančni primanjkljaj ostajata pomembna gospodarska in politična problema. Čeprav je maja 2008 podpisala Stabilizacijsko-pridružitveni sporazum z EU, proces približevanja EU močno upočasnjuje državna politika. Problematična ostaja po razglasitvi kosovske neodvisnosti severna meja s prebivalci srbske manjšine, Srbija pa prav tako ne prizna Kosova kot neodvisne in suverene države. Srbija si prizadeva tudi za članstvo v WTO (The World Factbook 2009d).

Slovenska podjetja uspešno poslujejo na srbskem trgu. Mercator je po strateški povezavi z družbo Rodić Trgovina postal drugi največji srbski trgovec. Tamkajšnje aktivnosti pomenijo približno 15 odstotkov prihodkov celotne skupine. Zelo dobro je sodelovanje tudi z lokalnimi proizvajalci. »Še posebej pa se mi zdi pomembno poudariti, da vse ekonomske koristi, ki jih Mercator ustvari v Srbiji, tam tudi ostanejo. Namenimo jih nadaljnjemu investiranju v Srbiji, tako bo tudi v prihodnje. Enako velja za vse druge trge, kjer delujemo«, je v intervjuju za Sobotno prilogo Dela povedal predsednik uprave PP Mercator (Delo 2008).

»Osamosvojitve Kosova pa ni poslabšala gospodarskih odnosov s Srbijo. Slovenska trgovinska prisotnost se zlagoma povečuje. Velike investicije, usmerjene na Kosovo (Telekom - Mobitel - Siol, NLB, Sava-re, Skupina Prva, Intereuropa) pa so se pretežno zgodile (ali začele dogajati) še pred razglasitvijo neodvisnosti. Problemi poslovanja s Kosovom ostajajo enaki (zaupanje, kupna moč, nelikvidnost, zapleteni lokalni odnosi (klani), ki otežujejo izbiro partnerja)«, meni Rogelj.

»Slovenska podjetja so na trgih nekdanje Jugoslavije že tradicionalno prisotna, na trge ostalih držav zahodnega Balkana (Albanija in Kosovo) pa postopoma prodirajo. Na Kosovu in v Albaniji se angažirajo (ali se poskušajo angažirati) podjetja (investitorji) iz področja financ (NLB, Sava-re, Skupina Prva - pokojninsko zavarovanje), IKT (Telekom), Prehrana (Pivovarna Laško), logistika (Intereuropa). Posebej zanimivi sta energetika in izgradnja cestne infrastrukture, vendar je dostop v teh sektorjih otežen, ker gre za velike posle in interese

ekonomsko močnih držav (ZDA, Nemčija, VB). Recepta za najprimernejši vstop ni, zagotovo pa morajo slovenska podjetja, ki poslujejo na teh trgih še posebej paziti, da imajo pod nadzorom sredstva in poslovne procese, ter zavarovana plačila. Nagnjenost k nepreglednemu poslovanju in stopnja koruptivnosti sta visoki, enako tudi delež sive ekonomije v BDP«, pojasnjuje Rogelj.

Evropska komisija, ECFIN, (2009, 3) v ekonomskem poročilu o državah kandidatkah in državah pristopnicah ocenjuje učinke trenutne svetovne finančne krize na gospodarstva teh držav in ugotavlja, da finančni sektor ostaja relativno stabilen, vendar pa države že občutijo upočasnjeno gospodarsko rast zaradi manjšega povpraševanja in manj finančnih virov, predvsem od TNI. Države z že obstoječo visoko brezposelnostjo, inflacijo in plačilnobilančnim primanjkljajem občutijo še dodatno poslabšanje na teh področjih. Prav zato je pritok kapitala v obliki TNI v to regijo še posebej pomemben. Poleg ugodnega vpliva na plačilno bilanco države, so vhodne TNI za države v razvoju postale tudi nadomestilo za zmanjševanje uradne razvojne pomoči. TNI prispevajo k učinkovitosti države gostiteljice, njeni internacionalizaciji in integraciji v svetovno gospodarstvo. Ponujajo namreč dostop do nove tehnologije, »know-how-a«, vodstvenih in marketinških znanj, povečujejo lokalno konkurenco in možnosti zaposlovanja, omogočajo lažji dostop do svetovnih trgov in izboljšujejo izvozne sposobnosti države gostiteljice. »Lokalni dobavitelji morajo s prihodom tujih podjetij izpolnjevati višje zahteve glede kvalitete, kar povečuje njihovo konkurenčnost« (Drev 2005, 39–40).

4.3.1.6 Poslovno okolje

Poročilo Svetovne banke »Doing Business« navaja, da je med državami jugovzhodne Evrope poslovanje najlažje v Makedoniji in najtežje v BiH. Na lestvici Spodnja tabela prikazuje nekatere dejavnike poslovnega okolja in njihovo primerjavo med državami nekdanje Jugoslavije in Slovenijo. Ukrepi za privabljanje TNI, ki jih države postopoma uvajajo, namreč niso uspešni, če jih ne spremljajo osnovne značilnosti prijaznega poslovnega okolja – jasni poslovni postopki, fleksibilnost trga delovne sile in učinkovito izvajanje pogodb. Tem kriterijem sem dodala še število plačil davkov (glej Tabela 4.1).

Tabela 4.1: Izbrani kazalci poslovnega okolja v državah nekdanje Jugoslavije

Država	Ustanovitev podjetja ⁹		Plačevanje davkov ¹⁰	Uveljavitev pogodb ¹¹		Zaposlovanje in odpuščanje ¹²	
	Število postopkov	Število dni	Število plačil na leto	Št. postopkov	Št. dni	Fleksibilnost zaposlovanja (indeks)	Fleksibilnost odpuščanja (indeks)
Hrvaška	8	40	17	38	561	61	50
Makedonija	7	9	40	38	385	50	30
Črna gora	15	21	89	49	545	33	40
Srbija	11	23	66	36	635	67	30
BiH	12	60	51	38	595	67	30
Slovenija	5	19	22	32	1350	40	67

Vir: Svetovna banka (2008); lastni preračuni

4.3.1.7 Stopnje koruptivnosti in rizičnosti držav

Pomemben element, ki ga podjetja upoštevajo pri vstopu na določene trge in ga omenja tudi Rogelj, je stanje koruptivnosti v državi. Države zahodnega Balkana vsekakor veljajo za eno najbolj koruptivnih regij v Evropi. BiH je na lestvici koruptivnosti, ki vključuje 163 držav na 92. mestu (indeks koruptivnosti 2,9), Hrvaška zaseda 62. mesto, Makedonija 72. in Srbija ter Črna gora 85. mesto, kar uvršča države med najbolj koruptivne na svetu. Slovenija je na 26. mestu. Stopnja koruptivnosti v državi se povezuje s TNI, namreč bolj kot je država korumpirana in s tem rizična za investitorje, manjši je priliv TNI (Transparency International 2009). Kot že omenjeno veljajo TNI že same po sebi za najbolj rizični način vstopa na tuje trge. Vendar pa omenjena korelacija za slovenska podjetja, ki investirajo v državah nekdanje Jugoslavije, ne velja, predvsem zaradi že omenjenih razlogov, ki jih natančneje razdeli naslednje podpoglavje. Slovenija ima namreč z državami te regije sklenjene tudi Sporazume o izogibanju dvojnega obdavčevanja v zvezi z davki od dohodka in premoženja in Sporazume o vzajemni zaščiti in spodbujanju investicij (Izvozno okno 2009e).

⁹ Kazalec meri število postopkov in dni, ki so potrebni za pravno ustanovitev in delovanje podjetja (postopki pred registracijo, med registracijo in po registraciji).

¹⁰ Kazalec meri skupno število davkov in prispevkov, ki jih mora podjetje plačevati na leto.

¹¹ Kazalec meri učinkovitost pravnega sistema pri uveljavljanju komercialnih pogodb, še posebej reševanje plačilnih sporov. Število postopkov se nanaša na vse postopke, ki zahtevajo interakcije med strankami, število dni pa zajema dneve, ki pretečejo od vložitve tožbe do dejanskega plačila.

¹² Kazalec meri fleksibilnost trga delovne sile – višja kot je vrednost indeksa (0-100), manjša je fleksibilnost.

Države nekdanje Jugoslavije tudi veljajo za eno najbolj rizičnih regij, čeprav so med največjimi prejemnicami slovenskih TNI (glej Tabelo 4.2).

Tabela 4.2: Stopnje tveganosti največjih prejemnic slovenskih TNI

Država	Stopnja rizičnosti*		
	2007	2008 projekcija	2009 projekcija
Srbija	39	38	37
Hrvaška	58	59	59
BiH	40	40	39
Rusija	37	37	36
Nizozemska	93	93	92
Makedonija	43	43	42
Črna gora	40	40	39
Nemčija	91	90	91
Avstrija	93	92	91
Poljska	66	65	64

Vir: Izvozno okno (2009e); *Vrednost indeksa je od 0 do 100, višja kot je vrednost, manjša je rizičnost države.

4.3.2 Motivi, prednosti in ovire

Determinante slovenskih investicij v države nekdanje Jugoslavije izhajajo predvsem iz nekdanjega skupnega življenja v isti državi. Slovenska podjetja imajo na teh trgih velike **lastniško** ali **podjetniško specifične prednosti**, ki se nanašajo predvsem na tehnično znanje, organizacijsko in trženjsko znanje. Ker je Slovenija veljala za najbolj razvito republiko SFRJ, so bile blagovne znamke slovenskih podjetij znane in cenjene. Zaradi bogatih izkušenj in znanja (poznavanje kulture, jezika, običajev) imajo slovenska podjetja, ki so kot nekakšni lokalni investitorji, na teh trgih še vedno prednost pred tujimi investitorji iz Evrope. Najbolj dejavna na začetku so bila podjetja iz predelovalne industrije. Podjetja pa niso vstopala le individualno, ampak so koordinirala strategije vstopa na te trge. Večina investicij je bila tržno naravnanih, in sicer so bili najpomembnejši motivi ohranjanje in povečevanje tržnega deleža, iskanje naravnih virov ali strateško pomembnih virov.

Kot najprimernejša oblika vstopa na trge nekdanje Jugoslavije so se izkazale izhodne investicije (**internalizacijske prednosti**), saj skromna pravna zaščita omejuje uporabo drugih oblik vstopa (licence, franšizing), podjetja pa ob neposredni prisotnosti lažje nadzorujejo svojo intelektualno lastnino. Sprva aktualnim »greenfield« investicijam so se kasneje pridružile strategije prevzemov in združitvev z lokalnimi podjetji.

Najpomembnejša **lokacijska prednost** te regije je fizična bližina, kar pomeni nižje stroške transporta in komunikacije. Pomembne lokacijske determinante so tudi velikost trga, visoke potencialne stopnje rasti, nižja stopnja konkurence, podobnost pravnih sistemov, pa tudi liberalizacija¹³ trgovine znotraj regije (Jaklič, Svetličič 2005, 63–67).

Še posebej velja na tem mestu omeniti povezavo med kulturnimi razlikami in TNI, kot jo je izpostavil Schwartz v svojem modelu kulturnih dimenzij. Trdi namreč, da egalitarianizem pomembno vpliva na večino mednarodnih finančnih tokov, saj podobnost kultur spodbija TNI in tudi zmanjšuje transakcijske stroške. Izbira kulturno bližjih trgov je predvsem značilna za podjetja v zgodnji fazi internacionalizacije. Egalitarianizem, ki pomeni prepričanje, da so vsi ljudje enakovredni in jih mora tako obravnavati tudi družba, lahko okrepi religija, vojna, režim. Danes se ta pojem povezuje s skrbjo za socialno šibke, brezposelne, ostarele in delavce. Prav tako se pozitivno povezuje z nižjo stopnjo korupcije, večjo transparentnostjo finančnih trgov in bolj učinkovitimi protimonopolnimi ukrepi (Schwartz in drugi 1–15).

Ministrstvo za gospodarstvo kot najpomembnejše trgovinske **ovire**, s katerimi se srečujejo slovenska podjetja pri zunanjetrговinskem poslovanju, navaja carinske postopke, carine in druge obvezne dajatve ob uvozu blaga v tretjo državo, poslovno okolje v ciljni državi ali tehnične ovire v trgovini. Največje število zaznanih ovir se nanaša na države zahodnega Balkana (41,4 odstotka) (MG 2007, 42).

Tudi Damijan (2001, 103–104) kot omejitve pri vstopu na trge bivše Jugoslavije navaja visoke trgovinske (carinske in necarinske) omejitve in ovire za tuja vlaganja, odsotnost pravne države in s tem nizko stopnjo zaščite lastninskih pravic, slabo poslovno moralo in prisotnost podkupovanja v državni administraciji ter nizko kupno moč, slab proizvodni potencial in velike plačilnobilančne težave.

¹³ Leta 2002 so bili sklenjeni številni stabilizacijsko-pridružitveni sporazumi z državami bivše Jugoslavije, ki so prinesli tem državam možnost brezcarinskega izvoza v EU.

4.3.3 Blagovne znamke

Gospodarske in družbenopolitične spremembe na trgih nekdanje Jugoslavije pomenijo za slovenske proizvajalce in tržnike nove poslovne priložnosti. Pri tem je seveda velikega pomena poznavanje nakupnih navad potrošnikov. Glede na leta 2001 opravljeno raziskavo Inštituta za jugovzhodno Evropo Ekonomske fakultete v Ljubljani, je vsem regijam bivše Jugoslavije skupno relativno višje vrednotenje slovenskih izdelkov glede na domače. Večinoma slovenske izdelke ocenjujejo kot trajne, kakovostne, prestižne in privlačne, nekaj je odstopanj pri razmerju med vrednostjo in ceno. V Bosni in Hercegovini anketiranci pripisujejo slovenskim izdelkom visoke ocene, izjema je le primernost ravni cen, ki se jim zdi previsoka. Prav tako menijo anketiranci v Srbiji. V Črni gori so slovenski izdelki in storitve ocenjeni kot privlačni, opozarjajo pa na slabo promoviranost izdelkov. Najnižje ocene so v primerjavi z ocenami v drugih regijah slovenski izdelki dobili na Hrvaškem (Vida in Dmitrović 65–70).

Kot najbolj prepoznavne znamke so potrošniki navedli Muro, Krko, Gorenje, Iskro, Fructal, Elan in Ljubljansko banko (*ibid.*). Znamka Gorenje je leta 2007 celo prejela naziv Superbrands na področju Balkana v Srbiji, kar kaže na prepoznavnost in uglednost blagovne znamke ter potrjuje, da uporabniki zaupajo v izdelke (Gorenje 2007). V trgovini na drobno je najbolj prepoznaven Mercator, na splošno pa je bil priklic slovenskih blagovnih znamk v skupini prehrabnih izdelkov nizek, kar kaže na velik pomen lokalnih trgov za to skupino izdelkov.

Pomembna za odnos do izdelkov iz tujine je tudi stopnja ekonomskega etnocentrizma¹⁴. V povprečju so najbolj etnocentristični glede izbire izdelkov prebivalci Hrvaške, kjer dobrih 50 odstotkov anketirancev poskuša kupovati kar največ izdelkov domačega izvora, in Črne gore, manj pa Srbije. Na splošno so mlajši, samski in izobraženi bolj ocenili tuje izdelke, starejši z nižjo stopnjo izobrazbe in ženske (z več otroki) pa so bolj usmerjeni k etnocentrističnemu razmišljanju.

Raziskava skuša pokazati tudi nakupno vedenje v tujini potrošnikov po regijah. Pri tem izstopajo predvsem Hrvati in Srbi, kjer več kot polovica anketirancev nakupuje v tujini.

¹⁴ Ekonomski etnocentrizem opredelimo kot osebnostno lastnost prabnikov, ki zaradi domovinskih občutkov do lastne države zavračajo izdelke in storitve iz tujine (Vida, Dmitrović 2001, 73).

Največ nakupov prek meje opravijo Hrvati, ki kupujejo predvsem živila. Večinoma so razlogi za nakup v tujini nižja cena, večja kakovost in izbor blaga.

Če povzamem, pomenijo trgi nekdanje Jugoslavije nedvomno priložnost za slovenska podjetja in bi ustrezno naravnani trženjski splet izdelkov in storitev slovenskih podjetij lahko ponudil alternativno nakupovanje v tujini. Podjetja že z izvozom kratkoročno lahko dosegajo uspehe (Vida in Dmitrović 71–78).

4.3.4 Sodelovanje s podjetji

Rezultati raziskave poslovnega sodelovanja podjetij iz Hrvaške, Srbije, Črne gore ter Bosne in Hercegovine s slovenskimi odjemalci so pokazali tradicionalno medsebojno povezanost predvsem na hrvaškem trgu (sodelovanje v povprečju 26,6 leta), obnavljanje odnosov na srbskem, velik obseg sodelovanja na bosansko-hercegovskem in manj na črnogorskem trgu. Velika večina anketiranih podjetij že sodeluje s slovenskimi dobavitelji/odjemalci. Podjetja, ki do sedaj še niso sodelovala s slovenskimi podjetji, pa si v več kot 80-ih odstotkih tega sodelovanja želi v prihodnje. Večina poslovnih povezav je po tej raziskavi v predelovalni dejavnosti, manj v trgovini oz. storitvah.

Konkurenčne prednosti slovenskih podjetij se povezujejo z razmerjem cena/kakovost, tehnologijo in znanjem ter lokacijsko prednostjo in bližino zahodnih trgov. Slovencem priznavajo poslovnost, korektnost, zahodni način poslovanja, urejen trg in priložnost za širitev na trge EU. Poznavanje razmer in tradicionalna navzočnost na teh trgih s prepoznavnimi konkurenčnimi prednostmi je vodilo pri uspešnosti in učinkovitosti nadaljnjega razvoja odnosov (Žabkar in Makovec Brenčič 2001, 81–99).

4.3.5 Vstop na trge držav nekdanje Jugoslavije

Demokratični trendi na območju nekdanje Jugoslavije omogočajo bolj celovit vstop slovenskih podjetij na te trge. Slovenskim podjetjem sta za prodor na trge držav nekdanje Jugoslavije na voljo predvsem dva glavna pristopa: **investicijski** in **trgovinski**. Odločitev o tem je odvisna od specifičnosti panoge, v kateri poslujejo domača podjetja in od specifičnosti posameznega ciljnega trga na tem območju. Strategije vstopa trgovinskih in drugih storitvenih podjetij se razlikujejo od strategij vstopa industrijskih podjetij (Damijan 2001, 103).

Pri vstopu na trge sem se v prvi vrsti osredotočila na trge držav nekdanje Jugoslavije, kjer so slovenska podjetja že tradicionalno prisotna, za primerjavo pa sem vključila tudi Kosovo in Albanijo. Slovenija je namreč med pionirji poslovanja s Kosovom. Uradnih podatkov o slovenskih investicijah na Kosovu Banka Slovenije še ni objavila (Kosovo je namreč samostojna država šele od februarja lani), ocenjene pa so na skoraj 200 milijonov evrov. Telekom Slovenije je na Kosovu, kot je znano, prisoten z investicijo v drugega kosovskega mobilnega operaterja Ipko (STA 2009a). Gospodarsko sodelovanje med Albanijo in Slovenijo je še dokaj nerazvito in neizkoriščeno. Po ocenah poznavalcev albanskih gospodarskih razmer se za slovenska podjetja možnosti sodelovanja med drugim kažejo predvsem na področju turizma, gradbeništva, infrastrukture, pri izgradnji in ustanavljanju novih trgovinskih centrov (Svenšek 2005).

4.3.5.1 Trgovinski vstop

Pri trgovinski vstopni strategiji lahko gre za individualni prodor posameznih podjetij prek običajnih izvoznih poslov ali pa za združen prodor prek skupne distribucijske in trgovinske mreže. Individualni prodor zaznamujejo višji stroški in višja stopnja tveganja kot pri združenem prodoru. Za slovenska industrijska podjetja je še vedno najpomembnejši klasični trgovinski vstop na trge bivše Jugoslavije. Smiselno je oblikovanje distribucijskih »poolov«, v katere se združijo domača podjetja z namenom ustanovitve skupne, enotne trgovinske in distribucijske mreže, prek katere prodajajo svoje proizvode na teh trgih (na primer ustanovitev Slovenske hiše mode v Beogradu). Drugi, stroškovno ugodnejši način pa je uskladitev poslovnih interesov s slovenskimi trgovskimi mrežami, ki so že prisotne na trgih nekdanje Jugoslavije (Mercator). Slabost trgovinskega pristopa je relativno manjša učinkovitost, kadar imamo opraviti z visokimi uvoznimi trgovskimi ovirami in nizko kupno močjo lokalnega prebivalstva, kar je značilno za trge bivše Jugoslavije. Vstop teh držav v EU bo ta način vstopa vsekakor poenostavil (Damijan 2001, 103–105).

Tudi predstavnik oddelka za mednarodni razvoj Skupine Mercator, dr. Adnan Mujagić¹⁵, kot najpomembnejše ovire pri vstopanju na trge držav bivše Jugoslavije navaja trgovinske ovire, nefleksibilno zakonodajo, še posebej pa izpostavi problem korupcije (predvsem v Albaniji, Srbiji in BiH). Vendar pa so v Skupini Mercator s temi ovirami seznanjeni, saj nenehno

¹⁵ Mujagić, Adnan. 2008. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 30. januar.

izvajajo tržne raziskave in vstop na trge posledično prilagajajo rezultatom teh raziskav. Mercator je najprej vstopil z »greenfield« investicijami na hrvaški trg, nato še na srbski in bosanski. Pravkar poteka registracija na makedonskem trgu. V planu pa je še širitev na albanski, bolgarski kosovski trg. Na vprašanje »Kateri trgi so za poslovanje Mercatorja najpomembnejši?« oziroma »Kje Mercator najuspešneje posluje?«, pa dr. Mujagić izpostavi hrvaški in srbski trg, ki imata največji tržni potencial. Mercatorjev vstop na trge nekdanje Jugoslavije pomeni prelomnico v naložbah slovenskih podjetij v te države. Gre za gradnjo trgovskih središč, ki pomenijo izboljšanje in dopolnitev trgovske ponudbe v izbrani regiji. Mercator namreč v svojem »poolu« združuje slovenske proizvajalce, ki pri tem vidijo možnost večje in stabilnejše prodaje svojih proizvodov. Tveganje naložb pa nosi Mercator. Ima veliko ekonomsko in pogajalsko moč. Lažje se pogaja z bankami in zavarovalnicami in doseže nižje stroške kapitala.

Spodnji tabeli (glej Tabelo 4.3 in Tabelo 4.4) prikazujeta pomen blagovne menjave med državami nekdanje Jugoslavije in Slovenijo.

Tabela 4.3: Izvoz Slovenije v države nekdanje Jugoslavije v mio EUR in v odstotku skupnega izvoza

	2003	2004	2005	2006	2007
Hrvaška					
EUR	1,006	1,167	1,304	1,464	1,569
%	8,9	9,1	9,1	8,7	8,1
Srbija					
EUR	*	*	*	509	669
%				3,0	3,5
Črna gora					
EUR	*	*	*	*	111
%					0,6
Srbija in Črna gora				*	*
EUR	346	455	523		
%	3,1	3,6	3,6		
BiH					
EUR	471	491	515	485	535
%	4,2	3,8	3,6	2,9	2,8
Makedonija					
EUR	143	139	134	126	144
%	1,3	1,1	0,9	0,8	0,7
Skupaj					
EUR	11,285	12,783	14,397	16,757	19,405
%	100	100	100	100	100

* Za ta leta podatki o izvozu ne obstajajo, Srbijo in Črno goro se je statistično začelo ločevati po letu 2005

Vir: Statistični urad RS (2009), GZS (2009); lastni preračuni.

Največji slovenski izvozniki v države bivše Jugoslavije v letu 2007 so bili: Skupina Gorenje, Petrol d.d., Krka d.d., Skupina Helios, Kompas d.d., Skupina Jub, Slovenske železnice d.d., Perutnina Ptuj d.d., Trimo d.d., Vipap Videm Krško d.d., HSE d.o.o., BSH Hišni aparati d.o.o., Prevent Global d.d., Mladinska knjiga Založba d.o.o., Skupina Impol, SIJ Skupina, Kolpa d.d., PS Mercator d.d. (Bertoncelj Popit 2008, 25).

Tabela 4.4: Uvoz Slovenije iz držav nekdanje Jugoslavije v mio EUR in v odstotku skupnega uvoza

	2003	2004	2005	2006	2007
Hrvaška					
EUR	456	514	609	736	849
%	3,6	3,6	3,9	4,0	4,0
Srbija					
EUR	*	*	102	239	352
%			0,7	1,3	1,6
Črna gora					
EUR	*	*	14	19	24
%			0,1	0,1	0,1
Srbija in Črna gora					
EUR	69	113	188	*	*
%	0,6	0,8	1,2		
BiH					
EUR	79	152	208	312	320
%	0,6	1,1	1,3	1,7	1,5
Makedonija					
EUR	21	26	29	38	57
%	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Skupaj					
EUR	12,239	14,143	15,805	18,341	21,508
%	100	100	100	100	100

* Za ta leta podatki o uvozu ne obstajajo, Srbijo in Črno goro se je statistično začelo ločevati po letu 2005

Vir: Statistični urad RS (2009); lastni preračuni.

Pomembne značilnosti slovenske menjave z nekdanjo Jugoslavijo so trgovinski presežek (Slovenija več izvažata v te države kot pa uvažata iz njih), ugodna struktura trgovine in ugodne cene, ki jih slovenska podjetja dosegajo na teh trgih. Slovenska podjetja namreč lahko na manj zahtevnih trgih nekdanje Jugoslavije v primerjavi s trgi EU prodajajo (manj konkurenčne) proizvode, ki jih na trgih EU ne morejo prodati ali pa jih prodajajo po nižjih cenah. Predvsem gre za kmetijske, živilske, kemične proizvode. S trgovinskim presežkom v menjavi z državami nekdanje Jugoslavije Slovenija pokriva približno polovico trgovinskega deficita v menjavi z državami EU. Problem ki lahko nastane je, da pride do specializacije dela slovenskega gospodarstva (predvsem v kmetijstvu in živilski industriji) zgolj za izvoz v

države nekdanje Jugoslavije in zaradi manjše zahtevnosti teh trgov do zastoja tehnološkega posodabljanja in prestrukturiranja slovenskih podjetij. Tako bi imeli na eni strani tehnološko razvita podjetja, ki izvažajo na trge držav EU, in na drugi strani tehnološko zaostala podjetja, usmerjena v izvoz na trge držav bivše Jugoslavije (Damijan 2001, 108–110).

4.3.5.2 Investicijski vstop

Prednosti investicijskega vstopa pred trgovinskim so predvsem v tem, da se tuje podjetje izogne visokim uvoznim carinskim dajatvam in drugim necarinskim oblikam zaščite, njegovi proizvodi pa so obravnavani kot domači. Prav tako organizacija proizvodnje v tujini daje možnost izkoriščanja cenejših naravnih virov in delovne sile ter povezave s sorodnimi podjetji v tujini. Nadalje pa ima investicijski vstop tudi vpliv na ekonomsko politiko in na dolgoročno ekonomsko stabilizacijo države (povečanje kupne moči prebivalstva, izboljšanje plačilnobilančne situacije). Slabosti, ki ta pristop spremljajo predvsem v državah nekdanje Jugoslavije, so velika tveganost naložb zaradi nestabilnih ekonomskih in političnih razmer (Damijan 2001, 105–106). Tudi slovenska podjetja so v anketni raziskavi kot prednosti investicijskega vstopa na trge nekdanje Jugoslavije izpostavila bližino potrošniku, hitrejše prilagajanje lokalnemu trgu, tesnejše in boljše stike z lokalnimi oblastmi in administracijo, ki olajšujejo trgovinske transakcije. Boljši dostop do trga pa vodi v povečanje proizvodnje, znižanje povprečnih stroškov in izboljšanje cenovne konkurenčnosti (Jaklič in Svetličič 2005, 99).

Večinoma se podjetjem iz tekstilne in kemične industrije zdijo vstopni stroški pomemben razlog za TNI. Značilna je namreč velika previdnost slovenskih industrijskih podjetij glede investicij na teh trgih in nizka produktivna usmerjenost teh naložb. Zato industrijska podjetja uporabljajo podružnice v teh državah izključno za pospeševanje prodaje in le v manjši meri za proizvodnjo za lokalne trge (razlog v nestabilnem poslovnem okolju). Prevladuje trgovinski in ne produktivni motiv za TNI, čeprav se le-ta počasi umika produktivnostnemu, saj pri investicijski vnemi prednjačijo bolj produktivna in v R & R usmerjena podjetja ter delovno intenzivna podjetja. Največ znotrajpodjetniških trgovinskih tokov gre iz matičnih podjetij v podružnice na Hrvaškem, največ tokov iz podružnic nazaj v matična podjetja pa prihaja iz podružnic v Makedoniji. Po rezultatih raziskave, izvedene leta 2001, obstaja kratkoročno največja vnema za investiranje v državah nekdanje Jugoslavije pri trgovinskih podjetjih, srednjeročno pa pri industrijskih podjetjih.

Trgovinska podjetja naj bi se širila na te trge predvsem prek prevzemov in ustanovitev novih podjetij, industrijska pa večinoma prek skupnih vlaganj in kasneje s prevzemi in ustanovitvijo novih podružnic (Damijan 2001, 119–129).

Spodnja tabela (glej Tabelo 4.5) prikazuje visok odstotek slovenskih izhodnih TNI v državah nekdanje Jugoslavije.

Tabela 4.5: Neposredne naložbe Slovenije v države nekdanje Jugoslavije od 2003 – 2007 v mio EUR in odstotkih skupnih neposrednih naložb Slovenije v tujini

	2003	2004	2005	2006	2007
Hrvaška					
EUR	617,5	673,1	816,9	927,6	1.074,6
%	32,8	30,3	29,3	26,9	22,0
Srbija	*	*	*		
EUR				770,0	1.396,3
%				22,3	28,6
Črna gora	*	*	*		
EUR				79,3	159,6
%				2,3	3,3
BiH					
EUR	188,6	216,7	276,5	342,8	565,3
%	10,0	9,7	9,9	9,9	11,6
Makedonija					
EUR	75,8	91,9	112,2	115,6	192,6
%	4,0	4,1	4,0	3,4	3,9
Srbija in Črna gora				*	*
EUR	218,8	294,3	509,4		
%	11,6	13,2	18,3		
Skupaj					
EUR	1.880,3	2.224,0	2.788,7	3.452,2	4.888,8
%	100	100	100	100	100

* Za ta leta podatki o neposrednih naložbah v državo ne obstajajo, Srbijo in Črno goro se je statistično začelo ločevati po letu 2005

Vir: Banka Slovenije (2009); lastni preračuni

Vprašanje je, ali so izhodne TNI v države nekdanje Jugoslavije le muha enodnevnica ali pa le začasni korak v smeri intenzivnejše internacionalizacije slovenskega gospodarstva, sprva tam, kjer trge bolje poznaš, in pozneje tudi na druge, manj poznane in bolj oddaljene trge v skladu s teorijami postopne internacionalizacije. Prav tako obstaja dilema med TNI in izvozom oziroma katero vstopno strategijo izbrati (Svetličič 2001, 180–181).

5 ŠIRITEV EU NA ZAHODNI BALKAN IN SLOVENSKA PODJETJA

5.1 Ekonomska integracija

Ekonomsko integracijo definiramo kot odstranitev vseh gospodarskih meja med dvema ali več državami. Pojem pa se nanaša tako na tržno kot politično integracijo. Belassa navaja šest faz ekonomske integracije in njihove značilnosti (glej Tabela 5.1).

Tabela 5.1: Faze ekonomske integracije

Faza	Značilnost
Prostocarinsko območje	Ni vidnih trgovinskih ovir med državami
Carinska unija	Prostocarinsko območje z skupnim zunanjim trgovinskim režimom
Notranji trg	Carinska unija in prosto gibanje blaga (ni nevidnih trgovinskih ovir)
Skupni trg	Notranji trg in prosto gibanje blaga, storitev, kapitala, dela
Monetarna unija	Skupni trg in skupna valuta
Ekonomska unija	Monetarna unija in skupna gospodarska politika

Vir: Young in Wallace (2000, 88).

Za potrebe obravnavane teme se v nadaljevanju osredotočam na carinsko unijo in njene pozitivne učinke. Za slovenska podjetja, ki vstopajo na trge držav zahodnega Balkana je namreč v prvi vrsti pomembna odprava carin in drugih trgovinskih omejitev. Nadalje je pomembno prosto gibanje blaga, storitev, kapitala in dela. Še lažje poslovanje pa podjetjem omogoča skupna valuta (evro), kar predstavlja monetarno unijo. Ekonomska unija, zadnja faza ekonomske integracije, temu dodaja še harmonizacijo ekonomskih politik.

5.1.1 Carinska unija in integracijski učinki

Carinska unija je vrsta ekonomske integracije, ki ne dovoljuje carin ali drugih oblik trgovinskih ovir med člani te unije (kot v prostocarinskem območju), hkrati pa usklajuje trgovinske politike (kot je določitev skupnih carin) proti ostalim državam izven unije.

Integracijski učinki se običajno delijo na **statične**¹⁶ in **dinamične**. Klasična teorija carinske unije je zajemala je statične učinke, novejša teorija ekonomske integracije pa je v analizo vključila tudi dinamične učinke, med njimi predvsem učinke ekonomij obsega, sprememb tržne konkurence in zunanje ekonomije (Damijan 1996, 160).

Najpomembnejši dinamični pozitivni učinek carinske unije je **povečana konkurenca**. To pomeni, da so v odsotnosti carinske unije proizvajalci (še posebej tisti na monopolističnih in oligopolističnih trgih) zadovoljni s trgovinskimi ovirami. Ko pa se vzpostavi carinska unija in so trgovinske ovire med državami članicami odpravljene, morajo proizvajalci iz vseh držav postati bolj učinkoviti, da bi dohajali ostale proizvajalce znotraj unije. Povečana raven konkurence lahko tudi stimulira razvoj in napredek ter uporabo novih tehnologij. Vsa ta prizadevanja tako zmanjšujejo stroške proizvodnje in koristijo potrošnikom. Potrebna pa je previdnost, da oligopolistične prakse kot so »market-sharing« dogovori, ki so prej omejevali konkurenco na državni ravni, ne postanejo tudi praksa znotraj carinske unije.¹⁷

Drugi verjetni dinamični učinek vzpostavitve carinske unije je, da so **ekonomije obsega** rezultat razširjenega trga. Potrebno pa je izpostaviti, da tudi majhne države, ki niso članice carinske unije, lahko premostijo majhnost domačega trga in dosežejo določene ekonomije obsega v proizvodnji z izvažanjem v druge države.

¹⁶ Statične učinke merimo glede na ustvarjanje trgovine »trade creation« in odklanjanje trgovine »trade diversion«. **Ustvarjanje trgovine** se pojavi, ko država članica carinske unije nekaj svoje proizvodnje zamenja s cenejšim uvozom iz druge države članice. To poveča blaginjo vseh držav članic, saj vodi v večjo specializacijo proizvodnje. Poveča pa tudi blaginjo držav ne-članic, saj se del povečanega realnega prihodka prelije v povečan uvoz iz ostalega sveta. **Odklanjanje trgovine** pa se pojavi, ko dražji uvoz iz držav članic carinske unije zamenja cenejši uvoz iz držav ne-članic. To je rezultat preferenčnega obravnavanja držav članic unije. Odklanjanje trgovine pa zmanjšuje blaginjo, saj preusmeri proizvodnjo od učinkovitih proizvajalcev zunaj k manj učinkovitim proizvajalcem znotraj carinske unije (Salvatore 1999, 300–302).

¹⁷ V EU je prepovedano omejevanje konkurence tako s strani udeležencev na trgu (omejevalni sporazumi, zlorabe prevladujočega položaja in koncentracije) kot s strani države (podeljevanje koncesij na netransparenten način, vzpostavljanje vstopnih ovir ter netransparentna politika državnih pomoči) (GZS 2000).

Tretji pozitivni učinek so **povečane investicije** z namenom izkoristiti prednosti večjega trga in se spopasti s povečano konkurenco. Nadalje lahko vzpostavitev carinske unije vzpodbudi podjetja izven nje, da ustanovijo proizvodne enote znotraj unije in se tako izognejo diskriminatornim trgovinskim oviram na proizvode izven unije. To so t.i. carinske tovarne. Primer so velika vlaganja ameriških podjetij v Evropi leta 1955 in po letu 1986.

Končno, v carinski uniji, ki je hkrati tudi skupni trg, je prosto gibanje dela in kapitala največkrat rezultat **boljšega izkoriščanja virov** celotne unije (Salvatore 1999, 306–307). Carinska unija ima pomemben **vpliv tudi na tehnično učinkovitost podjetij** (definirano kot minimizacija inputov pri vsaki stopnji outputov), ki je rezultat manjše mejne kontrole, to pa poveča uvozno konkurenco in izvozne priložnosti znotraj carinske unije. Vplivi na blaginjo zaradi izboljšanja tehnične učinkovitosti po zmanjšanju zaščite so lahko celo nekajkrat večji od običajnih neto koristi ustvarjanja in odklanjanja trgovine (Pelkmans 1997, 88).

Na integracijske učinke je mogoče gledati tudi z makroekonomske in mikroekonomske ravni. Na makroekonomski ravni je pomembno, da povečana mobilnost produkcijskih dejavnikov med državami in homogenizacija trgov kot posledica integracije vpliva tudi na poenotenje narodnogospodarskih razvojnih procesov v državah članicah (inflacija, gospodarska rast, brezposelnost) in na postopno izgubo samostojnosti pri oblikovanju nacionalne ekonomske politike. Na mikroekonomski ravni pa gre za učinke močnejše integriranih prodajnih trgov (z odpravo trgovinskih ovir, s poenotenjem standardov) na konkurenco, proizvodnjo, oblikovanje cen in tržne deleže v posameznih panogah (Damijan 1996, 160).

Primer carinske unije je Evropska unija (EU)¹⁸. Z vstopom v EU leta 2004 je tudi Slovenija postala del te ekonomske integracije, slovenski trg je postal del notranjega trga EU. Slovenija je prevzela skupno trgovinsko politiko EU kot eno od ključnih področij, kjer je pristojnost

¹⁸ Carinska unija je namreč temelj EU in ključni element delovanja skupnega trga, ki lahko deluje le ob izvajanju skupnih pravil v vseh državah članicah. Pravila pa se ne nanašajo zgolj na skupno carinsko stopnjo, ampak zajemajo vse aspekte trgovinske politike, vključno s preferencialno trgovino, zdravstvenimi in okoljskimi nazori, skupno kmetijsko politiko, zaščito ekonomskih interesov z necarinskimi inštrumenti in ukrepi zunanjetrgovinske politike. Zaradi nenehnih sprememb na tem področju, še posebej zaradi širitve EU, je Komisija aprila lani sprejela Modernizirani carinski zakonik (*Moderniside Customs Code*). Najpomembnejšo vlogo pri implementaciji imajo carinski organi posameznih držav, ki so v nenehnem kontaktu tudi s podjetji. V Strategiji za razvoj carinske unije (*A Strategy for the evolution of the Customs Union*) Komisija razdela ključne skupne strateške cilje, ki jim morajo slediti države članice ob tesnem medsebojnem sodelovanju, kot so spodbujanje konkurenčnosti evropskih podjetij z modernizacijo carinskih metod in postopkov, spodbujanje sodelovanja med carinskimi organi in podjetji držav članic, zmanjšanje vmešavanja v prost pretok blaga in zmanjšanje administrativnih ovir za podjetja. Vse hitreje se razvija in usklajuje tudi elektronsko carinsko poslovanje (EK 2008a).

posameznih držav članic prenesena na nadnacionalno raven. Pravna podlaga skupne trgovinske politike je 133. člen Pogodbe o EU (1992), ki določa, da "skupna trgovinska politika temelji na enotnih načelih, zlasti glede sprememb carinskih stopenj, sklenitve tarifnih in trgovinskih sporazumov, doseganja enotnosti pri ukrepih liberalizacije, izvozni politiki in ukrepih za zaščito trgovine, na primer glede dampaing ali subvencij" (MG 2009a).

EU je zdaj pred dvema vprašanjema. Prvo je, kako lahko okrepi sodelovanje z zahodnim Balkanom in zagotovi večjo integracijo teh držav s cono proste trgovine, drugo pa je, ali lahko nadgradi sporazume o stabilizaciji in pridruževanju, ki odnose z EU urejajo na bilateralni ravni s posameznimi članicami, s carinsko unijo.

Predsednik uprave Gorenja, Franjo Bobinac, je že pred vstopom Slovenije v EU poudaril, da članstvo Slovenije v EU pomembno vpliva na imidž podjetja in ugled blagovnih znamk, čeprav je Gorenje s svojimi proizvodi na trgih držav EU že tradicionalno prisotno. Pomembna je enotna identiteta in konsistentna uporaba blagovne znamke na vseh trgih. Na drugi strani pa vstop Slovenije v EU pomeni poslabšanje pogojev poslovanja z državami nekdanje Jugoslavije (ki niso članice EU) zaradi uvedbe enotne carinske stopnje proti tretjim državam (Združenje Managerjev Slovenije 2008). Zato je vstop držav iz te regije v EU za bodoče poslovanje slovenskih podjetij še posebej pomembno. Slovenija si je tako med predsedovanjem Svetu EU v drugi polovici leta 2008 za eno izmed prednostnih nalog zadala tudi širitev EU na zahodni Balkan (Slovensko predsedstvo EU 2008).

5.2 Politika širitve EU

Politika širitve EU je pomemben sestavni del politik EU. Rast števila članic je že od samega začetka del evropskega povezovanja.¹⁹ EU, ki jo v skupnost povezujejo vrednote miru in svobode, demokracije in pravne države ter strpnosti in solidarnosti, je zdaj največje gospodarsko območje na svetu. Pred začetkom pogajanj o vstopu v EU mora država

¹⁹ Ustanovitvi je sledilo pet zaporednih širitvev: leta 1973 so se EU pridružile Danska, Irska, Združeno kraljestvo, leta 1981 Grčija, leta 1986 Španija in Portugalska, leta 1995 Avstrija, Finska, Švedska, leta 2004 Češka, Estonija, Ciper, Latvija, Litva, Madžarska, Malta, Poljska, Slovaška in Slovenija in leta 2007 Romunija in Bolgarija.

izpolnjevati Copenhagenske kriterije²⁰. Sledijo pogajanja, ocenjevanje napredka ter končno podpis Pristopne pogodbe (EK 2009a).

5.2.1 EU in države nekdanje Jugoslavije

Trgov držav zahodnega Balkana ne moremo obravnavati enako in v enakem sklopu, saj gre za različna gospodarstva, na različnih stopnjah razvoja, s katerimi Slovenija intenzivno sodeluje že vrsto let. Hrvaška je država z velikim gospodarskim potencialom in je bila do lani naša največja gospodarska partnerica na zahodnem Balkanu. Srbija ji je ta primat odvzela z naraščajočim obsegom menjave iz leta v leto. Že vsa leta narašča obseg gospodarskega sodelovanja z BiH, tudi po zaslugi aktivne udeležbe Slovenije kot donatorja v BiH. V porastu je gospodarsko sodelovanje s Črno goro. V sodelovanju z Makedonijo - kljub več sklenjenim sporazumom - niso bile izkoriščene vse možnosti gospodarskega sodelovanja.

Temelj odnosov med Evropsko unijo in državami zahodnega Balkana je Stabilizacijsko-pridružitveni proces (SAP). Za Hrvaško je Stabilizacijsko-pridružitveni sporazum (SAS) začel veljati 1. februarja 2005, Srbija je SAS parafirala 7. novembra 2007, Črna gora je podpisala SAS 15. oktobra 2007, pri čemer je uveljavitev začasnega SAS s to državo nastopila 1. januarja 2008. SPS z Makedonijo velja od 1. aprila 2004. Bosna in Hercegovina je kot zadnja izmed držav zahodnega Balkana parafirala sporazum 3. decembra 2007 (MG 2009b).

Pakt stabilnosti za JVE, podpisan 1999, nadgrajuje SAP. Države v regiji so leta 2001 podpisale »Memorandum of Understanding on Trade facilitation and liberalisation«, s katerim se zavezujejo k sklenitvi mreže sporazumov o prosti trgovini. Sklepanje in uveljavitev teh sporazumov v praksi naj bi države JVE pripravilo na bodoče članstvo v EU (*ibid.*). Pakt stabilnosti pa je februarja 2008 zamenjal Regionalni svet za sodelovanje (*Regional Cooperation Council*), ki ga podpira EU.

Z vstopom v EU je Slovenija izgubila suverenost za vodenje samostojne trgovinske politike, ki je bila v zadnjih letih usmerjena predvsem v olajševanje poslovanja gospodarskih subjektov na območju nekdanje Jugoslavije in v regiji srednje in vzhodne Evrope. **S 1. majem 2004 so prenehali veljati vsi bilateralni prostotrgovinski sporazumi**, na osnovi katerih je bila

²⁰ Copenhagenske kriterije je sprejel Evropski svet leta 1993 v Copenhagnu in vključujejo stabilne demokratične institucije, vladavino prava, človekove pravice in varstvo manjšinskih pravic, delujoče tržno gospodarstvo in sposobnost prevzeti obveznosti in cilje politične, ekonomske in monetarne unije.

trgovina s temi državami precej liberalizirana. Spremenjeni pogoji poslovanja so v večini primerov za slovenska podjetja pomenili spremembo na slabše. Z vstopom v EU je **prenehal veljati** tudi **Srednjeevropski sporazum o prosti trgovini** - CEFTA, ki je urejal trgovino med Slovenijo na eni strani ter Hrvaško na drugi strani. Novembra 2007 pa je stopil v veljavo novi CEFTA sporazum, ki dopolnjuje integracijo med državami v regiji in EU v okviru SAS-a, ki naj bi privlačil TNI, okrepil regionalno trgovino in povezal regijo z globalnim tržnim okoljem (MG 2009b).

5.2.2 Stabilizacijsko-pridružitveni proces

SAP predstavlja okvir za pogajanja med EU in državami zahodnega Balkana. Glavni cilji procesa so: stabilizacija držav in spodbujanje tranzicije k tržnemu gospodarstvu, spodbujanje regionalnega sodelovanja in eventualno članstvo²¹ v EU. Proces pomaga državam te regije pri implementaciji zakonodaje EU ter drugih evropskih in mednarodnih standardov. Gre za partnerstvo, ki temelji na ekonomski in finančni pomoči, trgovinskih koncesijah, pomoči pri prestrukturiranju, razvoju in stabilizaciji ter stabilizacijsko-pridružitvenih sporazumih.

Njegovi instrumenti so bili zasnovani na vrhu v Zagrebu novembra 2000. Na vrhu v Solunu junija 2003 so SAP-u, da bi se bolje spoprijeli z novimi izzivi, dodali še elemente, ki so jih vključili zaradi procesa širitve. Agenda iz Soluna je vpeljala spekter novih instrumentov za podporo reformnega procesa v državah zahodnega Balkana in približevanju Evropski uniji. Najbolj vplivna od teh novih instrumentov so evropska partnerstva, ki temeljijo na partnerstvu za pristop za države kandidatke. Prvi sklop evropskih partnerstev je bil odobren leta 2004 z določitvijo kratkoročnih in srednjeročnih prednostnih nalog, ki jih morajo države izpolniti, bodo evropska partnerstva pomagala državam zahodnega Balkana pri njihovih reformah in pripravah za bodoče članstvo.

Vsaka država se postopoma približuje članstvu v EU z izpolnjevanjem obveznosti iz SAP-a in se ocenjujejo na letni ravni. Hrvaška in Makedonija sta državi kandidatki, Albanija, BiH, Srbija, Črna gora in Kosovo pa potencialne države kandidatke (EK 2009b).

²¹ Vlade držav članic EU, združene v Evropskem svetu, so se na vrhu EU – zahodni Balkan 21. junija 2003 strinjale o morebitni širitvi EU na države Jugovzhodne Evrope.

V osrčju SAP-a je sklenitev Stabilizacijsko-pridružitvenega sporazuma, ki predstavlja dolgoročno partnerstvo med EU in posamezno državo zahodnega Balkana in vsebuje vzajemne pravice in dolžnosti. Sporazum temelji na postopnem vzpostavljanju prostotrgovinskega območja in na reformah, usmerjenih k doseganju EU standardov. Gre za odločitev držav zahodnega Balkana, da se približajo EU, ko jim le-ta ponudi možnost za članstvo (*ibid.*).

SAP je oblikovan individualno za vsako od sodelujočih držav in vključuje:

- finančno pomoč,
- sodelovanje,
- politični dialog,
- oblikovanje območja proste trgovine,
- približevanje evropskemu pravu,
- praktično sodelovanje na različnih področjih (MG 2009b).

Preko programa CARDS²² EU zagotavlja finančno pomoč državam zahodnega Balkana, ki so vključene v SAP (EK 2009c).

Avtonomni trgovinski ukrepi omogočajo državam zahodnega Balkana prostocarinski vstop na trg EU skoraj za vse izdelke, ki izhajajo iz regije. Ti ukrepi skupaj z določbami SAS in drugimi trgovinskimi dogovori predstavlja okvir za razvoj trgovine med EU in regijo, kar stimulira tuje neposredne investicije v regijo in gospodarski razvoj nasploh. Te trgovinske preference so se izkazale za zelo uspešne, saj se je izvoz iz držav zahodnega Balkana v EU med leti 2000 in 2004 letno povečal v povprečju za 8 odstotkov.

SAP pa daje velik poudarek regionalnemu sodelovanju med državami v regiji in spodbuja države zahodnega Balkana k vzpostavitvi bilateralnih prostotrgovinskih sporazumov, ki bi omogočili prosto gibanje blaga v regiji in z državami EU (*ibid.*).

²² Leta 2000 je bil vzpostavljen nov program EU za pomoč zahodnemu Balkanu, imenovan CARDS (*Community Assistance for Reconstruction, Development and Stabilisation*), sprejel ga je Svet z regulativo 2666/2000. Glavni cilj programa je pomoč državam zahodnega Balkana pri boljši in lažji participaciji v stabilizacijsko asociacijskem procesu. V obdobju 2000-2006 je EU v okviru programa CARDS in drugih finančnih mehanizmov za pomoč državam zahodnega Balkana namenila preko 5 bilijonov evrov.

5.2.2.1 Poročila EK o napredku SAS

Evropska komisija letno preučuje napredek držav zahodnega Balkana pri izpolnjevanju obveznosti iz SAS-a. Pri pregledovanju poročil sem se osredotočila na kriterij carinske zakonodaje, vstopa na trg in prostega gibanja blaga, saj so za slovenska podjetja, ki vstopajo na te trge, omenjeni kriteriji najrelevantnejši.

Za vse države nekdanje Jugoslavije Evropska komisija ocenjuje, da je bil narejen velik napredek na področju carinske zakonodaje in administracije, vendar so potrebne nadaljnje izboljšave. Srbija mora izboljšati carinsko infrastrukturo in olajšati carinske postopke. Bosna in Hercegovina se še vedno srečuje s problemom pravilnega izvajanja carinske zakonodaje. Razviti je potrebno tudi strategijo o podjetništvu, menedžmentu človeških virov, informacijski tehnologiji. Hrvaški administrativni carinski organi morajo razviti lastne IT sisteme, saj so preveč odvisni od tujih podjetij.

Tudi vstop na trg se je v vseh državah poenostavil. Število dni in stroški pri ustanavljanju podjetja so se zmanjšali, prav tako so se poenostavili postopki in zahteve pri tem. Kljub temu pa morajo vse države po priporočilih Komisije nadaljevati z izboljšanjem poslovnega okolja v državah, predvsem odpraviti rigorozne birokratske postopke in zahteve pri ustanavljanju podjetij ter spremeniti zapleteno zakonodajo na tem področju (predvsem Srbija), objavljati čimveč informacij na internetnih portalih in zmanjšati stroške, zahteve in čas za pridobivanje določenih dovoljenj.

Na področju prostega gibanja blaga BiH zaostaja pri tehničnih postopkih, nadzoru trga, zaščiti potrošnikov, standardizaciji, ocenjevanju konformnosti, akreditacijah. Prav tako ni vzpostavljenih nobenih svetovalnih mehanizmov in mehanizmov za obveščanje o vstopu na trg. Potrebno je boljše sodelovanje med institucijami na področju notranjega trga. Hrvaška je na področju prostega gibanja blaga zelo napredovala, nadzor na trgu in ocenjevanje konformnosti izdelkov ostajajo večji problem. Tudi pri Črni gori je opaziti napredek, vendar je potrebno okrepiti institucionalne in administrativne kapacitete. V Makedoniji ni napredka na področju standardizacije in nadzora trga. V Srbiji največji problem ostaja nadzor trga in politika varstva potrošnikov (EK 2008b, EK 2008c, EK 2008d, EK 2008e, EK 2008f).

Po raziskavi o širitvi in konkurenčnosti podjetij zahodnega Balkana, v kateri je sodelovalo 2.166 podjetij iz vseh držav v regiji (razen Kosova), 60 odstotkov podjetij od nadaljnje širitve EU pričakuje boljši dostop na trge EU, priliv TNI v regijo in boljšo učinkovitost domačega trga. Čeprav so trgi EU že zdaj glavna izvozna destinacija za podjetja v regiji, pa jih kar 28 odstotkov trdi, da nimajo zadostnih informacij o zakonodaji EU na tem področju. Podjetja, ki želijo sodelovati z državami članicami EU, pravijo, da se srečujejo z birokratskimi carinskimi postopki, zapletenimi tehničnimi standardi in postopki registracije podjetij ter kontrole kvalitete in pomanjkanjem vzajemno priznanih certifikacijskih organov. Problem podjetij iz te regije je predvsem neznanje tujih jezikov med zaposlenimi ter zastareli komunikacijski kanali (elektronska pošta) (Fröhlich 2005, 16–17).

5.3 Pomen širitve EU za slovenska podjetja

5.3.1 Implikacije carinske unije

Prezem skupne trgovinske politike EU je medtem, ko je krepil menjavo z EU, negativno vplival na regionalno strukturo zunanjetrgovinske menjave (padec izvoza z BiH in Makedonijo). Prizadeta je bila predvsem kmetijsko-predelovalna industrija (padec za 6,8 % v letu 2004), saj so se po odpravi prostotrgovinskih sporazumov z državami na ozemlju nekdanje Jugoslavije dvignile carinske dajatve za slovenske proizvode v teh državah, ki sicer predstavljajo pomemben delež v izvozu na tamkajšnje trge (UMAR 2005, 43).

Matej Rogelj²³ z GZS je na moje vprašanje »Kaj se pričakuje od širitve EU na zahodni Balkan v smislu vpliva na slovenska podjetja, ki tam poslujejo?« odgovoril, da gre poleg čisto "trgovinskih" implikacij (odprave carin) še za prilagoditev ali poenotenje samega vzorca poslovanja, predvsem v kontekstu izpolnjevanja EU regulativ na področju varnosti in tehničnih karakteristik, ki jim morajo zadostiti izdelki, če želijo nemoteno vstopiti in cirkulirati na trgih EU.²⁴ To je pomembno tako za lokalne izvoznike kot za slovenska podjetja, ki investirajo in organizirajo proizvodne in poslovne procese na zahodnem Balkanu. V velikem obsegu gre namreč za izvozno orientirano proizvodnjo. Med večjimi izvozniki iz zahodnega Balkana v Slovenijo (in ostale države EU) namreč pogosto naletimo na

²³ Rogelj, Matej. 2008. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 30. januar.

²⁴ Gre za eno izmed štirih svoboščin EU, načelo prostega gibanja blaga oziroma načelo »Cassis de Dijon«, ki odpravlja nacionalne ovire pri prehajanju blaga znotraj EU. Deluje na principu medsebojnega priznavanja izdelkov. Proizvajalec lahko uvede na trg določen proizvod in ga samoumevno trži tudi v drugih državah EU, ne da bi pri tem prišel v spor z lokalnimi predpisi. EK je tudi zagotovila oblikovanje postopkov za preprečevanje novih tehničnih ovir v trgovini (GZS 2000).

proizvajalce s pretežno ali veliko udeležbo slovenskega kapitala. To pomeni, da bodo ta slovenska podjetja, ki dosegajo konkurenčnost tudi z vključevanjem lokalnih inputov (delovna sila, surovine, polizdelki, storitve) dobivala kvalitetnejše inpute. Pomembno je tudi, da se bodo pocenili inputi, ki jih sedaj slovenski investitorji z organizirano proizvodnjo na zahodni Balkan uvažajo iz EU, vgrajujejo v izdelke in ponovno izvažajo v EU. To se sicer lahko rešuje z institutom "uvoza zaradi izvoza" ali "začasnega uvoza", a morda bo potrebno manj administriranja in manj obratnih sredstev za financiranje proizvodnega ciklusa. Predvideva se, da bo tudi sicer manj administriranja oziroma bo to poenoteno z EU administriranjem (povezano z uvajanjem svoboščin EU, ki so prosto gibanje blaga, kapitala²⁵, ljudi²⁶ in storitev ter v bodoče tudi znanja). V kontekstu prostega gibanja ljudi (in znanja) je potrebno vedeti, da tudi na tem področju zahodni Balkan razpolaga z resursi, ki so potrebni slovenskemu gospodarstvu. Rogelj omenja še harmonizacijo davkov – posrednih in neposrednih, saj Pogodba o EGS (1957) uveljavlja načelo enakega davčnega obravnavanja domače proizvodnje in uvoza iz drugih držav članic.²⁷

Na vprašanje »Kako bo širitev EU na zahodni Balkan vplivala na slovenske izhodne TNI v to regijo ter na konkurenčnost Slovenije« Rogelj odgovarja, da je omenjena regija že tradicionalno zanimiva za slovenske investitorje, saj tja usmerjajo večino vseh slovenskih investicij. Srbija je v letu 2007 prevzela primat Hrvaški in postala najbolj zaželeni TNI destinacija za slovenska podjetja. »Sama rast investicij bo bolj pogojena z razpletom globalne recesije«, meni Rogelj, »poslovno okolje v državah zahodnega Balkana se ne bo radikalno poslabšalo.« Vse države izvajajo reforme v kontekstu približevanja EU in imajo sklenjene sporazume o stabilizaciji in približevanju EU. Celo v primeru Srbije, kjer SAS še ni ratificiran na strani EU (zadržek Nizozemske) so 30. januarja 2009 začeli enostransko uporabljati trgovinski del SAS, ki predvideva postopno znižanje in odpravo uvoznih carin za EU blago do leta 2014. Izvoz slovenskih izdelkov v Srbijo se je torej pocenil.

Direktor uprave Mercatorja, Žiga Debeljak, je v intervjuju za Eurobuild prav tako poudaril pomen vstopa držav nekdanje Jugoslavije v EU, saj so že vidne razlike med lažjim vstopom

²⁵ Prost pretok kapitala namreč pomeni, da imajo evropska podjetja in posamezniki dostop do celotnega obsega opcij, ki so na voljo v državah članicah v zvezi z bančnimi storitvami, hipotekarnimi posojili, vrednostnimi papirji in zavarovanjem. Plačila se lahko izvedejo v valuti države članice, v kateri ima sedež upnik ali uporabnik (GZS 2000).

²⁶ Prost pretok ljudi oziroma delovne sile je za podjetja izjemno pomembna svoboda, saj to pomeni, da lahko brez težav zaposlujejo delavce na celotnem področju EGP (GZS 2000).

²⁷ Davek na dodano vrednost kot posredni davek je v svoji strukturi usklajen v vseh državah članicah EU. EU pa se je dogovorila za dve najmanjši stopnji, in sicer 5 ter 15 odstotkov, ki veljata po vsej EU.

na bolgarski trg, in vstopom na trge držav zahodnega Balkana, saj je Bolgarija že članica EU in ima z EU tudi usklajeno zakonodajo. Vendar pa poudarja, da je trgovinska dejavnost predvsem lokalna in odvisna od potreb potrošnikov, zato članstvo EU v tem pogledu ne igra ključne vloge pri nadaljnjem poslovanju. V državah bivše Jugoslavije gre tako za že prej omenjeno podobno »slovansko« mentaliteto potrošnikov (Graham 2008).

5.3.2 Evro in podjetja

Poleg carinske unije je pomemben vidik politične in ekonomske integracije tudi monetarna unija (EMU), ki zajema skupni trg EU in enotno valuto – evro, ki podjetjem prav tako prinaša enostavnejše poslovanje prek mej. Konkretni pozitivni učinki uvedbe evra za podjetja so zmanjšanje transakcijskih stroškov pri menjavi valut, zmanjšanje negotovosti, povezane s tečajnimi nihanjem in pa znižanje obrestnih mer. Slednje spodbudno vpliva na investicije ter posledično na gospodarsko rast. Seveda pa uveljavitev evra pomeni tudi zmanjšanje tveganj za samo državo, kar relativno povečuje konkurenčnost nacionalnega gospodarstva (Pivk 2004).

Konkurenca in proizvodno prestrukturiranje v EU zaradi uvedbe evra sprožata tudi številne procese lastniških povezovanj in prevzemov podjetij. Oblikujejo se nova strateška zavezništva v podjetniškem sektorju tako znotraj držav EMU kot tudi z njihovimi partnerji v tujini. Evro torej predstavlja naravno dopolnilo enotnemu trgu, ki zagotavlja nove možnosti, predvsem za podjetja članic EU pri širjenju njihovih aktivnosti. Glede rasti konkurence velja izpostaviti, da enotna valuta omogoča podjetjem držav članic EMU, da se lažje selijo iz enega na drug trg območja evra. Z objavo cen v eni valuti in s transparentnostjo cen se povečuje konkurenčnost na notranjem trgu, kar vpliva na večjo stabilnost cen v EMU. Pritisk k večji transparentnosti in predvsem usklajevanju cen je večji v obmejnih regijah in za izdelke višje kakovosti. Prednosti so tudi v povečanem pretoku blaga, kapitala in storitev. Ukinitev tveganja spremembe tečaja vpliva na povečanje trgovine, izboljšuje izračune pri izvozno-uvoznih poslih med članicami EMU ter krepi evropsko integracijo. Navedena dejstva so še posebej pomembna za mala in srednja podjetja, ki navadno niso imela poguma in denarja za raziskovanje in prodiranje na nova tržišča (Brataševc 2000, 40–44).

Nove države članice so zavezane k sprejetju skupne valute, vendar morajo pred tem izpolnjevati določene ekonomske kriterije.²⁸ Kot naslednik nemške marke se evro že uporablja kot domača valuta v Črni gori in na Kosovu brez uradnih sporazumov z EU, ker je bila pred uvedbo evra na teh območjih nemška marka de facto valuta, tako da so slovenska podjetja navajena poslovati s podjetji iz teh držav v evrih. Primera slovenskih podjetij, ki so tudi sama že pred vstopom Slovenije v EMU začela pri svojem poslovanju uporabljati evre, sta Revoz in Iskra Avtoelektrika, ki sta tudi izvoznika na trge nekdanje Jugoslavije. Revoz je v poslovanju s Slovenijo in Hrvaško začel izdajati račune v evrih 1. marca 1999, za ostale države EMU pa že 1. januarja 1999 in pri tem zaznal pomembne prednosti kot so nižje obrestne mere zaradi večje konkurence. Tudi v Iskri so začeli poslovanje v evrih leta 1999, pri tem pa predvsem opazili zmanjšanje negativnih tečajnih razlik zaradi uvedbe evra (Brataševac 2000, 60–66).

Uvajanje skupne valute vpliva predvsem na povečanje mednarodne menjave in na večjo stopnjo vključenosti držav članic EU v notranji trg, saj šele skupna valuta omogoča optimalno izkoriščanje prednosti notranjega trga (Brataševac 2000, 41–42). Vendar pa je potrebna prilagoditev podjetij na poslovanje z novo valuto, in sicer prilagoditev programske opreme in informacijskih podlag, izobraževanje kadrov o rabi evra in poslovnih vidikih uvedbe, spremembe v trženjski strategiji in računovodstvu. Stroški same uvedbe so lahko ob neprimerni strategiji visoki (Brataševac 2000, 56).

²⁸ To so t.i. konvergenčni ali Maastrichtski kriteriji, ki zajemajo nizke stopnje inflacije, stabilnost tečajev valut, nizke stopnje obresti in zdrave javne finance (ECB 2009).

6 SKLEP

Za slovensko gospodarstvo je razvoj zahodnega Balkana izredno pomemben, saj pomeni ta regija približno dva do trikrat večji trg od domačega in - ob približno ena in pol krat hitrejši rasti v prihodnje - vsaj trikrat večji ciljni trg, kot je slovenski. Države nekdanje Jugoslavije so za Slovenijo pomemben trgovinski partner ter ciljna destinacija izhodnih neposrednih tujih investicij. Kar 16 odstotkov celotnega izvoza predstavlja izvoz v omenjene države in skoraj 70 odstotkov vseh slovenskih TNI gre v države te regije (največ v Srbijo in Hrvaško). Regija ima sicer po podatkih Svetovne banke in Izvoznega okna visoke stopnje koruptivnosti ter rizičnosti, kar teoretično skupaj z nestabilnimi političnimi situacijami in slabšimi makroekonomskimi kazalci (plačilnobilančni primanjkljaji, visoke stopnje brezposelnosti) pogojuje manj TNI in odvrača investitorje. Ta korelacija pa v primeru slovenskih TNI ne drži, saj so vse države nekdanje Jugoslavije med desetimi glavnimi destinacijami slovenskih TNI, kar potrjuje mojo prvo hipotezo o pomembnosti in privlačnosti omenjenih trgov za slovenska podjetja. To dejstvo pa se povezuje z mojo naslednjo hipotezo, ki kot glavne razloge za uspešno investiranje v državah nekdanje Jugoslavije navaja konkurenčne prednosti, ki jih imajo slovenska podjetja na teh trgih, in sicer poznavanje jezika, kulture, običajev, poslovnega okolja, prednost prvega, prepoznavnost blagovnih znamk in tradicija sodelovanja iz časa skupne države. Kot potrjujejo izbrane teorije internacionalizacije in mednarodne proizvodnje je za slovenska podjetja značilen stopenjski vzorec internacionalizacije z vstopom najprej na najbližje in najbolj podobne trge, čeprav podjetja posamezne faze čedalje hitreje preskakujejo. Predvsem pomembna za uspešnost slovenskih podjetij v regiji pa je prepoznavnost in ugled blagovnih znamk. Številne raziskave potrošniških navad namreč kažejo na zaupanje slovenskim blagovnim znamkam in kakovosti izdelkov, hkrati pa tudi poslovni partnerji priznavajo Slovencem korektnost v poslovanju.

Poslovanje z državami nekdanje Jugoslavije bi še olajšal in okrepil vstop teh držav v EU, kar bi v prvi vrsti odpravilo trgovinske ovire (carinske dajatve, količinske in tehnične omejitve). To je bila tudi moja tretja hipoteza. Dinamični učinki carinske unije kot je EU se zaradi večjega trga odražajo v povečani konkurenci, možnosti doseganja ekonomij obsega, povečanem obsegu investicij in večji tehnični učinkovitosti podjetij zaradi odprave mejnih kontrol in carin. Prav tako je pomemben statičen učinek ustvarjanja trgovine (cenejši uvoz iz druge države članice). Zaradi poenotene carinske zakonodaje se poenostavijo administrativni postopki in poenoti poslovanje podjetij, ki morajo zadostiti enakim regulativam.

Pomen ekonomske integracije je seveda tudi v štirih svoboščinah EU, in sicer prostem gibanju kapitala, dela, blaga in storitev.

Velik napredek pri vključevanju držav nekdanje Jugoslavije v EU so sklenjeni pridružitveni sporazumi, ki temeljijo na postopnem vzpostavljanju prostotrgovinskega območja. Druga, dolgoročnejša implikacija vstopa te regije v EU je vsekakor uvedba evra, saj enotna valuta omogoča podjetjem držav članic EMU, da se lažje selijo iz enega na drug trg območja evra, zmanjšajo se transakcijski stroški menjave valut in valutna tveganja, omogoča se transparentnost cen, kar posledično pozitivno vpliva tudi na gospodarstvo države.

Poleg držav nekdanje Jugoslavije postaja za Slovenijo vse pomembnejša celotna regija zahodnega Balkana. Politični razvoj in stabilizacija regije pa nista premočrtna, vendar je treba načrtovati na daljši rok. Že samo prva polovica leta 2008 je prinesla kritične volitve v Srbiji in v Makedoniji, prav tako se razmere v Bosni in Hercegovini še vedno urejajo prepočasi. Slovensko gospodarstvo je doslej že znalo izkoristiti prednosti, ki jih ima pred drugimi državami pri poslovanju z regijo. Državna politika bo morala poskrbeti, da s svojim ravnanjem ne bo ovirala ekonomskega sodelovanja z državami regije. Slovenija svojega cilja, da se uvrsti med ekonomsko razvite članice EU, ne bo dosegla brez celovitega intenzivnega nastopa v tujini. Morala bo izvažati kapital in izravnovati tekočo bilanco s tujino. Pri tem bodo naravni ciljni trgi vzhodne Evrope ključnega pomena, med njimi pa, ob Rusiji, Ukrajini in novih članicah EU, še posebej trgi držav zahodnega Balkana. Dejstvo je, da je Slovenija ekonomsko bolj povezana z razvitimi članicami EU, pri čemer pa je uveljavljanje prednosti v manj razvitem delu Evrope ključ do položaja suverene samostojne razvite članice - ne le province EU.

7 LITERATURA

Banka Slovenije. 2008a. *Neposredne naložbe Slovenije v tujini*. Dostopno prek: <http://www.bsi.si/iskalniki/pregled-financnih-podatkovvsebina.asp?VsebinaId=815&MapaId=297> (20. januar 2009).

--- 2008b. *Neposredne naložbe tujcev v Sloveniji po državah*. Dostopno prek: <http://www.bsi.si/financni-podatki-r.asp?MapaId=297> (18. januar 2009).

--- 2009. *Ekonomski odnosi s tujino*. Dostopno prek: <http://www.bsi.si/iskalniki/ekonomski-odnosi-s-tujino.asp?MapaId=230> (18. januar 2009).

Bertoncelj, Popit Vesna. 2008. Največji izvozniki. *Delo FT*, 92 (25. marec).

--- 2009. Največji izvozniki. *Delo FT*, 142 (16. marec).

Brataševac, Miranda. 2000. *Evro in slovenska podjetja*. Ljubljana: Open Society Institute Slovenia.

CIA, The World Factbook. 2009a. *Bosnia and Herzegovina*. Dostopno prek: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/bk.html#Govt> (16. marec 2009).

--- 2009b. *Croatia*. Dostopno prek: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/hr.html#Econ> (14. marec 2009).

--- 2009c. *Montenegro*. Dostopno prek: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mj.html#Intro> (14. marec 2009).

--- 2009d. *Serbia*. Dostopno prek: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ri.html#Econ> (14. marec 2009).

Damijan, Jože P. 1996. *Majhne države v svetovni trgovini*. Ljubljana: Krtina.

--- 2001. Trgovinski vs. investicijski način vstopa na trge nekdanje Jugoslavije. V *Izzivi in priložnosti na trgih nekdanje Jugoslavije*, ur. Janez Prašnikar, 103–130. Ljubljana: Časnik Finance.

Deželan, S. in A. Gregorič. 2001. Makroekonomija in finance v BiH: stanje, problem in perspektive. V *Izzivi in priložnosti na trgih nekdanje Jugoslavije*, ur. Janez Prašnikar, 239–265. Ljubljana: Časnik Finance.

Dmitrović, T. Vida. 2001. Vrednotenje slovenskih blagovnih znamk in nakupno vedenje porabnikov na izbranih trgih nekdanje Jugoslavije. V *Izzivi in priložnosti na trgih nekdanje Jugoslavije*, ur. Janez Prašnikar, 65–81. Ljubljana: Časnik Finance.

Drev, Ana Marija. 2005. *Investicije slovenskih podjetij na trge nekdanje Jugoslavije – primer Gorenja*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.

Dunning, John H. 1988. *Multinationals, Technology and Competitiveness*. London: Unwin Hyman.

--- 1993. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Essex: Addison Wesley.

--- 2001. Assessing the Costs and Benefits of Foreign Direct Investment: Some Theoretical Considerations. V *Foreign Investment and Privatization in Eastern Europe*, ur. Patrick Artisen-Maksimenko in Matija Rojec, 34–81. New York: Palgrave.

Duce, Maitena. 2003. *Definitions of Foreign Direct Investment (FDI): a methodological note*. Dostopno prek: <http://www.bis.org/publ/cgfs22bde3.pdf> (19. januar 2009).

ECFIN. 2009. *EU Candidate and Pre-accession Countries Economic Quarterly*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication13750_en.pdf (18. marec 2009).

ECB. 2009. *Economic and Monetary Union (EMU)*. Dostopno prek: <http://www.ecb.int/ecb/history/emu/html/index.en.html> (3. april 2009).

Evropska Komisija. 2008a. *Taxation and Customs Union*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/policy_issues/customs_strategy/index_en.htm (5. maj 2009).

--- 2008b. *Commission Staff Working Paper: Bosnia and Herzegovina Progress Report 2008*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/press_corner/keydocuments/reports_nov_2008/bosnia_herzegovina_progress_report_en.pdf (5. april 2009).

--- 2008c. *Commission Staff Working Paper: Croatia Progress Report 2008*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/press_corner/keydocuments/reports_nov_2008/croatia_progress_report_en.pdf (5. april 2009).

--- 2008d. *Commission Staff Working Paper: The Former Yugoslav Republic of Macedonia Progress Report*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/press_corner/keydocuments/reports_nov_2008/the_former_yugoslav_republic_of_macedonia_progress_report_en.pdf (5. april 2009).

--- 2008e. *Commission Staff Working Paper: Montenegro Progress Report 2008*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/press_corner/keydocuments/reports_nov_2008/montenegro_progress_report_en.pdf (5. april 2009).

--- 2008f. *Commission Staff Working Paper: Serbia Progress Report 2008*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/press_corner/keydocuments/reports_nov_2008/serbia_progress_report_en.pdf (5. april 2009).

--- 2009a. *Enlargement. The Western Balkan countries on the road to the European Union*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enlargement/enlargement_process/accession_process/how_does_a_country_join_the_eu/sap/history_en.htm#autonomous (18. marec 2009).

--- 2009b. *Stabilizacijsko-pridružitveni proces*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enlargement/enlargement_process/accession_process/how_does_a_country_join_the_eu/sap/index_sl.htm (15. marec 2009).

--- 2009c. *CARDS*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enlargement/how-does-it-work/financial-assistance/cards/index_en.htm (15. marec 2009).

Fröhlich, Zlatan. 2005. *Road to EU: Enlargement and Competitiveness of Western Balkan Companies*. Dostopno prek: <http://www-sre.wu-wien.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa05/papers/226.pdf> (28. marec 2009).

Glas, Miroslav. 2000. *The Internationalization of SMEs in Transition Economies: Evidence from Slovenia*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Gnidovec, Matejka. 2008. *Vloga in pomen države pri spodbujanju izhodne internacionalizacije slovenskih malih in srednje velikih podjetij*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Gorenje Group. 2007. *Sporočila za javnost, Gorenju že tretjič naslov Superbrands*. Dostopno prek: http://www.gorenjegroup.com/si/za_medije/sporocila_za_javnost?aid=571 (13. april 2009).

Graham, Colin. 2008. The Balkan Retail Big Shot. *Eurobuild* 11 (127): 94–96.

GZS. 2009. *SloExport*. Dostopno prek: <http://www.sloexport.si/default.asp> (20. januar 2009).

--- 2000. *Notranji trg Evropske unije in trgovinska dejavnost*. Ljubljana: GZS.

Hollensen, Svend. 2004. *Global marketing*. Harlow: Prentice Hall.

Hrastelj, Tone in Maja Makovec Brenčič. 2003. *Mednarodno trženje*. Ljubljana: GV založba.

Hrastelj, Tone. 1995. Podjetniški izzivi mednarodnega poslovanja. *Gospodarski vestnik*, 6 (20. marec).

Izvozno okno. 2009a. *Podatki o državah, Bosna in Hercegovina*. Dostopno prek: <http://www.izvoznookno.si/podatki/bih/predstavitev/#3> (13. april 2009).

--- 2009b. *Podatki o državah, Makedonija.* Dostopno prek: <http://www.izvoznookno.si/podatki/mkd/predstavitev/> (13. april 2009).

--- 2009c. *Podatki o državah, Črna gora.* Dostopno prek: <http://www.izvoznookno.si/podatki/me/predstavitev/> (13. april 2009).

--- 2009d. *Podatki o državah, Srbija.* Dostopno prek: <http://www.izvoznookno.si/podatki/srb/predstavitev/> (13. april 2009).

--- 2009e. *Podatki o državah, statistični indikatorji.* Dostopno prek: <http://www.izvoznookno.si/podatki/> (13. april 2009).

Jaklič, Andreja in Marjan Svetličič. 2005. *Izhodna internacionalizacija in slovenske multinacionalke.* Ljubljana: FDV.

JAPTI. 2007. *Slovenia Your Business Partner.* Dostopno prek: <http://www.sloveniapartner.com/news.asp?ID=1683&tn=1> (3. april 2009).

Jepma, Catrinus J. 1997. *Introduction to International Economics.* London: Open University of the Netherlands.

Kenda, Vladimir. 2001. *Mednarodno poslovanje.* Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.

Mencinger, Jože. 2002. Tuje investicije zmanjšujejo bruto družbeni proizvod. *Mladina* (5. januar).

Ministrstvo za gospodarstvo. 2009a. *Ekonomski odnosi s tujino. Trgovinska politika.* Dostopno prek: http://www.mg.gov.si/si/delovna_podrocja/ekonomski_odnosi_s_tujino/trgovinska_politika/ (20. marec 2009).

--- 2009b. *Države jugovzhodne Evrope in zahodnega Balkana.* Dostopno prek: http://www.mg.gov.si/si/delovna_podrocja/ekonomski_odnosi_s_tujino/bilateralni_odnosi/evropske_unije_do_tretjih_drzav/drzave_jugovzhodne_evrope_in_zahodnega_balkana/ (20. marec 2009).

Mercator. 2008. *Intervju predsednika uprave PS Mercator Žige Debeljaka za Sobotno prilogo Dela*. Dostopno prek: http://www.mercator.si/aktualno_v_mercatorju/novice_in_obvestila/clanek?aid=1640 (16. marec 2009).

Mujagić, Adnan. 2009. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 28. januar.

Pelkmans, Jacques. 1997. *European Integration, Methods and Economic Analysis*. Harlow: Addison Wesley Longman Limited.

Pivk, Alen. 2004. Uvedba evra za slovenska podjetja ne bo ustvarjala dodatnih težav. *Izvozno okno*, 30. december. Dostopno prek: http://www.izvoznookno.si/tema_tedna/?id=3824 (20. marec 2009).

Pogodba o Evropski uniji - Treaty on European Union. 1992. Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2006:321E:0001:0331:EN:PDF> (20. marec 2009).

Pogodba o ustanovitvi Evropske gospodarske skupnosti (EGS) – Treaty establishing the European Economic Community (EEC). 1957. Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/sl/treaties/index.htm#founding> (5. maj 2009).

Ribnikar, I. 2001. Trgi nekdanje Jugoslavije: priložnosti in izzivi. Pogled s slovenske strani. V *Izzivi in priložnosti na trgih nekdanje Jugoslavije*, ur. Janez Prašnikar, 37–47. Ljubljana: Časnik Finance.

Rogelj, Matej. 2009. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 30. januar.

Ruzzier, Mitja. 2002. *Internacionalizacija v trgovini na drobno – primer Mercator*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

--- 2004. *The internationalization of small and medium enterprises: the influence of the enterpreneur's human and social capital on the degree of internationalization*. Doktorska dizertacija. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Salvatore, Dominic. 1999. *International Economics*. New Jersey: Prentice Hall.

Siegel, Jordan I, Amir N. Licht in Shalom H. Schwartz. 2007. *Egalitarianism, Cultural Distance, and FDI: A New Approach*. Dostopno prek: http://epe.cornell.edu/institutionsandeship/papers/Siegel_Licht_Schwartz.pdf / (4. april 2009).

Slovensko predsedstvo EU. 2008. *Program in prednostne naloge slovenskega predsedovanja*. Dostopno prek: http://www.eu2008.si/si/The_Council_Presidency/Priorities_Programmes/index.html (23. marec 2009).

Svetličič, Marjan. 1996. *Svetovno podjetje*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

--- 2007. *Outward foreign direct investment by enterprises from Slovenia*. Dostopno prek: http://findarticles.com/p/articles/mi_6790/is_1_16/ai_n28482090/pg_9?tag=artBody;col1 (25. januar 2009).

Svetličič, Marjan in Jaklič Andreja. 2001. Neposredne investicije Slovenije v državah nekdanje Jugoslavije: strateški ali defenzivni odziv? V *Izzivi in priložnosti na trgih nekdanje Jugoslavije*, ur. Janez Prašnikar, 179–208. Ljubljana: Časnik Finance.

Svetličič, Marjan, Matija Rojec in Andreja Trtnik. 2000. Strategija pospeševanja slovenskih neposrednih investicij v tujino. *Teorija in praksa* 37 (4): 623–645.

STA. 2008. *Slovenija po vhodnih investicijah na 94., po izhodnih na 31. mestu*. Dostopno prek: <http://www.racunovodja.com/sta/Novica.aspx?id=114281> (19. januar 2009).

--- 2009a. Kosovo naj bi letos zabeležilo petodstotno rast BDP. *Izvozno okno*, 18. marec. Dostopno prek: <http://www.izvoznookno.si/novice/?id=11491> (5. april 2009).

--- 2009b. Slovenci med največjimi investitorji v BiH. *Delo*, 24. januar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/clanek/74897> (15. marec 2009).

Statistični urad Republike Slovenije. 2009. *Izvoz, uvoz, trgovinska bilanca, pokritost uvoza z izvozom, Slovenija, letno*. Dostopno prek: http://www.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2401702S&ti=Izvoz%2C+uvoz%2C+trgovinska+bilanca%2C+pokritost+uvoza+z+izvozom%2C+Slovenija%2C+letno&path=../Database/Ekonomsko/24_zunanja_trgovina/24017_izvoz_uvoz_bлага/&lang=2 (20. januar 2009).

Svenšek, Katja. 2005. Albanija - dežela še neodkritih poslovnih priložnosti. *Izvozno okno*, 17. februar. Dostopno prek: http://www.izvoznookno.si/tema_tedna/?id=4017 (5. april 2009).

Štiblar, Franjo. 2008. *Razvojne perspektive zahodnega Balkana*. Dostopno prek: http://www.zdruzenje-manager.si/storage/3882/14_Razvojne_perspektive_zahodnega_Balkana.pdf (5. april 2009).

Svetovna banka (The World Bank). 2008. *Doing Business 2009*. Dostopno prek: http://www.doingbusiness.org/Documents/FullReport/2009/DB_2009_English.pdf (6. april 2009).

Transparency International. 2008. *Corruption Perceptions Index*. Dostopno prek: http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2008 (4. april 2009).

Trtnik, Andreja. 1999. *Internacionalizacija slovenskih podjetij z neposrednimi naložbami v tujino*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

UMAR. 2005. *Učinki vstopa Slovenije v EU na gospodarska gibanja v letu 2004*. Dostopno prek: http://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/dz/2005/dz05-06-05.pdf (29. marec 2009).

UNCTAD. 2008. *World Investment Prospect Survey 2008-2010*. Dostopno prek: http://www.unctad.org/en/docs/wips2008_en.pdf (18. januar 2009).

Veleposlaništvo RS Sarajevo. 2009. *Vpliv uveljavitve Stabilizacijsko pridružitvenega sporazuma EU z Bosno in Hercegovino*. Dostopno prek: <http://sarajevo.veleposlanistvo.si/index.php?id=1855> (29. marec 2009).

Vlada Republike Slovenije. 2005. *Program spodbujanja internacionalizacije podjetij 2005-2009*. Dostopno prek: <http://www.japti.si/resources/files/doc/dokumenti-pravne-podlage/Program-Vlade-Republike-Slovenije-za-spodbujanje-internationalizacije-podjetij-za-obdobje-2005-2009.pdf> (18. januar 2009).

Vujčić, B. 2001. Ekonomske spremembe na Hrvaškem in izzivi ekonomske politike. V *Izzivi in priložnosti na trgih nekdanje Jugoslavije*, ur. Janez Prašnikar, 289–303. Ljubljana: Časnik Finance.

Zakon o spodbujanju tujih neposrednih investicij in internacionalizacije podjetij (ZSTNIIP). Ur. l. RS 86/04. Dostopno prek: http://www.uradni-list.si/_pdf/2004/Ur/u2004086.pdf (31. januar 2009).

Združenje Managerjev Slovenije. 2003. *Izzivi Gorenju ob vstopu v EU*. Dostopno prek: <http://www.zdruzenje-manager.si/si/o-zdruzenju/dokumenti/bobinac-izzivi-gorenja/> (23. marec 2009).

Žabkar, V. in M. Makovec Brenčič. 2001. Slovenska podjetja v očeh poslovnih partnerjev na izbranih trgih nekdanje Jugoslavije. V *Izzivi in priložnosti na trgih nekdanje Jugoslavije*, ur. Janez Prašnikar, 81–101. Ljubljana: Časnik Finance.

PRILOGE

Priloga A: Makroekonomske kazalci držav zahodnega Balkana

MAKROEKONOMSKI KAZALCI DRŽAV ZAHODNEGA BALKANA, 2007-2010								
Država	leto	ALB	B&H	HRV	MAK	ČG	SRB	KOS
Rast BDP	07	6.0	6.6	5.7	4.9	7.0	6.5	3.5
	08	6.2	6.5	5.0	4.5	6.5	6.0	4.0
	09	6.1	5.0	4.5	5.0	6.0	5.0	5.0
	10	6.2	6.0	5.0	5.5	6.0	5.5	5.5
Inflacija	07	3.6	1.5	5.8	2.3	8.0	8.3	2.0
	08	3.3	3.3	3.0	3.0	4.0	7.0	3.0
	09	3.1	2.0	4.0	3.0	3.5	4.0	3.5
	10	3.0	2.0	3.5	3.0	3.0	3.0	3.0
Brezposelnost	07	13.5	29.0	9.8	35.0	20.0	21.1	41.0
	08	13.1	28.0	9.4	34.5	15.0	20.8	40.0
	09	12.0	28.0	9.4	34.0	14.0	23.0	38.0
	10	11.0	27.0	9.0	33.0	12.0	23.0	35.0
Tekoči račun/BDP	07	-10.8	-17.1	-8.0	-0.4	-33.0	-14.2	-38.2
	08	-8.5	-17.5	-7.4	-1.7	-30.0	-13.6	-37.0
	09	-7.1	-10.6	-7.3	-2.4	-35.0	-12.7	-32.0
	10	-8.0	-9.8	-7.3	-2.2	-30.0	-12.0	-30.0
Proračun/BDP	07	-0.1	2.3	-2.0	1.5	3.0	-2.0	6.5
	08	0.1	2.0	-2.3	-0.5	1.0	-1.5	
Javni dolg/BDP	07	54.5	21.8	40.5	30.0	43.0	35.3	...
	08	53.7	21.0	40.0	28.0	40.0	27.5	
Zunanji dolg/BDP	07	22.0	58.5	86.0	34.0	28.0	60.2	52.2
	08	21.5	59.6	86.8	32.0	30.0	59.5	

Viri: WIIW Dunaj, ICEG Budimpešta, EC EU Bruselj, IME, The World Bank, EIPF, Ljubljana
Opomba: vsi kazalci so izraženi v odstotkih

Priloga B: Primerjava zahodnega Balkana s Slovenijo

PRIMERJAVA ZAHODNEGA BALKANA S SLOVENIJO								
Država	ALB	B&H	HRV	MAK	ČG	SRB	KOS	SLO
BDP na prebivalca, po kupni moči, 2006 EU = 100	21	26	52	28	33	33	(13)	88
Neto plače, v EUR	...	343	702	250	366	347	...	945
Širši denar / BDP	...	71.6	76.7	48.3	114.3	36.4	...	56.4
Bančna koncentracija*	...	926	1270	1526	1917	569	...	1321
Posojilo bank zasebnemu sektorju								
- rast, v odstotkih	29.3	15.8	39.0	182.9	40.5	...	33.8	
- delež v BDP	28	59.1	71.2	36	95.7	34.1	37	82.1
Saldo tekočega računa / BDP povprečje 2005-07	-7.8	-16	-11	-1.5	-26	-14	-38	-3
TNI **/ BDP, 2005-07 e-država	4	7	5	3.5	23	7.5	...	1.5
- indeks***	.467	.4509	.5650	.4866	.4282	.4828
- rang	86.	94.	47.	73.	100.	77.

Viri: ICEG, WIIW, CBCG, EIPF; kjer ni posebej označeno, so podatki iz leta 2007
Opombe:
*Bančno koncentracijo meri HH Indeks, ki je med 1 (popolna razpršitev) in 10.000 (le ena banka);
**NTI – tuje neposredne naložbe
*** e-država, vrednost indeksa je med 0 in 1, rang velja v okviru 200 držav, ki jih analizira OZN

